

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan yang tidak bisa hidup dengan sendiri, ia akan senantiasa membutuhkan manusia lain untuk keberlangsungan hidupnya. Hal tersebut, dalam ilmu sosiologi disebut sebagai *Zoon Politicon*. Maka dengan sifat dasar manusia sebagai makhluk hidup yang tidak bisa hidup sendiri, maka manusia secara tidak langsung akan melakukan interaksi dengan cara berkomunikasi terhadap manusia lainnya guna keberlangsungan hidup mereka, saling membantu, mengisi disetiap kekurangan yang dimiliki masing-masing individu, dan bertahan hidup dengan rasa peduli terhadap sesama. Proses komunikasi ini tidak pernah terlepas dari saling berbaginya pesan atau informasi antara manusia satu dengan lainnya.

Pesan menjadi salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia. Semua aktivitas satu manusia dengan manusia lainnya dapat berjalan dengan baik karena adanya proses interaksi atau bertukar pesan yang dapat difahami antara satu dengan lainnya, sehingga aktivitas tersebut dapat berjalan dengan lancar. Didalam ilmu komunikasi, Pesan juga menjadi salah satu hal yang penting dalam proses komunikasi. Bahkan, manusia tidak bisa dikatakan berkomunikasi jika tidak adanya pesan yang disampaikan kepada manusia lainnya.

Didalam Islam, Pesan adalah salah satu faktor yang juga begitu penting dalam keberlangsungan islam itu sendiri. Menyampaikan informasi

kebaikan, mengingatkan untuk tidak melakukan perbuatan keburukkan, dan membangun peradaban itu sendiri. Di Islam, aktivitas penyampaian pesan seperti ini dikenal dengan Dakwah.

Dakwah adalah salah satu bentuk mempertahankan serta mewariskan Islam di muka bumi. Didalam islam, hukum berdakwah adalah *Fardhu Kifayah*. Beberapa ulama menjelaskan bahwasanya mengajak atau menyeru kepada manusia untuk jalan Allah atau mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya itu hukumnya *fardhu kifayah* di suatu negeri atau wilayah yang apabila sudah ada seorang da'i di negeri atau wilayah tersebut. Dapat disimpulkan bahwa hukum asal dakwah adalah *fardhu 'ain* apabila disuatu negeri belum ada seseorang yang mengajarkan ajaran Allah dan Rasulnya (Bin Bazz, 2019). Jadi, apabila sudah ada yang melaksanakan amalan berdakwah, maka pelaksanaannya menjadi tidak *fardhu 'ain* sehingga menggugurkan kewajiban dakwah terhadap orang lain yang tidak berdakwah, dan hukum ini menjadi sunnah muakkadah dan sebagai amalan yang mulia. Maka, apabila di sebuah negeri atau wilayah tidak ada orang yang berdakwah, maka satu negeri atau wilayah tersebut berdosa di sisi Allah ta'ala.

Didalam Islam, dakwah memiliki status dan fungsi yang sangat fundamental. Berdasarkan buku ilmu dakwah oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz beliau mengutip beberapa pendapat ulama tentang kata Dakwah dan berbagai bentuk katanya yang tertulis didalam Al Qur'an, menurut hitungan Muhammad Sulthon ada 198 kali kata dakwah muncul, 299 kali menurut

Muhammad Fu'ad 'Abd al-Baqi', atau 212 kali menurut Asep Muhiddin (Ali Aziz, 2004, p. 5).

Adapun salah satu ayat yang mengandung kata dakwah pada Q.S An Nahl ayat ke 125 yang berbunyi (Agama RI, 2012, p. 601)

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Ayat diatas menggambarkan bahwa betapa pentingnya berdakwah kepada manusia dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Hal tersebut yang mendasari peneliti tertarik untuk mengkaji Makna Pesan Dakwah yang disampaikan dalam video Nussa dan Rara pada akun Nussa Official di youtube dalam ranah ilmu akhlak dan ilmu komunikasi.

Tujuan dalam aktivitas komunikasi menurut Effendy (2001: 6-9), salah satunya adalah perubahan sikap (*attitude change*) dan perubahan perilaku (*behavior change*) (Burhan Bungin, 2013, p. 35). Disetiap aktivitas komunikasi, perubahan sikap dan tingkah laku adalah hal akhir yang dituju dan diharapkan dalam aktivitas tersebut. Demikian pula dalam kegiatan dakwah, *da'i* atau komunikator berharap agar *mad'u* (komunikan) bersikap dan berbuat sesuai isi pesan yang disampaikannya.

Islam tidak akan pernah berakhir hingga hari kiamat itu sendiri. Maka, kewajiban untuk menyebarkan Islam itu sendiri tidak akan berhenti dari

zaman ke zaman. Maka dari itu, perkembangan dan pembaharuan dalam Dakwah Islam akan terus berjalan, terutama dalam inovasi dan kreatifitas isi atau konten pesan dakwah yang disampaikan.

Mengingat kondisi Zaman yang terus berubah, perkembangan media yang terus terbaharui, dan teknologi yang semakin canggih, menjadi tuntutan bagi seorang da'i untuk menyampaikan isi atau konten pesan yang kreatif dan inovatif yang harus menyesuaikan dengan perubahan tersebut. Apalagi, pada hari ini kita sudah memasuki Zaman Industri 4.0, dimana zaman ini adalah zaman berkembangnya teknologi dan internet. Masyarakat hari ini sudah memanfaatkan dengan baik internet sebagai alat bantu dalam kehidupannya sehari-hari, bersamaan itu pula, dakwah islam harus menyesuaikan dengan perubahan masyarakat terjadi hari ini. Apabila Dakwah Islam tidak menyentuh ranah ini, maka pesan-pesan dakwah Islam seperti Aqidah, Syariah, dan Akhlak. Khususnya akhlak yang menjadi fokus peneliti. Akhlak masih menjadi salah satu masalah di Indonesia, bisa dilihat dari tabel berikut:

No	Aspek yang Dibandingkan	Peringkat
1	Buta hurup usia > 15 tahun	44 dari 49
2	Literasi membaca	39 dari 41
3	Kemampuan berkomunikasi	49 dari 49
4	KKN dan Praktik tak etis	49 dari 49
5	Penggangguran generasi muda	48 dari 49

Tabel 1. Posisi Indonesia

Tabel diatas adalah salah satu gambaran perihal keadaan Indonesia (Suprpto, 2017, p. 16). Dibagian tabel nomor 4, korupsi, kolusi, dan nepotisme serta Praktik tak etis menjadi masalah bagi Indonesia. Indonesia berada pada posisi 49 dari 49 Negara yang ada, posisi paling akhir, menandakan bahwa akhlak masyarakat Indonesia sangatlah buruk. Definisi akhlak itu sendiri menurut Al-Hafiz Ibnu Hajar ialah melakukan sesuatu yang terpuji, baik perkataan maupun perbuatan (Nur Abdul Hafizh Suwaid, 2009, p. 398). Sedangkan, akhlak harus dibentuk semenjak anak-anak. Nabi Muhammad bersabda :

“Tidaklah seorang bapak memberikan pemberian kepada anaknya sesuatu yang lebih baik dibandingkan adab atau akhalk yang terpuji.”(Ahmad, n.d., p. 274)

Menurut peneliti, menyampaikan isi pesan dakwah yang kreatif dan inovatif di internet adalah salah satu pilihan yang tepat untuk menjadi sarana penting guna berlangsungnya aktivitas dakwah, menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam terkhusus pada Akhlak, dikarenakan menyampaikan pesan dakwah yang inovatif dan kreatif dengan dibantu internet akan memiliki jangkauan yang lebih luas, dan peminatnya lebih banyak daripada sarana lainnya, terutama dari sisi popularitasnya.

Alasan peneliti memilih “Analisis Makna Pesan Dakwah Akhlak Nussa dan Rarra dalam Akun Youtube Nussa Official (Analisis Semiotika Model Charles S. Pierce)” sebagai judul penelitian ini adalah karena:

1. Akun Youtube Nussa Official memiliki isi atau konten pesan yang kreatif dan inovatif disetiap video yang ditayangkan didalam akun tersebut.
2. Adanya hasil penelitian yang menemukan bahwa penonton video dakwah dari seorang da'i bahkan bisa membuat seseorang masuk kedalam islam karena pesan dakwah dalam islam, salah satunya akhlak (Wafi, 2018, p. 7).
3. Adanya kombinasi antara pesan dakwah yang kreatif dan inovatif dengan berbagai teknologi di Zaman Industri 4.0 yang menghasilkan suatu perkembangan atau kemajuan bagi umat Islam, sehingga peneliti merasa sangat perlu untuk mengkajinya secara mendalam.
4. Peneliti belum mendapati adanya skripsi yang membahas secara rinci makna pesan dakwah akhlak pada akun youtube Nussa Official yang dianalisis menggunakan metode Charles Sanders Pierce.

Adapun terkait akun Nussa Official itu sendiri merupakan program yang dibawah oleh Perusahaan animasi The Little Giantz dengan segenap direksi dan karyawan yang bekerja di dalamnya. Nussa Official memiliki peran penting dalam memajukan dakwah Islam terutama di internet serta memajukan inovasi dan kreatifitas pesan dakwah dengan cara yang modern, khususnya pada konten-konten video kreatifnya yang banyak mendapatkan respon yang baik dari masyarakat Indonesia atau *mad'u* apabila dilihat dari sisi banyaknya jumlah *subscribers*.

Oleh sebab itu, peneliti merasa perlu membahas dan mengkaji melalui penelitian ini agar bisa berkontribusi dan berpartisipasi untuk menjadi bagian

yang mengambil peranan penting dalam proses berkembangnya kemajuan pesan dakwah yang kreatif dan inovatif di Internet.

Dalam skripsi ini, peneliti memilih akun Nussa Official sebagai objek penelitian dengan beberapa alasan, diantaranya yaitu: Pertama, Akun Nussa Official memenuhi indikator yang sangat dibutuhkan dengan tema penelitian ini yaitu adanya pesan dakwah yang terdapat pada video yang dipublikasikan oleh video Nussa dan Rarra pada akun Nussa Official di youtube. Kedua, Video Nussa Rara yang merupakan produksi Nussa Official begitu kreatif, inovatif dan menginspirasi pada pesan dakwah sehingga melalui penelitian ini diharapkan dapat dipelajari atau bahkan diikuti oleh *da'i* dalam menyampaikan pesan kreatif dan inovatif ketika membuat video untuk berdakwah. Ketiga, jumlah *subscribers* akun Nussa Official yang mencapai lima juta lebih menandakan bahwa konten video yang dipublikasikan memiliki pengaruh besar bagi umat muslim khususnya di Zaman Industri 4.0.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengumpulan semua masalah yang mungkin muncul dalam sebuah penelitian ditulis dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan. Oleh karena itu identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Makna Pesan yang terdapat pada Video akun Youtube Nussa Official
2. Relevansi Pesan di video Youtube Nussa Official dengan Akhlak anak-anak dimasa kini.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat terbatasnya waktu, tenaga, biaya, dan pengetahuan, maka peneliti hanya mengkaji pesan dakwah melalui video di internet khususnya di Media Sosial yaitu akun Nussa Official di youtube. Terkait pilihan video pada akun youtube Nussa Official yang diambil untuk dijadikan sample berada pada tahun 2018-2019.

Dipilihnya periode tersebut dikarenakan adanya penggunaan Video Nussa dan Rara yang cukup dominan yang bersentuhan langsung dengan adab atau akhlak sehingga dianggap penting untuk diteliti. Konten Video pada akun Nussa Official pada tahun 2018-2019 yang akan dianalisis berjumlah tiga video dari seratus enam puluh delapan yang sudah diunggah di akun Youtube tersebut.

Berikut adalah tabel informasi terkait tiga konten video Nussa dan Rarra pada Akun Nussa Officia di Youtube selama tahun 2018-2019 yang akan diteliti pada pembahasan selanjutnya.

No.	Judul	Tanggal Video di Upload	Durasi	Sample Gambar
1.	“Cintai Ibu dan Ayah”	19 April 2019	00.03.38	- 00.00.35 - 00.00.37 - 00.00.44 - 00.00.56 - 00.01.02 - 00.01.06 - 00.01.10 - 00.01.12 - 00.01.19

				- 00.01.22 - 00.01.25 - 00.01.45 - 00.01.48 - 00.01.58 - 00.02.13 - 00.02.59 - 00.03.08
2.	“Tetanggaku Hebat”	22 November 2019	00.06.02	- 00.00.39 - 00.00.44 - 00.00.47 - 00.00.51 - 00.01.11 - 00.01.26 - 00.02.44 - 00.02.52 - 00.02.55 - 00.03.12 - 00.03.21 - 00.04.04 - 00.04.21 - 00.04.23 - 00.04.41 - 00.04.46 - 00.05.33
3.	“Adab (akhlak) Minta Izin”	24 Januari 2020	00.02.53	- 00.00.32 - 00.00.46 - 00.00.51 - 00.00.53 - 00.00.57 - 00.01.03 - 00.01.07

				- 00.01.10
				- 00.01.16
				- 00.01.18
				- 00.01.21
				- 00.01.25
				- 00.01.29
				- 00.02.36

Tabel 2. Sumber Data

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian, yakni:

1. Apa saja makna pesan yang terdapat dalam video di youtube dari akun Nussa Official ?
2. Bagaimana Relevansi pesan dakwah dalam video di youtube Nussa Official dengan realita adab anak masa kini ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pesan dakwah yang disampaikan dengan video oleh Nussa dan Rarra pada akun Nussa Official di youtube. Tujuan tersebut dapat diturunkan menjadi beberapa tujuan, yaitu:

1. Mengetahui apa saja makna pesan yang terdapat dalam video di youtube dari akun Nussa Official
2. Mengetahui bagaimana relevansi pesan dakwah di youtube Nussa Official dengan realita akhlak anak masa kini.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, hasil akhir dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya, memperdalam, serta memperluas pengetahuan yang berhubungan dengan kreatifitas dan inovasi dalam pesan dakwah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi beberapa pihak diantaranya yaitu:

- a. Pengelola Nussa Official : sebagai bahan masukan dan tanggapan dari penonton terhadap konten yang sudah ditampilkan
- b. Pemerintah : sebagai masukan untuk mengembangkan kebijakan terkait pemanfaatan media online sebagai media dakwah.
- c. MUI dan Lembaga Dakwah lainnya di Indonesia : Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan program dakwah berbasis IT di era Industri 4.0.

Selain itu, penelitian ini dapat menjadi salah satu petunjuk atau referensi bagi pihak-pihak yang berkeinginan untuk membuat konten video serupa.

G. Kajian Terdahulu

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang pernah dilakukan terlebih dahulu oleh peneliti sebelumnya. Untuk mendukung penelitian ini, ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan diantaranya yaitu :

1. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang ditulis oleh Rika Ariani “*Etika Komunikasi Dakwah dalam Serial Nussa di Chanel Youtube Nussa Official*” tahun 2019 (Ariani, 2019). Didalam penelitian ini, menghasilkan sebuah penemuan yaitu video nussa memiliki etika dalam komunikasi dakwah dengan menganalisis setiap pesan yang disampaikan lewat video, hal ini memiliki kesamaan dengan apa yang ingin di teliti oleh peneliti. Akan tetapi, ada banyak perbedaan dalam penelitian ini dengan apa yang peneliti teliti, yaitu pada video yang dipilih dan teori yang digunakan yaitu teori etika komunikasi dakwah dengan teori analisis pesan Charles Sanders Pierce.
2. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang ditulis oleh Mumtaz Alif Saleh “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Twitter Felix Siauw*” tahun 2015 (Alif Saleh, 2015). Didalam penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa akun media sosial yakni *twitter* bisa digunakan sebagai media atau sarana untuk berdakwah, melihat dari fungsi utama media sosial ini yang mampu menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada banyak orang atau khalayak umum secara menyeluruh tanpa ada batas

wilayah, serentak, dan lebih efisien serta mampu menghemat tenaga, dana, dan waktu. Di sisi lain, penelitian ini juga menyimpulkan bahwa pesan dakwah yang paling mendominasi disampaikan oleh Felix Siauw melalui media sosial Twitter adalah pesan tentang akhlak kepada Allah dan akhlak kepada manusia. Hal itu dibuktikan oleh peneliti dengan adanya hasil penelitian berupa presentase yang diambil sebanyak 87 sampel tweet yang dimana 41,4% atau 36 tweet dengan pesan yang paling sering muncul adalah Akhlak terhadap sesama manusia dengan 75% pesan yang muncul.

Akan tetapi, ada beberapa perbedaan yang terdapat pada penelitian tersebut dengan apa yang peneliti teliti saat ini. Perbedaannya terdapat pada media sosial yang digunakan dan pembahasan akhlak yang dimana peneliti saat ini lebih spesifik membahas Akhlak kepada kedua Orang tua.

3. Jurnal penelitian dari Fakultas Ilmu Ushuluddin IAIN Thaha Saifuddin Jambi Vol.27, No. 4, Oktober 2012 yang disusun oleh Dian Mursyidah dan Agus Salim pada tahun 2012 dengan judul *“Dakwah Melalui Media Siber: Analisis Pesan Dakwah dalam Website Dakwatuna.com”* (Salim, 2012). Penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan, dengan menggunakan metode penelitian analisis teks model Critical Discours Analysis (CDA) yang dimana hasil dari analisis teks media siber Dakwatuna.com menyebutkan bahwa salah satu pesan dakwah yang disampaikan adalah Akhlak, dan terperinci menjadi 3 bagian Akhlak : 1. Akhlak

yang baik (bagian ke-3); Menyayangi Manusia dan Hewan, 2. Akhlak yang baik (bagian ke-4); Bertutur Kata yang Baik, 3. Akhlak yang baik (bagian ke-5); Kelembutan dalam Segala Urusan.

Dalam penelitian ini, ada beberapa hal yang berbeda dengan apa yang peneliti teliti, yaitu pada akhlak yang teliti, ada 3 akhlak: 1. Akhlak kepada kedua orang tua, 2. Akhlak kepada tetangga, 3. Akhlak meminta izin.

4. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang ditulis oleh Abdul Wafi Akbar dengan judul "*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati*" tahun 2018 (Wafi, 2018). Penelitian ini juga menghasilkan sebuah kesimpulan dari Pesan Dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Bangun Samudra dalam Video Youtube nya adalah tentang Akidah, Akhlak, dan Syari'ah. Dibagian Akhlak, Ustadz Bangun Samudra membuat lebih rinci lagi pembahasan tersebut, terbagi menjadi 2 : Akhlak kepada Allah dan Akhlak kepada manusia. Hal yang sama dengan apa yang peneliti teliti, yaitu tentang Akhlak.

Ada pula hal yang berbeda dari penelitian ini, yaitu objek penelitian yang diteliti, peneliti meneliti Pesan Dakwah yang disampaikan lewat video Nussa dan Rarra pada akun youtube Nussa Official.

5. Jurnal Penelitian dari Jurnal Komunikasi Volume 11, Nomor 2, April 2017 yang disusun oleh Ahmad Toni dan Rafki Fachrizal dengan

judul “*Studi Semiotika Pierce pada Film Dokumenter ‘The Look of Silence: Senyap’*” pada tahun 2017 (Toni & Fachrizal, 2017). Jurnal ini berisikan tentang analisis Pesan dari sebuah Film Dokumenter yang bernama ‘*The Look of Silence: Senyap*’ dengan menggunakan Metodologi Semiotika Charels S. Pierce. Dari penelitian ini, peneliti menganalisis sebuah film lalu diungkap pesan-pesan dari film dokumenter tersebut melalui metodologi Semiotika Pierce, dan menemukan sebuah hasil pesan yang dianalisis lewat 3 cara klasifikasi pesan menurut Semiotika Pierce : 1. *Sign* (tanda), 2. *Object* (penanda), 3. *Interpretant* (petanda). Jika dikaitkan dengan sebuah Film, maka metode ini akan menganalisis setiap detik dari film tersebut, dan setiap detik tersebut, akan dianalisis pesan apa yang ingin disampaikan oleh si pembuat Film tersebut.

Akan tetapi, penelitian ini memiliki perbedaan dengan apa yang diteliti oleh peneliti, yaitu pada objek penelitian yang berupa video Nussa dan Rarra di youtube.

6. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang ditulis oleh Fajar Kusbiyanto dengan judul “*Pesan Dakwah dalam Acara “Mozaik Pagi” di Radio Salma di Kecamatan Klaten Utara Jawa Tengah*” pada tahun 2017 (Kusbiyanto, 2017).

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif Deskriptif, yang berartikan bahwa Penelitian ini akan menjelaskan hasil penelitian secara sistematis fakta dan karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat (Kusbiyanto, 2017, p. 12). Penelitian ini juga

memiliki hal yang berbeda dengan apa yang peneliti teliti, yaitu Media Dakwah yang digunakan berupa video di youtube, bukan di radio.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian dan setiap bagian memiliki sub pembahasan pokok dengan sistematika sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian isi terdiri dari: lembar sampul, lembar judul, lembar pengesahan skripsi, halaman abstraksi, halaman transliterasi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, motto dan persembahan.

2. Bagian Tengah

Bagian ini terdiri dari beberapa bab yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab dengan susunan sebagai berikut:

a. BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

b. BAB II: Kajian Teori

Dalam bab ini terdapat kajian teori tentang Pesan Dakwah dan teori analisis Pesan semiotika Charles Sanders Peirce, dan

menjelaskan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

c. BAB III: Metodologi Penelitian

Dalam bab ini dijelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, peran dan posisi peneliti, waktu dan tempat penelitian, sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan kerangka berfikir.

d. BAB IV: Hasil Penelitian

Dalam bab ini, akan dipaparkan seluruh jawaban dari rumusan masalah yang sudah disusun oleh peneliti pada bab pertama. Hasil penelitian tersebut akan menjelaskan tentang sejarah, visi misi, logo, struktur organisasi, dan apa saja makna pesan dakwah Nussa dan Rarra pada akun youtube Nussa Official dalam berdakwah di Zaman Industri 4.0 melalui konten video serta bagaimana relevansi pesan dakwah di video Nussa dan Rarra terhadap keadaan Zaman saat ini.

Sebelum menuju penjelasan akhir tersebut, peneliti terlebih dahulu memaparkan terkait deskripsi data, penyajian data, dan klasifikasi data sebagai pengantar dan informasi pelengkap pada bab hasil penelitian ini.

e. BAB V: Penutup

Dalam bab terakhir terdapat kesimpulan-kesimpulan yang berdasarkan hasil akhir penelitian dan dilanjutkan dengan saran-

saran dari peneliti terhadap hasil penelitian berupa Analisis Makna Pesan Dakwah Akhlak Nussa dan Rarra dalam Akun Youtube Nussa Official (Analisis Semiotika Model Charles S. Pierce)

3. Bagian Akhir

Bagian akhir skripsi ini terdiri dari: daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran yang salah satunya terdapat surat keterangan penelitian, instrument penelitian yang berupa pedoman wawancara, dan foto-foto terkait penelitian.

