

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah merupakan salah satu dari sekian banyak perintah dari Allah SWT kepada umat muslim sebagai bentuk penegakan syariat Islam di seluruh aspek kehidupan manusia. Sebagaimana yang dipahami dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan menyampaikan kepada umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk dan ajaran dari Allah SWT melalui rasul.

Dakwah sendiri dilakukan dengan cara bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.¹ Hal tersebut persis dengan pendapat Tata Taufik bahwa tujuan dakwah adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhoi Allah dengan cara menyampaikan nilai-nilai yang mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhoi Allah SWT sesuai segi dan bidangnya masing-masing.²

Kegiatan dakwah pada tataran implementasinya tidak hanya dilakukan dengan lisan saja melainkan bisa juga dengan tulisan bahkan sebuah film.

¹ Saerozi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), h. 11.

²M.Tata Taufik, *Dakwah Era Digital: Seri Komunikasi Islam* (Kuningan, Jawa Barat: Pustaka Al-Ikhlash, 2013), h. 8.

Media dakwah menjadi unsur yang penting dalam berdakwah, maka sudah seharusnya dalam proses dakwah harus dimanfaatkan secara baik dan benar, salah satu komponen media dakwah diantaranya adalah melalui media film atau audio visual.

Dakwah pada dasarnya dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.³

Berkembangnya Islam sampai pada hari ini, tidak terlepas dari pada metode yang digunakan pada umat terdahulu, termasuk metode dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Banyak orang yang beranggapan bahwa dakwah harus disampaikan dengan ceramah kyai. Padahal seiring perkembangan zaman, kebutuhan akan dakwah meningkat sehingga memunculkan inovasi dalam berdakwah. Hal ini karena dakwah tidak cukup hanya disampaikan dengan lisan yang aktivitasnya dilakukan di atas mimbar tanpa bantuan perangkat modern.

Dalam penyampaian dakwah itu sendiri harus sesuai dengan perkembangan zaman agar pesan dakwah yang disampaikan mampu diterima dengan baik oleh *mad'u*. Seperti halnya saat ini, bahwa selama ini tidak

³Arifuddin, *Metode Dakwah Dalam Masyarakat*, (Cet 1; Makassar: Alauddin University Press, 2011), h.407.

seorangpun yang menyangkal bahwa masjid merupakan pusat penyampaian pesan dakwah yang sangat efektif. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi yang pesat dari tahun ketahun, kini dakwah tidak cukup disampaikan di masjid saja tanpa mencoba mencari alternatif lain untuk mengembangkannya dengan menggunakan berbagai sarana dan prasarana yang tersedia.⁴

Maudhu atau pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, yaitu keseluruhan yang ada didalam *kitabullah* maupun sunah rasul-Nya.⁵ Pesan dakwah adalah seluruh ajaran Islam yang sering disebut syariat Islam oleh Schiko Murata dan William C. Chitick disebut sebagai trilogi Islam (Islam, Iman, Ihsan), dan menurut Asisi, Al-Jauzi dan Subandi diantara materi (pesan) dakwah bisa dalam bentuk pesan taubat, dzikir, shalat, puasa, dan penyadaran diri akan fitrah kemanusiaan.⁶ Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *d'i* kepada *mad'u*.⁷

Bisa dikatakan bahwa sesungguhnya media massa memiliki peranan penting dan berhubungan erat dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Media massa adalah salah satu senjata utama untuk menyebarkan dakwah pada masa kontemporer. Media bisa menjadi musuh para *da'i* dan bisa pula menjadi teman para pelaku dakwah. Melalui perkembangan media

⁴Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h.17.

⁵Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widyad Padjadjaran, 2009), h. 80.

⁶*Ibid* h. 81.

⁷Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2010) h. 20.

dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah (*da'i*) untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi demi kemaslahatan umat. Untuk menyampaikan pesan dakwah pada saat ini tidak hanya dilakukan melalui radio dan media cetak saja, *youtube* juga merupakan media informasi yang hingga sekarang masih memiliki cukup banyak pemirsa.

Film merupakan alat audio visual yang menarik perhatian banyak orang, karena dalam film itu selain memuat adegan terasa hidup juga adanya sejumlah kombinasi antara suara, tata warna, kostum dan panorama yang indah. Film memiliki daya pikat yang memuaskan penonton.

Perkembangan film dengan menampilkan realitas kehidupan nyata, sejalan pula dengan perkembangan film dengan menggunakan metode lukis yaitu film animasi. Film animasi adalah sejenis film yang berbahan mentah gambar tangan lalu diolah menjadi gambar bergerak. Film animasi berkonten dakwah mulai berkembang pesat salah satunya ialah film *Dodo* dan *Syamil* bisa ditonton dan *download* di *youtube*.

Film kartun bukan hanya disajikan melalui siaran televisi melainkan juga dapat disajikan melalui media *youtube*. Kehadiran *youtube* memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan audio-visual yang bersaing dengan program di televisi. Tidak hanya itu *youtube* dapat diakses kapan dan dimana saja dengan waktu yang efisien serta sumber yang tanpa batas, hal ini menyebabkan kehadiran internet menjadi lebih dominan. *Youtube* merupakan

situs web video sharing (berbagi video) dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di *youtube* adalah klip musik (video klip), film, TV, kuliah agama serta video buatan para penggunanya sendiri.

Film dalam negeri yang patut diapresiasi saat ini digemari baik anak-anak bahkan remaja dan orang tua adalah film animasi *Nussa dan Rara*. Film yang bisa ditonton dan di *download* di *youtube* pada akun *Nussa Official*. Film ini menceritakan kehidupan sehari-hari dari kakak beradik bernama Nussa dan Rara. Ditengah minimnya tayangan program serial untuk anak yang memberikan pelajaran tentang keIslaman. Akun *youtube Nussa Official* menghadirkan film kartun dengan isi pesan yang berlandaskan keIslaman. Film animasi ini diharapkan mampu memberikan nilai-nilai keIslaman pada anak-anak.

Namun, melihat kenyataannya dimasyarakat bahwa isi dari pesan dakwah dari film animasi *Nussa dan Rara* ini belum mampu memberikan efek dakwah yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya anak-anak yang enggan mempelajari ajaran agama Islam secara menyeluruh, sehingga sering melalaikan perintah dan larangan ajaran Islam itu sendiri. Kebanyakan dari mereka hanya melihat tanyangan-tanyangan video yang disajikan tanpa mau melaksanakan isi dari pada tayangan tersebut.

Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi mahasiswa KPI terhadap pesan dakwah yang disampaikan pada film animasi anak di akun

youtube Nussa Official. Karena film *Nussa* dan *Rara* ini merupakan satu diantara sekian banyak film animasi dalam negeri yang banyak mengandung nilai-nilai keIslaman yang berpedoman kepada al-Qur'an dan Hadist. Sehingga menarik untuk dikaji dan diteliti lebih dalam tentang pesan-pesan moral Islam.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini fokus kepada mahasiswa KPI angkatan 2016 dan pesan dakwah pada akun *youtube Nussa Official* yang ada pada *playlist Animation Series*. Mahasiswa di Universitas lain dan selain akun *youtube Nussa Official* tidak termasuk dalam penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: " Bagaimana persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang terhadap pesan dakwah pada film animasi anak di akun *youtube NussaOfficial?*"

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengungkap secara detail persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran

Islam UIN Raden Fatah Palembang terhadap pesan dakwah pada film animasi anak di akun *youtube Nussa Official*.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan pengetahuan bagi pembaca, dan menjadi referensi bagi penelitian yang lain.
- b. Menambah keragaman dalam penelitian dakwah dan komunikasi pada studi Komunikasi Penyiaran Islam.
- c. Diharapkan dapat mengembangkan khasanah keilmuan dibidang dakwah dan teknologi komunikasi, serta memberikan masukan demi meningkatkan semangat berdakwah mahasiswa.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses penelitian yang telah dilakukan oleh orang-orang terdahulu. Tinjauan pustaka digunakan untuk memudahkan proses pengumpulan data-data sebelum dimuat di dalam penulisan peneliti. Untuk menjadi bahan telaah dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian yang membahas tentang film sebagai media dakwah Islam, ada beberapa karya yang memiliki bahasan yang sama namun dengan fokus masalah yang berbeda, diantaranya adalah:

1. Skripsi milik Zumrotun Nadhiroh Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam melakukan penelitian pada tahun 2011, yang berjudul “Nilai-Nilai Dakwah dalam Film *Upin dan Ipin* Eps: 1-10 di MNCTV”. Penelitian ini fokus pada nilai-nilai atau pesan dakwah dalam film *Upin dan Ipin* dengan menggunakan pendekatan semiotika, analisis Ferdinand De Saussure. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini mendapatkan kesimpulan yang teraktualitas dalam bahasa simbol dan nilai psikologis, nilai sosiologis dan antropologis melalui metode semiotika dan ketiga pendekatan tersebut. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk mendeskripsikan pesan dakwah yang disampaikan di akun *youtube Nussa Official*.
2. Skripsi milik Ismayani jurusan Ilmu komunikasi melakukan penelitian pada 2017, yang berjudul “Pesan Dakwah Dalam Film *Aku, Kau dan KUA*”. Penelitian ini fokus pada pesan dakwah yang terkandung dalam film *Aku, Kau dan KUA*”, Jenis penelitian analisis media menggunakan model Roland Barthes. Pendekatan penelitian ini yaitu metode pendekatan kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini yakni antara lain *ta'aruf* (saling mengenal) merupakan proses pengenalan yang dianjurkan dalam Islam baik mengenal antar pertemanan, persahabatan dan lainnya.Sedangkan

penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk mendeskripsikan pesan dakwah yang disampaikan di akun *youtube Nussa Official*.

3. Skripsi milik Ihsan Al Mandari jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Makna Pesan Dakwah dalam Film Animasi *Adit dan Sopo Jarwo Episode 22*”. Penelitian ini fokus pada pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi *Adit dan Sopo Jarwo Episode 22*. Jenis penelitian analisis kritik (*Post Strukturalisme*) menggunakan model analisis semiologi Roland Barthes. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika. Hasil dari penelitian ini mengenai tentang ketelitian dalam mendengarkan dan menyampaikan informasi kepada khalayak agar tidak terjadi kegaduhan. Hal ini termasuk dalam kategori dakwah muamalah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk mendeskripsikan pesan dakwah yang disampaikan di akun *youtube Nussa Official*.

F. Kerangka Teori

1. Persepsi

Membicarakan masalah persepsi mahasiswa KPI terhadap dakwah melalui media baru, maka teori yang digunakan adalah mengenai persepsi secara umum. Menurut Yusuf, menyebut persepsi sebagai ”pemaknaan hasil pengamatan”. Persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang

melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas yaitu pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.⁸

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indra.⁹ Kemudian Ahmad Mubarak mengatakan persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.¹⁰ Kartini Kartono menyatakan bahwa persepsi merupakan pengamatan secara global disertai pengamatan sedang objek dan subjeknya belum berada satu dari yang lainnya. Persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui lima indera. Hasil penelitian ini mengidentifikasi dua jenis pengaruh dalam persepsi yaitu pengaruh struktural dan pengaruh fungsional.

Teori *Stimulus-Organisme-Respon* (teori SOR) merupakan reaksi yang terjadi pada seseorang atau audiens setelah terkena *exposure stimulus* tertentu. Mc. Quail menjelaskan bahwa elemen-elemen utama dari teori ini adalah;

⁸Alex Sobur, *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2013), h.446

⁹Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, h. 304.

¹⁰Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Cet.3, 2002, Jakarta : Pustaka Firdaus, h. 109.

- a. Pesan (*Stimulus, S*)
- b. Komunikasikan (*Organisme, O*)
- c. Efek (*Response, R*)¹¹

2. Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab, *da'watan* yang merupakan bentuk masdar dari kata kerja *da'a*, *yad'u* dan *da'watan* yang artinya menyeru, memanggil, mengajak, dan menjamu. Dakwah Islam dapat dipahami sebagai ajakan, seruan, serta panggilan kepada umat Islam untuk mengajak orang lain masuk ke dalam Sabilillah (Jalan Allah) secara menyeluruh (Kaffah), baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan.¹² Menurut Abdul Aziz, secara bahasa dakwah bisa berarti: memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, memohon dan meminta.

Sedangkan menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, yaitu keselamatan di dunia dan di akhirat.¹³ Dakwah juga bisa diartikan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses dakwah tidak hanya merupakan usaha

¹¹*Ibid.*, h. 16.

¹²Samsul Munir Amin. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), cet Ke-1 h. 5.

¹³Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2011), h. 1.

penyampaian saja, tetapi juga merupakan usaha untuk mengubah cara berpikir, perasaan seseorang dan bagaimana jalan kehidupan manusia terkhusus umat muslim sebagai sasaran dakwah kearah kualitas kehidupan yang lebih baik.

3. Film

Menurut Umar Ismail menyebut “film adalah media komunikasi yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan akan tetapi juga untuk penerangan, berdakwah dan untuk alat pendidikan”.¹⁴ Film bisa mengungkap kejadian sehari-hari yang terjadi dalam masyarakat, baik kejadian masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang, yang tentunya kesemuanya itu mempunyai tujuan tersendiri.

Pada dasarnya film merupakan alat audio visual yang menarik perhatian orang banyak, karena didalam film memuat adegan yang terasa hidup juga dengan adanya kombinasi antara suara, tata warna, kostum dan panorama yang indah.

4. Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Ardianto yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar, sedangkan komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh seorang ahli

¹⁴ Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h. 47.

komunikasi yaitu Gerbner dalam Ardianto mengatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri¹⁵.

Media sosial adalah sebuah media *online* tempat para pengguna bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. *Blog*, wiki, dan jejaring sosial utamanya facebook dan twitter merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan di seluruh dunia.¹⁶

4.1 Teori *Uses and Gratifications*

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori ini mengacu pada pemilihan media yang digunakan khalayak dalam menggunakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sesuatu yang diinginkan. Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and*

¹⁵Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), h. 4.

¹⁶Asep Syamsul, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2014), h. 104.

gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.¹⁷

G. Metode Penelitian

Untuk terwujudnya satu kerangka ilmiah, penelitian disusun dengan menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objeknya ialah persepsi mahasiswa KPI terhadap pesan dakwah pada film animasi anak di akun *youtube Nussa Official* dan yang menjadi sampelnya terdiri dari mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2016 UIN Raden Fatah Palembang.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Data yang digunakan adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik.

3. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi dua kategori diantaranya:

¹⁷Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), h. 192

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, yaitu data yang diambil dari lapangan penelitian berupa mahasiswa KPI dan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder berfungsi sebagai pelengkap pada sumber data primer. Sumber data sekunder didapati dari hasil penelitian buku-buku, skripsi, dan web yang berkaitan dengan penelitian penulis yaitu berkenaan Persepsi Mahasiswa KPI terhadap Pesan Dakwah pada Film Animasi Anak di Akun *youtube Nussa Official*.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan individu dalam ruanglingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa dan mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam yang pada saat ini menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Dalam penelitian ini populasinya meliputi seluruh mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2016 yaitu sebanyak 108 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi. Menurut Suharsimi Arikunto “jika populasinya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semua, sedangkan jika populasinya lebih besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%”.

Adapun teknik penentuan besaran sample yang digunakan ialah rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned} \text{Maka } n &= \frac{108}{1 + 108 (0.15)^2} \\ &= \frac{108}{3.43} = 32 \end{aligned}$$

Dari penjelasan diatas, maka peneliti mengambil 32 responden untuk dijadikan sampel dari jumlah populasi 108 orang mahasiswa KPI angkatan 2016 yang sudah menonton film animasi anak di akun *youtubeNussa Official*. Manakala teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *simple random sampling* (acak).

Simple random sampling adalah cara pengambilan sampel dan anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen (sejenis).

5. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu yang mencakup dakwah melalui film animasi anak di akun *youtube Nussa Official* (X), sedangkan variabel terikat adalah persepsi mahasiswa KPI UIN Raden Fatah Palembang(Y). Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Variabel penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Dakwah Melalui Film Animasi Anak di Akun <i>Youtube Nussa Official</i>(X)	a. Pesan Dakwah (Materi)	1. Aqidah 2. Ibadah 3. Akhlak
	b. Media Dakwah	1. Film Animasi 2. Media Sosial (<i>Youtube</i>)
Persepsi Mahasiswa KPI UIN Raden Fatah Palembang (Y)	a. Stimulus	1. Tanggapan 2. Sikap 3. Tindakan

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik tanya jawab dalam upaya mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan melaksanakan pemecahan masalah tertentu sesuai dengan data. Wawancara dapat membantu menetapkan keabsahan data yang telah diperoleh peneliti dari sumber-sumber lain atau melalui instrumen lain untuk mengungkapkan berbagai pertentangan yang muncul dari sumber-sumber tersebut.

b. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi merupakan salah satu tekni pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti.

c. Angket

Angket adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, kuesioner disebarkan kepada responden, dengan harapan akan memberikan respon terhadap daftar pertanyaan tersebut.

Dalam penelitian ini nantinya responden diminta menilai pendapat mengenai pertanyaan yang disampaikan dengan pilihan jawaban yang tersedia yaitu *point* 1-5 dengan skala *linkert*. Skor ini kemudian menjadi masukan dalam memberikan skor pada suatu jawaban dari responden terhadap pernyataan responden.

7. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan dan Binkel, analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain.¹⁸

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono dalam buku *Metode Penelitian Pendidikan*. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui rata-rata dan standardeviasi, perhitungan persentase.¹⁹ Pada penelitian ini, data yang telah didapatkan kemudian diklasifikasikan dan dihitung kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

¹⁸A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 400

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 207

H. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan ini dapat dibaca secara mudah dan dapat dipahami, maka kajian ini perlu disusun secara sistematis sehingga tidak terjadi kerancuan. Sistematika dalam penulisan ini terdiri dari empat bagian yaitu:

BAB I: Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Landasan teori, yang terdiri dari kajian tentang pengertian persepsi, dakwah, film, media baru dan dakwah melalui media film.

BAB III: Wilayah penelitian, yang membahas tentang gambaran umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

BAB IV: Hasil penelitian, merupakan fokus utama dalam penulisan ini yang berisi hasil analisis persepsi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam terhadap pesan dakwah pada film animasi anak di akun *youtube Nussa Official*.

BAB V: Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini berupa pernyataan singkat yang merupakan jawaban atas masalah yang dibahas pada masing-masing bab yang sudah dibahas.

