

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah yakni serangkaian usaha untuk menyeru, mengajak, dan memanggil manusia untuk berjalan mengarah pada jalan yang di Ridhoi-Nya. Dengan kata lain, dakwah atau proses islamisasi adalah upaya mempertahankan dan memperkuat keislaman seseorang sejak dilahirkan ke dunia, serta mengupayakan manusia yang ingkar atau tidak sesuai fitrahnya sebagai seorang muslim agar kembali mengamalkan dan memperjuangkan keislamannya.

Dalam menjelaskan secara lebih luas dan mendalam dari definisi dakwah, Munir Mulkan mendefinisikan dakwah sebagai “usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan dan seluruh umat manusia dalam hal konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma’ruf nahi munkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara”. Pandangan dan tujuan hidup manusia hanya sekedar antara hitam dan putih, tidak ada abu-abu.

Pandangan dan tujuan hidup seorang muslim adalah ibadah demi tercapainya ridho Allah SWT. Orang yang memiliki orientasi hidup ini adalah orang mengabdikan seluruh waktu, diri dan hartanya hanya untuk beribadah kepada Allah SWT disebut orientasi ukhrawi. Sebaliknya, orang yang

memiliki

orientasi hidup untuk selalu menjalankan maksiat dan semakin jauh dengan Allah disebut orientasi Duniawi. Dalam islam tidak ada orientasi hidup ibadah sambil maksiat yang secara sadar dilakukan, dan tetap mengharapkan Ridho-Nya.

Dalam rentang waktu yang lama, penyebaran dakwah semakin ekspansif karena media dakwah yang semakin dinamis mengikuti perkembangan situasi masyarakat. Saat ini berbagai media dan sarana menyalurkan ide dan aspirasi hingga imajinasi ikut terhanyut derasnya kemajuan zaman. Cara penyampaian pesan dakwah dari masa ke masa pun harus terus berubah mengikuti perkembangan zaman dan kondisi masyarakat pada zamannya. Berarti media yang digunakan untuk keberlangsungan dakwah bisa berupa barang, alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan lain sebagainya (Syukri, 1983:163)

Seperti pada zaman sekarang dengan teknologi yang semakin berkembang, mengharuskan para *da'i* lebih cerdas dalam proses dakwah (Aripudin, 2012:25). Menurut Hamzah Ya'Qub, Media dakwah terbagi menjadi lima macam:

- a. Lisan/verbal secara tatap muka
- b. Tulisan
- c. Visual/Gambar
- d. Perbuatan /aktualisasi akhlak
- e. Audio Visual / Suara dan Gambar (Aziz, 2018:120)

Dalam masanya, dakwah pertama kali dilakukan secara tatap muka langsung bersama mad'u, metode ini sangat efektif karena *da'I* mendapatkan

respon secara langsung didalam pertemuan. Apabila kita cermati, dakwah tatap muka adalah media yang cukup murah, praktis dan strategis (Rakhmawati, 2016:54). Seiring berjalan waktu, media cetak mulai menjamur menjadi sebuah penyampai informasi, lalu *da'I* mulai masuk untuk dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan media cetak seperti majalah, karya tulis ilmiah, buku, hingga surat kabar. Lalu adapun media visual sebagai alat atau media dakwah dengan menggunakan lukisan, foto, poster dan lain-lain. Sekaligus mengikuti perkembangan zaman, media dakwah dengan aktualisasi akhlak atau dengan perbuatan senantiasa hadir dalam setiap perkembangan zaman yang massif .

Perkembangan media tidak berhenti sampai disana, saat ini masyarakat menjadi pengguna teknologi digital yang berbasis audio visual maka *da'i* kembali masuk dan menyesuaikan strategi dalam berdakwah. Generasi muda saat ini banyak yang menghabiskan waktu bersama media sosial namun tidak menutup kemungkinan orang yang dewasa pun menggunakannya sehingga *da'i* dapat menyebarkan dakwahnya menggunakan media tersebut (Mardiana, 2020:150) Strategi dakwah mendapat perubahan yang signifikan dan tidak kaku. Berdakwah saat ini dengan dahulu jelas berbeda, dakwah sekarang tidak harus selalu *da'i* bertatap muka langsung dengan *mad'u*. Bahkan berdakwah saat ini bisa dilakukan dengan media internet dengan memanfaatkan media sebagai mediator dalam menyampaikan nilai dan pesan dakwah serta pesan moral yang baik.

Kegiatan dakwah yang dahulu hanya berfokus kepada pengajian-

pengajian yang bersifat langsung dengan bertatap muka antara *da'i* dan *mad'u* seperti kegiatan tabligh akbar saat ini bisa dilakukan secara lebih fleksibel dan efisien dengan memanfaatkan Internet (media social) yang menyajikan produk audio visual streaming seperti youtube, Instagram, tiktok, facebook dsb.. Cara ini marak digunakan oleh generasi muda yang secara kultur sosiologis dan antropologis berbeda dengan orang tua. Generasi muda lebih banyak menghabiskan waktu bersama telepon seluler.

Dakwah memiliki tujuan mulia yang sampai saat ini masih ditanggung kita sebagai *da'i* sebab risalah Rasulullah harus terus berjalan. Tujuan dari dakwah adalah membuat tatanan *khairu ummah* atau umat terbaik sebagaimana Rasulullah dahulu menciptakan negara Madinah dan Makkah. Hasil dakwah beliau membuat kondisi masyarakat maju dan berakhlakul karimah. Akhlak karimah merupakan *outcome* dari seorang muslim yang berakidah dan mempelajari syariat dengan benar. Akhlak termasuk pilar islam yang menunjukkan eksistensi, dan gambaran normatif islam yang mana akhlak adalah yang telah terpupuk dalam jiwa, hingga menjadi kepribadiannya (Nata, 2013:4).

Manusia memiliki dua unsur yang saling bertolak belakang yaitu akhlak baik dan buruk. Seharusnya manusia bisa menghindari akhlak buruk karena akhlak adalah cerminan dari perilaku hidup manusia. Maka dari itu, Rasulullah SAW diutus untuk memperbaiki akhlak manusia karena telah banyak menyimpang dari pada fitrah manusia.

Manusia seharusnya mengikuti ajaran Allah dan Rasul agar tercipta

akhlak karimah yang sesuai dengan keinginan Allah. Akhlak tidak semata-mata dikerjakan menyesuaikan hawa nafsu, karena Ketika manusia menjalankan akhlak maka hidupnya bukan lagi sesuai dengan keinginannya melainkan sedang menjalankan hidup dan berakhlak sesuai dengan kehendak dan keinginan Allah SWT. Maka dari itu, akhlak harus dikerjakan dengan ikhlas tanpa paksaan sebab Allah telah berfirman dalam Al-Quran bahwa tidak ada paksaan dalam berislam, bukan karena takut masuk neraka atau hanya untuk memenuhi kepentingan duniawi manusia.

Pada dasarnya menurut Imam Ghazali akhlak dibagi menjadi dua bagian utama yaitu :

- Akhlak seorang hamba dengan Tuhannya (*Hablum Minallah*)
- Akhlak seorang hamba dengan sesama manusia (*Hablum Minannas*)

Manusia yang merupakan seorang khalifah harus memiliki akhlak sesuai dengan tuntunan dan ajaran Allah agar dapat memakmurkan bumi sesuai yang tertulis dalam Al-Quran yang menjelaskan tugas, fungsi serta peran kita sebagai manusia. Dalam hadits dikatakan “*Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak.*” (HR.Baihaqi)

Saat ini media internet adalah media penyampai informasi yang tercepat dan akurat dan diminati mayoritas masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan hadirnya media internet, sebuah berita dapat menyebar luas dalam hitungan detik sehingga sangat efektif dan efisien untuk menyebarkan pesan. Internet adalah suatu media dengan perkembangan yang sangat dinamis dan

menduduki urutan paling atas di deretan media massa yang sudah ada.

Di era globalisasi dengan perkembangan teknologi yang masif menjadi suatu tantangan baru untuk *da'i* membungkus isi pesan dakwah agar bisa menghadapi perkembangan zaman. Baik disadari maupun tidak manusia saat ini dihadapkan dengan berbagai pilihan di era teknologi informasi. Dakwah yang dahulu menggunakan metode tabligh, ditengah gempuran teknologi informasi yang serba cepat harus memanfaatkan produk dari perkembangan zaman agar lebih efektif, objektif dan langsung menuju pada inti persoalan. Namun, pendekatan ceramah juga masih bisa digunakan.

Media merupakan suatu yang telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Globalisasi masuk menjadikan media-media yang telah dianggap kuno dan membosankan mulai beranjak ditinggalkan demi memenuhi kebutuhan *mad'u* yang semakin beragam. Maka, dengan menggunakan media baru hasil dari produk globalisasi untuk meningkatkan kualitas informasi yang mengandung nilai agamis agar manusia mampu melawan arus globalisasi yang semakin pesat perkembangan dengan berbagai macam media baru bermunculan yang cepat, efektif dan efisien.

Media informasi yang sudah ada dikalangan masyarakat seperti televisi, radio , dan internet akibat kemajuan teknologi informasi yang masif. Manusia tidak bisa menolak bahwa realitas akan dijajaki teknologi yang seakan hendak mendirikan sebuah imperium yang absolute dan mengatur manusia dengan aturan-aturan yang mengikatnya (Kusnawan, 2004).

Medsos (Media sosial) menjadi platform baru yang hadir di tengah

masyarakat menjelma menjadi alat bertukar informasi yang sangat populer. Media sosial adalah wadah mempresentasikan pengguna mempresentasikan maupun berkomunikasi, bekerja sama, berbagi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Macam-macam jenis social media adalah facebook, twitter, Instagram dan youtube (Nasrullah, 2015)

Salah satu media sosial yang menjadi tempat bagi orang-orang yang memiliki minat yang sama, dan menjelma menjadi media sosial yang populer adalah YouTube. YouTube adalah platform media sosial yang menyajikan konten-konten audio visual yang di upload dari berbagai konten kreator dari seluruh penjuru negeri. Dengan menggunakan media Youtube, skup dakwah menjadi lebih luas, dan hal ini membuktikan bahwa media dakwah akan terus mengalami kemajuan. Berarti ini merupakan tantangan baru untuk da'i menjadi lebih kreatif dan inovatif untuk memanfaatkan media Youtube karena masyarakat banyak menggunakan media ini yang bisa menjadi sasaran dakwahnya. Berbagai macam konten di youtube dapat diakses seperti musik, film, olahraga, gaya hidup, dll. Dalam konten musik, banyak kreator yang menjadi musisi tanpa harus audisi. Dan sudah banyak yang sukses menyalurkan bakatnya melalui media youtube mengekspresikan diri dengan membuat karya hanya bermodal kreatif.

Di indonesia, musisi yang lahir dari Youtube cukup menarik simpati publik dan bahkan lebih banyak diminati. Musisi baru lahir dari berbagai macam genre sesuai dengan minat mereka dalam berkarya. Dan genre rap

hiphop menjadi genre yang sangat banyak diminati oleh pemuda karena ritme lagunya yang cukup cepat dan *nge-beat* sesuai dengan jiwa generasi muda yang masih penuh dengan semangat.

Selanjutnya ditemukan salah satu akun Youtube yang membuat lagu sendiri dengan genre rap atau hip hop, yaitu Ecko Show. Nama asli dari pemilik akun Youtube ini adalah Istianti Eko Poernomo, pria asal Gorontalo, yang berusia 36 tahun dan memulai karir sebagai seorang rapper sejak 2006. Dengan berbagai lagunya seperti Dunia Fana, Halalkan, Takbirap, Keadilan Yang Hilang, Suara Millennial, Murka Bumi dan lainnya yang ia unggah ke Youtube menjadi populer di kalangan rapper tanah air.

Alasan memilih akun Youtube ecko Show sebagai objek penelitian adalah karena genre lagu yang dibawakan adalah rap atau hip hop, yang jelas memiliki karakter music yang unik dan tidak umum dimasukan lirik yang banyak mengandung nilai-nilai kehidupan dan jika dilihat dari konteks dakwah, maka liriknya menjadi pesan dakwah. Liriknya yang nyentrik yang dibawakan dengan tempo yang naik turun cocok dengan kalangan anak muda. Dalam kurun waktu 16 tahun sejak 2006-2022 sudah mengunggah 91 video yang merupakan music klip lagunya baik solo maupun duet dengan musisi lainnya, dan beberapa video pendek dirinya. Subscriber akun Youtube Ecko Show berjumlah 974.000 subscriber dengan jumlah 168.010.820 kali ditonton.

Hal menarik lainnya adalah dalam beberapa lagu Ecko Show bermuatan pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam liriknya seperti Takbiran, Murka Bumi, Keadilan Yang Hilang dan lainnya. Dari beberapa lagu tersebut

maka penulis menetapkan lagu dalam channel Youtube Ecko Show yaitu, “Dunia Fana”. Berdasarkan lirik lagu, gaya Bahasa, cara penyampaian yang unik dari lagu hiphop, dan keterkaitan dengan situasi manusia yang terlalu disibukkan dunia, maka penulis akan meneliti lebih dalam mengenai bentuk analisis isi dalam judul penelitian : **“PESAN DAKWAH AKHLAK DALAM KLIP LAGU DUNIA FANA (Analisis Isi pada Channel Youtube Ecko Show)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memfokuskan pada pesan dakwah klip music pada channel youtube Ecko Show. Musik video adalah sebuah film pendek yang diiringi dengan musik, alur cerita dan konsep disesuaikan dengan jenis musik yang kemudian divisualisasikan.

Adapun rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana bentuk pesan akhlak pada video lagu Ecko Show?
2. Bagaimana imbauan pesan yang ada pada video lagu Ecko Show?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penyusunan masalah ini adalah :

1. Mengetahui bentuk pesan akhlak pada video lagu Ecko Show.
2. Mengetahui imbauan pesan pada video lagu Ecko Show.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis

Sebagai wujud kontribusi pengetahuan dan wawasan untuk penulis dan pembaca dalam pengembangan ilmu dakwah agar mampu tercipta tujuan dakwah yang efektif. Dan harapan penulis penelitian ini dapat menjadi suatu referensi tambahan dalam penelitian bagi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bentuk dedikasi dalam perkembangan ilmu dakwah
- b. Sebagai bentuk dedikasi kepada para pelaku dakwah dalam mengembangkan kreatifitas untuk menyusun dakwahnya melalui media lagu.
- c. Sebagai bentuk dedikasi kepada para kreator dan musisi dari berbagai macam genre seperti Pop, Rock, Dangdut, Jazz dan lainnya agar menciptakan lagu yang berkualitas.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dari hasil penelusuran yang dilakukan, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang sedang dikerjakan penulis, seperti berikut ini :

1. Skripsi yang berjudul “*Dakwah Melalui Media YouTube (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Video Cover Di Akun SMVLL)*”. Karya Gina Ivani Triyana Tahun 2019. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah

akun Youtube SMVLL dengan menganalisis lirik lagu yang di cover oleh SMVLL. Sedangkan penulis hendak mengambil akun Ecko Show untuk diteliti.

2. Skripsi yang berjudul “*Pesan Dakwah dalam Lirik Lagu : Analisis Isi pada Album Penasaran Karya Rhoma Irama*”. Karya Naufal Abdul Mufdilli Tahun 2021. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah lagu pada album rhoma irama dengan menganalisis pesan dakwahnya menggunakan teori analisis isi.
3. Jurnal yang berjudul “*Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Menyambut Lebaran Karya Pendhoza*” karya Ferdian Achsani dan Siti Aminah Nur Laila tahun 2019. Penelitian ini mengambil lirik sebuah lagu sebagai objek penelitian yang dikaji mendalam.
4. Skripsi yang berjudul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Grup Musik Vagetoz Album Kuatkan Aku*” karya Achmad Anwar Sjadad 2013. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama mengkaji lirik lagu untuk mendapatkan pesan dakwah.

2. Landasan Teoritis

a. Pesan

Pesan / *Message* adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa panduan dan pikiran dari perasaan seseorang yang dengan menggunakan lambanga bahasa atau lambang-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain (Effendi, 1989 : 224). Demi menganalisis pesan pada proses penyampaian pesan tersebut dapat diperhatikan

hubungannya dengan teori psikologi pesan mengenai organisasi, struktur, dan himbauan pesan. Demi memahami keterarahan informasi, menurut pandangan Jalaluddin Rakhmat (2007:294) :

1. Organisasi Pesan

Pada tahun 1952, Beighley meneliti berbagai hasil penelitian yang membandingkan efek pesan yang terorganisir dengan yang tidak terorganisir. Menurut Aristoteles terdapat 6 pola untuk Menyusun gagasan sang penyampai pesan, yaitu pola deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial dan topical.

Pada urutan deduktif diawali dengan menentukan gagasan utama, kemudian diperjelas dengan keterangan tambahan, kesimpulan dan bukti. Pola induktif kita menemukan rincian dan menarik kesimpulan. Pola kronologis, pesan disusun dengan berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa. Dan pola logis pesan diurutkan berdasarkan sebab lalu akibat atau sebaliknya. Pola spasial pesan disusun berdasarkan urgensitas topik dari yang penting ke kurang penting.

2. Struktur Pesan

Struktur pesan adalah susunan pokok dari gagasan yang menyatu menjadi kesatuan yang utuh. Dalam merancang struktur pesannharus memperhatikan sikap komunikasi terhadap pesan dan tujuan komunikator. Contohnya ditujukan kepada pro-kontra atau kontra-pro. Dalam struktur pro-kontra, komunikator lebih

mendahului argument atau gagasan yang sesuai dengan pendapat atau sikap khalayak dan argumen yang bertolak belakang dengan khalayak akan dipaparkan pada bagaian akhir, sedangkan kontra-pro adalah sebaliknya.

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah terbagi menjadi beberapa jenis jika merujuk kepada pembagian jenis pesan dakwah dari (Effendy, 2015:8), yaitu Pesan Informatif yang bertujuan untuk memberi wawasan kepada mad'u, Pesan Persuasif bertujuan untuk mempengaruhi mad'u terhadap pesan dakwah yang disampaikan, dan Pesan Instruktif bertujuan untuk memerintah mad'u melakukan sesuatu. Dan pesan dakwah yang dilihat dari segi substansi terbagi menjadi aqidah, syariat dan mualamah atau akhlak (Uwes Fatoni, 2018)

4. Imbauan Pesan

Apabila pesan yang disampaikan bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, maka pesan tersebut harus menyentuh motif yang mengarahkan perilaku komunikan. Dengan kata lain, secara psikologis memberi imbauan agar menerima dan melakukan gagasan yang dirumuskan. Imbauan yang dimaksud adalah imbauan rasional, emosional, takut, ganjaran dan motivasional. (Rakhmat, 2011:294)

b. Analisis Isi

Teori Analisis isi adalah metode yang digunakan untuk membahas suatu informasi secara mendalam untuk memperoleh penjelasan dan menarik sebuah kesimpulan melalui lambang, teks maupun symbol. Dengan kata lain analisis isi adalah metode yang digunakan oleh para untuk mendapatkan penjelasan yang ada dalam sebuah komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tanda, lambang, atau kriteria tertentu lainnya (Adipura, 2008).

Pelopori Analisis Isi adalah Harold D.Lasswell, dengan memelopori pengkodean tanda, dan menyusun catatan pesan dan lambang kemudian diberi penjelasan lebih mendalam dengan teknik interpretasi dari data yang sudah ada (Imam Suprayogo, Tobroni, 2006:6). Pada penelitian ini penulis menggunakan teori analisis isi dari O.R Holsti mengartikan analisis isi merupakan teknik menarik kesimpulan yang dilakukan secara objektif dengan identifikasi yang sistematis dari karakteristik tertentu suatu pesan (Holsti, 1968:608)

Penggunaan analisis isi ini biasa digunakan para peneliti untuk mendapatkan penjelasan dari isi wacana yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang. Analisis ini pun dapat digunakan untuk menganalisis isi informasi seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, music, iklan dan sebagainya (Suhaimi, 2006).

3. Kerangka Konseptual

Dakwah diambil dari akar kata (*da'a, yaud'u, da'watan*) yang berarti panggilan, undangan, panggilan atau doa. Sedangkan secara bahasa sebuah kata kerja yakni menyeru, membela, perbuatan atau perkataan yang dapat mengubah jalan hidup seseorang (aziz, 1997:26). Selain dari pada itu, dakwah juga diartikan sebagai upaya mengingatkan manusia dengan perjanjian di alam ruh atau persaksian manusia terhadap Allah SWT sebagai Tuhannya (Sukayat, 2009:2-3).

Perintah dakwah juga termaktub dalam Al-Quran Surah An-Nahl : 125.

Artinya : *“serulah manusia ke jalan Tuhanmu, dengan hikmah, pelajaran yang baik dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”* (Al-Quran, 16:125).

Manusia sering menganggap dakwah sebagai sebuah ajakan menuju jalan kebenaran untuk mencapai keselamatan (Basit, 2005:26). Namun, pada hakikatnya dakwah tetaplah proses islamisasi seseorang agar memeluk islam dan memperkuat keislaman.

Dakwah sangat relevan dengan komunikasi, yaitu memiliki persamaan unsur dan fungsi. Komunikator (*da'i*) menyampaikan pesan kepada komunikan (*mad'u*). serta unsur dakwah dan komunikasi memiliki kesamaan, yakni da'I, mad'u, maudhu, wasilah, dan metode.

Yang di dalam ilmu komunikasi disebut dengan komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek.

Pesan dakwah (*Maudhu*) yakni pesan yang harus disampaikan kepada mad'u terkait dengan ajaran islam, yaitu seluruh ajaran islam yang ada dalam Quran dan Sunnah (Anshari, 1993). Pesan dakwah yang umum dibawakan para da'i kepada mad'u secara umum diklasifikasikan menjadi suatu masalah pokok. Masalah pokok yang terjadi ditengah masyarakat adalah Akidah yang menjadi porsi terbesar bagi materi dakwah, diikuti masalah syariat sebagai pokok masalah yang kedua lalu masalah akhlak. (Sukayat, Ilmu Dakwah, 2015:26-27).

Secara garis besar pesan dakwah dikelompokkan menjadi dua bagian penting, yakni pesan utama yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah, pesan dari para sahabat nabi, ulama, hasil penelitian ilmiah, kisah dan hikmah pengalaman, berita dan peristiwa, karya sastra dan seni (Aziz, 2004:335-336).

Akhlak menurut bahasa ditarik dari bahasa arab yakni *khuluq* yang berarti karakter atau perangai. Dan sedangkan menurut terminologi akhlak adalah sifat, yang berada dalam jiwa manusia yang memiliki standar baik dan buruk. Dan pada dasarnya akhlak dibagi menjadi 2 yaitu akhlak karimah (baik/mulia), dan mazmumah (buruk/tercela). Manusia telah diberi potensi untuk membedakan mana perbuatan baik dan buruk secara umum, namun dalam islam terdapat standar yang lebih tinggi mengenai akhlak bahwa akhlak tidak hanya

berfungsi untuk hubungan antar manusia saja. Serta pesan dakwah tentang akhlak saat ini sudah banyak dibahas kembali karena melihat fenomena kemunduran akhlak dalam diri manusia, sehingga para da'I dan orang-orang yang menggunakan media sosial turut membahas akhlak.

Media merupakan suatu alat yang membantu manusia untuk menyampaikan sesuatu. Media yang kita ketahui ada media yang konvensional yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi dan sebagainya yang biasa kita sebut media massa. Media sosial adalah media baru dalam perkembangan teknologi informasi yang berbasis internet. Youtube adalah salah satu media yang banyak digunakan saat ini, youtube dapat memuat pesan dan menyebarkannya secara luas. Hal ini yang menyebabkan orang mendapatkan informasi dengan sangat mudah dimanapun.

Menurut Sianipar (2013), Youtube ialah sebuah penyimpanan data yang berisi ribuan konten berupa video yang populer di media sosial serta menyediakan banyak informasi yang berguna. Channel youtube Ecko Show dibuat untuk menumpahkan ekspresi melalui seni musik rap, dan memberi motivasi melalui lirik-liriknyanya.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Objek Penelitian

Sesuai dengan judul yang diambil oleh penulis, maka penelitian ini berlokasi di Akun Youtube Ecko Show.

b. Pendekatan dan Paradigma

Paradigma penelitian adalah kerangka metode berpikir untuk menjabarkan bagaimana perspektif peneliti terhadap fakta dan data, sikap peneliti terhadap ilmu dan teori-teori yang didirikan sebagai suatu perspektif radikal dari suatu ilmu pengetahuan yang menjadi masalah utama. (Ridha, 2020:62-70). Guba dan Lincoln menjelaskan (1988:89-115), “Paradigma Penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah , serta kriteria pengujian sebagai suatu landasan untuk menjawab masalah penelitian”. Paradigma yang digunakan oleh penulis adalah paradigma interpretatif yang menjelaskan pandangan dalam menyadarkan diri seseorang. Paradigma ini memfokuskan fenomena yang menggambarkan sebuah kejadian dalam lingkungan kelompok (Morissan, 2015:64).

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif dari kalimat tekstual, lisan maupun tingkah laku yang diamati (Moloeng, 2011:4). Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif adalah untuk membuat gambaran secara tersusun dan akurat tentang suatu fakta tertentu. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami tentang peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya dari segi perilaku, persepsi/dugaan, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic dan dengan mendeskripsikan dalam bentuk

kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moloeng, 2011:6)

c. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode analisis isi pada penelitian ini menurut L.J Moloeng (2011:6) adalah penelitian untuk mengetahui peristiwa apa yang terjadi pada subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata maupun lisan, pada lingkup alamiah khusus dan menggunakan berbagai metode alamiah.

Dengan menggunakan pengertian tersebut maka penulis akan memproses langsung penelitian ini dan secara aktif selaku peneliti utama dari karya pada channel youtube Ecko Show.

d. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata dan bukan merupakan angka-angka, serta bersumber dari data deskriptif, yakni teknik penulisan yang menjelaskan persoalan-persoalan berdasarkan data-data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk menarik kesimpulan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diambil. Sumber data ini dapat berupa benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data (Arikunto, 1998:116).

a. Data Primer

Data Primer yakni data utama dalam suatu penelitian. Data yang diperoleh langsung dari sumber yang utama yaitu lagu dari akun channel Youtube Ecko Show.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data-data yang secara tidak langsung menunjang kelengkapan data primer yang bersumber dari literatur-literatur yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti dan postingan-postingan yang juga relevan dengan penelitian.

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Teknik yang digunakan penulis antara lain :

a. Observasi

Observasi atau pengamatan untuk mendapatkan gambaran penelitian yang diambil dari lagu Dunia Fana pada channel youtube Ecko Show berupa gaya bahasa, dan analisis gambar screenshot dari video klip lagu.

b. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan analisis dokumen, yakni dengan menggunakan lirik dan *screenshot* beberapa adegan dalam akun youtube Ecko Show dari lagu Dunia Fana yang diambil untuk dianalisis sebagai objek penelitian.

f. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data adalah unsur yang tidak mungkin lepas dari metode penelitian kualitatif. Hal ini dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan itu ilmiah atau tidak sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Teknik triangulasi merupakan alat pengujian kredibilitas data. Menurut William Wiersma (1996) triangulasi adalah teknik menguji kredibilitas yang diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai macam sumber dan waktu. Ada tiga macam triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (sugiono, 2009).

Triangulasi dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memeriksa data kepada sumber melalui observasi, dan dokumentasi tentang lagu dari channel youtube Ecko Show. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis maupun interpretative dari sebuah penelitian (Mekarisce, 2020:150).

g. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif, yaitu dengan menjabarkan teks lirik lagu yang ada pada channel youtube Ecko Show dan mencari lirik yang bermuatan pesan dakwah. Ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1) Reduksi data

Reduksi data adalah sebagai sebuah proses pemilihan dan pemusatan fokus pada penyederhanaan dan transformasi data yang didapat dari pengamatan.

2) Penyajian data

Penyajian data merupakan informasi yang terkumpul secara sistematis yang memungkinkan untuk dapat ditarik kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3) Penarikan simpulan

Dari data yang sudah terkumpul peneliti akan menarik sebuah kesimpulan yang masih bersifat sementara. Namun, apabila kesimpulan pertama disertai data bukti-bukti yang cukup kuat maka kesimpulannya dapat dikatakan valid. Lalu ada proses verifikasi sebagai langkah akhir untuk memeriksa apabila ada kekeliruan data ataupun simpulan.