

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah merupakan kewajiban bagi seluruh muslim yang ada di dunia ini. Moh. Ali Aziz mengatakan bahwa pengertian dakwah adalah aktifitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa menghayati dan mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Usaha dakwah juga bisa dilakukan melalui lisan maupun tulisan, yakni yang bersifat mengajak, menyeru agar mentaati Allah, dan menjauhi larangannya.¹

Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha menguak situasi kepada yang lebih baik dan sempurna terhadap individu dan masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas.²

Di era sekarang, dakwah bisa dilakukan melalui video, film, drama, tulisan, koran, majalah, maupun lirik lagu. Dengan media massa yang terus tumbuh seperti sekarang, setiap orang mampu mengakses informasi

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 5.

² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 36.

dengan cepat di manapun dan kapanpun, tidak terbatas ruang maupun waktu. Sekarang ini, setiap orang bisa mengakses dakwah melalui smartphone, internet, televisi maupun radio. Orang dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

Menurut Jalaluddin Rakhmat, dalam bukunya *Psikologi Komunikasi*, film memberikan pengaruh yang besar terhadap jiwa manusia. Hal ini berhubungan dengan ilmu jiwa sosial tentang gejala “identifikasi psikologi”, yaitu orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan sehingga ia ikut merasa apa yang dirasakan tokoh tersebut.³ Film bersifat audio visual, yaitu gambar dan suara, film mampu menceritakan banyak hal dalam waktu singkat. Ketika penonton menonton film tersebut, ia seakan-akan menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat memengaruhi audiens.

Semakin banyak film-film layar lebar yang ditayangkan di bioskop, televisi, bahkan berbentuk VCD, dan sebagainya. Sayangnya, kebanyakan film-film tersebut hanya menceritakan dunia *glamour* saja dan sangat minim akan nilai-nilai moral. Film hiburan baru ini cenderung menciptakan mimpi-mimpi dan memanjakan imajinasi penonton. Kebanyakan film-film sekarang diproduksi hanya untuk bisnis belaka, yang lebih mengutamakan keuntungan daripada pendidikan. Hal ini adalah pembodohan secara tidak langsung kepada generasi penerus bangsa. Film

³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2005), 236.

tidak hanya diminati oleh remaja atau dewasa, bahkan saat ini banyak film yang disuguhkan untuk anak-anak.

Begitupun sebaliknya, banyak film yang mayoritas disuguhkan untuk anak-anak namun bisa dinikmati kalangan dewasa, seperti kartun. Film kartun merupakan film yang mengandung gambar-gambar yang dilukis dan disusun secara berangkai, sehingga apabila diproyeksikan kepada media akan menimbulkan citra hidup dan membentuk sebuah kisah. Cerita atau film yang dibuat dengan menggambar setiap *frame* merupakan gambar dengan posisi yang berbeda, sehingga kalau diserikan akan menimbulkan kesan bergerak.⁴

Cerita atau film bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan.⁵ Film juga merupakan salah satu media komunikasi dan sarana yang dinilai efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan-pesan.

Dari sekian banyak film kartun yang masuk dan tayang di TV Indonesia, hanya beberapa film yang mengandung edukasi dan pengetahuan mengenai agama, misalnya film kartun animasi *Crayon Shinchan*, *Doraemon*, *Larva* dan *Kiko*. Kebanyakan malah mengandung unsur hiburan, namun film *Kiko* mengandung edukasi tetapi tidak ada pengetahuan agama di dalamnya. Selain itu, terdapat film kartun *Adit Sopo*

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafah Komunikasi*, (Bandung; Citra Aditya Bhakti, 2000), 215-217.

⁵ *Ibid*, 209.

Jarwo dan *Upin dan Ipin*. Film tersebut lebih banyak memberikan pengetahuan moral dan beberapa pesan agama. Begitu juga dengan film kartun *Keluarga Somad*.

Tidak hanya televisi, media lainnya juga menayangkan kartun, salah satunya adalah YouTube, yang memberikan tayangan serial kartun yang sangat banyak, seperti *Baby Bus*, *Si Nopal*, *Dalang Pelo*, *Tayo*, *Cerita Anak Islam*, *Omar dan Hana*, *Alif Alya*, dan masih banyak lagi. Film kartun yang ditayangkan di televisi pun bisa dinikmati dan ditonton ulang di YouTube. Hal ini memudahkan orang tua jika tayangan di televisi kurang sesuai dengan harapan, maka bisa beralih pada YouTube atau media lainnya.

Serial pada YouTube menjadi pilihan tontonan sekaligus sebagai sarana media informasi dan pendidikan masyarakat Indonesia. Serial pada YouTube mempunyai potensi sebagai media pendidikan. Ketergantungan generasi saat ini pada *gadget* dan kemudahan untuk mengakses internet membuat serial pada YouTube cukup populer untuk dikonsumsi oleh publik. Bentuknya yang pendek dan memiliki banyak episode dapat menyampaikan pesan atau informasinya secara terus-menerus dan bertahap, sehingga penonton tidak berhenti untuk mendapatkan pesan ataupun informasi.

Kartun Nussa merupakan salah satu serial kartun yang ditayangkan di chanel YouTube Nussa Official. Nussa dan Rarra merupakan akronim dari Nusantara. Ceritanya berkisar mengenai kehidupan sehari-hari bocah

laki-laki bernama Nussa dan adik kecil perempuannya bernama Rarra. Nussa dan Rarra diceritakan tinggal bersama ibunya yang mereka panggil dengan sebutan “Umma” dan seekor kucing yang diberi nama “Anta”.

Kartun Nussa merupakan kartun animasi yang diciptakan oleh rumah animasi *The Little Giantz* yang beranggotakan *4 Stripe Productions*, yaitu Aditya Triantoro sebagai *Chief Executive Officer* *The Little Giantz*, Bony Wirasmono sebagai *Creative Director*, Yuda Wirafianto sebagai *Executive Producer*, dan Ricky Manoppo sebagai *Produser Animasi “Nussa”*.⁶

Chanel YouTube Nussa Official pertama kali dibuat pada tanggal 25 Oktober 2018. Video pertama yang diunggah merupakan sebuah video *teaser trailer* yang berdurasi 1 menit 6 detik pada 8 November 2018. Dan *teaser trailer* ini langsung mendapat respon positif dari masyarakat, terbukti pada episode perdananya yang berjudul “Tidur Sendiri, Gak Takut!” langsung menjadi trending 5 besar di YouTube dalam kurun beberapa hari saja.⁷

Hingga saat ini YouTube Nussa Official sudah memiliki 5,78 juta subscriber, dengan total 943 juta kali penayangan dari 125 video yang di upload dan dibagi menjadi 7 kategori, diantaranya video trailer, video *animation series*, video *compilation*, video *parenting tutorial*, video *featurette*, *a paper’s journey* dan Ramadhan bareng Nussa. Durasi rata-rata

⁶ Moch. Eko Ikhwantoro, dkk., “Nilai-Nilai Pendidikan Islam dalam Film Animasi Nussa Dan Rarra Karya Aditya Triantoro”, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.2, (2019), 67.

⁷ Yudi, “Baru Berumur Seminggu, Kartun Nussa Jadi Trending 10 Besar Youtube”, *Islampos*, <https://www.islampos.com/baru-berumur-seminggu-kartun-nussa-jadi-trending-10-besar-youtube-116604/>, diakses tanggal 11 November 2019.

hanya 3-6 menit, tetapi terdapat beberapa episode-episode spesial yang memiliki durasi 11-13 menit. Sampai saat ini, Nussa dan Rara terus memunculkan episode-episode baru melalui channel YouTubanya setiap hari Jumat di waktu subuh atau pukul 04.30 WIB.⁸

Kisah dalam serial Nussa sangat sederhana, diangkat berdasarkan kisah sehari-hari tetapi dikemas menarik dengan adegan dan cerita lucu yang membuat penonton tertawa. Hal yang lebih penting adalah membantu penonton, terutama anak-anak, untuk memahami Islam lebih mudah dan indah. Kartun Nussa juga ditayangkan selama bulan ramadhan menjelang berbuka puasa di NET TV pada 2019, berbarengan juga di stasiun televisi Malaysia, pada pukul 3.30 petang, tepatnya di Astro Ceria. Kemudian pada tanggal 12 Oktober 2019, Nussa ditayangkan di stasiun TV Indosiar setiap hari pada pukul 06.00 WIB.⁹ Dan tahun 2020 ini Nussa kembali ditayangkan di TransTV selama bulan ramadhan, di waktu menjelang maghrib dan di waktu sahur.

Hal ini sangat menggembirakan bagi Indonesia dengan adanya tayangan yang bernuansa Islami yang dikemas dalam bentuk film kartun atau animasi, yang tentu saja akan mempermudah proses penyampaian mengenai pengetahuan keagamaan. Apalagi mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.

⁸ Langga Fathin H., et. al., "Web Series Animasi Nussa Sebagai Media Pendidikan Islami Pada Anak", *Jurnal Wimba*, Volume 10, No.1, 2019, 63-64.

⁹ <https://wow.tribunnews.com/2019/05/01/akhirnya-kartun-animasi-nussa-dan-rara-tayang-setiap-hari-di-televisi-selama-bulan-ramadan>, diakses 11 November 2019.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti serial kartun Nussa dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah Dalam Serial Kartun Nussa.”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana pesan dakwah dalam serial kartun Nussa.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah dalam serial kartun Nussa.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberi pengetahuan berupa pengembangan wawasan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam bidang dakwah.
 - b. Penelitian dapat digunakan sebagai pedoman dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Lembaga

Bagi IAIN Kediri, Beberapa pihak dapat mengambil sisi positif dari perkembangan media, khususnya internet, sebagai media informasi sekaligus komunikasi untuk menyampaikan dakwah.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian serupa.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan masukan bagi para pembaca, juga sebagai masukan untuk memanfaatkan media YouTube sebagai wadah dakwah.

E. Telaah Pustaka

Penulis telah mencari referensi dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul yang hampir sama dengan penelitian yang penulis pilih. Ada beberapa penelitian yang telah peneliti temukan, diantaranya:

1. Pesan Dakwah dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan (Studi Analisa Semiotika Roland Barthes). Skripsi oleh Umahatus Solikhat, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, 2016. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif-deskriptif. Dalam skripsinya, peneliti memfokuskan pada pesan dakwah dari beberapa *scene* dilihat dari penanda dan petanda sesuai analisis semiotika model Roland Barthes.

2. Moch. Eko Ikhwantoro. Jurnal Pendidikan Islam, Volume 4, Nomor 2, Tahun 2019. “Nilai-Nilai Pendidikan Islam dalam Film Animasi Nussa Dan Rarra Karya Aditya Triantoro”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan bertumpu pada kajian pustaka. Penelitian ini berfokus pada *content analysis*, yaitu bagaimana pesan pendidikan yang terdapat pada 10 episode Nussa dari tanggal 20 November 2018 sampai dengan 30 Maret 2019 yang dipilih secara acak.
3. Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Serial Kartun Upin dan Ipin. Skripsi oleh Muhammad Fiqri Fahrizal Yusuf, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018. Penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada bagaimana menganalisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam serial kartun Upin dan Ipin edisi Ramadhan tahun 2007.