

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dalam istilah bahasa, "dakwah" berarti memanggil, atau mengundang. didalam bahasa Arab ini disebut *mashdar*. Bentuk dari kata kerja (*fi'il*) adalah memanggil, atau mengundang (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Sederhananya, didalam dakwah tidak boleh meninggalkan dan melupakan 3 unsur, yaitu, penerima pesan, penyampaian pesan dan, informasi yang disampaikan. bahwasnya, kata dakwah sendiri memiliki arti yang luas, karena kata "Dakwah" memiliki arti menyebarkan ajaran Islam, menyeru kepada kebaikan dan mencegah perilaku maksiat, serta memberikan liputan dan peringatan yang baik bagi umat manusia.¹

Sedangkan berdasarkan terminologi, istilah dakwah memiliki beragam definisi, tokoh-tokoh yang mendefinisikan dakwah antara sebagai berikut :

- 1) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwasanya Dakwah Islam merupakan upaya untuk mengajak insan melalui cara yang menonjolkan bijaksanaan terhadap jalan yang baik sesuai dengan apa yang diperintahkan Tuhan untuk kepentingan di dunia dan di akhirat.²
- 2) Amrullah Ahmad sebagaimana dikutip oleh Wahidin Saputra mendefinisikan dakwah merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh jama'ah Muslim (Lembaga-lembaga Dakwah) untuk menyeru kepada umat manusia untuk masuk kedalam jalan Allah (tatanan Islam) dalam berbagai lini kehidupan agar terwujud dalam kehidupan

¹ M.Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 17.

² Toha Yahya Oemar, *Islam & Dakwah* (Jakarta:AMPPress2016), 67.

fardiyah, usrah, Jama'ah, dan ummah sampai terwujud Khairu ummah.³

- 3) Syaikh Ali Makhfudz Memberikan pendapat sebagaimana dikutip oleh Abdul Basit : Dakwah Islam yaitu upaya mendorong manusia supaya melakukan kebaikan dan mengikuti hidayah ataupun petunjuk, memerintahkan mereka untuk melakukan kebaikan dan mengantisipasi kemungkaran agar mereka diberikan kebahagiaan di Dunia serta di akhirat.⁴

Dari defini yang telah disampaikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh da'I yang berorientasi dalam mengajak manusia untuk berbuat baik dan mengantisipasi kemungkaran sesuai dengan sistem islam untuk mewujudkan Khairu ummah.

b. Unsur-Unsur Dakwah

1) Da'i

Dalam makna yang terkhusus, *da'i* merupakan orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung baik dengan lisan, perbuatan maupun tingkah laku menuju kondisi baik atau lebih baik menurut ajaran *Al-qur'an* dan *Sunnah*.⁵

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara sendiri, kelompok, atau melalui organisasi dan lembaga.⁶ Karena pada dasarnya, setiap pemeluk agama islam secara otomatis berperan sebagai juru dakwah. *Da'i* dibedakan menjadi dua, yaitu :⁷

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 45.

⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 44.

⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 20.

⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 261

⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 16

- a) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang sudah balig, mempunyai tanggungjawab bedakwah. Sesuai dengan perintah “*Sampaikanlah dariku walau satu ayat*”.⁸
- b) Secara khusus adalah mereka yang memiliki kemampuan khusus dalam bidang keagamaan, misalnya ulama.

2) Mad'u

Mad'u yaitu Masyarakat atau orang yang didakwahi, untuk diajak ke jalan Allah agar tetap aman di kehidupan ini dan yang akan datang. Sedangkan da'i adalah orang yang menunjukkan jalan dakwah, yaitu seluruh insan, baik itu muslim, kafir, laki-laki, perempuan, dll.⁹

Oleh karena itu, orang-orang dari ras, suku, agama, dan identitas budaya yang berbeda sangat beragam dalam masyarakat, lembaga, usia, pekerjaan, tingkat sosial, jenis kelamin, pendidikan, dan aspek lain yang menjadi sasaran misi khusus, terdapat pada masyarakat tuna susila dan lain-lain. Objek dakwah dibagi menjadi tiga kategori:¹⁰

- a) kategori Filosof yang menggemari kebenaran, memiliki kemampuan menalar secara keritis, dan cepat dapat memahami permasalahan.
- b) Kategori awam, yaitu golongan yang belum mampu menalar secara kritis dan detail, serta belum dapat memahami pengertian yang tinggi.
- c) kategori orang yang berbeda dengan kedua kategori yang sebelumnya dijelaskan, gemar membicarakan sesuatu tetapi masih dalam

⁸Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 77.

⁹Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: RajawalPers, 2013), 109

¹⁰Munir Muhammad dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 23-24.

tingkatan yang terbatas, serta belum mampu mendiskusikanya secara mendalam.¹¹

3) Materi Dakwah

Materi Dakwah atau dalam bahasa arab disebut sebagai *maddah ad da'wah* yang memiliki arti pesan-pesan dakwah atau Hal yang disampaikan oleh subjek kepada objek dakwah. Secara semuanya bersumber pada Al-Qur'an dan Sunah Rasul, yang akan terjadi Kesepakatan para ulama serta menjadi sejarah dalam peradaban islam. pada kata komunikasi sendiri diklaim dengan istilah Message. Secara menyeluruh, materi dakwah yang disampaikan objek dakwah dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

a) Akidah

Termasuk Iman terhadap Allah SWT. Iman terhadap malaikat, Iman terhadap kitab-kitab, Iman terhadap rosul-rosul, Iman terhadap hari akhir, dan Iman terhadap *Qadha dan Qadhar*. Masalah utama menjadi materi ialah masalah akidah Islam. Pada bidang keimanan inilah yang akan membentuk moralitas manusia. Oleh karena itu, hal pertama yang digunakan dalam berdakwah ialah aqidah atau persoalan kepercayaan.

Oleh karenanya, hal yang dahulu materi dipakai dalam berdakwah ialah aspek akidah atau keimanan.¹² Dalam bidang akidah ini pembahasannya tidak hanya ditujukan pada hal-hal yang wajib diimani, namun materi dakwah juga membahas tentang persoalan-persoalan yang tidak diperbolehkan untuk dijadikan pembandingnya, sebagai contoh yaitu *syirik*

¹¹Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),19-20.

¹²M.Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 24.

(menyekutukan Allah), ingkar kepada sang *Khaliq* dan lain sebagainya.

b) Syariah

Hukum Syariah ialah segala peraturan perundang-undangan yang dimiliki oleh Islam, termasuk peraturan perundang-undangan Antara manusia kepada Tuhannya dan antara manusia dengan manusia. Diantaranya *taharah*, sholat, zakat, puasa, haji dan *muamalah*. Asal usul istilah *Syari'ah* adalah cara lain menuju mata air. Berdasarkan istilah *syariah* berasal dari kata *syar'i* yang memiliki arti jalan yang Wajib dilewati oleh setiap muslim, maka hukum *syariah* sebagai aturan lahir berasal dari wahyu tentang perbuatan manusia.

Syariah dikategorikan menjadi dua kategori, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah ialah bagaimana manusia berafiliasi kepada Tuhannya, sedangkan *Muamalah* artinya ketetapan Allah yang pribadi bekerjasama dengan kehidupan bermasyarakat, Sebagai contoh yaitu kegiatan perdagangan, kepemimpinan, aturan waris, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan kegiatan bersosial serta interaksi santar sesama manusia. Materi dakwah pada ranah syariah memberikan ilustrasi yang sah, pemikiran yg jernih pada duduk perkara pembaharuan, memiliki ajaran yang lurus serta mengikat seluruh umat Islam yang tak terpisahkan dengan kehidupan umat Islam diseluruh penjuru dunia.¹³

¹³Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 238-243.

c) Pesan Akhlak

Ajaran akhlak di dalam Islam tergolomh pada materi dakwah yang krusial untuk disiarkan kepada seorang Mad'u, mencakup akhlak kepada Allah SWT, akhlak kepada makhluk yaitu sesama manusia ,hewan dan tumbuhan. Islam sangat mengedepakan nilai-nilai moral di dalam kehidupan insan.

dengan menggunakan Budi pekerti yang baik dan keteguhan agama yang tinggi, islam dapat menjadi penghalang degradasi moral. isi dakwah, berupa kata, gambar, dan sebagainya dinilai lebih tepat untuk disebut Sebagai Pesan dakwah. Sangat diperlukan untuk bisa memberikan pemahaman, perubahan sikap serta perilaku *Mad'u*

Bila dakwah dengan menggunakan tulisan, maka hal yang ditulis ialah sebagai pesan dakwah, jika melalui verbal, maka yang diucapkam pembicara tersebut itulah pesan dakwah, dan jika kemudian melalui tindakan maka perbuatan baik itulah pesan dakwah.¹⁴

Berlandaskan pengertian tersebut, akhlak dalam islam pada dasarnya mencakup kualitas perbuatan manusia yang menjadi ekspresi keadaan jiwanya.¹⁵

4) Media Dakwah

Media Dakwah adalah sesuatu yang dapat dipergunakan untuk menunjang tercapainya misi yang ingin dicapai. Bisa dalam bentuk Materi, personel, lokasi, serta kondisi yang relevan. Media dakwah penting dan wajib diperhatikan dalam aktivitas dakwah. karena sebaik apapun metode,

¹⁴Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004) 272.

¹⁵ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 27

materi serta pendakwah, namun Jika tidak menggunakan media yang tepat, maka pencapaian mungkin tidak akan maksimal.

banyak media yang dapat dipergunakan menjadi alat dakwah, namun yang terpenting media tersebut dapat dipergunakan secara lumrah serta tidak mengandung unsur-unsur yang menyimpang terhadap ajaran Islam. pada ilmu komunikasi, media juga bisa dibedakan menjadi 3 jenis:¹⁶

- a) Media Verbal (*The Spoken Word*), yakni media dapat menimbulkan *Audio* seperti contoh telepon, radio, dan sebagainya.
- b) Media Cetak (*The Printed Writing*), yaitu media yang berbentuk cetak, seperti , buku, Surat Kabar, tablod,lukisan dan lain sebagainya.
- c) Media *The Audio Visual*, yakni media yang berbentuk gambar yang mampu bergerak, dapat dilihat dan didengar, sebagai contoh, televisi video film, dan sejenisnya.

5) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh seorang *da`i* kepada *mad'u* untuk menyampaikan pesan dakwah dan untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan hikmah serta kasih sayang maksud dari hal tersebut adalah pendekatan dakwah harus suatu pandangan *human oriented* yaitu berorientasi pada apresiasi yang mulia kepada manusia.¹⁷

Adapun metode yang biasa digunakan oleh dai antara lain adalah:¹⁸

- a) Dakwah *Bil hikmah*
kata "*hikmah*" dalam bentuk nakiroh dan ma`rifat. Bentuk masdarnya merupakan "*hukman*" yang diartikan secara bahas

¹⁶Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 406.

¹⁷Wahyu Ilahi dkk. *Metode Dakwah*, 7.

¹⁸Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, 244-253.

artinya mencegah. Namun jika dihubungkan dengan Dakwah maka memiliki makna menghindari hal-hal yang kurang sesuai.

Menurut Toha Yahya Omar, *Al Hikmati* adalah memempatkan sesuatu pada tempatnya, dengan ekspresi, tulisan, perbuatan serta lain-lain, yang penting tidak berhubungan dengan hal-hal yang dilarang oleh Tuhan¹⁹

- b) Dakwah *Bil lisan / Al-Mau`idza Al-Hasanah* berdasarkan bahasa, *mau`idzah hasanah* terbentuk dari dua kata, yaitu *mau`idzah* dan *hasanah*. istilah *mau`idzah* asal kata *ma`adza – ya`idzu – wa`idzan – idzatan* yang memiliki arti, nasihat, bimbingan, pendidikan, serta peringatan. Sedangkan *Hasanah* memiliki kebaikan. *Mau`idzah hasanah* dapat diartikan menjadi perkataan yang didalamnya terdapat unsur bimbingan, cerita-cerita, peringatan, pesan-pesan yang baik dan digunakan sebagai panduan kehidupan agar mendapatkan keselamatan di dunia dan di akhirat.²⁰
- c) *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan* dari bahasa istilah *mujadalah* Berasal dari istilah “*jadala*” yang bermakna melilit. jika ditambahkan alif pada huruf *jim* yang ikut dengan wazan *Faa`ala*. “*jaa dala*” bisa memiliki makna berdebat, dan “*mujaadalah*” memiliki arti perdebatan. istilah “*jadala*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya untuk menguatkan. Orang yang berdebat bagaikan menarik menggunakan ucapan untuk menyakinkan lawannya menggunakan menguatkan pendapatnya melalui pendapat yang diutarakan .

¹⁹Toha Yahya Oemar, *Islam & Dakwah* (Jakarta:AMPPress2016), 72.

²⁰Wahyu Ilahi, dkk. *Metode Dakwah*, 15.

dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, *al-Mujadalah* merupakan pertukaran pendapat yang dilakukan oleh pihak secara bersama, serta tidak memunculkan permusuhan bertujuan tujuan agar yang lain menerima pendapat yang sampaikan dengan memberikan argumentasi yang kuat. dan Antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat ,mengakui kebenaran pihak lain dan menerima hukum kebenaran tersebut.²¹

6) Efek Dakwah

Atsar (efek) kerap dianggap sebagai reaksi dari kegiatan, yang kerap dilupakan dan jarang mendapat sorotan dari *da'i*. Mereka beranggapan dakwah selesai setelah di sampaikan. Meski dampaknya tidaklah ringan, hal ini berarti dapat menentukan langkah yang selanjutnya harus dilakukan. Seperti yang kita ketahui bersama, untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dari kegiatan Dakwah, Dakwah kerap mengarah pada perubahan aspek yang mempengaruhi objek itu sendiri, yaitu perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku.

Setiap kegiatan berdakwah selalu menimbulkan sebuah respon. Dengan kata lain, ketika dakwah sudah dilaksanakan dengan cara dan jalan tertentu, maka akan terjadi reaksi serta pengaruh terhadap penerima dakwah. Berbagai efek dakwah akan muncul, pada saat setelah pendakwah memberikan pesan dakwahnya kepada mad'unya, efek atau dampak yang muncul antara lain adalah: efek *kognitif*, *afektif* dan *behavioral*.²²

a) Efek *Kognitif*, yakni terjadi ketika hal-hal yang diketahui, dipahami, dan dirasakan oleh publik berubah. Efeknya terkait dengan transfer

²¹Wahyu Ilahi dkk. *Metode Dakwah*, 17-19.

²²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, 456-458.

pengetahuan, keyakinan, informasi dan keterampilan

- b) Efek *Afektif* yakni ketika perasaan, suka atau tidak suka audiens berubah, termasuk segala sesuatu yang berkaitan dengan sikap, nilai dan emosi.
- c) Efek *Behavioral* Ini mengacu pada perbuatan nyata yang bisa dicermati, mengikuti bentuk perilaku, aktivitas, atau perilaku. dampak ini muncul mengikuti proses kognitif dan emosional²³

c. Pesan Dakwah

1) Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah ialah sesuatu yang diberikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada 3 dimensi yang saling terikat dengan kata pesan dakwah.²⁴

Pertama Pesan dakwah menggambarkan berbagai kata atau penggambaran tentang dakwah yang ditampilkan, dalam bentuk kata-kata dan kalimat. Didasarkan dengan hal tersebut, yang terkandung dalam pesan dakwah ada 2 yaitu pesan dan Simbol. Isi pesan berupa pikiran, dan Simbolnya berupa kata-kata atau Bahasa.²⁵

Kedua, pesan dakwah yang berhubungan dengan makna yang diterima oleh seseorang. Makna yaitu proses aktif yang timbul melalui kerja sama antara Pemberi pesan yaitu *da'i* dan penerima pesan yaitu *mad'u*, pembicara yaitu komunikator dengan pendengar yaitu komunikan, atau penulis dengan pembaca.

Ketiga, Penerimaan pesan dakwah yang diperankan oleh *mad'u* sebagai objek dakwah. seluruh pesan dakwah mempunyai peluang untuk dipersepsi atau dipahami secara *heterogen* oleh penerima yang *heterogen* pula. Kendati begitu,

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 138-142

²⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140

²⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140

ada *konsensus (momerandum of understanding)* oleh pemberi kepada penerima yang dapat menimbulkan suatu proses dakwah terjadi.²⁶

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah mengandung makna dan dimensi penerimaan pesan dakwah oleh mad'u,serta pesan dakwah tidak hanya bersifat verbal saja tetapi juga bersifat non-verbal.

2) Karakteristik Pesan Dakwah

Sebagai pembeda antara pesan dakwah dengan pesan dalam komunikasi, perlu dikenali karakteristik pesan dakwah, karakteristik pesan dakwah yang dimaksud tidak dibedakan secara detail Antara karakteristik dakwah yang bersifat verbal maupun non-verbal.²⁷

a) Mengandung unsur kebenaran

Karakteristik yang pertama dan utama di dalam pesan dakwah islam yaitu adanya kebenaran dalam setiap pesan yang diberikan.²⁸

b) Membawa pesan perdamaian

Sesuai dengan Namanya, islam berasal dari kata dasar *Salam* yang memiliki arti damai. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus dikembangkan pada penyampaian pesan dakwah.²⁹

c) Tidak bertentangan dengan nilai-nilai global.

Pesan dakwah sebaiknya disampaikan dalam konteks lokalitas dari *mad'u*, dengan begitu pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

d) Memberi kemudahan bagi mad'u.

Memberikan kemudahan bagi mad'u, merupakan sesuatu yang menjadi tujuan syariat islam. Memudahkan dalam pesan dakwah tidak

²⁶ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (jakarta: Rajawali pers, 2013), 141

²⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (jakarta: Rajawali pers, 2013) 141

²⁸ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (jakarta: Rajawali pers, 2013) 142

²⁹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (jakarta: Rajawali pers, 2013) 143

diartikan memilih-milih hukum yang mudah-mudah. namun Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan dalam mengamalkan ajaran agama yang tidak bertolak belang dengan nash-nash dan kaidah syariat Islam.³⁰

3) Bentuk Pesan Dakwah

Bentuk pesan dakwah menurut A. Hasmy dapat dikelompokkan ke dalam enam jenis yaitu:

- a) *Taklim wa Tarbiyah* Bentuk penyampaian dakwah dengan mengajar serta mendidik manusia supaya benar-benar mempunyai akidah yang shahih dan bermasyarakat dengan berpatok pada ajaran Islam.
 - b) *Tadzkir wa Tanbih* bentuk penyampaian Dakwah dengan Mengingatnkan dan mengajarkan kembali ajaran-ajaran dan pengetahuan yang telah diterima serta dipraktekan.
 - c) *Targhib wa Tabsyir*, bentuk penyampaian pesan dakwah dengan kabar gebira dan menampilkan berita pahala.
 - d) *Tarhib wa Indzar*, bentuk penyampaian pesan dakwah dengan menakut-nakuti dan memberikan cerita kentang siksa di akhirat.
 - e) *Qoshos wa Riwayat*, bentuk penyampaian pesan dakwah dengan memunculkan kisah-kisah masa lalu.
 - f) Amar Ma'ruf Nahi mungkar , Bentuk penyampaian pesan Dakwah dengan menyampaikan perintah dan larangan yang diikuti dengan ancaman apabila melanggarnya.³¹
- 4) Efektivitas dan Tolok Ukur Keberhasilan Pesan Dakwah

Pada kegiatan dakwah, efektivitas pesan dakwah selain komunikator dan proses dakwah dapat dilihat juga pada perubahan pengetahuan , sikap dan perilaku penerima pesan dakwah.dakwah kurang memberikan

³⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (jakarta: Rajawali pers, 2013), 146

³¹ Hajmy, A. *Dustur Dak'wah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang,1974). 227-253

kemanfaatan apabila dam kegiatan dakwah tidak menimbulkan perubahan pada objek dakwah ketika dakwah telah disampaikan.

Tolok ukur keberhasilan dakwah dapat diukur atau diperhatikan pada perubahan yang dapat diukur secara matematis maupun non matematis. Secara matematis atau kualitatif, terdapat beberapa pengukuran yang dapat dijadikan patokan untuk dapat ditemukan persentase keberhasilan dakwah. *Pertama*, jumlah pemeluk agama islam, baik pada tataran lokal, nasional, maupun internasional. *Kedua* bertambahnya jumlah perkumpulan pergerakan keislaman dan . *Ketiga* Tingkat keterlibatan masyarakat dalam mendukung keberhasilan dakwah semakin meningkat.³²

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Dalam Bahasa Inggris Kata komunikasi atau *communication* berasal dari kata latin "*communis*" yang memiliki arti sama, atau "*communicare*" yang memiliki arti membuat sama "*to make common*"³³ Adapun secara istilah, pengertian komunikasi dikemukakan oleh beberapa pendapat :

- 1) Onong Uchana mengungkapkan bahwasanya komunikasi adalah proses penyiaran suatu pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan untuk memberikan pengetahuan atau merubah pandangan, perilaku maupun sikap.³⁴
- 2) James A.F Stoner Sebagaimana dikutip oleh Widjaja menjabarkan bahwa komunikasi merupakan proses dimana seseorang memberikan pemikiran melalui metode transfer pengetahuan, atau

³² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali pers, 2013), 162

³³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 46

³⁴ Onong Uchana Efendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2008), 5.

transfer of Knowledge dari individu satu ke individu lainnya.³⁵

- 3) William J. Saller sebagaimana dikutip oleh Arni Muhammad memberikan penerangan bahwa komunikasi yang sifatnya global dan menyatakan bahwasanya kegiatan komunikasi merupakan suatu proses dengan menggunakan simbol, baik secara verbal maupun secara non verbal guna dikirimkan, diterima dan diberikan arti melalui proses.³⁶

Dari ketiga pengertian para ahli yang telah disampaikan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi ialah suatu proses dimana disitu seseorang menyiarkan sebuah pesan, baik dengan menggunakan bahasa baik dengan isyarat atau simbol yang dimana antara keduanya memiliki kesamaan arti, sampai akhirnya keduanya bisa mengetahui apa yang dikomunikasikan. dapat dikatakan seseorang melakukan komunikasi berkeinginan agar orang lain turut serta atau ikut andil sesuai dengan maksud ingin dicapai. Diantara orang yang turut serta dalam proses dan kegiatan komunikasi harus memiliki kesepakatan makna maupun arti yang dapat dipergunakan untuk melakukan komunikasi.

b. Unsur-Unsur komunikasi

Berdasarkan pengertian komunikasi yang disebutkan sebelumnya, dapat disebut bahwasannya komunikasi antara manusia memungkinkan untuk terjadi, apabila seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan beragan maksud. Artinya, komunikasi terjadi manakala didukung dengan adanya pesan yang bersumber, media, penerima dan efek, yang notabene merupakan syarat terjadinya komunikasi, selanjutnya faktor lingkungan, umpan

³⁵H.A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), 8.

³⁶Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), 4.

balik dan unsur-unsur ini dapat sebagai komponen ataupun elemen komunikasi, yaitu :

1) Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirimkan pesan kepada penerima, dimana komunikator mengirimkan pesan yang memiliki motif dan tujuan tertentu atau dapat disebut motif komunikasi. Bisa disebut juga dengan istilah “pengirim” maupun “sumber”, kemudian sebagian pengamat dan ilmuwan komunikasi menyebutnya dengan *encoder*.³⁷

2) Pesan

Pesan merupakan pernyataan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, pernyataan disini dapat dalam bentuk lisan (tertulis atau ekspresi) maupun non lisan (isyarat) yang bisa dipahami oleh penerima³⁸. Pesan dapat disampaikan dengan cara bertatap muka juga melalui media komunikasi, yang dimana isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan maupun berita.³⁹

Sebagai patokan pada upaya mempengaruhi ataupun mengubah sikap, pemikiran serta tingkah laku komunikan, pesan harus mempunyai tema. serta pesan bisa dipaparkan secara rinci, namun perlu memperhatikan tujuan akhir dari kegiatan berkomunikasi tersebut.

3) Media

Media merupakan sarana yang dipakai seorang komunikator guna memberikan pesan kepada komunikan, sarana yang dimaksud disini ialah sesuatu yang dipakai untuk mentransfer suatu pesan dari komunikator kepada komunikan .

³⁷Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013), 34.

³⁸Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta : Ar Ruzz Media, 2010), 58.

³⁹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 25.

Ada yang memiliki pendapat bahwa media bisa memiliki macam macam bentuk, seperti dalam komunikasi antar individu, yang dimana indera manusia bisa disebut sebagai sarana komunikasi. media merupakan perantara antara pengirim pesan atau komunikator dan penerima pesan atau komunikan. sarana biasanya bertujuan untuk memberi fasilitas terhadap komunikasi jarak jauh dengan harus menyaksikan fisik secara langsung⁴⁰

4) Komunikan

Komunikan merupakan orang yang dijadikan sebagai target penyampaian pesan oleh sumber atas si pengirim. Komunikan memiliki sebutan lain, seperti sasaran, khalayak, target, penerima dan adopter. menurut istilah dalam bahasa Inggris, orang yang penerima disebut dengan *receiver*, *decoder* ataupun *audience*.⁴¹

Penerima adalah unsur penting dalam kegiatan komunikasi, itu dikarenakan mereka adalah objek yang dituju oleh komunikasi itu sendiri. Apabila komunikan tidak menerima suatu pesan, berbagai masalah bisa terjadi, yang seringkali menuntut terjadinya sebuah perubahan, entah saluran sumber, ataupun isi pesan.⁴²

5) Efek

Efek merupakan suatu perbedaan tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dengan sesudah menerima pesan.

Hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkah laku dan pengetahuan seseorang, karenanya pengaruh dapat memiliki arti perubahan atau penguatan keyakinan atas sikap,

⁴⁰Ledwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Publik Relation* (Jakarta:PT. Indeks.2019),25

⁴¹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 35.

⁴²Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, 26.

pengetahuan, serta tindakan seseorang sebagai dampak penerimaan pesan.

Efek merupakan bagian dari akhirnya sebuah komunikasi, jika tingkah laku dan sikap orang lain atau komunikan sesuai, maka komunikasi yang dibangun dapat membuahkan hasil.

6) Umpan Balik

Umpan balik atau dalam bahasa Inggris nya *feedback*⁴³ merupakan respon yang penerima berikan terhadap pesan yang telah dikirim oleh komunikator.⁴⁴ Ada beberapa anggapan bahwa sebenarnya umpan balik merupakan salah satu bentuk dari dampak yang bersumber dari komunikan, namun dapat juga sebenarnya umpanbalik berasal dari unsur diluar hal tersebut, seperti media atau pesan, walau hal tersebut belum sampai pada penerima.

7) Lingkungan

Lingkungan merupakan hal-hal tertentu yang bisa berpengaruh terhadap berlangsungnya sebuah komunikasi. Faktor lain yang dapat dikelompokkan ada empat macam, yaitu lingkungan sosial budaya lingkungan fisik, , lingkungan psikologis serta dimensi waktu.

Menurut Hafied Cangara yang terdapat dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menerangkan :

“Lingkungan fisik memberikan tanda bahwa sebuah proses dalam komunikasi bisa berlangsung Jika terdapat hambatan fisik, seperti sepek geografis. Komunikasi sosial menunjukkan sosial budaya, politik, ekonomi yang bisa menyebabkan terjadinya hambatan pembentukan lingkungan komunikasi.

⁴³Elvinaro Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2007), 46.

⁴⁴Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana, 2011), 42.

Dimensi waktu menunjukkan situasi sempurna untuk melakukan kegiatan komunikasi, sedangkan aspek psikologis merupakan pertimbangan kejiwaan yang dipergunakan dalam berkomunikasi, banyak proses komunikasi sebab pertimbangan psikologi⁴⁵

Maka dari itu di dalam prosesnya, setiap elemen mempunyai peranan yang betul-betul penting dalam membentuk proses komunikasi, efektif atau tidaknya komunikasi bergantung pada semua unsur. Bahkan memiliki ketergantungan satu dengan yang lain. Artinya jika salah satu unsur tersebut tidak ada, maka dapat mempengaruhi berlangsungnya kegiatan komunikasi.

c. Jenis-Jenis Komunikasi

1) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok yang mempergunakan lisan maupun tulisan untuk dijadikan sebagai alat penghubung. Efisien atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi tergantung kepada pemilihan diksi-diksi.⁴⁶

Kegiatan komunikasi bisa terlaksana dengan baik bilamana komunikasi dapat memberikan penafsiran pada pesan yang disampaikan oleh komunikator secara tepat dengan menggunakan bahasa.

2) Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang menunjang seseorang untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain menggunakan kumpulan gerak tubuh isyarat.

⁴⁵Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 22.

⁴⁶Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga* (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), 43

d. Titik Singgung dan titik Renggang Dakwah dan Komunikasi

Proses dalam kegiatan Dakwah ialah bentuk dari komunikasi itu sendiri, namun di dalamnya bukan hanya komunikasi. Dakwah merupakan komunikasi yang memiliki kekhususan, yang membuat komunikasi menjadi dari sudut pandang awam adalah dalam segi cara dan tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi tersebut, tujuan dari komunikasi adalah mengharapkan adanya keterlibatan, dan respon dari komunikasi atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan penyampaian pesan tersebut dapat menimbulkan suatu perubahan tingkah laku serta sikap sesuai dengan napa yang diharapkan. Begitu pula dalam dakwah, seorang da'i yang memegang peran sebagai komunikator berpartisipasi dalam mempengaruhi mad'u, atau komunikasi agar dapat terjadi perubahan dalam bersikap serta berperilaku sesuai dengan apa yang disampaikan oleh sang da'i atau komunikator.⁴⁷

Sedangkan hal yang membuat keduanya berbeda terdapat pada pendekatan yang dilakukan secara persuasif, dan tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan karakter dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Karakteristik yang khas dalam dakwah sebagai proses komunikasi ini dapat kita lihat dari beberapa aspek antara lain:

- 1) Pelakunya (komunikator) adalah Da'i atau Mubalig. Dalam Al-Qur'an profesi orang yang melakukan kegiatan ini harus memiliki keahlian dan pengetahuan khusus dalam ilmu-ilmu keislaman, dan kemudian mampu menyampaikan pesan dakwah secara baik dan mumpuni.
- 2) Pesan utama dakwah ialah perintah Allah yang didalamnya terdapat pembahasan yang berkaitan tentang hubungan antara manusia dengan Khaliqnya, Hubungan manusia dengan sesama

⁴⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011),231

manusia, dan upaya agar keduanya terjadi keseimbangan agar dapat saling berjalan seiringan, untuk kepentingan seluruh umat semesta alam.

- 3) Metode yang digunakan secara garis besar ditentukan oleh Al-Quran, *bil al-hikmah , al mau'izhatil al hasanah, wajadilhum bi al-lati hiya ahsan*. Dari pendekatan diatas kemudian dapat dikembangkan dalam berbagai bentuk metode dakwah.
- 4) Tujuan dakwah yaitu *amar ma'ruf nahi mungkar*, dan juga menyempurnakan akhlak.⁴⁸

Dakwah dan komunikasi memiliki kecenderungan dalam beberapa aspek, namun metode serta tujuan yang dihasilkan berbeda. pada hal ini, komunikasi bersifat netralitas sains, serta misi dan pengetahuannya bersifat netral dalam hasil yang diinginkan. komunikasi tidak memiliki tujuan yang mutlak dalam prosesnya, Sedangkan Dakwah mempunyai tujuan yang mutlak, oleh sebab itu, penyusunan serta pengembangan tentang ilmiah wacana Dakwah cukup lambat jika dibandingkan dengan komunikasi.⁴⁹

Namun yang menjadi titik temu Antara keduanya adalah pengembangan metode dakwah dan metode pengembangan komunikasi beserta ilmunya, komunikasi serta ilmunya mampu merambah kedalam keilmuan-keilmuan lain, sebagai usaha guna mewujudkan nilai pesan yang hendak dicapai.⁵⁰

⁴⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011),232

⁴⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011),233

⁵⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 233.

e. Hambatan Komunikasi

Komunikasi dalam diri manusia mempunyai kecenderungan terhadap perilaku acuh tak acuh, kesalahan dalam penafsiran, menganggap segala sesuatu atau tidak memiliki kemampuan untuk mengingat apa yang telah disampaikan oleh komunikator dengan jelas. Hambatan dalam komunikasi merupakan hal-hal yang muncul dalam komunikasi, yang mana dapat menimbulkan proses komunikasi menjadi terganggu, artinya terhambatnya pesan dapat mempengaruhi muncul atau tidaknya dampak yang diinginkan. Gangguan dalam komunikasi muncul dalam setiap unsur komunikasi sebagai berikut:

1) Gangguan Teknis

Gangguan secara teknis bisa muncul apabila alat yang dipakai dalam kegiatan komunikasi terjadi gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan menggunakan media terjadi hambatan.

2) Kerangka Berpikir

Gangguan dalam kerangka berpikir merupakan gangguan atau hambatan yang ditimbulkan dengan adanya perbedaan anggapan antara komunikator dan komunikan terkait pesan yang disampaikan dalam kegiatan komunikasi, hal ini lumrah ditimbulkan karena latar belakang Pendidikan dan pengalaman yang tidak sama.

3) Gangguan Semantik

Gangguan semantik merupakan gangguan yang muncul karena kekeliruan pada bahasa yang dipakai, gangguan semantik kerap terjadi dikarenakan oleh :

- a) Diksi-diksi yang dipakai terlalu banyak menggunakan resapan bahasa luar, sehingga hanya Sebagian yang mengerti.
- b) Bahasa yang digunakan tidak semestinya.

- c) Latar belakang budaya yang menyebabkan terjadinya kesalahan penafsiran terhadap simbol-simbol dan bahasa yang digunakan.⁵¹

3. Sinetron

a. Pengertian Sinetron

Istilah sinetron dalam Bahasa Indonesia ialah film yang dikhusus dibuat untuk ditayangkan lewat media elektronik yaitu televisi. Penjelasan lain tentang sinetron adalah kumpulan konflik-konflik yang disusun menjadi suatu cerita yang buat agar dapat mempengaruhi gejolak batin, emosi, dan pikiran penonton yang ditayangkan melalui media televisi.⁵²

b. Unsur-Unsur Sinetron

Adapun yang menaungi unsur-unsur sinetron adalah sebagai berikut:

- 1) Produser
- 2) Sutradara
- 3) Naskah/Skrip
- 4) Artis/Aktor
- 5) Make Up
- 6) Kostum
- 7) Engineering

c. Macam-Macam Sinetron

Pembuatan program televisi memang tidak pernah lepas dari Analisa minat pasar terhadap jenis program televisi. Sama halnya Para pembuat sinetron mencoba menganalisa seperti apa tontonan sinetron yang paling banyak disukai khalayak . Hal ini dapat dilihat melalui *rating* suatu sinetron. jika *rating* sinetron itu tinggi berarti sinetron tersebut dilihat oleh orang banyak. Berdasarkan hal tersebut, banyak jinis sinetron yang menghiasi televisi. Baik dari aspek cerita

⁵¹Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi* (Yogyakarta : Media Persindo, 2006), 9.

⁵²Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa* (Bandung : Rineka Cipta, 1996), 130.

ataupun kategori sinetron itu sendiri. Adapun macam-macam kategori suatu sinetron adalah:

1) Sinetron Lepas

Sinetron lepas adalah sinetron yang langsung selesai saat penayangan itu juga. Sinetron ini hanya memiliki satu episode saja. Sehingga cerita yang disampaikan akan usai saat jam tayang selesai.

2) Sinetron Seri

Sinetron seri adalah sinetron yang memiliki jumlah episode yang banyak. meskipun jumlah episodenya banyak, masing-masing episode tersebut tidak memiliki keterkaitan dengan episode selanjutnya. Karena cerita yang ditampilkan akan usai pada waktu itu juga, namun tokoh-tokohnya sama seperti awal penayangannya. Karenanya menonton sinetron seri tidak harus berurutan. Sinetron seri ini biasanya berjenis drama atau komedi.

3) Sinetron Serial

Sinetron serial yaitu sinetron yang masing-masing episodenya memiliki keterkaitan. cerita yang disajikan adalah sinetron yang ceritanya belum selesai pada hari itu juga, namun kelanjutannya ada pada episode selanjutnya.

4) Sinetron Mini Seri

Sinetron Miniseri merupakan sinetron yang umumnya hanya memiliki episode yang tidak lebih dari 10 episode. Sinetron jenis ini, tidak akan ditambah lagi episodenya. Lantaran sebagai miniseri dia adalah karya yang utuh dan selesai. Seperti namanya Miniseri bukan sinetron yang dipanjang-panjangkan ceritanya.

5) Sinetron Maksi Seri

Sinetron Maksiseri merupakan sinetron yang tidak diketahui kapan berakhirnya jumlah episodenya dan. Sinetron maksiseri berasal dari

sinetron seri atau serial yang dipanjangkan karena rating yang tinggi dan peminat yang banyak.⁵³

d. Tujuan Sinetron

Seperti media massa lainnya, sinetron pada intinya mempunyai tujuan tertentu yakni bertujuan memberikan pendidikan dan hiburan untuk lebih jelasnya peneliti akan menjelaskan lebih rinci:

1) Tujuan Pendidikan

Sebagai, sinetron merupakan salah satu sarana yang dapat dipakai untuk menyampaikan Pendidikan. Pendidikan yang terdapat dalam sebuah sinetron memiliki makna seperti pesan-pesan yang berisi pendidikan, seperti etika ,moral bagi penonton. Sinetron dapat memberikan pelajaran bagi penontonnya tentang bagaimana cara bermasyarakat dengan banyak orang, bertingkah laku dan bersikap sesuai dengan norma dan nilai budaya masyarakat setempat.⁵⁴

2) Tujuan Hiburan

sinetron merupakan hiburan yang tergolong murah dan mudah didapatkan oleh semua kalangan. Sinetron memberikan hiburan bagi penontonnya, dengan melihat sinetron penonton dapat menghilangkan rasa jenuh yang muncul karena aktivitas rutin harian yang penat. sinetron juga bisa membuat penontonnya senang, tertawa dan lainnya.

e. Dampak Sinetron

1) Dampak Pada Perilaku

Proses menyampaikan nilai-nilai sosial budaya yang telah dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari penonton. contohnya : saling gotongroyong, menghormati pendapat orang lain dan lain sebagainya.

⁵³Veven Wardana, *Kapitalisme Televisi Strategi Budaya Massa*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar,1997), hlm.294-296.

⁵⁴ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa* (Bandung : Rineka Cipta, 1996), hlm.133.

2) Dampak Peniruan

Pemirsa dihadapkan dengan budaya-budaya yang ada dalam adegan dalam sinetron yang dianggap sebagai realita yang layak untuk ditiru. Misalnya :, sifat, gaya model pakaian cara berbicara yang kemudian ditiru oleh penonton.

3) Dampak Kognitif

Dampak kognitif merupakan kemampuan seseorang atau penonton untuk memahami program yang ditayangkan oleh televisi yang dapat memunculkan pengetahuan bagi penonton

Berdasarkan manfaat dan dampak yang timbul oleh tayangan televisi, kita mampu mengambil kesimpulan bahwa televisi selain memiliki dampak yang positif, televisi juga dapat memiliki dampak buruk atau negatif. Pengaruh negatif sebagai contoh saja dengan adanya televisi pengetahuan dengan mudah dapat didapat, hiburan didapatkan dengan mudah serta berita-berita dari manca negara dapat diketahui dengan mudah dan jelas.⁵⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang sinetron yang dihubungkan dengan dakwah terkhusus sinetron Dunia Terbalik, namun ada beberapa penelitian terdahulu mempunyai beberapa persamaan dan perbedaan.

Pertama., Salman Al Farizi “Pesan Dakwah Islam Dalam Sinetron Komedi” (Analisis Isi Pada Sinetron Preman Pensiun 2 Karya Aris Nugraha di RCTI Episode 1-20” Dalam penelitiannya mengkaji pesan dakwah yang ada di Sinetron Komedi Preman Pensiun.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pesan dakwah yang terkandung dalam Sinetron. Perbedaan juga terletak pada objek penelitan, peneliti terdahulu menggunakan Sinetron Komedi Preman Pensiun sedangkan peneliti saat ini meneliti Sinetron Dunia Terbalik dan mode penelitan Sinetron

⁵⁵ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa* (Bandung : Rineka Cipta, 1996), hlm.100-101.

Preman Pensiun menggunakan analisis isi kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan Kualitatif Deskriptif isi.⁵⁶

Kedua, Rani Rahayuni “Pesan-Pesan Dakwah dalam Film “Syurga Cinta” Dalam penelitiannya mengkaji pesan dakwah yang ada di Film “Syurga Cinta”.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini menggunakan media audio visual sebagai objek penelitiannya, sedangkan untuk perbedaan terletak pada objek penelitiannya dimana peneliti terdahulu menggunakan film Syurga Cinta sebagai objek penelitiannya,⁵⁷ sedang peneliti menggunakan Sinetron Dunia Terbalik, kemudian perbedaan selanjutnya terdapat di metode penelitiannya, peneliti terdahulu menggunakan analisis semiotik model Roland Barthers sedangkan peneliti menggunakan Analisis Kualitatif Deskriptif.

Ketiga, Ismayani “Pesan Dakwah dalam Film “Aku Kau dan KUA” (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)” Dalam penelitiannya mengkaji tentang pesan dakwah dalam film Aku, Kau dan KUA. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media Audio Visual sebagai objek penelitian, sedangkan untuk perbedaannya sendiri adalah peneliti terdahulu menggunakan film Aku, Kau dan KUA sebagai subjek penelitian, sedangkan peneliti menggunakan Sinetron Dunia Terbalik sebagai subjek penelitiannya.⁵⁸

C. Kerangka Berpikir

Perkembangan Teknologi, mendorong munculnya inovasi dalam berbagai hal dan menuntut munculnya efesiensi dalam berbagai hal. Tak terkecuali dalam bidang dakwah, perkembangan teknologi juga mempengaruhi cara berdakwah dan media yang digunakan dalam berdakwah,

⁵⁶ Skripsi Oleh Salman Al Farizi “*Pesan Dakwah Islam Dalam Sinetron Komedi Album (Analisis Isi Pada Sinetron Pemain Pensiun 2 Karya Aris Nugraha di RCTI Episode 1-20)*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2015),

⁵⁷ Skripsi Oleh Rani Rahayuni “Pesan-Pesan Dakwah dalam Film “Syurga Cinta””, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan KalijagVFa, 2016), 29.

⁵⁸ Skripsi Oleh Ismayani “Pesan Dakwah dalam Film “Aku, Kau dan KUA” Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure”, (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017), 35.

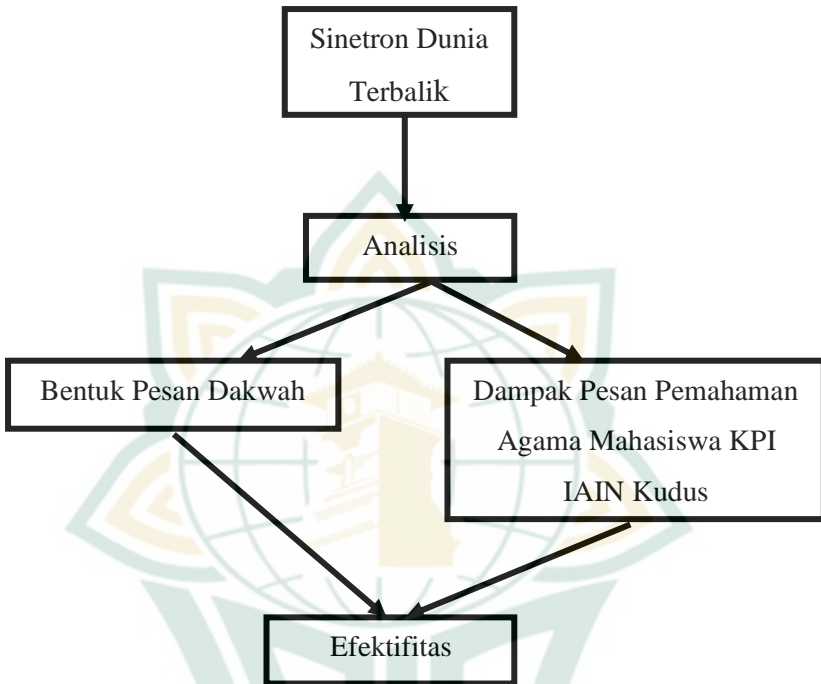
yang awalnya dilakukan secara sederhana dan dengan jangkauan pesan yang terbatas, berubah menjadi dakwah yang modern serta dengan jangkauan pesan yang lebih luas. Yaitu dengan bantuan Media Massa.

Media massa Hadir dalam beberapa bentuk Antara lain Media Massa Audio, Visual, dan Audio Visual. media-media tersebut memiliki jangkauan pengiriman pesan yang luas. Akan tetapi dari ketiga media tadi disebutkan Media Audio Visual lah yang paling efektif, karena dapat menginterpretasikan pesan secara lebih jelas karena menggunakan Gambar dan Suara. sebagai contoh dari media Audio Visual yaitu Televisi, yang menyajikan berbagai program tontonan, selain sebagai media Hiburan dan Informasi, televisi juga memiliki sebagai media Edukasi atau pembelajaran, contohnya adalah Film dan sinetron.

Diharapkan dengan berkembangnya teknologi yang serba mempermudah kehidupan manusia, juga mampu mempermudah para Da'i dalam menyampaikan dakwah, dan meningkatkan Keefektifitasan Pesan Dakwah dan memberikan Dampak yang positif bagi para penontonya.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Dilihat dari bagan kerangka berpikir diatas dapat dijelaskan bahwa Sinetron Dunia Terbalik, yaitu sinetron yang dijadikan objek atau bahan penelitian. Selanjutnya Sinetron Dunia Terbalik dianalisis dengan menggunakan Analisis Isi deskriptif, Analisis dapat digunakan untuk menemukan bagaimana Bentuk Pesan Dakwah serta Dampak Pesan Dakwah dalam Sinetron Dunia Terbalik Pada Pemahaman Mahasiswa KPI IAIN Kudus, Sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana Efektifitas Pesan Dakwah Sinetron Dunia Terbalik.