BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Tentang Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan

Pesan adalah setiap informasi, kata, atau komunikasi, baik secara lisan maupun tertulis, yang disampaikan dari satu orang ke orang lain. Pesan merupakan inti dari setiap proses komunikasi yang terjadi. Onong Uchjana dalam bukunya Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) juga menyatakan bahwa pesan dapat diartikan sebagai pernyataan yang disampaikan dalam bentuk simbol-simbol atau lambang-lambang yang memiliki makna.

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan dalam proses komunikasi dijelaskan sebagai sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini dapat disampaikan secara langsung (tatap muka) atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya lebih konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal dan pikirannya menciptakan berbagai lambang komunikasi, seperti suara, ekspresi wajah, gerakan, bahasa lisan, dan tulisan.¹

¹ Tahfif Fuad , Pesan Dakwah Dalam Film Animasi “Adit Dan Sopo Jarwo” Episode 21-24, Semarang: UIN Wali Songo, 2017.Hlm 18

Pesan merupakan salah satu unsur dalam proses komunikasi. Dalam konteks komunikasi, pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan secara langsung (tatap muka) atau melalui media komunikasi. Isi pesan bisa berupa pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Sementara itu, menurut Laswell, pesan didefinisikan sebagai seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

2. Teori Tentang Pesan

Berikut beberapa teori tentang pesan sebagai berikut :

a. Model Shannon dan Weaver

Model ini menjelaskan persoalan dalam proses pengiriman pesan yang berkaitan dengan tingkat ketepatannya. Dalam model ini, diasumsikan bahwa terdapat sumber informasi yang menghasilkan pesan, kemudian menyampaikannya melalui suatu saluran kepada penerima. Penerima kemudian akan membentuk kembali pesan tersebut. Dengan kata lain, model ini beranggapan bahwa sumber informasi menyusun pesan berdasarkan kumpulan pesan yang telah tersedia. Pemancar (transmitter) mengkonversi pesan menjadi sinyal yang cocok atau sesuai dengan jenis saluran komunikasi yang digunakan.

b. Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksi simbolik merupakan pendekatan yang **menitikberatkan** pada perilaku peran, hubungan antarindividu, serta tindakan dan komunikasi yang dapat

diamati secara langsung. Dalam teori ini, komunikasi, khususnya penggunaan simbol, dianggap sebagai kunci utama dalam memahami dinamika kehidupan manusia. Interaksi simbolik menekankan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk menafsirkan dan memberi makna terhadap tindakan—baik dalam hubungan dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri.

Proses interaksi manusia melibatkan penggunaan berbagai simbol, seperti bahasa, norma sosial, nilai-nilai agama, dan pandangan hidup. Teori ini berpijak pada pandangan bahwa realitas sosial bersifat dinamis dan terbentuk melalui proses interaksi yang berkelanjutan. Individu menggunakan simbol yang maknanya dihasilkan melalui negosiasi terus-menerus antara pihak-pihak yang terlibat, masing-masing dengan kepentingan tertentu. Karena itu, makna dari simbol bersifat fleksibel, dapat berubah sesuai dengan konteks waktu, tempat, dan situasi sosial. Dalam kerangka ini, individu diposisikan sebagai agen aktif. Oleh karena itu, konsep tentang diri (*self*) menjadi sangat penting. Pemahaman tentang diri dibentuk oleh berbagai faktor, seperti informasi yang dimiliki, nilai dan keyakinan pribadi, kebiasaan yang terbentuk, serta refleksi atas pengalaman masa lalu dan harapan masa depan, yang semuanya memengaruhi bagaimana individu mengambil peran dalam kehidupan sosialnya.²

² Jannatul Makwa, Vivin Nila Rakhmatullah, Makna Sajian Makanan Pada Tradisi Pasaji Ponan Menggunakan Teori Interaksi Simbolik,” *Jurnal*

c. Teori Konstruksionis

Menurut Kamus Ilmiah Populer, *konstruk* dapat diartikan sebagai suatu konsep, susunan, rancangan, atau bentuk bangunan yang disusun, dibentuk, dirancang, atau dipasang. Dalam konteks ilmu komunikasi, pesan adalah makna yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, dengan tujuan agar tercapai kesamaan pemahaman antara keduanya.

Dalam proses komunikasi, pesan memegang peran yang sangat penting. Komunikasi terjadi karena adanya pesan yang hendak dikirimkan kepada orang lain. Pesan ini bisa disampaikan secara lisan maupun tertulis dan mengandung simbol-simbol bermakna yang telah disepakati bersama oleh para pelaku komunikasi. Pesan atau *message* sendiri adalah kumpulan simbol bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

Dalam teori konstruksionis, Penman menjelaskan empat karakter utama komunikasi: Komunikasi bersifat konstitutif, artinya komunikasi berperan dalam membentuk realitas sosial kita. Komunikasi bersifat kontekstual, yaitu dipahami dalam bingkai waktu dan tempat tertentu. Komunikasi bersifat beragam, karena wujudnya dapat berbeda-beda tergantung situasinya. Komunikasi bersifat tidak pernah selesai,

karena merupakan proses yang terus berlangsung dan berubah.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa konstruksi pesan adalah suatu aktivitas untuk membentuk dan menyampaikan makna kepada orang lain secara dinamis, kontekstual, dan berdasarkan simbol yang disepakati dalam proses komunikasi.³

d. Teori Semiotika

Semiotika merupakan disiplin ilmu yang digunakan untuk menafsirkan makna dari berbagai tanda. Dalam konteks ini, bahasa dianggap sebagai bentuk paling kompleks dari sistem tanda yang memuat pesan-pesan tertentu yang berasal dari masyarakat (Arum). Teori semiotika dipandang sangat penting karena bahasa sendiri adalah bentuk dari tanda, yang terdiri atas dua unsur utama: penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Peran semiotika sangat besar dalam memahami berbagai fenomena, karena mempelajari simbol atau tanda sama artinya dengan mempelajari bahasa meskipun pada pandangan awal, bahasa tampak tidak memiliki makna yang jelas.

Menurut Roland Barthes, semiotika adalah ilmu yang fokus pada penafsiran tanda, dan bahasa merupakan kumpulan tanda-tanda yang menyampaikan pesan-pesan

³ Suci Shinta Lestari, Ridho Satrio, Analisis Isi Pesan Komika Stand Up Comedy Di Kompas TV, “*Jurnal Communiverse*”, Vol 4 No 2 (2019) Hlm 5

sosial. Namun, tanda tidak hanya terbatas pada bahasa lisan atau tulisan. Tanda juga dapat muncul dalam bentuk lagu, percakapan, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Gerakan tubuh merupakan ekspresi nonverbal yang sering muncul secara tidak sadar, tanpa direkayasa atau dibuat-buat. Gerakan ini biasanya muncul secara spontan dan tidak dapat dikendalikan, sehingga bisa menjadi indikator yang kuat untuk memahami perasaan atau maksud seseorang secara jujur.

Secara umum, semiotika adalah ilmu atau pendekatan analitis yang digunakan untuk mengkaji tanda-tanda. Tanda adalah alat bantu yang digunakan manusia untuk memahami dunia, baik dalam hubungan dengan lingkungan maupun dengan sesama. Dalam dunia sinema, tanda-tanda semiotik disebut sebagai tanda piktografik, yaitu tanda-tanda visual yang mewakili suatu objek atau gagasan. Ini menjadi bagian penting dalam studi awal tentang fenomena sinematik.⁴

e. Teori Agenda Setting

Teori Agenda-Setting dikembangkan oleh Walter Lippmann, seorang jurnalis ternama asal Amerika Serikat, pada tahun 1922. Saat itu, Lippmann mengungkapkan ketertarikannya terhadap peran utama media massa dalam membentuk persepsi dan citra tertentu di benak

⁴ Callista Kevinia, Putri Syahara , Salwa Aulia , Tengku Astari, Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film *Miracle in Cell* No.7 Versi Indonesia, “*Journal of Communication Studies and Society*” , Vol.1, No. 2,(November 2022) ,hlm 1

masyarakat. Ia menyoroti bagaimana media dapat membentuk pandangan publik terhadap realitas sosial.

Untuk menjelaskan pengaruh media, Lippmann memberikan ilustrasi mengenai individu yang seharusnya dianggap sebagai musuh ketika negaranya sedang berada dalam kondisi perang. Namun, karena tidak memiliki akses terhadap informasi dari media, orang-orang tersebut justru bisa hidup damai di sebuah pulau terpencil. Contoh ini menunjukkan bahwa tanpa intervensi media, persepsi tentang siapa kawan dan siapa lawan bisa sangat berbeda.

Dari pengamatan tersebut, Lippmann menyimpulkan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk menentukan topik atau isu mana yang dianggap penting oleh publik. Dengan kata lain, media dapat mengatur agenda dan secara tidak langsung memengaruhi opini masyarakat luas.⁵

f. Teori Tindak Tutur

Sebelum berkembangnya gagasan tentang tindak tutur, para ahli bahasa umumnya memandang bahasa sebagai alat untuk menggambarkan suatu keadaan atau fakta. Dalam pendekatan ini, setiap pernyataan dalam bahasa dinilai berdasarkan apa yang disebut sebagai kondisi kebenaran, yaitu sejauh mana kalimat tersebut sesuai dengan kenyataan. Artinya, kebenaran suatu kalimat

⁵ Ika Brianti Hadi S, Endang Pratiwi Kurniawan, Dr. Irwansyah, M.Si, View of Agenda Setting Dalam Isu - Isu Kontemporer Di Seluruh Dunia, "Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis" Vol. 3 No.1 (31 Januari 2021) hlm 110

diukur dari kebenaran isi atau proposisinya. Sebagai contoh, pernyataan seperti “Senyummu sangat menawan” hanya dianggap benar jika senyuman tersebut memang dapat memikat orang lain. Dengan demikian, makna suatu kalimat dipahami melalui fakta empiris yang dapat diverifikasi.

Namun, pandangan ini ditentang oleh J.L. Austin. Ia berpendapat bahwa tidak semua pernyataan bisa diuji dengan tolok ukur benar atau salah berdasarkan fakta. Sebagai contoh, perintah seperti “Jangan masuk!” tidak menggambarkan suatu keadaan atau fakta, sehingga tidak relevan untuk diuji kebenarannya. Kalimat semacam ini adalah bentuk larangan, bukan pernyataan fakta.

Menurut Austin, ketika seseorang menggunakan bahasa, ia tidak hanya menyusun kalimat secara terpisah atau statis, tetapi juga sedang melakukan suatu tindakan melalui tuturan tersebut. Dengan kata lain, berbahasa berarti juga berbuat sesuatu, baik itu menyampaikan perintah, membuat janji, atau mengajukan pertanyaan. Inilah yang kemudian dikenal sebagai tuturan performatif yakni bentuk bahasa yang fungsinya tidak sekadar menggambarkan, melainkan melakukan tindakan.⁶

⁶ Akhmad Saifudin, Teori Tindak Tutur Dalam Studi Linguistik Pragmatik, “*Jurnal, Sastra, Dan Bahasa*,” Volume 15 Nomor 1, (Maret 2019), hlm 2

3. Pengertian Dakwah

Pengertian Dakwah Secara Bahasa Dakwah dalam bahasa Arab berasal dari kata (*da'a yad'u, da'watan*), yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau menjamu. Kata *da'a, yad'u, duaan*, dan *da'wahu* memiliki arti menyeru atau mengajak.⁷

Secara terminologi, dakwah merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seorang Muslim, yang esensinya terletak pada motivasi, rangsangan, dan bimbingan kepada orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran, demi kebaikan diri mereka sendiri dan bukan untuk kepentingan pengajaknya.

Dakwah merujuk pada kegiatan ajakan yang dilakukan dengan sadar dan terencana, baik melalui lisan, tulisan, perilaku, dan sebagainya, dengan tujuan mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan pemahaman, kesadaran, sikap, penghayatan, dan pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan, tanpa adanya unsur paksaan. Dakwah adalah usaha untuk mendorong orang agar melakukan kebaikan, mengikuti jalan yang benar, serta menjalankan amar ma'ruf nahi munkar, dengan tujuan mencapai kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Ilmu dakwah adalah ilmu yang digunakan untuk

⁷ Novri Hardian, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits*, "Jurnal Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi" Vol 5, No 1(2018) Hlm. 42

memahami berbagai cara dan seni dalam menyampaikan ajaran Islam, meliputi akidah, syariat, dan akhlak.⁸

4. Pengertian dan Jenis Pesan Dakwah

Pesan dakwah secara umum dimaknai sebagai upaya untuk menyampaikan isi dakwah yang dapat berupa kata-kata, gambar, lukisan, atau media lainnya, dengan harapan mampu memberikan pemahaman dan bahkan mendorong perubahan positif pada sikap maupun perilaku penerima dakwah. Pada dasarnya, segala bentuk pesan dapat digunakan sebagai pesan dakwah asalkan tidak bertentangan dengan sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis.

Setiap orang memang bisa berbicara tentang nilai-nilai moral atau mengutip ayat-ayat Al-Qur'an, namun apabila hal itu dilakukan hanya untuk membenarkan hawa nafsu atau kepentingan pribadi, maka itu tidak dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah.

Secara garis besar, pesan dakwah terbagi menjadi dua jenis: pesan utama, yang bersumber langsung dari Al-Qur'an dan Hadis, serta pesan pelengkap atau pendukung, yang berasal dari luar kedua sumber tersebut namun tidak bertentangan dengannya. Pesan dakwah juga bisa berbentuk nasihat atau amanat yang disampaikan oleh seorang dai kepada mad'u atau audiens dakwahnya.⁹

⁸ Asyisyifa Ul Hikmah, *Dakwah Islam Melalui Seni Hadrah Di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, Lampung Timur: IAIN Metro, 2018*, Hlm 7-8

⁹ Indah Wulansari, *Efektivitas Penggunaan Media Film Animasi Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Anak (Analisis Film Animasi Nusa Dan*

Secara garis besar, pesan dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu pesan verbal dan nonverbal. Pesan verbal disampaikan melalui penggunaan kata-kata dan maknanya dapat dimengerti oleh penerima berdasarkan apa yang mereka dengar. Sementara itu, pesan nonverbal tidak disampaikan secara langsung dengan kata-kata, melainkan melalui gerakan tubuh, perilaku, ekspresi wajah, atau mimik wajah, yang tetap dapat ditafsirkan maknanya oleh penerima.

Perlu diketahui bahwa pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Oleh karena itu, agar dapat dipahami secara konkret, pesan perlu diubah ke dalam bentuk lambang-lambang komunikasi. Kumpulan lambang-lambang ini yang tersusun dalam suatu sistem hingga membentuk makna dikenal sebagai bahasa. Proses mengubah pesan ke dalam lambang atau kode komunikasi disebut sebagai proses penyandian, alat yang digunakan untuk proses ini disebut penyandi (encoder), dan individu yang menyampaikan pesan tersebut dikenal sebagai komunikator penyandi (encoder). Ketika pesan diterima oleh komunikan, lambang-lambang komunikasi tersebut perlu diurai kembali menjadi pesan agar dapat dimengerti dan diinterpretasikan.¹⁰

Rara), skripsi Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2021), Hlm 35

¹⁰ Alimuddin A. Djawad , Pesan, Tanda, dan Makna dalam Studi Komunikasi, “*Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*” Vol 1 No 1 (2016) Hlm 96-97

5. Peranan Media Sosial dalam Dakwah

a. Media Sosial

Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, hingga dunia virtual. Dari berbagai bentuk tersebut, blog, jejaring sosial, dan wiki adalah yang paling umum digunakan oleh masyarakat global.

Beberapa ahli berpendapat bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang mendukung interaksi sosial dan menggunakan teknologi web untuk menciptakan komunikasi dua arah yang interaktif.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang berlandaskan prinsip dan teknologi Web, serta memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan bertukar konten yang dihasilkan oleh pengguna itu sendiri (user-generated content).

Jejaring sosial, seperti Facebook, MySpace, Youtube dan Twitter, memungkinkan individu membuat halaman pribadi dan terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Berbeda dari media tradisional yang mengandalkan media cetak atau siaran, media sosial menggunakan internet sebagai sarana utama. Media ini bersifat terbuka untuk siapa saja yang ingin berkontribusi, memberikan tanggapan, komentar, dan menyebarkan

informasi secara cepat dan tanpa batasan waktu atau tempat.¹¹

b. Peranan Media Sosial Dalam Dakwah

Media sosial kini memainkan peran penting sebagai sarana dakwah di era digital. Platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok memberi kesempatan kepada para dai atau ustaz untuk menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai alat strategis dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan secara lebih efisien. Misalnya, video ceramah yang diunggah ke YouTube bisa ditonton oleh jutaan orang dari berbagai negara kapan saja. Ini membuka peluang baru bagi dakwah untuk berkembang melampaui cara-cara konvensional seperti ceramah di masjid atau pertemuan keagamaan tatap muka.

Salah satu keunggulan utama media sosial dalam dakwah adalah tingkat interaktivitasnya. Para dai bisa berkomunikasi langsung dengan jamaah melalui sesi tanya jawab, kolom komentar, atau siaran langsung. Hal ini tidak hanya mempererat hubungan antara dai dan audiens, tetapi juga memberikan ruang untuk berdiskusi dan mengklarifikasi berbagai isu keagamaan yang sedang hangat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahmad, media sosial juga meningkatkan akses terhadap informasi keagamaan,

¹¹A.Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Volume 1, No 1(Juli 2020) Hlm 19

khususnya bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Namun demikian, dakwah melalui media sosial juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu yang paling krusial adalah risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyimpang dari ajaran agama. Terkadang, ada individu atau kelompok yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan pandangan keagamaan yang menyesatkan atau bersifat provokatif. Oleh sebab itu, penting bagi para dai untuk memastikan bahwa konten yang mereka bagikan telah diverifikasi kebenarannya.

Selain itu, etika dalam menyampaikan dakwah di media sosial juga perlu diperhatikan. Selain menghadirkan tantangan, media sosial juga membuka peluang untuk berinovasi dalam metode penyampaian dakwah. Konten dakwah kini disajikan dengan cara yang lebih menarik dan kreatif, seperti melalui video singkat, infografis, atau kutipan yang menggugah. Di platform seperti TikTok, misalnya, para dai sering menggunakan format video pendek untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara sederhana dan mudah dicerna oleh generasi muda. Ini menandakan bahwa dakwah tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga menyesuaikan diri dengan selera dan kebiasaan audiens yang terus berubah.

Peran media sosial sangat signifikan dalam mengubah pola dakwah di era digital. Melalui pemanfaatan teknologi ini, pesan-pesan agama bisa tersebar lebih cepat, luas, dan

efisien. Namun, keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh kemampuan para dai dalam menyampaikan pesan yang benar, relevan, dan sesuai dengan nilai-nilai etika. Jika digunakan secara bijak, media sosial berpotensi menjadi sarana utama dalam menyebarkan ajaran agama yang inklusif, damai, dan membangun.¹²

6. Unsur-Unsur Dakwah

a. Da'i

Secara etimologis, kata "da'i" berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti "menyeru" atau "mengajak". Oleh karena itu, secara bahasa, "da'i" berarti orang yang menyeru atau mengajak (berdakwah). Secara terminologis, menurut Muhammad Sayyid al-Wakil, "da'i" merujuk kepada seseorang yang mengajak manusia menuju kebaikan dan mendorong mereka untuk hidup dalam kalimat tauhid. Mereka juga mengajak untuk menolak ketidakadilan dan berbagai bentuk penyimpangan. Tidak ada pekerjaan dan tugas yang lebih mulia dan utama selain tugas dakwah ini.

Da'i adalah seseorang yang menyampaikan dakwah, baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan, yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi. Istilah *da'i* sering disamakan dengan *muballigh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun, istilah *muballigh*

¹² Ely Suwaibatul Aslamiyah, Maratus Zakiatul Ilmiah " Peran Media Sosial Dalam Aktivitas Dakwah". *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* , Volume 05, No 02, (Desember 2024) Hlm 4-5

memiliki makna yang lebih sempit karena dalam masyarakat biasanya hanya diartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam secara lisan saja, seperti khatib, penceramah, dan sejenisnya.

b. Mad'u

Secara etimologis, kata "*ma'dū*" berarti orang yang menjadi target atau objek dakwah. Secara terminologis, "*ma'dū*" merujuk pada individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah dari seorang da'i. Mereka ini bisa berasal dari berbagai latar belakang, baik yang dekat maupun jauh dari ajaran Islam, baik Muslim maupun non-Muslim, laki-laki maupun perempuan.

Ma'dū atau yang disebut sebagai sasaran dakwah, adalah pihak yang menerima pesan dakwah, baik secara individu maupun kelompok. Mereka bisa berasal dari kalangan Muslim maupun non-Muslim, atau secara umum dari seluruh umat manusia. Bagi yang belum memeluk Islam, tujuan dakwah adalah untuk mengajak dan mendekatkan mereka kepada ajaran Islam. Sedangkan bagi mereka yang sudah beragama Islam, tujuan dakwah adalah untuk meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan mereka.¹³

7. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah elemen penting dalam pelaksanaan dakwah, karena tanpa materi yang disampaikan,

¹³ Alyani Fahda, Analisis Pesan Dakwah Dalam Series Animasi Rarra, "(Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Rainiry Darussalam, Banda Aceh, Banda Aceh 2024 " Hlm 18-20

seorang da'i tidak dapat memberikan pesan kepada mad'u. Materi dakwah tersebut merupakan ajaran-ajaran Islam itu sendiri. Dengan demikian, segala ajaran Islam dapat dijadikan materi dakwah. Secara umum, materi dakwah dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori, antara lain:¹⁴

a. Aqidah

Pesan Aqidah mencakup keyakinan kepada Allah Swt., iman kepada para malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab yang diturunkan-Nya, iman kepada para rasul-Nya, keyakinan akan adanya hari kiamat, serta kepercayaan terhadap takdir baik dan buruk (Qadha dan Qadar). Aqidah merupakan dasar-dasar kepercayaan yang wajib diyakini oleh setiap Muslim, yang bersumber dari dalil-dalil naqli (wahyu) maupun aqli (akal). Secara lebih mendalam, akidah tidak hanya menyangkut keyakinan dalam hati, tetapi juga harus diikrarkan melalui lisan dan diwujudkan dalam tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari.

b. Syari'ah

Pesan Syariah mencakup berbagai bentuk ibadah seperti bersuci (thaharah), shalat, zakat, puasa, haji, serta interaksi sosial atau mu'amalah. Secara bahasa, syariah berarti hukum atau peraturan yang mengatur perilaku manusia dan bersifat mengikat, yang harus dijalankan

¹⁴ Novri Hardian, *Dakwah Dalam Prspektif Al-Qur'an Dan Hadist*, "Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi", Vol 5 No 1 (2018), Hlm 48

dengan benar. Dalam konteks dakwah, pesan syariah memuat ajaran yang mengatur norma hubungan manusia dengan Allah SWT, sesama manusia, serta alam sekitar.

Syariah terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu ibadah dan mu'amalah. Aspek ibadah meliputi tata cara pelaksanaan ibadah yang berhubungan langsung dengan Allah (*hablumminallah*), seperti shalat, puasa, zakat, dan haji, yang telah ditentukan melalui ajaran para Nabi dan Rasul. Sementara itu, mu'amalah mencakup berbagai aturan sosial dalam kehidupan sehari-hari (*hablum minannaas*), seperti pernikahan, pinjam-meminjam, jual beli, keadilan sosial, pendidikan, dan lain-lain. Ibadah merepresentasikan hubungan spiritual antara manusia dan Tuhannya, yang pelaksanaannya diatur secara rinci oleh syariat. Sedangkan mu'amalah merupakan aturan yang mengatur hubungan manusia dengan sesama dan dengan lingkungannya, termasuk dalam aspek ekonomi, politik, hukum, budaya, dan lainnya.

c. Akhlak

Akhlak merupakan karakter atau sifat batin seseorang yang telah terbentuk secara konsisten, sehingga memudahkannya untuk bertindak secara spontan tanpa perlu berpikir panjang terlebih dahulu. Pesan akhlak berkaitan erat dengan perilaku dan kebiasaan manusia dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungannya dengan Tuhan maupun dengan sesama makhluk.

Ruang lingkup pesan akhlak mencakup akhlak kepada Allah Swt., serta akhlak kepada makhluk ciptaan-Nya. Akhlak kepada makhluk mencakup interaksi manusia dengan dirinya sendiri, dengan sesama manusia (termasuk keluarga, tetangga, dan masyarakat), serta dengan makhluk hidup lainnya seperti flora dan fauna, dan seluruh lingkungan sekitar.¹⁵

B. Kajian Tentang Animasi

1. Pengertian Animasi

Kata "animasi" berasal dari kata kerja dalam bahasa Latin *animare*, yang berarti "menghidupkan" atau "memberi napas". Oleh karena itu, animasi dapat diartikan sebagai usaha untuk menghidupkan atau menciptakan ilusi gerakan atau kehidupan dari gambar diam atau benda mati. Secara teknis, animasi merujuk pada proses menghidupkan urutan gambar diam (still image) atau teknik memfilmkan rangkaian gambar atau model untuk menghasilkan ilusi gerakan.¹⁶

Animasi adalah serangkaian gambar yang disusun untuk menciptakan gerakan. Salah satu kelebihan animasi dibandingkan dengan media lain seperti gambar statis atau teks adalah kemampuannya dalam menggambarkan perubahan keadaan seiring waktu. Hal ini sangat berguna

¹⁵ Sindi Iranada , Pesan Dakwah Dalam Film Animasi Upin & Ipin Episode Mulanya Ramadhan dan Tibanya Syawal, skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, (2021) hlm 21

¹⁶ Arik Kurnianto ,Tinjauan Singkat Perembangan Aniasi Indonesia Dalam Konteks Animasi Dunia, "*Jurnal Humaniora*", Vol ,6 No,2 (2015) , Hlm 241

terutama dalam menjelaskan prosedur dan urutan kejadian. Menurut Mayer dan Moreno, animasi memiliki tiga fitur utama (1) gambar animasi merupakan representasi visual; (2) gerakan animasi menggambarkan suatu pergerakan; (3) simulasi – animasi terdiri dari objek-objek yang dibuat melalui gambar atau metode simulasi lainnya.¹⁷

2. Jenis Jenis Animasi

a. Animation Cel

Animation cel dibuat dengan menggunakan alat tulis, seperti pensil, pulpen, spidol, tinta dan lainnya. Begitupun pewarnaannya dilakukan secara manual seperti menggunakan cat, krayon dan pensil warna. Sehingga setiap pergoresannya pada gambar kemungkinan tidak selalu sama baik dalam ketebalan, goresan dan kelurusan dari garis-garis gambar. Animation cel ini juga memerlukan cetakan gambar (printer) untuk mengambil beberapa potongan bagian-bagian gambar setelah itu disatukan pada plastik seperti mejadi satu.¹⁸

b. Animasi Flipbook

Sedikit berbeda animasi flipbook dengan animation cel yang dibuat dengan bahan dasar kertas, lalu ditempelkan dengan 41 bermain layer/lapisan kertas transparan.¹⁹ Animasi flipbook lebih menekankan dengan satu lapisan

¹⁷ Dina Utami, Animasi Dalam Pembelajaran, *Jurnal Majalah Ilmiah Pembelajaran*”Vol 7 No 1, (Mei 2011),Hlm 44

¹⁸ Animation Cell
<https://www.scribd.com/document/337582494/Cell-Animation> Diakses 11 Januari 2025

¹⁹Iftakhul Kamalia, Pesan Akhlak Dalam Film Animasi “Nussa Dan Rara” Di Youtube, Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2019), hlm 40.

saja dengan berbahan kertas. Pergerakan animasi flipbook ini membutuhkan kertas yang cukup banyak (tergantung durasi animasi), karena pergerakan ini digambarkan satu persatu di setiap kertas yang ada.

c. Animasi Stop Motion

Animasi stop motion merupakan teknik yang digunakan untuk membuat objek yang dimanipulasi secara fisik tampak bergerak secara mandiri. Kata "animasi" sendiri berasal dari bahasa Latin "Anima," yang berarti jiwa atau nafas yang sangat penting. Secara umum, animasi diartikan sebagai proses "menghidupkan" benda mati atau objek statis, sehingga dapat menciptakan gerakan atau kesan bergerak. Gerakan objek tercipta karena adanya banyak frame yang diputar secara berurutan.²⁰

d. Animasi 2D

Animasi 2D merupakan jenis animasi yang dibuat secara manual atau dengan bantuan komputer, di mana animator menggunakan serangkaian gambar untuk menghasilkan ilusi gerakan pada karakter. Jenis animasi ini umumnya dibuat dengan menggunakan vektor dan mengaplikasikan teknik animasi tradisional.²¹

²⁰ Zanderiyani Sabrinatam, Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi Stopmotion Pembuatan Kue Dari Tepung Beras Pada Matapelajaran Kue Indonesia Di Smk N 4 Yogyakarta, "*Jurnal Pendidikan Teknik Boga*" (2018) Hlm 3

²¹ Danika Clarafitri Hermanudin dan Nugrahadi Ramadhani, Perancangan Desain Karakter Untuk Serial Animasi 2D "Puyu to The Rescue" Dengan Mengapatasi Biota Laut," *Jurnal Sains Dan Seni Its* Vol. 8, No. 2 (2019)", hlm 228

e. Animasi 3D

Animasi 3D merupakan salah satu bentuk animasi yang melibatkan manipulasi data objek tiga dimensi untuk menghasilkan serangkaian gambar yang jika digabungkan akan menciptakan ilusi gerakan. Perbedaan utama antara animasi 3D dan 2D terletak pada proses manipulasi objeknya.²²

f. Animasi Multidimensi

Animasi multidimensi merupakan penggabungan berbagai jenis animasi. Ini dapat mencakup kombinasi antara animasi 2D dan 3D, atau penggabungan animasi cel dengan animasi flipbook. Konsep animasi multidimensi telah banyak digunakan, seperti dalam pembuatan animasi untuk film-film yang ditayangkan di televisi maupun bioskop. Aspek multidimensi ini dapat ditemukan dalam berbagai elemen, seperti dalam pembukaan film yang menampilkan logo, teks, atau gambar-gambar yang mungkin dibuat dengan teknik animasi yang berbeda.

3. Unsur-Unsur Animasi

a. unsur naratif

Unsur naratif merujuk pada elemen yang terdiri dari rangkaian peristiwa yang saling terhubung, yang berkaitan

²² Latu Arifian Priyono , Pandan Pareanom Purwacandra , Samuel Gandang Gunanto , Kathryn, Penerapan Prinsip Animasi Dalam Penciptaan Animasi 3d “Kepiting”,” *Journal of Animation & Games Studies*”, Vol . 6 No. (1-April 2020), hlm 53

dengan cerita atau tema dalam sebuah film. Unsur naratif yang terdapat dalam animasi adalah sebagai berikut:

1. Tema

Tema adalah gagasan dasar dari sebuah cerita yang juga berfungsi sebagai panduan bagi penulis dalam menyusun karya mereka. Tema membantu penonton atau pembaca untuk memahami konflik, pengalaman, penemuan, dan emosi yang dialami oleh karakter utama dalam cerita.

2. Cerita

Cerita adalah serangkaian peristiwa yang disusun dalam urutan kata-kata, dengan tujuan untuk menggambarkan suatu kejadian, pengalaman hidup, tindakan tertentu, dan hal-hal lainnya.

3. Struktur Cerita

Struktur cerita adalah susunan peristiwa yang diatur secara teratur, yang terdiri dari bagian orientasi (pengenalan), komplikasi (konflik), dan resolusi (penyelesaian).

4. Tokoh

Tokoh adalah individu yang berperan sebagai pelaku dalam sebuah cerita, sementara karakter merujuk pada sifat atau watak yang dimiliki oleh tokoh tersebut. Dalam sebuah cerita, biasanya terdapat tokoh utama dan tokoh pembantu. Menurut Janottamadan Putraka, tokoh utama adalah tokoh yang menjadi fokus utama dalam cerita dan paling banyak diceritakan, sedangkan tokoh tambahan

adalah tokoh yang membantu atau menemani tokoh utama, namun tidak menjadi pusat perhatian pembaca.

b. Unsur Sinematik

Unsur sinematik merujuk pada metode atau gaya yang digunakan dalam pembuatan sebuah film.

1. Background

Background atau Latar belakang (setting) adalah elemen yang digunakan untuk melengkapi objek atau karakter dalam suatu cerita.

2. Pencahayaan

Pencahayaan dalam film berperan untuk menciptakan suasana, nuansa, tekstur, dan kedalaman. Selain itu, pencahayaan juga membantu memfokuskan perhatian penonton pada objek atau subjek tertentu, serta memberikan informasi mengenai adegan, seperti siapa yang terlibat di dalamnya.

3. Gerakan

Gerakan animasi, menurut Munir, berasal dari bahasa Inggris "animation" yang berasal dari kata "to animate" yang berarti "menghidupkan". Dalam film animasi, gerakan menjadi ²³salah satu elemen penting dalam menyampaikan kesan visual.

²³ Ni Luh Diah Natalianingsih, Siprianus Umbu Hiru, Humam Adib Ijlal Lamato, INyoman Arya Bagus Wira Pangestu, Imade Hendra Mahajaya Pramayasa, Analisis Unsur Pembentuk Film Animasi "Bondres Tata Titi," *Jurnal Animasi* Vol 1, No 1 (2023),Hlm 2-9

4. Fungsi Animasi

Animasi bukan hanya sekadar menampilkan gambar yang bergerak, tetapi juga memiliki beberapa fungsi penting, di antaranya:

- a. Menggambarkan Berbagai Proses
mampu menggambarkan proses dan hubungan abstrak yang sulit divisualisasikan melalui media lain.
- b. Menyederhanakan Berbagai Proses
Dengan animasi, pembuat film dapat menyederhanakan proses, ide, organisasi, dan struktur yang awalnya kompleks menjadi lebih mudah dipahami.²⁴

C. Kajian Tentang Youtube

1. Pengertian Youtube

YouTube adalah platform berbagi video yang populer, yang memungkinkan penggunanya mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Salah satu pemanfaatan YouTube adalah sebagai media pembelajaran. Tujuan penggunaan YouTube dalam pembelajaran adalah untuk menciptakan suasana pembelajaran yang menarik, menyenangkan, dan interaktif. Video pembelajaran di YouTube dapat digunakan untuk mendukung pembelajaran

²⁴ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube, " *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (Senada)*" Vol.2, (Februari 2019) , Hlm 262

interaktif di kelas, baik oleh siswa maupun guru, melalui presentasi secara online maupun offline .²⁵

YouTube adalah sebuah situs web yang memanfaatkan internet untuk menjalankan berbagai fitur, memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah dan menampilkan video atau animasi agar bisa dilihat dan dinikmati oleh banyak orang. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, YouTube menjadi media yang sangat menguntungkan untuk tujuan promosi. Namun, dengan tingginya jumlah pengguna, persaingan dalam promosi di platform ini pun semakin ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah strategi atau media yang mampu menonjolkan keunikan dalam proses promosi.²⁶

2. Youtube Sebagai Media Dakwah

Di era modern saat ini, masyarakat semakin familiar dengan pesatnya perkembangan media sosial. Banyak orang yang menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, dan lainnya, bukan hanya untuk mencari informasi terkini, tetapi juga untuk hiburan, edukasi, dan berbagai tujuan lainnya. Media sosial kini seolah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat

²⁵ Sofyani Wigati ,Dwi Sri Rahmawati, Sri Adi Widodo, Pengembangan Youtube Pembelajaran Berbasis Ki Hadjar Dewantara Untuk Materi Integral Di Sma, “ *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Etnomatnesia* , ISBN: 978-602-6258-07-6 (2018-02-23) Hlm 811

²⁶ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube, “ *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, Vol.2, (Februari 2019), hlm 260

modern. Oleh karena itu, media sosial bisa dimanfaatkan oleh para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah.²⁷

D. Analisis isi (Analisis Content)

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (content analysis) adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi isi dari sebuah teks, yang bisa berupa kata-kata, makna, gambar, simbol, gagasan, tema, atau pesan-pesan yang dapat disampaikan. Teknik ini tidak menjadikan manusia sebagai subjek penelitian, melainkan fokus pada simbol atau teks yang terdapat dalam media tertentu, yang kemudian diolah dan dianalisis.

Metode ini banyak digunakan dalam bidang ilmu komunikasi dan bahkan dianggap sebagai salah satu metode utama dalam disiplin tersebut. Umumnya, analisis isi digunakan untuk mengkaji isi media, baik media cetak maupun elektronik. Selain itu, metode ini juga dapat diterapkan untuk memahami berbagai bentuk komunikasi, seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, atau komunikasi organisasi, selama ada dokumen atau materi komunikasi yang tersedia.²⁸

²⁷ Gyta Rastyka Dhela, Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung), Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2020), hlm 39

²⁸ Guesty Tania (Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram) “ Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Intan Lampung,(2019), hlm 54

Istilah analisis isi (content analysis) sudah ada sejak lama, mungkin setua peradaban manusia itu sendiri. Namun, penggunaannya sebagai metode penelitian baru berkembang kemudian. Dalam kehidupan sehari-hari, analisis isi secara tidak langsung sering dilakukan, terutama dalam interaksi komunikasi antarindividu. Dalam proses komunikasi, setiap pihak secara alami menafsirkan makna dari ucapan lawan bicaranya. Bahkan, Adam manusia pertama yang diciptakan oleh Allah juga pernah melakukan analisis terhadap firman Allah. Sayangnya, Adam keliru dalam memahami isi dari firman tersebut karena terpengaruh oleh faktor eksternal.²⁹

Peneliti menggunakan model analisis isi John Fiske, yang membedakan dua pendekatan utama dalam studi isi komunikasi, yaitu pendekatan transmisi dan pendekatan produksi serta pertukaran makna.

- a. Pendekatan transmisi memandang komunikasi sebagai proses penyampaian pesan secara langsung dari pengirim kepada penerima. Dalam pendekatan ini, diasumsikan bahwa komunikasi berjalan satu arah, di mana media atau komunikator memiliki peran aktif dalam menyampaikan informasi, sementara khalayak atau penerima informasi bersifat pasif.
- b. Sebaliknya, pendekatan produksi dan pertukaran makna menganggap komunikasi sebagai proses yang melibatkan interaksi timbal balik. Fokus utamanya terletak pada

²⁹ Sumarno , Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra, " *Jurnal Edukasi Lingua Sastra* " volume 18 no 2 (2020) hlm 1

bagaimana setiap pihak dalam proses komunikasi terlibat dalam menciptakan dan saling menukar makna secara aktif.³⁰

2. Penggunaan Analisis Isi

Analisis isi adalah suatu metode ilmiah yang digunakan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan dari suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen atau teks. Metode ini kemudian banyak diterapkan dalam berbagai bidang studi yang memanfaatkan dokumen sebagai bahan penelitian.

Penggunaan analisis isi dapat ditemukan dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi digunakan sebagai metode utama dalam penelitian. Kedua, analisis isi diterapkan sebagai salah satu metode dalam penelitian yang melibatkan berbagai metode lain, seperti survei atau eksperimen.

Ketiga, analisis isi digunakan sebagai alat pembandingan untuk menguji validitas kesimpulan yang diperoleh dari metode penelitian lainnya.³¹

³⁰ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal.2.

³¹ Eriyanto, *Analisis Isi: Pegantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal 11