

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang Masalah

Perintah Allah swt, untuk mengajak ke semua umat manusia adalah titah untuk mengkorelasikan melalui komunikasi dan informasi. Al-Qur'an merupakan basis pengetahuan terkait agama Islam dari Tuhan kepada umat manusia selaku pemeluk akidah Islam yang menunjukkan empat sumber untuk memperoleh ilmu pengetahuan : Al-Qur'an dan Sunah sebagai sumber utama ilmu, keduanya harus digali maksud dan rujukan dalam menata kehidupan ini.<sup>1</sup> Dalam keadaan ini, eksistensi pelaku dakwah hadir sebagai pemecahan problematika kehidupan yang dihadapi umat untuk menghindari hal yang meyimpang menuju pola pemikiran yang sah dalam rida Allah Swt.

Secara epistemologi dakwah berasal dari bahasa Arab, kata *da a, yad u* yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, dan menyampaikan. Sedangkan secara terminologi menurut Abdul Pirol dakwah adalah tindakan individu mukmin sesuai dengan kemampuannya yang bertujuan agar manusia siap menerima Islam dengan baik dan menerimanya sebagai tujuan, sehingga dapat mencapai kesejahteraan di dunia dan kebahagiaan di akhirat.<sup>2</sup>

Aktivitas dakwah tidak hendak lepas dari komunikasi, perihal yang tentu berhadapan pada aneka rangkaian teknologi komunikasi serta data tidak lumayan, bila dakwah diimplementasikan cuma pada seminar, majlis taklim, serta ceramah. Karena menitik pertumbuhan agama Islam pada kala ini, pasti berkaitan erat dengan penerusnya oleh sebab itu pelakon dakwah diwajibkan melaksanakan bermacam- macam wujud

---

<sup>1</sup> Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta : Gema Insani Press), 28.

<sup>2</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2018), 9.

kegiatan dakwah dalam kehidupan tiap hari lewat perbuatan (akhlak), tutur kata (lisan), dan tulisan (qalam).

Mengingat pengaruh media data yang sangat nyata oleh sebab itu dalam mengantarkan dakwah Islam berarti membagikan jawaban Islam terhadap problematika yang dialami umat. Mendekonstruksikan ulang tema dakwah semenarik mungkin, bisa jadi supaya jadi tuntutan modernisasi spiritual Islam yang tidak dapat ditawar lagi, dilain sisi keberhasilan dakwah tidak tergantung pada penyusunan ulang isi dakwah, namun dapat segi mempraktikkan tata cara serta medianya.

Hamzah Ya'qub mengkaji media dakwah dan mengklasifikasikan dakwah ke dalam lima jenis dakwah, yaitu: Word of mouth adalah alat propaganda berupa pidato, ceramah, konsultasi, dll. Menulis, media tersebut dapat berupa korespondensi, buku, majalah atau surat kabar. Lukisan, medianya adalah gambar, gambar garis, karikatur. Perangkat audio-visual dapat merangsang pendengaran dan penglihatan. Moralitas, para fasilitator dakwah ini biasanya merefleksikan ajaran Islam dalam bentuk kaffah dalam tindakan nyata.<sup>3</sup>

Komik merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang dapat menyampaikan informasi dengan cara yang populer dan mudah dipahami. Karena kolaborasi teks dan gambar yang membentuk sebuah cerita adalah kekuatan komik. Gambar kartun membuat cerita mudah diserap.<sup>4</sup>

Di era yang serba berkemajuan, opini yang bermunculan di golongan warga komik cumalah suatu toksin yang mengganggu energi nalar serta membuat malas belajar kanak-kanak diakibatkan penyajiannya adegan adegan kekerasan, non-gramatis, non-edukatif. Hal inilah yang menjadi motif untuk melakukan penelitian ini, dengan skema dapat

---

<sup>3</sup> M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2006), 25.

<sup>4</sup> Indira Maharsi, *Komik dari wayang beber sampai komik digital* (Dwi-quantum), 6.

menyingkapkan anggapan dan pengetahuan masyarakat mengenai komik yang bisa dimanfaatkan sebagai instrument dalam penebar kebaikan sebagaimana yang dikehendaki oleh pembuat komik. Oleh karena itu demi memudahkan tersampainya pesan pesan yang tersurat dan tersirat, maka kreativitas dari tangan komikus harus ditampakkan agar memudahkan pembaca memahami isi dengan baik. Moh Ali Aziz memaparkan dalam bukunya, untuk metode *dakwah bil qalam* merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah.<sup>5</sup>

Komik *Wow Subhanallah : Amazing Islam* merupakan sebuah karya seni yang ditulis oleh seorang Muslimah bernama Tethy Ezokanzo adalah penulis buku anak dari Bandung. Memulai inisiasi menulis sejak tahun 2005 ketika tinggal di Jepang. Karya pertamanya adalah novel dewasa lalu kemudian mulai beralih ke genre buku anak pada tahun 2007. Hingga sekarang buku-bukunya terus terbit hampir setiap bulan. Lebih dari 250 buku telah dihasilkannya, diantaranya yang sedang dijadikan objek penelitian oleh peneliti yakni “Wow Subhanallah : Amazing Islam” (Pustaka Al-kaustar Grup-cetakan pertama, november 2018, ketiga pada bulan september 2021), “Seri Komik Alif” (5 buku-Quanta kids 2016) “40 Putri Terhebat, Bunda terkuat” (GPU-2017). Tethy juga telah menerbitkan tiga jilid "Komik Rakyat Indonesia" (BIP-2014) yang lolos seleksi buku untuk diterjemahkan dalam Frankfurt Book Fair 2015. Selain kesibukannya menulis, Tethy juga mengelola perpustakaan anak mandiri. anak bernama "Perpustakaan Kanzo". Kecintaannya pada buku ditunjukkan dengan terus membaca dan menilai buku, yang dilakukannya secara rutin.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2016), 374.

<sup>6</sup> Tethy Ezokanzo, Selaku Penulis Buku, Wawancara langsung Lewat Aplikasi Whatsapp (28-Juni-2022)

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui dalam komik ini terdapat metode bagaimana berdakwah di era sekarang dengan sasaran utamanya anak-anak dan ini selaras dengan penyiaran Islam yaitu berfokus pada dakwah di era sekarang, sehingga dalam segi akademik sangat berkaitan, relevan serta layak untuk ditelisik lebih dalam lagi. Menitik pada kajian pesan dakwah, pada komik tersebut peneliti menganggap bahwa masih banyak pengetahuan tentang Islam dan peradaban yang belum banyak diketahui seperti madrasah pertama Islam, istana Islam tertua yang masih berdiri, raja Islam yang paling Berjaya, Albania satu satunya Negara mayoritas muslim di eropa, masjid saka tunggal, masjid tertua di indonesia. Maka dalam hal ini peneliti mengangkat judul tentang “ Analisis isi pesan dakwah dalam Komik Wow Subhanallah : Amazing Islam ”.

### **B. Rumusan Masalah**

Demikian untuk lebih memperjelas penelitian ini maka penulis merumuskan beberapa problematika, yaitu :

1. Bagaimana isi pesan dakwah dalam Komik Wow Subhanallah : Amazing Islam karya Tethy Ezokanzo ?
2. Bagaimana gaya visual yang diterapkan dalam Komik Wow Subhanallah : Amazing Islam karya Tethy Ezokanzo dalam menyampaikan pesan dakwah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pesan dakwah dalam komik Wow subhanallah : Amazing Islam karya Tethy Ezokanzo.
2. Untuk mengetahui gaya visual pada komik Wow subhanallah : Amazing Islam karya Tethy ezokanzo dalam menyampaikan pesan dakwah.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara akademis dan praktis :

1. Akademis : Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan minat baca para kaum milenial, sehingga tidak ada yang mengabaikan bidang media cetak khususnya komik dalam berkontribusi memikat pembaca.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penikmat komik

Penelitian ini diharapkan dapat mengoptimalkan penikmat komik agar menjadi tertarik dalam membaca komik yang menambah pengetahuan tentang agama Islam.

b. Bagi Peminat kajian media dakwah

Penelitian ini diharapkan mampu mendobrak terobosan terbaru bagi peminat kajian media dakwah, bahwasannya dalam mensyiarkan agama Islam bukan hanya melalui lisan. Akan tetapi, bisa dalam bentuk visual salah satunya komik.

## **E. Definisi Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam interpretasi penelitian, maka perlu adanya penekanan istilah sebagai berikut:

1. Analisis isi merupakan teknik yang digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan dari pengamatan suatu objek. Analisis ini juga bertujuan untuk membuat rumusan kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks.<sup>7</sup>

2. Komik adalah suatu bentuk media komunikasi visual yang mempunyai kekuatan untuk menyampaikan informasi secara populer dan mudah dimengerti karena komik memadukan kekuatan gambar dan tulisan, yang dirangkai dalam suatu alur cerita

---

<sup>7</sup> Tinta ilmiati, Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Naskah Wawacan Kean Santang Aji, 3, no.2, 2020, <http://ejournalradenintan.ac.id/index.php/komunika/article/download/127/4001>.

membuat informasi lebih mudah diserap. Teks membuatnya lebih mudah dimengerti, dan alur membuatnya lebih mudah untuk diikuti dan diingat.

Dewasa ini komik telah berfungsi sebagai media hiburan yang dapat disejajarkan dengan berbagai jenis hiburan lainnya seperti film, TV, dan bioskop. Komik adalah media komunikasi visual dan lebih dari pada sekedar cerita bergambar yang ringan dan menghibur. Sebagai media komunikasi visual, komik dapat diterapkan sebagai alat bantu pendidikan dan mampu menyampaikan informasi secara efektif dan efisien.<sup>8</sup>

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Dalam menghindari plagiasi dipenelitian ini maka, peneliti menerapkan tolak ukur perbandingan dengan karya orang lain agar menjadikan penelitian ini lebih kearah yang lebih baik, penelitian lainnya sebagai berikut :

Pertama, Skripsi Nasihun Amin Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Walisongo Semarang dengan judul “ Pesan Akhlak dalam komik Islam yang ku lihat karya Fajar Istiqlal ” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik content analysis yaitu sebuah penelitian yang memberikan wawasan secara objektif, sistematis, serta mempererat arti kontekstual. Ketetapan yang diambil oleh peneliti dalam skripsi ini bahwa, perspektif tentang akhlak dibagi menjadi dua pada kriteria dasar. Adapun kriteria akhlak diimplementasikan analisa isi pesan sebagai berikut *pertama*, akhlak mahmudah (baik) bab yang tergolong akhlak mahmudah salah satunya takut kepada Allah Swt, ingat mati, dan bersyukur. *Kedua*, Akhlak Madzmumah (buruk) di antaranya : suka berucap sia-sia tidak ada manfaat, hura-hura, cinta dunia. Persamaan skripsi Nasihun Amin dengan milik penulis yaitu dari segi objek penelitiannya sama-sama meneliti komik. Sedangkan

---

<sup>8</sup> Heru Dwi Waluyanto, Komik sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran, 7, no.1, 2005, <http://203.189.120.189/ejournal/index.php/dkv/article/download/16441/16433>.

perbedaannya yaitu dalam skripsi Nasihun dari segi fokus penelitian lebih ke pesan akhlak dengan pendekatan *content analysis*, sedangkan milik penulis fokus pada tiga unsur dakwah yaitu, akidah, akhlak, syariat.

Kedua, skripsi Siti Nurfadila Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Sunan Ampel dengan judul skripsi Pesan Dakwah dalam “ Komik si Toyeb : Suka Cita di Dunia Pesantren Karya Husni assaerozi ”. Penelitian ini menggunakan Analisis semiotik model Roland Barthes dengan penelitian kualitatif teks media yang mengupas dan meneliti isi teks, gambar dalam kesatuan panel komik. Reaksi yang ditangkap pada penelitian ini terkandung pesan akhlak mahmudah dan madzmumah, dan untuk muatan ajakan cinta pesantren seperti gambaran tradisi pesantren yang tak tenilai dengan sebuah angka, sajian cerita yang begitu seru, dan cerminan kecil yang signifikannya kehidupan pesantren sebagai benteng pendidikan agama bagi umat. Persamaan skripsi Siti Nurfadila dengan milik penulis sama-sama meneliti tentang komik. Perbedaannya yakni pada metode penelitiannya dimana milik peneliti menggunakan kajian pustaka dan objek komik yang menceritakan khazanah Islam, sedangkan skripsi Nur Fadila menggunakan Analisis semiotika model Roland Barthes dengan penelitian kualitatif dengan metode wawancara dan objek komik memaparkan tentang suka-cita anak pesantren.

Ketiga, Skripsi M. Faizal Rachman mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “ Pesan-Pesan dakwah dalam Komik Si Juki Karya Faza Meonk ”. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif interpretatif dengan analisis data semiotika model roland barthes yang berfokus pada tanda hasil dari penelitian ini terdapat pesan-pesan dakwah yang kaffah berdasarkan al-qur'an. Persamaan Skripsi M. Faizal Rachman dengan penelitian ini sama-sama meneliti komik. Perbedaan dari kedua penelitian ini, skripsi M. Faizal rachman menerapkan analisis semiotika model Roland Barthes dengan pendekatan

kualitatif interpretative dan objek komik menerapkan dalam media sosial, sedangkan milik peneliti menggunakan kajian pustaka dengan objek komik yang berupa buku.

## **G. Kajian Teori**

### **1. Analisis Isi**

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menerapkan analisis isi.<sup>9</sup> Analisis isi membantu melakukan konseptualisasi dan kategori dari isi dokumen ini sehingga dapat dikategorikan dan dianalisis.<sup>10</sup> Teknik penelitian yang digunakan dalam analisis untuk mendapatkan isi pesan komunikasi dengan pengukuran kualitatif dan kuantitatif. Penggunaan analisis isi meliputi tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, analisis diaplikasikan sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan perbandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.<sup>11</sup> Adapun tujuan analisis isi :

- a. Menggambarkan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*).
- b. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*Inferences about the causes of communication*).

Penggunaan analisis isi harus menentukan terlebih dahulu fenomena komunikasi terlebih dahulu dengan menemukan apa yang akan diteliti, semua perbuatan yang dilakukan harus didasarkan pada tujuan. Jika objek penelitian berhubungan dengan pesan

---

<sup>9</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta : Kencana, 2015), 11.

<sup>10</sup> Ibid, 12.

<sup>11</sup> Ibid, 10.

suatu media maka perlu dilakukannya identifikasi terhadap pesan dan media yang menghantarkan pesan tersebut.<sup>12</sup>

Menurut R. Holsti Analisis isi adalah suatu Teknik dalam mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif dan sistematis.<sup>13</sup> Menurut Izzah dalam Skripsinya menjelaskan batasan tentang analisis dengan pendekatan kuantitatif yang mengutamakan ketetapan dalam mendefinisikan isi pesan seperti perhitungan dan penyebutan yang berulang dari kata-kata tertentu, konsep, tema dan penyajian suatu informasi. Sedangkan yang kedua adalah pendekatan kualitatif. Dimana dalam pendekatan ini menggunakan seperangkat tema sebagai pedoman dalam pembahasan seluruh isi pesan dan mencoba menerangkan bagaimana tema tersebut dikembangkan oleh suatu sumber atau media dan cenderung untuk meneliti masalah yang tidak mencakup jumlah.<sup>14</sup>

## **2. Dakwah**

### **a. Pengertian Dakwah**

Dakwah secara etimologis bersal dari bahasa Arab yaitu *da'a-yad'i-da'watan* yang artinya mengajak, menyeru, dan memanggil. Pengertian tersebut dijumpai dalam ayat al-qur'an surat yunus/10:25; Artinya : “ Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-nya kepada jalan yang lurus (Islam)”.(QS. Yunus/10:25). Dengan demikian dakwah secara bahasa mempunyai makna bermacam-macam, antara lain :

---

<sup>12</sup> Jurnal Ahmad, “ Desain Penelitian Analisis isi (Content Analysis) ”, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, di Akses Pada 09 Desember 2022

<https://www.researchgate.net/publication/325965331>

<sup>13</sup> Gusti Yaseer Arafat, “ Membongkar isi Pesan dan Media dengan Content Analysis ”, *Jurnal Alhadharah*, 17, no 33, Januari-Juni 2018

<sup>14</sup> Izzah, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel Terbakar Kumandang Azan Karya Yusni A. Ghazali” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,2009), 23.

1. Memanggil dan menyeru, seperti dalam firman Allah dalam Q.S. Yunus/10:25. “Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga) dan memberikan petunjuk kepada orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)”.
2. Menegaskan atau membela, baik terhadap yang benar ataupun yang salah, yang positif ataupun yang negatif.
3. Suatu perkataan atau perbuatan untuk menarik seseorang kepada suatu aliran atau agama tertentu.
4. Meminta dan mengajak seperti ungkapan, *da'a bi as-sya'i* yang artinya meminta dihidangkan atau didatangkan makanan ataupun minuman.

Dakwah secara terminologi diungkapkan secara langsung oleh Allah Swt dalam ayat Al-Qur'an. Kata dakwah dalam Al-Qur'an diungkap sekitar 198 kali yang tersebar dalam 55 surat (176 ayat). Kata dakwah oleh Al-Qur'an digunakan secara umum. Artinya, Allah masih menggunakan istilah *da'wah il Allah* (dakwah islam) dan *da'wah ila nar* (dakwah setan) oleh karena itu, dalam tulisan ini dakwah yang dimaksud adalah *da'wah ila Allah* (Dakwah Islam). *Tabligh, amar ma'ruf dan nahi mungkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khutbah*. Di sisi lain secara terminologi para ahli berbeda-beda dalam memberikan pengertian tentang dakwah misalnya Adi Sasono, secara normatif mengajak manusia kejalan kebaikan dan petunjuk untuk memperoleh kebahagiaan didunia dan akhirat atau merupakan transformasi sosial.

Menurut Andy Darmawan dalam buku yang dikarang Syamsuddin AB, dakwah adalah ajakan atau seruan untuk mengajak kepada seseorang atau kelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai islam. Muhyidin dan Agus Ahmad Safei menuturkan dakwah merupakan aktivitas menciptakan perubahan sosial dan pribadi yang didasarkan pada tingkah laku pelaku pembaharuannya.

Kesimpulannya dari definisi dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik.<sup>15</sup>

#### b. Tujuan Dakwah

Kegiatan Dakwah Islam tentunya mempunyai tujuan. Secara hakiki dakwah mempunyai tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Al-Qur'an-al-Hadits dan mengajak manusia untuk mengamalkannya. Tujuan dakwah ini dapat dibagi menjadi, tujuan yang berkaitan dengan materi dan objek dakwah. Dilihat dari aspek tujuan objek dakwah ada empat tujuan yang meliputi: tujuan perorangan, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan manusia sedunia. Sedangkan tujuan dakwah dilihat dari aspek materi, menurut Masyhur Amin ada tiga tujuan yang meliputi: Pertama, tujuan akidah yaitu tertanamnya akidah yang mantap bagi tiap-tiap manusia. Kedua, tujuan Hukum aktivitas dakwah bertujuan terbentuknya umat manusia yang mematuhi hukum-hukum yang telah disyariatkan oleh Allah Swt. Ketiga, tujuan akhlak yaitu terwujudnya pribadi muslim yang berbudi luhur dan berakhlakul karimah.<sup>16</sup>

#### c. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur Dakwah adalah dalam pembahasan ini adalah bagian-bagian yang terkait dan merupakan satu kesatuan dalam suatu penyelenggaraan dakwah. Jadi, unsur-unsur dakwah tersebut adalah :

##### 1. Subjek Dakwah

Dalam hal ini yang dimaksud dengan subjek dakwah adalah yang melaksanakan tugas-tugas dakwah, orang itu disebut da'i atau mubaligh. Dalam aktivitasnya subjek dapat secara individu atau bersama-sama. Hal ini tergantung kepada besar kecilnya skala

---

<sup>15</sup> Syamsuddin AB, *Sosiologi Dakwah* (Makassar : Alauddin University Press,2013), 06.

<sup>16</sup> Ibid, 10.

penyelenggaraan dakwah dan permasalahan-permasalahan dakwah yang digarapnya. Semakin luas kompleks dakwah yang dihadapi, tentunya besar pula penyelenggara dakwah, baik dibidang keilmuan, pengalaman, tenaga dan biaya, maka subjek dakwah yang terorganisir akan lebih efektif daripada secara individu dalam rangka pencapaian tujuan dakwah.<sup>17</sup>

Dalam pengertian subjek dakwah yang terorganisir, dapat dibedakan dalam tiga komponen, yaitu da'i, perencana, dan pengelola dakwah. Sebagai seorang da'i harus mempunyai syarat tertentu, diantaranya : Menguasai isi kandungan Al-Qur'an dan sunah Rasul serta hal-hal yang berhubungan dengan tugas-tugas dakwah, menguasai ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan tugas-tugas dakwah, takwa kepada ALLAH SWT.

## 2. Objek Dakwah

Objek dakwah adalah setiap orang atau sekelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah. Berdasarkan pengertian tersebut maka setiap manusia tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan, warna kulit, dan lain sebagainya, adalah sebagai objek dakwah. Hal ini sesuai dengan sifat keuniversalan dari agama islam dan tugas kerisalahan Rasulullah Saw, maka objek dakwah dapat dibedakan menjadi dua kelompok, pertama, umat dakwah yaitu umat yang belum menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran agama islam. Kedua, umat ijabah yaitu umat yang secara ikhlas memeluk agama islam dan kepada mereka sekaligus dibebani kewajiban untuk melaksanakan dakwah.<sup>18</sup>

Pada prinsipnya obyek dakwah terbagi menjadi dua yaitu :

### a. Objek dakwah

---

<sup>17</sup> Ibid, 11.

<sup>18</sup> Ibid, 12.

Ilmu dakwah adalah semua aspek ajaran Islam (dalam Al-Qur'an dan Sunnah), sejarah ajaran Islam (hasil ijtihad dan realisasinya dalam sistem pengetahuan, teknologi, sosial hukum, ekonomi, pendidikan, dan kemasyarakatan, politik dan kelembagaan Islam).

#### b. Objek formal

Ilmu dakwah adalah mengkaji salah satu sisi obyek formal yang dihadapi umat. Hal-hal yang dipandang bersifat doktrinal dan konseptual dinyatakan secara empirik yang hasilnya dapat dirasakan oleh umat manusia sebagai rahmat Islam di jagat raya (*rahmatan lil alamin*).

### 3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah menurut ilmu komunikasi bermakna simbol-simbol. Dalam literature Arab pesan dakwah disebut dengan *madlu' al dakwah*. Pesan dakwah dapat dimengerti sebagai isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang dapat memberikan pemahaman atau perubahan sikap serta perilaku mitra dakwah.

Sebenarnya apapun pesan yang disampaikan asal tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits. Pesan dakwah secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadits) dan pesan penunjang (selain Al-Quran dan Hadits).<sup>19</sup>

### 4. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara menyampaikan pesan kepada objek dakwah, baik itu kepada individu, kelompok, maupun masyarakat agar pesan-pesan tersebut mudah diterima, diyakini, dan diamalkan.<sup>20</sup>

### 5. Landasan Dakwah

Landasan dakwah dalam Al-Qur'an ada tiga, yaitu *bil hikmah* (kebijaksanaan), yaitu cara-cara penyampaian pesan dakwah yang sesuai dengan keadaan penerima dakwah.

---

<sup>19</sup> Moh Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), 318-330.

<sup>20</sup> Ibid, 13.

Operasionalisasi metode dakwah bil hikmah dalam penyelenggaraan dakwah dapat berbentuk: ceramah-ceramah pengajian, pemberiansantunan kepada anak yatim atau korban bencana alam, pemberian modal, pembangunan tempat-tempat ibadah dan lain sebagainya.

*Mau'idah Hasanah*, yakni memberi nasihat atau mengingatkan kepada orang lain dengan tutur kata yang baik, sehingga nasihat tersebut diterima tanpa ada rasa keterpaksaan. Penggunaan metode dakwah model ini dapat dilakukan antara lain dengan melalui: kunjungan keluarga, sarasehan, penataran/kursu-kursus, ceramah umum, dan tabligh.

*Mujadalah* (Bertukar pikiran dengan baik), berdakwah dengan cara bertukar pikiran (debat). Pada masa sekarang menjadi suatu kebutuhan karena tingkat berpikir masyarakat yang sudah mengalami kemajuan. Namun demikian, da'i hendaknya harus mengetahui kode etik (aturan main) dalam suatu pembicaraan atau perdebatan, sehingga akan memperoleh mutiara kebenaran, bahkan terhindar dari keinginan mencari popularitas ataupun kemenangan semata.<sup>21</sup>

## 6. Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur schramn mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya.

Secara bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wushlah*, *at-tishad* yaitu segala hal yang dapat mengantarkan terciptaanya kepada sesuatu yang dimaksud.

---

<sup>21</sup> Ibid, 14.

Pada bagian lain juga dikemukakan bahwa media (*wasilah*) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat diberikan pengertian secara rasional dari media dakwah yaitu segala sesuatu yang digunakan atau menunjang dalam berlangsungnya pesan dari komunikator (da'i) kepada khalayak. Atau dengan kata lain bahwa segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang/alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikasikan (khalayak).<sup>22</sup>

### 3. Komik

Dalam bahasa Prancis tidak ditemukan pandangan yang tepat untuk kata Inggris *Comics* yang merupakan perwujudan utama dari gejala sastra gambar. Karena tidak ada istilah lain, digunakan istilah *bande dessinée*, yang memiliki arti sama dengan komik bersambung yang dimuat dalam surat kabar. Apabila komik bersambung dengan surat kabar dibedakan dengan komik lengkap, ungkapan Inggris *comic-strips* dan *comic-books* praktis untuk digunakan karena tidak menimbulkan kekaburan makna.

Di Indonesia, orang belum mempersalahkan komik secara teoritis, namun pengertian di atas tidak menimbulkan masalah peristilahan. Kata komik diterima secara umum untuk menyebut sastra gambar. Untuk menyebut komik bersambung, yang di Indonesia langka, digunakan istilah *comic-strips* sedangkan *comics-books* disebut komik. Baru baru ini muncul istilah *tjergam*, akronim dari *tjerita* atau cerita berbentuk gambar, meniru istilah *tjerpén* (*tjerita pendek*) yang sudah lama digunakan. Komikus lebih sering menggunakan istilah itu, karena konotasinya dianggap lebih bagus. Mereka terkadang

---

<sup>22</sup> Aminuddin, " *Media Dakwah* ". Al-Munzir, 9, no 2, ( November ,2016) : 346 <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/download/786/716>.

menyebut dirinya *tjergamis*, dan menggunakannya sebagai nama himpunan profesi, Ikasti (Ikatan Seniman Tjergamis Indonesia).<sup>23</sup>

Berikut rincian penjelasan mengenai ketiga unsur utama komik :

a. *Panel*

*Cohn* menggambarkan panel komik sebagai “unit perhatian” yang menyorot bagian-bagian adegan dengan cara yang berbeda. Dalam urutan gambar, adegan mungkin memiliki dua jenis elemen yang bermakna : Entitas aktif adalah mereka yang mengulang di seluruh *panel* dengan terlibat dalam tindakan dan peristiwa dari urutan, sedangkan entitas yang tidak aktif adalah elemen latar belakang. *Panel* dapat dikategorikan berkaitan dengan cara mereka menggambarkan elemen-elemen yang bermakna.

Layout pada komik merupakan kumpulan gambar dalam halaman, biasanya menggunakan kumpulan *panel* (beragam bingkai biasanya berbentuk kotak) dengan *gutters* (ruang kosong/putih diantara panel) yang ada gambar di dalamnya. Halaman yang memiliki susunan dapat memberikan alur pada gambar. Layout merupakan hal khusus yang dapat membagi elemen narasi gambar. Layout didesain dan dibaca satu dari dua cara yaitu secara baris (*rows*) dan secara kolom (*columns*).

b. *Flow*

*Flow* merangkul konsep utama dalam desain komik atau strip. *Flow* merupakan salah satu struktur yang mendasari yang membuat komik dapat terbaca, mengalir dan tidak perlu dijelaskan kepada pembaca.

*Flow* adalah subjek yang besar karena mencakup bagaimana komik itu sendiri dibaca secara individual sehingga peraturan arah baca (*flow*) pada komik itu perlu disusun secara

---

<sup>23</sup> Marcel Bonneff, *Komik Indonesia* (Jakarta : Kepustakaan Populer Indonesia,2008), 9.

baik dan benar agar dapat tersampaikan alur cerita pada komik dan hal ini merupakan hal yang penting.

c. *Gutter*

*Gutter* yang ada antara panel satu dengan panel berikutnya merupakan wadah closure, closure menjelaskan apa yang terjadi di antara panel. Para pembaca muncul dengan interpretasi mereka sendiri tentang kesenjangan antara panel, dan interpretasi ini dapat berbeda untuk setiap pembaca untuk mengartikan apa arti akhir komik dengan menggunakan panel. Pada bukunya yang berjudul *understanding comics*, scott mccloud telah menspesifikasi perbedaan tipe dari closure berdasarkan berbagai macam metode dari penyebaran halaman seperti *moment to moment*, *action to action*, *subject to subject*, *scene to scene*, *aspect to aspect*, dan *non-squitter*.

Penerapan *gutter* kedalam bangunan dapat berupa sirkulasi-sirkulasi yang tidak hanya media yang mengantar orang-orang namun juga dapat atau menyediakan aktivitas-aktivitas lainnya yang beragam. Dengan kata lain sirkulasi yang dapat menghidupkan aktivitas pengguna bangunan.<sup>24</sup>

Menggambar komik di seluruh dunia mempunyai empat klasifikasi atau aliran gaya gambar utama.

1. *Cartoon style* atau gaya gambar lucu

Kartun artinya gambar lucu, jangan bingung dengan animasi kartun (*cartoon animation*). *Cartoon Animation* atau animasi kartun artinya animasi gambar lucu.

Ada beberapa contoh tokoh-tokoh dengan gaya kartun disejumlah negara. Contoh gaya gambar kartun di Amerika Serikat dan Eropa, antara lain Mighty Mouse, Donald Duck, Asterix & Obelix, Tintin, Bill & Bull, Smurf, dan lain sebagainya. Di Jepang, ada

---

<sup>24</sup> Katrun annada, Gusti novi sarbini, "Studio Komik Agora di Banjarabru". *Journal of architecture*, 10, no 1, (februari, 2021): 145, 146, <http://103.81.100.242/index.php/lanting/article/download/634/316/>.

Sin Chan, Kobo Chan, Doraemon, dan lain-lain. Indonesia juga punya tokoh kartun, diantaranya Panji Koming, Timun, Benny & Mice, Kompopilan, dan lainnya. Salah satu contoh gaya gambar komik *Cartoon Style* :



Gambar 1 : Cartoon Style

## 2. *Semicartoon Style* atau semirealism style

Gaya gambar ini merupakan gabungan gaya realis dan kartun. Karikatur adalah ciri paling khas dari gaya ini. Ada banyak pula gaya-gaya lainnya tergantung dari kemampuan menggambar realis dan kartun yang digabungkan. Ini merupakan level atau tingkatan dari pembuat komik atau comic artist itu sendiri.

Aliran semi realis atau semi kartun ini juga banyak variasinya. Contoh gaya gambar di Amerika Serikat antara lain Teen Titans, Batman gaya semikartun. Gambar semikartun di Jepang bisa dilihat pada Sailormoon, Dragon Ball, Naruto, dan sebagainya. Adapun semi kartun lokal antara lain Sawung Kampret, Doyok, Ali Topan, dan lain-lain.



Gambar 2 : Semi Cartoon Style

### 3. *Realism Style* atau gaya gambar realis

Gaya gambar komik disebut semirip mungkin (cenderung) mendekati anatomi dan fisiologi, postur tubuh, wajah, dan ras manusia atau satwa, tumbuhan dan makhluk cerdas lainnya. Aliran realis menampilkan gaya gambar manusia yang mengarah pada wajah ras dari mana komik tersebut berasal. Jika pembuat komiknya dari Jepang, maka gambar wajah yang digambar cenderung wajah ras orang Jepang. Demikian juga komikus Amerika Serikat atau Eropa, mereka cenderung membuat gambar wajah Caucasian.

Sama halnya dengan ras negro, Timur Tengah, India, dan negara kita Indonesia, akan cenderung untuk membuat komik dengan gaya gambar realis dan rasnya sendiri. Contoh gaya realis dari AS dan Eropa adalah Kingdom Come, Trigan, Trigan, Storm, dan Justice. Jepang punya gaya realis pada komik Y's, City Hunter, dan Crying Freeman. Indonesia juga punya, yakni Godam, Gundala, Caroq, Alia, Komodo, dan sebagainya.



Gambar 3 : Realism Style

### 4. *Fine Art Style*

Gaya gambar *fine art* adalah gaya gambar dimana komikus menggambar sesuaidengan apa yang timbul dipikirannya, tanpa melihat orang tersebut punya latar belakang seni atau tidak. Hasil karyanya cenderung dekoratif atau abstrak. Tujuan utama pembuatan *fine art* adalah rasa seni itu sendiri tanpa diikat oleh bentuk kartun, semikartun, dan realis. Tidak terikat pula oleh aturan perspektif, pencahayaan, maupun *shading*.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Davin Edberts, "Macam macam Gaya Visual Komik", Brainly.co.id, diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 23.45 WIB diakses dari <https://brainly.co.id/tugas/13896706>