

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Kita hidup di lingkungan yang memiliki perubahan dan juga perkembangan teknologi yang sangat cepat, dahulu mungkin kita tidak begitu familiar dengan adanya internet ataupun gawai, namun sekarang ini kita tidak bisa lepas akan adanya internet tersebut. Di era digital ini kita sudah sangat terbiasa dengan teknologi yang terbilang cukup canggih untuk memenuhi kebutuhan sehari hari kita terkait informasi dari berbagai bidang dan juga penjuru dunia.

Media baru merupakan produk paling terkenal di era digital yang mengandalkan internet sebagai akses masuk, saat ini internet merupakan hal paling diminati, karena hampir setiap lapisan masyarakat mengenal dan menggunakannya, kita menggunakan internet untuk berbagai macam kegiatan, kepentingan di dunia nyata dan juga di dunia maya.

Dari pengertian di atas kita dapat simpulkan bahwa internet merupakan akses tanpa batas, yang mempermudah untuk berkomunikasi baik antar individu atau kelompok dan juga memberikan kebebasan bagi para penikmatnya.

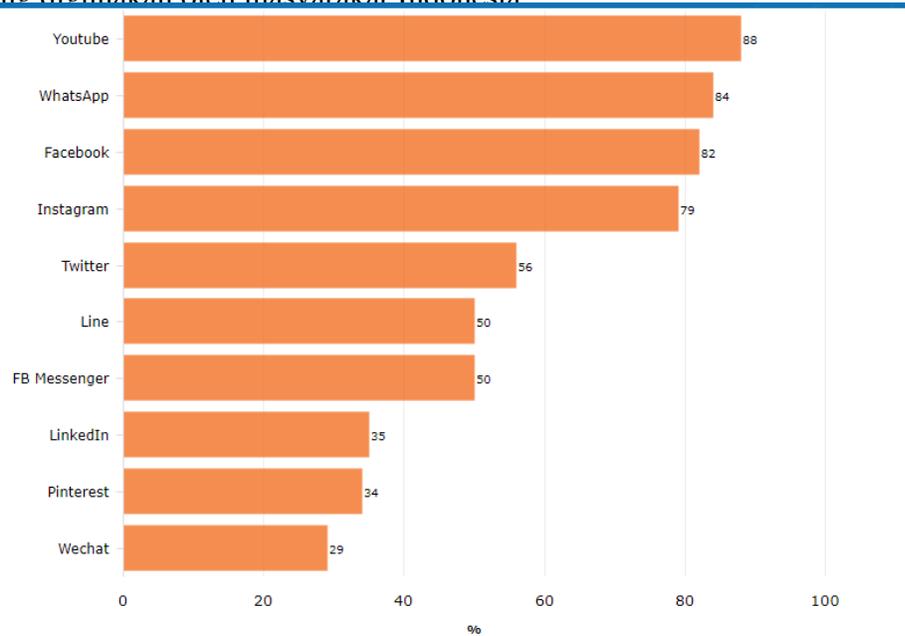
Dari hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, pada tahun 2020 jumlah peselancar internet di Indonesia mencapai 175,2 juta jiwa, meningkat dibandingkan dari tahun 2019. Jumlah tersebut menjelaskan bahwa pengguna

internet pada tahun 2020 mencakup 64% dari total populasi Indonesia (Haryanto 2020) Dari data tersebut menjelaskan bahwa internet hari ini sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia, dengan meningkatnya jumlah pengguna internet maka menunjukkan bahwa minat masyarakat juga sangat besar dalam penggunaan internet, ini merupakan kabar yang sangat luar biasa baik apalagi di dukung dengan hal baik pula dalam menggunakan internet tersebut.

Dengan adanya internet didalamnya juga banyak produk-produk yang dihasilkan seperti media social yang di tawarkan sehingga membuat masyarakat lebih betah dalam menggunakannya. Seperti *Fcebook, Twitter, Instagram, dan Youtube*.

Berbagai jenis dari *Media Social* salah satu yang paling jadi minat masyarakat Indonesia adalah *Youtube* yang mana dari jumlah 150 juta pengguna Media Sosial 88% adalah pengguna dari *Youtube* dengan pengguna usia 18-34 tahun (Jayani, 2020) dikutip dari katadata.com terhitung sampai dengan Februari 2020, laporan dari *We Are Social* mengungkapkan bahwa orang Indonesia rata rata menghabiskan waktu untuk berselancar di media social dengan menggunakan internet ponsel atau android hingga 9 jam 51 menit, *We Are Social* juga telah merilis laporan media yang di gandrungi oleh masyarakat Indonesia , yang menjadi peringkat pertama yakni youtube yang mencapai angka presentase yang cukup tinggi yakni 88%, dilanjut dengan pengguna Whatsapp mencapai angka 84%, kemudian pengguna facebook hingga 82% , pengguna Instagram 79%,

pengguna twitter 56%, pengguna line 50%, FB Messenger 50%, pengguna linkedIn 35%, dan pengguna pinterest 34%, pengguna wechat 29% laporan tersebut terkumpul dalam artikel yang dirilis oleh kadata.com dengan judul 10 sosial media paling sering digunakan pada february 2020, dari data tersebut tampak jelas bahwa Youtube menjadi media yang paling populer dan juga paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia



**Gambar 1.1 Platform Media Sosial di Indonesia**

*Sumber : We Are Social 2020*

**Figure 1**

Dalam pembahasan kali ini peneliti membatasi pembahasan hanya mengenai youtube. Dimana media baru yang sangat digandrungi oleh manusia zaman sekarang. Hal ini dikarenakan adanya youtube, masyarakat dapat menghilangkan rasa suntuk dan juga jenuh dengan hanya mengoperasikan social media seperti

Youtube yang menyuguhkan banyak sekali video yang dapat setiap orang nikmati di dalamnya. (McQuail 2010) Jadi program video yang disuguhkan ini dapat dikatakan sebagai pengembangan dari televisi dan juga dunia perfilman Indonesia yang dapat diputar secara berulang ulang dan juga menjadi media rujukan dari televisi itu sendiri.

Video yang ditayangkan oleh Youtube tergolong sangat beragam, mulai dari video music, lucu, menarik, kreatifitas, seni, dan juga film pendek bahkan film yang sudah tayang di bioskop atau layar lebar bisa kita nikmati melalui youtube. Atau juga mengakses acara televisi yang tidak perlu menunggu waktu tayang dan bahkan kita dapat menyaksikannya berulang kali, dan juga mengelola informasi dengan sangat cepat hanya dengan satu kali klik pada youtube.

Dari youtube pula, video pendek atau biasanya dikenal dengan film pendek yang menyajikan seperti video inspirasi, motivasi sangat banyak sekali dan sangat mudah di akses, seperti film pendek yang disuguhkan oleh nussa dan rara official.

Industri perfilman Indonesia sejauh ini mengalami perkembangan pesat. Indonesia juga bisa menghasilkan film dengan kualitas yang diakui oleh dunia, contohnya saja *The Raid* dan *The Night Come For Us*. Sebelumnya, animasi Indonesia hanya dipandang sebelah mata karena belum menghasilkan film yang masuk dalam kategori bagus. Anak-anak Indonesia justru lebih familiar dengan kartun animasi asal Malaysia, Upin-Ipin.

Namun, sekarang sudah ada banyak karya anak bangsa yang dapat bersaing di dunia film khususnya kartun islami Upin dan Ipin. Nussa dan Rara (akronim dari Nusantara), kartun animasi islami yang menyuguhkan konten edukasi dan menceritakan dua saudara kandung bernama Nussa dan Rara.

Salah satu perkembangan media massa yang memberikan hiburan kemudian dikemas dengan mengikuti perkembangan konten seiring perkembangan zaman adalah film. Film adalah gambar hidup yang juga sering disebut *movie* dalam Bahasa Inggris, film secara kolektif merupakan media visual yang bergerak dengan gambar, simbol, dan juga tanda-tanda visual.

Film yang terdapat dalam konten youtube Nussa Official ini, sudah memiliki banyak sekali video atau film pendek yang mengusung tema islami dan juga memberikan pesan moral terkait kehidupan sehari hari yang terbilang cukup sederhana namun sangatlah penting untuk di pelajari di kalangan anak anak milenial hari ini.

Nussa dan rara ini bukan hanya konten islami dalam judulnya saja namun juga dapat dilihat dari para pemainnya yang menggambarkan sosok manusia yang senantiasa taat menjalani kehidupan, terutama melibatkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupannya. Pesan adalah apa yang terlihat (dapat didengar, dirasakan, atau dibaca) sebaliknya makna adalah apa yang tersirat bersifat laten, tidak dapat dilihat atau didengar secara langsung.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, moral diartikan sebagai akhlak, budi pekerti, atau susila. Secara terminologis, terdapat berbagai rumusan pengertian moral, yang dari segi substantif materilnya tidak ada perbedaan, akan tetapi bentuk formalnya berbeda. dalam (Renyote, 2014) menyatakan bahwa moral adalah ajaran baik dan buruk tentang perbuatan dan kelakuan (akhlak). Al ghazali dalam (Renyote, 2014) mengemukakan pengertian akhlak, sebagai padanan kata moral, sebagai perangai (watak, tabiat) yang menetap kuat dalam jiwa manusia dan merupakan sumber timbulnya perbuatan tertentu dari dirinya secara mudah dan ringan, tanpa perlu dipikirkan dan direncanakan sebelumnya.

Peneliti akan menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Model Triadik dari Peirce sering juga disebut sebagai “triangle meaning semiotics” atau dikenal dengan teori segitiga makna, yang dijelaskan secara sederhana: —tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni menciptakan pola pikir di benak orang tersebut yakni suatu tanda yang setara, atau suatu tanda yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya dinamakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjukkan sesuatu, yakni disebut object”

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana Pesan Moral Dalam Konten Youtube Nussa Dan Rara Official Menurut Analisis Semiotika Model Charles Sanders Peirce ?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Sesuai dengan apa yang disampaikan pada rumusan masalah, yakni bagaimana menganalisis pesan moral pada konten Youtube Nussa dan Rara Official.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

dalam manfaat penelitian dilihat dari dua segi, yaitu :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama mengenai bagaimana pesan dalam karya film dalam konten youtube diproduksi agar mudah untuk diketahui dan diterima oleh penonton. Hasil dari penelitian ini juga mampu menambah pengetahuan tentang bagaimana pemaknaan pesan melalui penelitian berbasis Analisis Semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memiliki manfaat baik untuk penulis maupun kepada pembaca untuk menambah pengetahuan dan acuan bagi masyarakat dalam memaknai sebuah film. Selain itu penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi instansi media yang ingin memproduksi suatu film agar dapat memberikan nilai dan pesan moral yang nantinya dapat disampaikan dengan baik dan dapat diterima dengan baik pula oleh masyarakat.