

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah kegiatan umat yang memiliki kemampuan untuk menanamkan dalam diri umat manusia kemauan untuk menerima dan menerima Islam, dengan tujuan utama mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa dakwah memiliki sistem kegiatan untuk mencapai tujuan utamanya terkait dengan berbagai elemen dakwah itu sendiri.

Pada dasarnya dakwah merupakan bagian dari proses komunikasi. Hubungan dua arah, siapa yang mengajak siapa yang mengajak, siapa yang diajak, siapa yang menerima ajakan. Hal ini terlihat dalam pengertian dakwah itu sendiri, yang memperlihatkan kegiatan yang menyangkut penyampaian pesannya (komunikator sebagai subjek dan komunikator sebagai objek) dengan tujuan tertentu. Dalam literatur keilmuan dakwah, subjek, objek, dan pesan disebut sebagai pilar dakwah.¹

Dalam menyampaikan pesan dakwah terdapat berbagai cara untuk sampai kepada komunikan. Salah satunya adalah melalui sebuah program televisi bernuansa Islam di sebuah media modern sekarang seperti YouTube. Dalam sebuah YouTube dakwah sendiri di kemas dengan cara semenarik mungkin untuk menarik para penonton atau mad'u agar apa yang di tayangkan dalam penyampaian dakwah itu sendiri bisa dinikmati dan dijadikan sebuah wawasan bagaimana seorang muslim mengenal Islam. Hal tersebut dilakukan sebab sebagian besar dari penduduk Indonesia beragama Islam. Sehingga banyak sebuah konten yang ada di YouTube yang berlomba-lomba membuat konten bernuansa Islam.

Di era yang semakin maju membuat manusia menjadi haus akan teknologi. Dengan teknologi yang semakin canggih, dakwah menjadikan media sebagai perantara dalam menyampaikan pesan dakwah seperti Televisi. Selama puluhan tahun media Televisi menjadi sarana hiburan, informasi yang paling digemari oleh masyarakat banyak karena mempunyai keistimewaan dalam segi penyajiannya yang berbentuk audio

¹ Abdul Piro, "*Komunikasi dan Dakwah Islam*", (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 9.

visual, kelebihan lainnya yaitu informasi yang dibuat semenarik mungkin sehingga masyarakat mudah untuk memahami apa yang disampaikan. Ketika kita melihat kelebihan Televisi. Disamping itu televisi juga mempunyai kekurangan. Dengan hadirnya dan perkembangan teknologi saat ini menjadikan fungsi dari Televisi menjadi berkurang, salah satunya adalah sosial media. Sosial media merupakan media online yang menjadikan seseorang bisa menjalin komunikasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu, yang sekarang banyak dinikmati masyarakat untuk menjalin hubungan sosial satu sama lain.²

Meskipun demikian Televisi juga bertransformasi bertahan agar masih tetap dapat dikonsumsi, kini kita bisa lihat dari tayangan atau konten yang ada di YouTube kini juga ditayangkan di Televisi, begitu juga sebaliknya. Dengan berkembangnya dunia teknologi yang pesat hadirlah sebuah Televisi pintar (SmartTv) yang sekarang di miliki perangkat Televisi saat ini. Televisi kini menggabungkan teknologi internet dan menjadi satu kesatuan perangkat yang masih bertahan dan menyesuaikan diri dengan perkembangan di era modern sekarang ini. Jika mendengar kata Televisi di era sekarang seperti ini, kini sudah mengacu pada sebagaimana kita menyebut Smartphone. Sebagaimana kita mengakses Smartphone kini tayangan dan konten yang bisa kita akses melalui perangkat Televisi tidak lagi terbatas oleh program yang dibuat oleh stasiun Televisi melainkan juga dari situs dan aplikasi lainnya. Dari maksud diatas kini kita sudah bisa melihat Transformasi dari fungsi antara media Televisi dengan YouTube, dimana kita dapat mengakses tayangan atau konten dari Televisi melalui YouTube dan sebaliknya kita dapat menonton konten YouTube melalui Televisi.

Muslim Travelers adalah sebuah program Televisi yang menampilkan sebuah liputan belahan dunia tentang Islam. Menghadirkan pesona keindahan Islam di berbagai Negara, serta mengeksplor daya tarik Islam serta kisah yang menginspirasi.

Setelah berkembangnya zaman semakin modern kini televisi bukan lagi sebagai media utama untuk masyarakat menonton sebuah tayangan Islam dan bukan berarti televisi sudah tidak memiliki konsumen atau penonton. Seperti “News and

² Alna Hanana, dkk., “Transformasi Media Youtube dan Televisi (Analisis Fungsi dan Konsumsi Media Youtube dan Televisi di Kota Padang)”, *Jurnal Ranah Komunikasi*, 4.2 (2020), 186.

Entertainment Television (NET)” sebuah stasiun Televisi yang sekarang juga sudah berkembang dan memiliki sebuah Channel YouTube yang berisikan sebuah program yang sudah pernah di tayangkan di Televisi. Kelebihan dari media ini masyarakat bisa menonton ulang program Televisi yang telah terlewatkan di Televisi, dan bisa dilihat kapan pun dimana pun melalui YouTube.³

Netmediatama, salah satunya. Sebuah channel YouTube yang membuat sebuah program konten bernuansa Islami yaitu Muslim Travelers yang menampilkan tentang kehidupan para muslim dari berbagai penjuru dunia tentang aktivitas menyerukan kepada amar ma’ruf dan nahi mungkar yang divisualisasikan melalui tayangan.

Tayangan yang disajikan tersebut menjadi menarik karena pengemasan tayangan yang tidak monoton serta informatif. Tak heran jika tayangan wisata ala muslim travelers pun banyak digandrungi segala macam usia dari mulai remaja hingga dewasa. Tayangan bernuansa Islami tersebut sebagai cermin dan gambaran dari ke Islam an di masyarakat dari berbagai belahan dunia.⁴

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjadi sebuah batas penelitian menjadi jelas ruang lingkup yang akan di teliti, dan menjamah persoalan pada bagian-bagian tertentu yang terselip dalam subjek penelitian. Dalam hal itu, penelitian ini berfokus pada Representasi Dakwah Islam dalam tayangan Muslim Traveler di YouTube Netmediatama Episode Cahaya Islam di Malmo dan Lund, Swedia.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah teruraikan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Representasi dakwah dalam tayangan Muslim Travelers di YouTube Netmediatama episode Cahaya Islam di Malmo dan Lund Swedia ?

³ Alna Hanana, dkk., “Transformasi Media Youtube dan Televisi (Analisis Fungsi dan Konsumsi Media Youtube dan Televisi di Kota Padang)”, *Jurnal Ranah Komunikasi*, 4.2 (2020), 192.

⁴ Marini, “Representasi Dakwah Islam pada Tayangan Muslim Travelers di News and Entertainment Television (Net). Episode Mubaligh Muda Asal Indonesia di New Zealand”, *Jurnal Komsopol*, 1.1 (2021), 45.

D. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Representasi dakwah dalam tayangan Muslim Travelers di YouTube Netmediatama episode Cahaya Islam di Malmo dan Lund, Swedia.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat akademis penelitian ini sebagai sumbangsih ide terhadap representasi dakwah Islam pada tayangan Muslim Travelers di News and Entertainment Television (NET.) dan bisa memperkaya keilmuan pada bidang ilmu komunikasi.
2. Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai sumber acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan dan dapat dijadikan sebagai gambaran realitas akan representasi suatu tayangan dan hubungannya dengan budaya dan masyarakat yang ada.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi terdiri dari lima bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab kedua adalah kerangka teori. Bab ini terdiri dari teori-teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab keempat adalah hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisikan simpulan dan saran dari hasil penelitian yang akan disampaikan oleh peneliti.