

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Aktifitas dakwah merupakan aktifitas yang sangat mulia. Beberapa ulama sepakat bahwa dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak orang lain dekat kembali kepada Allah swt. agar terwujudnya peningkatan keimanan.¹ Berdakwah pada umumnya dilakukan melalui berbagai perbuatan amar ma'ruf nahi munkar. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Ali-Imran Ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

104. dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar[217]; merekalah orang-orang yang beruntung.

Dakwah merupakan salah satu proses komunikasi. Pesan komunikasi yang disampaikan yakni berupa pesan-pesan keagamaan yang mengajak manusia ke jalan Allah swt. baik secara verbal maupun non-verbal. Sebagai salah satu proses komunikasi, pesan-pesan dakwah tentu dikemas oleh komunikator atau da'i secara menarik agar dapat ditangkap oleh komunikan atau mad'u. Pesan-pesan tersebut jika dilihat lebih mendalam menggunakan

¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2004) h. 16.

analisis semiotika akan memiliki makna yang lebih luas. Makna pesan tersebut dapat dilihat dari gambar, bahasa atau teks, maupun komponen pendukung lainnya.

Dakwah memiliki perkembangan dari zaman Nabi Muhammad saw. hingga saat ini. Pada zaman Nabi cara berdakwah meliputi dakwah *bil-lisan* (dengan lisan atau ceramah), *bil-haal* (melalui sikap dan perbuatan). Di era serba modern ini, aktifitas dakwah masih eksis bahkan dengan beragam cara dan media. Banyak sekali cara yang dilakukan untuk berdakwah salah satunya memanfaatkan penggunaan internet.

Internet muncul sebagai platform baru yang menghubungkan orang-orang dari berbagai dunia dalam satu waktu dan tempat yang sama. Platform tersebut dikenal dengan istilah media sosial. Sulianta memaparkan dalam bukunya bahwa Media sosial merupakan wadah berinteraksi yang lebih kompleks tanpa ada batas ruang dan waktu antar sesama manusia sebab terkoneksi melalui jaringan internet.²

Perkembangan media sosial membuka peluang bagi juru dakwah untuk ikut andil mengikuti arus perkembangan zaman. Di media sosial, tidak sedikit juru dakwah yang unjuk gigi menyampaikan pesan-pesan keagamaan sesuai dengan karakter masing-masing. Juru dakwah menjadikan media sosial sebagai wasilah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam selain dari mimbar dan majelis-majelis. Media sosial dianggap sebagai media efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada

²Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2015) h.6.

sebanyak-banyak dan seluas-luasnya mad'u yang sebelumnya sulit untuk diraih.

Efektifitas media sosial sebagai sarana berdakwah juga diperkuat dengan fenomena masyarakat yang telah memiliki ketergantungan dengan *smartphone*. Dan hampir semua pengguna *smartphone* memiliki minimal satu akun media sosial. Dalam sebuah jurnal penelitian dikatakan bahwa selain dianggap sebagai alat yang sangat multifungsi baik dalam segi komunikasi, ekonomi, dan sarana mendapatkan informasi, *smartphone* juga merupakan salah satu sumber informasi keagamaan. Dan salah satu informasi tersebut didapat dari media sosial yang mereka gunakan.³

Salah satu media sosial yang digandrungi oleh masyarakat masa kini yaitu Instagram. Instagram pada dasarnya merupakan aplikasi mobile yang memiliki fungsi memoto, mengedit, dan menyebarkan hasil foto tersebut kepada sesama pengguna Instagram.⁴ Tidak hanya berupa foto, fitur utama yang digemari pengguna instagram yakni video pendek dengan durasi satu menit bahkan lebih dengan fitur terbaru yakni IGTV (Instagram Televisi). Dari aplikasi instagram kita dapat pula berbagi informasi dan saling menanggapi satu sama lain melalui fitur komentar.

Menurut Omnicore, sebuah *digital market Agency* Amerika Serikat, Instagram memiliki kenaikan jumlah pengguna setiap tahunnya, serta 72%

³Fadly Usman, "Éfektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah", *Al-Tsiqoh* 1, no .1 2016. h. 8.

⁴Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2012) h. 2.

dari jumlah pengguna instagram merupakan anak berusia remaja⁵. Meskipun Indonesia bukan menjadi negara yang memiliki jumlah pengguna instagram yang tinggi, namun bisa dikatakan pengguna instagram di Indonesia cukup banyak. Hal ini dilihat dari posisi Indonesia yang berada pada tingkat ke tiga dengan jumlah pengguna mencapai 85 juta jiwa. Hal ini dimuat dalam data terbaru oleh *DataReportal* Januari tahun 2021 untuk laporan digital tahun 2020.⁶

Di instagram sendiri kini telah bertebaran berbagai informasi terkait keagamaan. Konten-konten dakwah yang dibuat oleh aktivis dakwah dan para da'i kian hari kian mengikuti perkembangan zaman. Sajian yang menarik, dengan bahasa yang mudah dimengerti sangat diperhatikan oleh aktivis dakwah di media sosial. Hal ini mengingat pengguna media sosial berasal dari berbagai kalangan dengan latar belakang yang beragam, juga tingkat pemahaman agama yang berbeda-beda.

Berbagai konten dakwah di instagram memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam menarik minat pengguna instagram untuk menikmatinya. Konten-konten menarik tersebut juga dikemas tanpa mengurangi nilai pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada pengguna media sosial khususnya pengguna Instagram. Tidak sedikit, da'i di sosial

⁵Tim Stilletto Book dan Ranny Affandi, *How To Win Instagram*, (Yogyakarta : Stiletto Book, 2019) h. 2.

⁶ Simon Kemp, *Digital 2021 : Indonesia*, (Online) tersedia di <http://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Diakses tanggal 15 Juni 2021

media menggunakan nilai visual dalam mendukung pesan dakwah di instagram.

Salah satu konten kreator dakwah di media sosial yang memiliki konten dakwah cukup berbeda dari konten akun instagram lainnya adalah akun instagram @bagussuhar. Akun instagram @bagussuhar merupakan akun instagram pribadi milik Bagus Suhartawan, seorang pemuda asli Kota Banjarmasin yang juga merupakan alumni UIN Antasari Banjarmasin. Jika konten dakwah pada umumnya adalah tampilan gambar terkait suatu dalil, atau video ceramah, maka @bagussuhar banyak memposting dakwah dengan bentuk konten video *dubbing*. *Dubbing* adalah salah satu teknik dalam editing videografi yakni proses sulih suara, dimana istilah ini lekat dengan proses mengubah bahasa dari sebuah film, ke bahasa yang lainnya⁷. Video yang diposting @bagussuhar merupakan video potongan film atau anime yang dialih bahasakan ke dalam dialog keagamaan dengan suara pemilik akun @bagussuhar sendiri.

@bagussuhar sendiri fokus mengemas video dakwah tersebut sejak tahun 2018 silam. Tema-tema dakwah yang dibawakan dikemas melalui potongan film yang telah viral atau tidak asing di masyarakat. Dialog yang dibawakan dalam video *dubbingnya* tidak jauh dari pembahasan seputar kehidupan pemuda dan bahasan ringan terkait peristiwa aktual yang kemudian dihubungkan dari kacamata agama. Maka tak heran, akun yang

⁷Tim Indovoiceover, *Dunia Voice Over*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018) h. 2.

telah memiliki followers 57 ribu pengikut ini mendapat respon positif dari pengikutnya yang notabene juga adalah generasi muda.

Namun, tidak semua orang dapat memahami makna dari perubahan dialog yang dikemas oleh @bagussuhar dalam video postingannya. Perubahan dialog tersebut tentu mengubah makna video original. Makna visual juga merupakan salah satu pendukung pesan yang disampaikan. Oleh karenanya, pemaknaan video dakwah tidak cukup hanya berdasarkan persepsi pribadi. Agar pesan dakwah tersampaikan secara optimal perlu adanya proses pemaknaan teoritis salah satunya menggunakan analisis semiotika. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari sederetan objek, peristiwa, hingga kebudayaan sebagai tanda⁸.

Tanda itu sendiri merupakan sesuatu yang merujuk pada sesuatu yang lain atau memiliki makna berdasarkan landasan tertentu. Semiotika merupakan analisis yang dapat bergandengan dengan berbagai penelitian, salah satunya yakni dalam penelitian ilmu komunikasi. Dalam ilmu komunikasi, semiotika dapat diterapkan sebagai pemaknaan proses komunikasi yang mencakup komunikator, komunikan, pesan, bahkan efek atau respon komunikasi.

Semiotika memiliki banyak model berdasarkan tokoh yang mengembangkannya. Salah satu model semiotika yang terkenal hingga kini adalah pemaknaan tanda berupa makna denotatif dan konotatif milik Roland Barthes. Roland Barthes mengembangkan semiotika dari Ferdinand de

⁸Asep Saiful Muhtadi, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015) h. 21.

Saussure yang fokus pada teks atau tanda pada bahasa. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.⁹

Berdasarkan latar belakang diatas, Penulis menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes dalam penelitian karena model ini cocok untuk menganalisis pesan dakwah yang tersirat dari dialog-dialog baru pada postingan akun instagram @bagussuhar berdasarkan tanda -tanda yang didapat dari video postingan akun instagram @bagussuhar dianalisis secara lebih sistematis dan terstruktur. Maka, penulis melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS SEMIOTIKA PESAN DAKWAH DALAM POSTINGAN AKUN INSTAGRAM @BAGUSSUHAR**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis memiliki rumusan masalah penelitian yakni

1. Bagaimana analisis semiotika pesan dakwah yang terdapat pada postingan akun instagram @bagussuhar?
2. Apa saja tema pesan dakwah yang terdapat pada postingan akun instagram @bagussuhar?

C. Tujuan

⁹Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*, (Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2015) h. 27.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjabarkan analisis semiotika pesan dakwah yang terdapat pada postingan akun instagram @bagusuhar secara makna denotatif dan konotatif.
2. Menunjukkan tema-tema pesan dakwah yang disampaikan pada postingan akun instagram @bagussuhar.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Kontribusi terkait ilmu pengetahuan tentang semiotika dan pesan dakwah melalui sosial media. Sehingga dapat membantu secara literatur bagi mahasiswa lain dimasa yang akan datang.
 - b. Sumbangan pengetahuan dalam menentukan aktifitas dakwah di sosial media bagi para da'i, khususnya calon da'i muda dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari.

2. Praktis

Penelitian ini secara praktis bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dapat membantu proses memaknai pesan dakwah di sosial media secara sistematis. Sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat dimaknai secara menyeluruh dan mendalam.

Bagi para da'i dan aktifis dakwah, penelitian ini memberikan manfaat praktis dalam meningkatkan kreatifitas dakwah melalui berbagai pesan yang disajikan, baik dari pesan verbal (bahasa) maupun non-verbal

(pakaian, mimik wajah, dan visual) sehingga dakwah dapat tersampaikan secara efektif dan maksimal.

E. Definisi Operasional

1. Pesan Dakwah

Pesan dalam dakwah disebut sebagai Maddah. Pesan dapat diartikan sebagai isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan mampu memberikn pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah (mad'u).¹⁰ Ringkasnya, yang dimaksud pesan dakwah adalah informasi mengenai ajaran ketuhanan dan keagamaan.

Pada penelitian ini, penulis ingin menggali makna dan mengklasifikasikan isi pesan-pesan dakwah yang disampaikan dalam postingan akun instagram @bagussuhar. Pesan-pesan dakwah tidak boleh lepas dari ajaran Agama Islam berdasarkan Al-qur'an dan Hadis baik berupa pesan akidah, syariah, maupun akhlak.

2. Akun Instagram @Bagussuhar

Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dikalangan masyarakat masa kini. Instagram adalah salah satu aplikasi jejaring sosial dimana penggunaanya dapat menangkap foto, mengedit, dan membagikan foto tersebut kepada pengguna lain.¹¹ Kini

¹⁰Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. h. 272.

¹¹Kjell Halvor Landsverk, *The Instagram Handbook : 2014 Edition*, (United Kingdom: PrimeHead Limited, 2014)

instagram memiliki berbagai macam fitur diantaranya Instagram Story, Instagram Live, Instagram TV dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti postingan dari akun instagram @bagussuhar yang fokus pada video berbentuk *dubbing*. Penulis tidak menggunakan seluruh postingan video. Terdapat 5 video teratas dilihat dari jumlah penayangan yang akan diteliti dari postingan sepanjang tahun 2020. Postingan @bagussuhar tersebut tentunya dengan tema yang berbeda.

3. Analisis Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi berdasarkan sebuah sistem berupa simbol/tanda, baik verbal maupun non-verbal.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes. Penulis melakukan pemaknaan denotatif (pesan tersurat/yang tampak) juga pemaknaan konotatif yang merupakan makna tersirat atau makna mendalam berdasarkan subjektifitas yang turut didukung dari nilai-nilai budaya (mitologi) dan ilmu dakwah berdasarkan penanda (tampilan video) dan penanda penjelasan video dari postingan akun @bagussuhar untuk mendapatkan pesan dakwah yang disampaikan.

Jadi, yang dimaksud *Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Postingan Akun Instagram @bagussuhar* adalah bagaimana akun instagram

@bagussuhar tersebut memberikan makna-makna pesan dakwah dari postingannya yang berupa video *dubbing* seperti dijelaskan sebelumnya. Selanjutnya yakni mengenai jenis pesan dakwah yang didapat dari proses pemaknaan dan analisis postingan akun instagram @bagussuhar. Dalam hal ini analisis yang digunakan adalah Analisis semiotika Roland Barthes yaitu semiologi yang mendalilkan makna konotasi dan denotasi.

F. Penelitian Terdahulu

1. Nurul Latifah (2016) ; Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*”. Tujuan penelitian ini untuk menggali makna denotasi, konotasi dan mitos dalam film Bulan Terbelah di Langit Amerika serta menunjukkan pesan dakwah yang terkandung dalam film tersebut.. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan beberapa pesan dakwah yang terkandung dalam film Bulan Terbelah di Langit Amerika. Serta pesan dakwah yang sangat diutamakan adalah ajaran Islam dalam bidang syariah. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan model semiotika yang serupa, penulis banyak belajar dan menelaah terkait temuan mitos dari skripsi ini sebagai bahan pertimbangan. Adapun perbedaannya yakni dari

bentuk media yang diteliti dari penelitian ini adalah film, sedangkan penulis meneliti media berbentuk instagram.

2. Moch. Chalid Firdaus (2019) ; Mahasiswa jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam skripsi yang berjudul “*Makna Kecantikan Dalam Iklan (Semiotika Roland Bartes Iklan Citra Sakura Fair UV Versi Febby Rastanty)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penanda petanda kecantikan dalam iklan Citra Sakura Fair, serta mengetahui makna kecantikan yang terdapat dalam iklan. Penelitian ini bersifat interpretatif dengan menggunakan analisis semiotika. Hasil dari penelitian ini menjelaskan makna kecantikan adalah yang memiliki kulit cerah bersinar, kulit sawo matang yang harus di rubah, memiliki kulit putih *fair* ala Jepang, serta kulit Jepang merupakan representasi kecantikan yang sempurna. Persamaan penelitian ini terdapat pada metode penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.
3. Zihni Ainul Haq (2020) ; Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Dalam skripsi yang berjudul “*Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Youtube Nussa Official-Nussa : Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes)*”. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh

informasi tentang pesan dakwah yang terdapat pada akun Youtube Nussa Official episode Nussa : Cintai Mereka. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini yakni tentang bentuk pesan dakwah yang terdapat pada Nussa: Cintai Mereka adalah pesan dakwah dalam bentuk kisah-kisah, bentuk Hadis Nabi Muhammad saw. dan informasi tentang kasih sayang antar sesama makhluk hidup. Adapun makna pesan dakwah yang didapat yakni pesan akidah, serta pesan akhlak dan adab kepada seluruh makhluk hidup. persamaan penelitian ini terletak pada jenis analisis data yang digunakan yakni menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Adapun perbedaannya terletak pada jenis media yang diteliti.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan penelitian, maka penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab dengan beberapa sub bab di dalamnya. Berikut adalah sistematika penulisan pada penelitian ini:

BAB 1 PENDAHULUAN; berisi tentang latar belakang masalah sebagai landasan dalam proses penelitian, rumusan masalah sebagai fokus dan batasan penelitian, tujuan penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan signifikansi atau manfaat

penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan diakhiri dengan sistematika penulisan yang menjelaskan tiap bab secara ringkas.

BAB II KAJIAN TEORI; berisi tentang kajian terkait teori yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri atas Tinjauan teori permasalahan yang diteliti. Dalam Bab ini penulis memaparkan kajian mengenai teori pesan dakwah, instagram sebagai media dakwah, dan teori semiotika Roland Barthes.

BAB III METODE PENELITIAN; memaparkan pembahasan terkait metode yang akan digunakan dalam penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian dimana penelitian ini menggunakan jenis penelitian literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis semiotik. Selanjutnya menjelaskan tentang subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN; menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada bab ini disajikan gambaran umum terkait objek penelitian, yaitu akun Instagram @bagussuhar, kemudian penjelasan tentang video-video pilihan yang diteliti pada akun instagram @bagussuhar, serta penyajian data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP; merupakan hasil akhir penelitian yang membahas tentang kesimpulan atau ringkasan hasil temuan penelitian serta jawaban dari masalah. Dilanjutkan dengan saran dari peneliti berdasarkan hasil penelitian.