

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era digital seperti hari ini terjadi banyak perubahan dalam berbagai macam aspek kehidupan manusia. Seperti hal-hal yang bersifat konvensional namun seiring perkembangan zaman mulai memasuki dunia *digital*. Salah satunya adalah dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

Dakwah sebagai salah satu kegiatan yang diwajibkan oleh Allah Swt. bisa dilakukan dengan kondisional, secara perorangan atau berkelompok. Dengan fungsi menyampaikan nilai-nilai keagamaan membuat dakwah selalu menjadi sorotan dalam setiap pelaksanaannya, baik dari segi materi, media, subjek dan lain sebagainya. Keharusan seorang muslim dan muslimah untuk berdakwah telah termaktub dalam Al-Qur'an surah Yasin ayat 17 Allah berfirman:



“Dan kewajiban kami tidak lain hanyalah menyampaikan (perintah Allah) dengan jelas.” (Terjemah Q.S. Yasin [36] : 17 Kementerian Agama RI)

Seperti yang sudah sering kita dengar bahwa dakwah yaitu sebuah ajakan atau seruan kepada kebenaran yang sudah ada sejak zaman Nabi pertama yakni Adam as. turun ke muka bumi ini dan terus berkembang hingga masa kini. Karena pada hakikatnya dakwah disebut juga sebagai bagian dari proses Islamisasi atau *Islamization Process* (Tata Sukayat, 2015:7

Menurut Abdul Munir Mulkan yang dikutip oleh Tata Sukayat (2015:9) mendefinisikan bahwa dakwah ialah sebuah proses mengubah perspektif seorang umat dari satu situasi ke situasi lainnya yang lebih baik dari berbagai aspek kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik itu bersifat pribadi, keluarga maupun bermasyarakat, sebagai sesuatu keseluruhan tata kehidupan bersama.

Merujuk pada definisi tersebut jika dikaitkan dengan perkembangan zaman maka memiliki makna yang selaras karena pada dasarnya di setiap zaman akan mengalami perubahan pola, teknik bahkan media yang digunakan untuk melakukan kegiatan dakwah.

Karena jika melihat pada sejarah dakwah, ajakan untuk memeluk agama Islam pertama kali dilakukan secara tertutup atau sembunyi-sembunyi lalu setelah masa itu, berganti menjadi lebih terbuka atau terang-terangan. Maka dapat dikatakan bahwa dakwah senantiasa berkembang mengikuti zamannya. Dakwah pada hari ini telah berkembang pesat mengikuti zaman penyampaiannya sudah tidak lagi pada ruang-ruang khusus dan dilakukan diatas mimbar saja. Namun sudah merambah ke arah yang lebih modern menggunakan media-media lainnya, seperti media cetak contohnya novel, majalah dan lain sebagainya. Media elektronik contohnya televisi dan terakhir media sosial yang saat ini ramai dipakai oleh khalayak, contoh media sosial yang populer digunakan adalah Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan masih banyak lagi.

Setiap zaman memiliki ciri khas tersendiri dalam setiap kegiatan dakwah. Dakwah hari ini bisa saja sangat berbeda jika dibandingkan dakwah pada dua tahun silam. Dakwah di era digital seperti hari ini, didalamnya terdapat kelebihan dan kekurangan. Salah satu kelebihan dari dakwah di era digital adalah banyak peluang untuk *da'i* menyampaikan tugasnya sebagai seorang pendakwah dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman, tidak terkurung dalam ruang-ruang kegiatan acara-acara khusus saja yang diadakan tiap tahunnya. Tapi dibalik itu semua pasti ada kekurangan yang harus diperhatikan, seperti pemilihan tata bahasa, dalil-dalil yang digunakan dan cara seorang *da'i* menyampaikan pesan-pesan keislaman sehingga bisa diterima oleh *mad'u*.

Sejak awal kemunculannya hingga saat ini perkembangan internet di dunia memang tidak bisa pandang sebelah mata. Dampak positif juga negatif berdatangan silih berganti, salah satunya dengan internet tentu saja memudahkan kita untuk berkomunikasi, mencari relasi, dan menyebarkan informasi dengan cepat dan mudah. Banyak juga yang mengatakan bahwa internet bisa mendekatkan yang jauh namun menjauhkan yang dekat.

Media sosial menjadi salah satu ruang yang digunakan oleh banyak orang di internet untuk berbagai keperluan masing-masing individu. Salah satunya adalah dalam ruang untuk dakwah. Media sosial yang banyak di gunakan oleh masyarakat membuat pola dakwah yang sudah ada sejak dulu, mulai berubah dan mengikuti perkembangan zaman. Media sosial juga dianggap sangat tepat dan efektif untuk digunakan

dalam aktivitas berdakwah. Sebagaimana dilansir dari website kominfo.go.id yang diakses pada tanggal 24 Juni 2021 menurut hasil survey yang diadakan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen pada tahun 2018 dan pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 21 Juta pengguna, di tahun 2021 naik kembali menjadi 25,5 Juta pengguna.

Maka dengan jumlah yang sedemikian banyak, aktivitas dakwah di internet harus dikembangkan dan dikelola dengan baik. Karena seperti yang kita tahu bahwa dakwah Islam tidak hanya bisa disampaikan lewat lisan saja, tetapi juga bisa melalui media-media lainnya, contohnya media yang lebih modern seperti media sosial. Media sosial bisa digunakan untuk berdakwah lewat lisan, tulisan, bahkan sebuah *audio* dan *video*.

Salah satu aplikasi bagian dari media sosial yang banyak digunakan khalayak adalah Youtube. Youtube merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi video atau bisa juga hanya untuk menonton. Dengan konsep audio-visual yang dipakainya, mengutip dalam *website* globalmediainsight.com pada tahun 2022 youtube menjadi aplikasi video favorit dengan jumlah sekitar 2,6 miliar orang didunia menggunakan youtube setiap bulannya. Menjadikan eksistensinya di dunia internet sangat baik. Dengan fitur *like*, *comment*, *subscribe*, *share*, *download*, membuat pengguna youtube semakin dimanjakan dengan berbagai fitur di dalamnya. Apalagi sejak adanya fitur baru seperti youtube *kids*, youtube

music bahkan youtube *premium* membuat semakin banyak orang yang nyaman menggunakan aplikasi ini.

Youtube didirikan pertamakali pada tahun 2005 dengan *Beta test* yang diluncurkan pertamakali pada bulan Mei dan melakukan *official launching* di bulan November. Youtube merupakan aplikasi yang dirancang oleh tiga mantan pegawai PayPal, yakni Jawed Karim, Steven Chen dan Chad Harley. Video pertama yang di upload di Youtube berjudul “*Me at The Zoo*” yang didalamnya berisi Jawed Karim sedang berada di kebun binatang San Diego. (Liliweri, 2015 : 304)

Di Indonesia sendiri angka pengguna Youtube sangat tinggi di banding media sosial lainnya. Berdasarkan hasil riset *HootSuite* dan *We Are Social* dilansir dalam website suara.com yang diakses pada tanggal 24 Juni 2021 Youtube juga di nobatkan menjadi salah satu media sosial terpopuler yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Youtube juga berhasil menarik 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total populasi pengguna internet di seluruh dunia dengan rentang usia 16-64 tahun.

Dari awal kemunculan Youtube merupakan media sosial yang memiliki daya tarik tersendiri, di mulai dari fungsi dan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya yang menjadi daya pikat untuk anak-anak muda menggunakan aplikasi ini. Namun dewasa ini, Youtube semakin menjadi sorotan karena siapa saja bisa mengakses dan menjadi pengguna dimulai dari anak umur enam tahun hingga lansia umur 64 tahun. Youtube juga

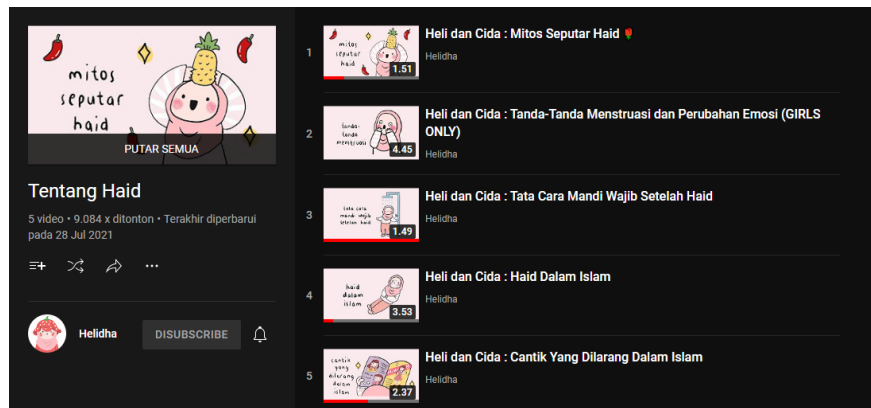
bukan hanya digunakan untuk menonton video-video hiburan saja, tapi juga bisa digunakan untuk mendapatkan informasi. Selain fungsi-fungsi positif yang ada di dalamnya, banyak juga hal-hal negatif. Seringkali beberapa oknum tidak bertanggungjawab membagikan video-video yang tak layak di tonton, seperti video yang mengandung konten dewasa, menunjukkan pergaulan bebas dan masih banyak lagi. Dalam konteks ini, sebagai seorang muslim yang memiliki tugas untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dan mengajak kepada kebenaran. Maka seharusnya umat muslim menggunakan perkembangan zaman ini dengan memanfaatkan media sebaik mungkin.

Karena banyaknya kemudahan untuk mengakses Youtube, menjadikan peluang untuk para pelaku dakwah untuk melaksanakan tugasnya yakni menyebarkan pesan-pesan keislaman dan kebenaran. Saat ini sudah banyak sekali para pema agama yang memiliki akun Youtube pribadi dengan konten-konten beragam dan juga bermanfaat. Seperti Ustad Hanan Attaki, Ustad Felix Siauw, Ustad Abdul Somad, Ustad Aang Ridwan dan juga akun-akun seperti Yufid.TV, Lampu Islam, Helidha, dan masih banyak lagi.

Konten-konten yang di bagikan dengan berbagai jenis dan durasi yang berbeda-beda membuat youtube memiliki daya tarik tersendiri. Menjadikan youtube salah satu media yang efektif dan tepat untuk dijadikan sarana dakwah. Apalagi melihat situasi hari ini virus dimana-mana, kegiatan dakwah yang dibatasi membuat Youtube menjadi media

yang sering diakses dan digunakan karena bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Karena *mad'u* di media sosial yang beragam umurnya dan latar belakang pendidikan dan kehidupan sosialnya serta kebanyakan penggunaannya adalah anak muda, maka pemilihan diksi dan penggunaan bahasa yang dipakai oleh para *da'i* pun harus bahasa-bahasa populer yang mudah dipahami dan dicerna dengan baik.

Kanal youtube Helidha adalah salah satu yang tergolong baru, bergabung dengan Youtube sejak tanggal 4 mei 2020 dan kini sudah memiliki sekitar 333 ribu *subscriber*, juga telah memposting sekitar 68 video dengan tema yang berbeda-beda. Hingga saat ini masih konsisten membuat konten-konten menarik dengan gambar dan tulisan hasil karyanya sendiri. Kanal Youtube Helidha sendiri merupakan singkatan dari nama tokoh kartun yang menjadi tokoh utama pada setiap videonya, yakni Heli dan Cida. Heli merupakan gadis berhijab dan Cida merupakan seekor kucing peliharaannya dan saat ini sudah bertambah satu karakter bernama Taro yang melengkapi konten dakwah di kanal Youtube Helidha. Kanal Youtube ini banyak membahas tema-tema tentang keperempuanan, termasuk didalamnya fiqh perempuan. Akun yang dikelola oleh seorang *Doodler* dan *Graphic Designer* bernama Helidha ini sangat aktif membuat konten dan *design*, selain itu ia juga aktif berdakwah di akun *Instagram* @qurandansenja.



Gambar 1.1
Kanal Youtube Helidha

Dakwah menggunakan media sosial terkhusus Youtube dinilai sangat tepat apalagi untuk kalangan anak muda, dengan konten-konten yang baik juga tepat tentunya. Dari pemilihan diksi, tema, harus selaras dengan keadaan hari ini. Oleh karena itu, kanal Youtube Helidha hadir dengan daya tarik sendiri, berisi video animasi karya pribadi yang dibuat dengan sangat menarik dan tema-tema video dibuat se-simple mungkin namun pengemasannya yang lucu dan unik membuat kanal youtubanya mudah diingat dan banyak dikunjungi, hal ini terlihat dari banyaknya jumlah subscriber dan viewers disetiap video unggahan, selain itu juga karena durasi singkat dan materi yang padat membuat pesan-pesan yang ingin disampaikannya sangat mudah dipahami.

Dari uraian diatas ada beberapa hal menarik yang harus diteliti, yakni mengenai isi pesan dakwah tentang fiqh perempuan dan juga bentuk penyajian yang menggunakan teks dan gambar unik pada video animasi kanal Youtube Helidha dalam melaksanakan dakwahnya di media sosial saat ini. Selain itu, juga karena tema-tema dakwah yang dipilih sangat

relevan dengan permasalahan yang sering terjadi di masyarakat, terlihat dari beberapa komentar yang tercantum dalam video-videonya. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengambil sebuah masalah mengenai isi pesan dakwah dan bentuk penyajian pesan dakwah tentang fiqh perempuan. Yang keberadaanya sangat penting dan berdampak positif untuk kemajuan *syi'ar* Islam.

B. Fokus Penelitian

Melihat uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini hanya pada ranah isi pesan dakwah tentang fiqh perempuan yang tertuang dalam kanal youtube Helidha yaitu mengenai:

1. Bagaimana isi pesan dakwah tentang Fiqh perempuan yang tertuang pada video animasi kanal Youtube Helidha?
2. Bagaimana bentuk penyajian pesan dakwah tentang Fiqh perempuan pada video animasi kanal Youtube Helidha?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitiannya adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah tentang Fiqh perempuan yang tertuang pada video animasi kanal Youtube Helidha.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk penyajian pesan dakwah tentang Fiqh perempuan pada video animasi kanal Youtube Helidha.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan terdapat kegunaan dan manfaat yang terkandung di dalamnya dari sebuah hasil penelitian baik secara akademis maupun praktis. Berikut merupakan kegunaan dari penelitian ini:

1. Secara Akademis

Teori-teori ilmu dakwah merupakan salah satu yang banyak dikembangkan dalam penelitian ini terkhusus pada ranah *dakwah bil I'lam* di media sosial. Selain itu juga memberikan sebuah gambaran lebih lanjut untuk dapat terus memberikan motivasi kepada peneliti dalam upaya memperdalam pengkajian lebih mendalam dan mampu memperkaya juga memperdalam teori-teori pesan dakwah dalam ruang lingkup komunikasi dan ilmu dakwah.

2. Secara Praktis

Dalam Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan sebuah sumbangsih pada pemikiran dalam upaya meningkatkan dan menyebarkan syi'ar islam melalui media, terkhusus media sosial yang semakin hari semakin berkembang pesat mengikuti arus zaman dan tak lupa dapat pula memberikan sebuah pengetahuan baru kepada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam memperdalam penelitian lebih lanjut.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teori

a. Teori *New Media*

Teori *New Media* atau teori media baru merupakan salah satu dari dua teori media setelah teori media klasik yang dikembangkan oleh beberapa ilmuwan seperti Marshall McLuhan dan Dennis McQuail. Marshall McLuhan mungkin yang banyak dikenal dan menarik perhatian dengan gagasan-gagasan unik yang dicetuskannya tentang pentingnya sebuah media baru sebagai media.

Penelitian ini berlandaskan pada sebuah teori yang banyak dikembangkan oleh dua ilmuwan tersohor yakni Marshall McLuhan dan Dennis McQuail. Dalam pemikiran dasar McLuhan tentang media, ia mengatakan bahwa media elektronik atau teknologi komunikasi yang manusia pakai bisa mengubah dan memengaruhi penggunanya dengan signifikan. Pemikiran tersebut hingga kini terkenal dengan sebutan teori media. Contoh kasusnya seperti televisi yang banyak memengaruhi aspek kehidupan kita, media pribadi (misalnya *iPod*) banyak mengubah selera masyarakat, media sosial atau dunia maya yang juga banyak memengaruhi masyarakat dari berbagai aspek terlepas dari situs apa yang orang kunjungi. Dari gagasan-gagasan diatas inilah terlahir teori *new media* yang diaplikasikan dalam bentuk teknologi komunikasi yang disebut dengan internet.

Konsep pemikiran yang dicetuskan langsung oleh McLuhan dalam teori *new media* ini disebut dengan *global village* (desa global) dan media sebagai penolong perpanjangan manusia. Maksud dari konsep desa global dalam teori ini bahwa media baru akan menjadikan orang-orang untuk terlibat lebih banyak dalam kehidupan orang lain. Kehadiran *new media* ini dapat mengubah sebuah proses komunikasi menjadi lebih global, sehingga menyebabkan dunia saat ini seperti yang disebut McLuhan dengan *global village*. Hal ini mengandung arti bahwa teknologi komunikasi tidak hanya menghantarkan sebuah informasi saja, karena teknologi komunikasi juga dapat mengubah hubungan relasi antara manusia dengan dunia mereka secara fundamental, selain itu juga dapat mendorong kita untuk membentuk sebuah makna baru untuk berbagai hal baru yang kita jumpai melalui media seperti halnya dalam media baru atau *new media*. (Haris Munandar, et al., 2016 : 423-430)

2. Kerangka Konseptual

a. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan sebuah istilah yang sudah banyak dibahas terdiri dari dua suku kata yang berbeda, yakni pesan dan dakwah. Pada dasarnya pesan merupakan sebuah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik) baik secara langsung maupun melalui sebuah media yang menghantarkan. Dalam sebuah pesan biasanya diikuti langsung oleh motif atau tujuan tertentu dari seorang komunikator. (Purwasito, 2017: 103-109)

Selain itu, pesan juga merupakan suatu elemen yang paling mendasar dalam sebuah komunikasi. Berhasil atau tidaknya sebuah program komunikasi dilihat dari pesan yang disampaikan komunikator dapat mengubah pengetahuan, sikap, maupun perilaku komunikannya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan adanya suatu strategi komunikasi, jangkauan pesan komunikasi, perencanaan pesan komunikasi, dan etos komunikator.

Sedangkan dakwah menurut pandangan Tata Sukayat (2015:8) pada bukunya Ilmu Dakwah yang menjelaskan pengertian dakwah dalam perspektif para ulama. Menurut Ibnu Taimiyyah dakwah ialah sebuah seruan kepada al-Islam dengan tujuan beriman kepada Allah dan mengikuti ajaran yang telah disampaikan, membenarkan juga menyampaikan berita atau ajaran yang telah mereka sampaikan dan menaati seluruh perintah-Nya.

Dakwah adalah denyut nadi Islam yang mana berbentuk sebuah kegiatan peningkatan keimanan berdasarkan syari'at Islam. Dakwah juga merupakan sebuah proses yang memiliki banyak metode dan cara untuk dapat disampaikan dan diterima oleh umat.

Dari pengertian pesan dan dakwah diatas Dalam *Jurnal Prophetica : Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting* (Ulistiani et al., 2018) menerangkan bahwa pesan dakwah merupakan sekumpulan beberapa macam informasi dari berbagai macam sumber dalam sebuah dakwah atau seruan yang mengacu kepada ajakan

positif atau kebaikan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Pada dasarnya, setiap pesan yang terkandung dalam sebuah kegiatan tertentu dapat dijadikan sebuah pesan dakwah selama pesan tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Dalam Jurnal *Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Nurjanah et al., 2020) menjelaskan tentang karakteristik pesan dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an merupakan cara menyampaikan pesan secara baik, sehingga ajaran dakwah atau ajaran keislaman dapat masuk ke dalam hati pendengar, selain itu pengolahan bahasa dakwah yang mengandung kata-kata bijak, baik, mudah dipahami, dan suci.

b. Fiqh Perempuan

Menurut Jufri (2014: 278-297) mengatakan bahwa fiqh perempuan memiliki dua konsep makna. Pertama, fiqh perempuan ialah hukum-hukum amaliyah dalam melaksanakan syariat Islam, misalnya dalam masalah wali nikah bagi kaum perempuan yang akan melangsungkan perkawinan. Kedua, fiqh perempuan ialah kumpulan dalil-dalil tentang hukum, misalnya dalil tentang kepemimpinan kaum perempuan. Dari dua pengertian ini, maka dapat dirumuskan bahwa fiqh perempuan merupakan sebuah pemahaman terhadap hukum dan dalil yang berkaitan langsung dengan kaum perempuan dalam melakukan aktivitasnya.

Salah satu hal sakral yang dibahas dalam fiqh perempuan adalah hal yang ber sifat kodrati, seperti menstruasi atau haid. Di dalam fiqh Islam istilah menstruasi disebut juga dengan "haid". Haid berasal dari bahasa

arab yaitu *masdar* dari kata *ha-dha, yahi-dhu, haidon*, misalnya *hadlatil mar'atu* (perempuan itu sudah haid). Dalam lingkup bahasa haid diartikan sebagai air yang mengalir. Sedangkan menurut istilah *syara'*, haid ialah darah yang keluar dari ujung rahim perempuan ketika sehat, bukan semasa melahirkan bayi atau bukan semasa sakit. Dan daerah tersebut keluar dalam masa yang tertentu. (MUI. 2016:13)

c. Animasi

Animasi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *animo* yang memiliki arti sebuah hasrat, keinginan atau minat. Animasi pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang menggabungkan antara dua hal yakni unsur seni dengan teknologi. Sebagai sebuah disiplin ilmu seni ia sangat erat kaitannya dengan aturan, hukum dan dalil yang mendasari keilmuan itu sendiri, yaitu prinsip animasi. Sedangkan teknologi untuk menunjang keilmuan itu sendiri adalah sebuah perangkat yang dapat merekam hasil dari seni animasi tersebut. Contohnya seperti kamera film atau video, perekam suara, perangkat komputer, serta sumber daya manusia. Semuanya bersinergi hingga terbentuklah sebuah karya animasi seperti pada umumnya. (Soenyoeto. 2017:1)

d. Youtube

Youtube merupakan sebuah situs mesin pencari kedua yang paling banyak digunakan di dunia. Artinya ketika orang mencari sebuah informasi, selain Google mereka biasanya juga akan memanfaatkan

aplikasi Youtube. Jadi, akan sangat baik kalau bisnis bahkan sebuah informasi disebar di Youtube. (Helianthusonfri. 2016:4).

Maka dakwah menggunakan Youtube merupakan salah satu hal baik yang harus dicoba karena dengan Youtube pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i dapat tersampaikan lebih efektif selain itu juga jika mengutip dari buku Jefferly Helianthusonfri yang berjudul *Youtube Marketing* bahwa zaman sudah berubah, generasi muda sekarang yaitu generasi Y dan Z, cenderung lebih menyukai konten dalam bentuk visual atau audio visual. Dan youtube menjadi wadah yang tepat karena menyediakan konten-konten audio visual.

3. Hasil Penelitian Yang Relevan

Dilihat dari penelitian sebelumnya, ada sekitar tiga penelitian yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Maka dari itu, peneliti mengkaji beberapa penelitian sebelumnya untuk menjadi bahan perbandingan, acuan dan menghindari adanya plagiasi dalam penelitian ini. Skripsi-skripsi tersebut peneliti rangkum dengan singkat dan jelas, sehingga memudahkan peneliti untuk memahami maksud dan tujuan dari penelitian tersebut. Ketiga penelitian itu adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Pesan Dakwah tentang Disabilitas dalam Serial Animasi (Analisis Isi Pada Youtube Nussa Official) oleh Lisanulhal Hayati Qurota A'yun,	Menggunakan metode analisis isi dan meneliti animasi pada channel youtube	Objek yang diteliti pesan dakwah tentang Disabilitas, sedangkan peneliti meneliti pesan dakwah tentang

	Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021.		fiqh perempuan
2.	Pesan Dakwah dalam Animasi Dalang Pelo Karya Nur Alif Ramadhan (Analisis Semiotik dalam Animasi pada channel youtube Dalang Pelo) oleh Ika Rahmatika, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021.	Menggunakan video animasi di youtube sebagai lokasi penelitian	Metode yang digunakan analisis semiotik
3.	Analisis Pesan Dakwah dalam Film Animasi dan Omar dan Hana oleh Rahmat Firdaus, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry Aceh, 2019.	Menggunakan metode analisis isi dan meneliti animasi	Fokus penelitian lebih menyeluruh tentang kategorisasi dan bentuk penyajian yang membahas aqidah, syariah, akhlak.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek yang diteliti adalah Kanal Youtube Helidha yang di dalamnya terkandung pesan-pesan dakwah tentang fiqh perempuan dengan fokus penelitian seperti yang sudah tertuang diatas yakni pada isi pesan dakwah dan bentuk penyajian pesan tentang fiqh perempuan yang disampaikan kepada *mad'u* (langganan/*subscriber* kanal Youtube Helidha).

Pemilihan kanal Youtube Helidha sebagai objek penelitian disebabkan karena keunikan yang terkandung dalam kanal Youtube tersebut. Durasi singkat, dengan karakter yang unik dan lucu menjadi daya tarik tersendiri.

Selain hal itu, di dalamnya juga terdapat banyak sekali pesan-pesan dakwah yang bisa diteliti dan dimaknai dengan baik. Maka dari itu, penelitian tertarik untuk menjadikan video animasi pada kanal Youtube Helidha sebagai objek penelitian.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan perspektif riset yang banyak digunakan peneliti dan berfungsi sebagai acuan dalam penelitian untuk melihat sebuah realita, mempelajari fenomena dan juga cara-cara yang digunakan dalam sebuah penelitian. Paradigma penelitian menentukan masalah apa yang akan dituju dan tipe penjelasan apa yang dapat diterima. (Fitrah, dkk. 2017).

Penelitian pesan dakwah tentang fiqh perempuan pada video animasi kanal Youtube Helidha ini menggunakan paradigma interpretif karena untuk memahami dan mendeksripsikan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam video animasi kanal Youtube Helidha. Mengutip dari Metode Penelitian Kualitatif karya Asfi Manzilati (2017:4) dijelaskan bahwa menurut pendapat Sarantakos paradigma ini merupakan sebuah paradigma yang berupaya memahami sifat dan perilaku manusia juga memberikan penekanan kepada peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman. Dalam paradigma ini juga dijelaskan sebuah proses penalaran yang dipakai adalah induktif, yang berjalan spesifik menuju umum, dari yang konkret menuju abstrak. (Haryono, 2020: 15).

Selain menggunakan paradigma interpretif dalam penelitian ini juga, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena analisis yang dijadikan

masalah pada objek penelitian ini masih belum ada yang membahasnya dan juga bertujuan untuk memperoleh pengertian juga pemahaman tentang pesan dakwah tentang fiqh perempuan yang tertuang dalam video animasi pada kanal Youtube Helidha secara mendalam dan terperinci. Selain itu, pendekatan kualitatif juga ditampilkan dengan bentuk deskriptif dan memiliki pengaturan secara alami sebagai sumber langsung data, peneliti sebagai instrumen kuncinya selain itu prinsip dari pendekatan kualitatif adalah untuk memahami objek yang diteliti secara lebih mendalam. (Rukajat, 2018: 4).

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memakai metode penelitian analisis isi (*content analysis*) dengan tujuan untuk menemukan pesan-pesan dakwah tentang fiqh perempuan yang terkandung dalam video animasi kanal Youtube Helidha. Selain itu juga, analisis isi merupakan salah satu metode penelitian utama dari rumpun ilmu komunikasi dan menjadi salah satu metode yang mempelajari isi media baik cetak maupun visual seperti surat kabar, radio, film, grafiti, iklan, surat pribadi, buku, kitab suci, dan selebaran dengan menggunakan metode analisis isi. (Eriyanto, 2011: 1).

Analisis ini dipilih dan digunakan peneliti untuk mendapatkan sebuah keterangan dari masalah yang telah ada pada video animasi kanal youtube Helidha. Proses ini dilakukan dengan cara mengamati pesan-pesan dakwah tentang fiqh perempuan yang tertuang dalam video animasi kanal Youtube Helidha.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif yang dipakai dalam penelitian ini berhubungan dengan makna pesan dakwah tentang fiqh perempuan dalam analisis isi pesan dakwah meliputi isi pesannya serta bentuk penyajian pesan dakwah tentang fiqh perempuan yang terangkum dalam video animasi kanal Youtube Helidha.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data utama yang digunakan dalam penelitian. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah seluruh video animasi tentang fiqh perempuan yang ada dalam kanal youtube Helidha.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang dari data utama. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, artikel, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan objek penelitian peneliti. Salah satunya adalah buku fiqh perempuan (buku saku perempuan muslimah) karya Hakam Ahmed ElChudrie.

5. Unit Analisis

Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu

teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, *scene* (potongan adegan), serta paragraf. (Eriyanto, 2011:60).

Unit analisis yang diteliti di dalam penelitian ini yaitu teks yang digunakan sebagai *subtittle* dan perilaku atau gambar antar pemeran yang ada pada video animasi kanal Youtube Helidha maupun animasi yang mengandung pesan dakwah tentang fiqh perempuan. Video animasi pada kanal Youtube Helidha dipilih oleh peneliti sebagai unit analisis karena video animasi ini mengandung pesan dakwah yang tidak biasa, terkesan unik dan berbeda dari video animasi-animasi yang sudah ada sebelumnya.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

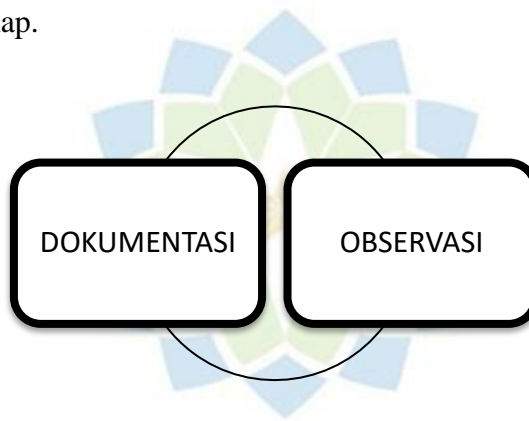
Observasi atau pengamatan merupakan sebuah aktivitas yang tersusun secara sistematis terhadap gejala-gejala baik bersifat fisik maupun mental. (Rukajat, 2018:22).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik observasi dengan mengamati video-video animasi tentang fiqh perempuan pada video animasi dalam kanal youtube Helidha. Dengan tujuan mengumpulkan data-data berupa teks ataupun gambar animasi dari setiap karakternya untuk diteliti lebih lanjut.

b. Studi Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mempelajari berbagai sumber dokumentasi, penggunaan teknik ini dimaksudkan untuk mengungkapkan sebuah peristiwa, objek dan tindakan-tindakan. (Rukajat, 2018:26).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan studi dokumentasi terhadap video-video animasi tentang fiqh perempuan yang ada dalam kanal youtube Helidha untuk melengkapi kekurangan data-data yang belum lengkap.



Gambar 1.2

Teknik Pengumpulan Data
SUNAN GUNUNG DJATI

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Data yang sudah terkumpul merupakan modal awal yang sangat berharga dalam sebuah penelitian. Melihat begitu besarnya posisi data, maka keabsahan data yang terkumpul menjadi sangat vital. Data yang salah akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang salah demikian pula sebaliknya. Keabsahan data itu dikenal sebagai validasi data. Untuk menentukan keabsahan sebuah data, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi adalah metode untuk mendapatkan informasi dari suatu fenomena dalam penelitian kualitatif. Untuk mendapatkan data yang lengkap para peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi bertujuan mengecek kebenaran data yang diperoleh dengan cara membandingkan data tersebut dengan data yang dikumpulkan dengan teknik lain. (Rukajat, 2018:29-30)

8. Teknik Analisis Data

Dalam buku pendekatan penelitian kualitatif karya Rukajat (2018:52) Analisis data menurut Bogdan dan Biklen (1992) didefinisikan sebagai suatu proses untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan studi dokumentasi dengan tujuan meningkatkan penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan data sebagai temuan orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data interaktif dengan model Miles & Huberman dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses dari pengumpulan data penelitian, dimana peneliti dapat menentukan kapan saja waktu untuk mendapatkan data yang banyak. Reduksi data dilakukan untuk menelaah kembali

seluruh data yang diperoleh dari hasil observasi dan studi dokumentasi, untuk selanjutnya dirangkum.

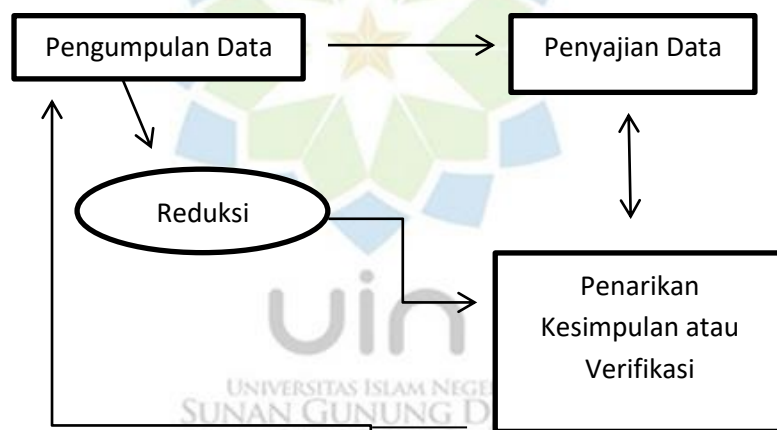
1) Display Data

Display data atau penyajian data yang telah diperoleh ke dalam sejumlah matriks atau daftar kategori setiap data yang didapat.

2) Mengambil Kesimpulan atau Verifikasi

Kegiatan ini merupakan lanjutan dari reduksi data dan display data yang sudah dilakukan sebelumnya, sehingga data bisa disimpulkan.

(Rukajat, 2018: 36-38)



Gambar 1.3
Teknik Analisi Data