

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu¹ baik secara langsung maupun tidak. Dalam berdakwah komunikasi merupakan sebuah elemen yang sangat penting, karena tanpa adanya komunikasi maka pesan dakwah tidak dapat tersampaikan secara sempurna.

Dakwah merupakan salah satu bentuk kegiatan, ajakan, atau seruan yang dilakukan oleh seorang muslim dalam menyampaikan ajaran islam. Setiap da'i memiliki cara yang berbeda dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah nya. Pesan dakwah merupakan segala hal yang harus disampaikan oleh da'i kepada mad'u nya mencakup keseluruhan ajaran islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.

Seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah hendaknya menggunakan bahasa-bahasa yang ringan dan mudah dipahami, karena bahasa itu merupakan alat komunikasi dan manusia menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan dari pikiran atau emosi dari komunikator ke komunikan. Bahasa sendiri memiliki makna dan pembagian yang sangat luas, terkait dengan macam-macam bahasa dan kalimat-kalimat jika dilihat dalam sudut pandang imperatif, maka akan memiliki

¹ Imam Safii, M.Kom.I, *Modul Sejarah Komunikasi Dakwah*, (Fakultas Dakwah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim) Hal. 5

penjabaran dan makna yang lebih luas, mencakup perintah larangan, himbauan, ajakan, permohonan dan komponen pendukung lainnya.

Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, tidak hanya berbentuk ceramah agama yang dilakukan para pendakwah, akan tetapi juga banyak disampaikan melalui media massa seperti koran, televisi, radio, lagu dan lain sebagainya termasuk media sosial.

Penggunaan media sosial cukup populer saat ini, terutama di kalangan anak muda, dan media sosial merupakan pilihan yang layak untuk digunakan sebagai sarana penyebaran dakwah, sehingga banyak para penggiat dakwah yang memanfaatkannya sebagai sarana dakwah islam². Hal ini dilakukan agar mampu menguatkan dan membentengi umat islam dari pengaruh-pengaruh informasi negatif di era global seperti sekarang ini.

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, dakwah sudah bisa di akses melalui aplikasi media sosial apapun termasuk instagram yang beberapa tahun belakangan ini sudah banyak di gunakan oleh masyarakat dunia. Instagram merupakan sebuah *platform* yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat mengunggah dan melihat berbagai macam foto dan video.

Sejak di resmikannya pada 6 oktober 2010, Instagram merupakan inovasi terbaru dalam jejaring sosial berbasis foto dan video, instagram akhirnya menjadi aplikasi paling populer hingga diakusisi oleh facebook pada april 2012. Dalam hal ini instagram dapat digunakan untuk hal-hal positif yang dapat memberikan

² Agus mulyana, *Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook*, (Lampung, UIN Sunan Raden Intan, 2017), h. 4

pengaruh dan manfaat yang sangat banyak bagi masyarakat luas.

Salah satu wujud bahwa instagram digunakan untuk suatu hal yang positif adalah dengan menjadikannya media baru dalam berdakwah seperti yang dilakukan oleh Nurul Azka. Akun instagram @nunuzoo merupakan sebuah akun milik mahasiwi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pemilik akun instagram @nunuzoo ini mempunyai nama lengkap yaitu Nurul Azka, biasanya di panggil dengan sebutan nunu ini merupakan seorang content creator dakwah comedy, sebelum menjadi seorang video maker dakwah comedy, Nurul Azka memang mempunyai beberapa video-video pada masa SMA nya dan juga pernah menjuarai lomba-lomba video maker.

Bermula dari sebuah akun instagram biasa kini menjadikan Nurul Azka sebagai seorang video maker dakwah comedy yang menyampaikan ilmu-ilmu agama melalui video-video pendek dakwah dengan menggabungkan unsur humor dan komedi namun tetap tegas dan tidak seperti sebuah candaan.

Di media sosial Instagram @nunuzoo, akun instagram ini hingga bulan april 2021 telah mengunggah sebanyak 298 postingan, namun tidak semua postingan tersebut merupakan konten dakwah, ada sekitar 113 video comedy dakwah yang di upload. Pengikut instagram @nunuzoo ini sendiri sudah mencapai angka 468.000 *followers*.

Dalam melakukan syi'ar dakwahnya, Nunu memasukkan pesan-pesan islami yang berbobot, yang sesuai dengan Al-qur'an dan hadist. Namun, dengan cara yang berbeda yaitu dengan menggabungkan dakwah dengan comedy. Berbeda dengan akun komedi dakwah lainnya seperti pada akun instagram

@_meme_dakwah_islam_, mereka mengemas isi pesan dakwah dengan bentuk gambar-gambar kartun serta dengan kalimat yang singkat, padat, dan mudah dipahami. Namun, Nunu mengemas isi pesan dakwah ini dengan visual yang nyata dan ringan.

Keunikan lainnya juga, Nunu menjadikan kedua orang tuanya, teman-temannya, bahkan neneknya untuk memerankan video-video dakwahnya, menjadikan video dakwah tersebut terlihat ringan dan mudah dipahami. Nunu menjadikan Instagram sebagai sarana dakwah dan menyiarkan nilai-nilai agama Islam dengan cara yang berbeda.

Salah satunya dengan konten-konten komedi yang bertemakan dakwah, yang mana didalamnya berisi ajakan-ajakan dalam melakukan kebaikan dan larangan-larangan dalam hal yang dibenci oleh Allah SWT untuk dijadikan bahan renungan dan evaluasi bagi diri sendiri.

Nilai-nilai keislaman yang disampaikan dapat menjangkau semua kalangan masyarakat terutama remaja dikarenakan cara penyampaian yang ringan dan bahasa yang mudah dipahami. Dalam hal ini seruan yang disampaikan oleh Nunu dalam setiap kontennya menjadikan bahan evaluasi bagi masyarakat yang menontonnya, sehingga membuat pendengarnya mengerti dan dengan mudah menerapkan apa yang diajarkannya dalam kehidupan sehari-hari, dikarenakan oleh keunikan Nunu dalam menyiarkan ajaran agama Islam dengan cara yang sangat berbeda dari para pendakwah lainnya, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti, mengamati, dan mengkaji secara khusus tentang **“KOMUNIKASI DAKWAH IMPERATIF DALAM KONTEN INSTAGRAM @NUNUZOO”**.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis ingin mengkaji tentang Bagaimana komunikasi dakwah imperatif yang dilakukan dalam konten instagram @nunuzoo?

C. Tujuan Penelitian

Setelah ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini, maka kemudian perlu diketahui tujuan penelitian ini. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui komunikasi dakwah imperatif yang dilakukan oleh akun instagram @nunuzoo.

D. Signifikansi Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

a. Secara Teoritis

Diharapkan agar bisa dijadikan referensi keilmuan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan dapat menambah wawasan ilmu komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya dengan mengacu pada instagram sebagai media dakwah.

b. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan sekaligus wawasan kepada khalayak umum bagaimana cara memaknai komunikasi imperatif yang dilakukan dalam berdakwah, hal ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pengguna akun media sosial instagram dalam mempelajari dan memahami Islam secara utuh, karena dikemas secara apik

dalam bentuk video-video di instagram.

E. Definisi Istilah

Agar penelitian lebih jelas dan terarah, maka perlu penulis pertegas arti dan maksud dari judul penelitian ini yang berjudul “Komunikasi Dakwah Imperatif Dalam Konten Instagram @nunuzoo”.

1. Komunikasi Dakwah

Menurut buku Ahmad Mubarak tentang psikologi dakwah, kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi dimana da'i menyampaikan ajaran da'i kepada mad'u baik secara individu maupun kelompok. Dakwah secara teknis adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan), secara hukum yang berlaku untuk dakwah serta apa yang harus dilakukan terhadap manusia.

Komunikasi lebih bersifat imparsial dan generik, sedangkan dakwah mengandung prinsip kebenaran dan keteladanan islam.³ Disini komunikasi dakwah yang ingin diteliti oleh penulis adalah komunikasi dakwah dari unsur pesan dakwahnya yang di sampaikan oleh akun instagram @nunuzoo.

2. Imperatif

Kalimat imperatif merupakan kalimat yang berisi perintah terhadap sesuatu pemberian perintah ini bisa berupa lisan, maupun secara tertulis. Secara umum berdasarkan KBBI, imperatif bersifat memerintah atau memberi komando; mempunyai hak memberi komando; bersifat mengharuskan⁴.

Hal ini sejalan dengan informasi yang tertuang dalam buku Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (1998:311) karya Alwi yang berbunyi Kalimat

³ Imam safii, M.Kom.I, *Modul Komunikasi dakwah*, hal 10

⁴ <https://tirto.id>>Pendidikan diakses pada Selasa 27 April 2021 pukul 21:52

imperatif adalah kalimat yang digunakan sesuai dengan konteks memberi perintah terhadap sesuatu. Disini penulis mengkaji tentang kalimat imperatif yang digunakan oleh akun instagram @nunuzoo dalam menyampaikan syiar dakwahnya. Kalimat imperatif tersebut didapatkan pada dialog yang ada pada setiap video atau konten instagram @nunuzoo.

3. Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial khusus, media digital yang bekerja mirip dengan twitter, dengan pengecualian bahwa instagram menggunakan foto dan video dalam bentuk untuk berbagi informasi kepada penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Seiring perkembangan jaman, sekarang instagram bisa menjadi media dakwah pada da'i dengan mengupload foto, video, maupun kata-kata yang berisikan nilai-nilai ajaran islam. Disini penulis meneliti tentang sebuah akun instagram @nunuzoo yang dimana didalamnya ada 300 postingan yang telah di seleksi oleh penulis ada 113 video dakwah, namun disini penulis menyeleksinya lagi menjadi sekitar 15 video dakwah yang mengandung kalimat imperatif dalam 4 tahun terakhir.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian ini, penulis juga melakukan telaah terhadap penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan, sekaligus sebagai pembandingan dengan penelitian ini. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini anatara lain:

1. Dedi Anggara (2017) ; Mahasiswa jurusan Bahasa Indonesia, Universitas Muhammadiyah Surakarta, dalam Skripsi yang berjudul “*Analisis Kesatuan Imperatif Dalam Komunikasi Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Gundih Kabupaten Grobogan*”. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan jenis tuturan imperative dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di Pasar Gundih Kabupaten Grobogan, dan mendeskripsikan kesopanan tuturan imperatif dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di Pasar Gundih Kabupaten Grobogan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah : 1). Kalimat imperatif dalam komunikasi antara penjual dan pembeli di Pasar Gundih Kabupaten Grobongan, meliputi : a. Kalimat imperatif permintaan menggunakan kata”tolong”, dan “coba” sebanyak 11 kalimat, b. Kalimat imperatif pemberian izin menggunakan kata “tolong” sebanyak 5 kalimat, c. Kalimat imperatif call menggunakan kata “ayo” dan “mari” untuk 4 kalimat, d. Kalimat impertif perintahnya menggunakan kata “tolong”. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan tentang komunikasi imperatif, penulis banyak belajar dan menelaah tentang bahasan dan pembagian kalimat imperatif. Adapun perbedaannya yakni objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penjual dan pembeli, sedangkan penulis meneliti media instagram.
2. Selvina Haniva (2021) ; Mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Antasari Banjarmasin. Dalam skripsi yang berjudul “*Manajemen Dakwah Ustadz Adi Hidayat pada akun instagram @adihidayatofficial*”. Tujuan

penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen Ustadz Adi Hidayat pada akun instagram @adihidayatofficial. Hasil dari penelitian ini jika diperhatikan dengan seksama dalam satu materi saja rata-rata mendapatkan respon sebanyak 16.000 disukai, dan sekitar 100.000 ditayangkan dan dikomentari pengguna instagram. Dan jika ditotalkan keseluruhan yang menyukai postingan dakwah Ustadz Adi Hidayat adalah sebanyak 586.012 pengguna instagram, dan yang telah ditayangkan sebanyak 3.723.608 pengguna instagram, dan yang telah memberikan komentar sebanyak 7.293 pengguna instagram. Pelaksanaan kegiatan dakwah melalui instagram Ustadz Adi Hidayat dapat berjalan efektif dan efisien, hal ini dikarenakan dalam mengaplikasikan ilmu manajemen ke dalam pelaksanaan program kegiatan dakwah nya sangat baik. Dimana kegiatan dakwah yang direncanakan berhasil dikerjakan dengan secara efektif dan efisien dan mempunyai implikasi positif bagi berkembangnya metode berdakwah melalui media sosial. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada media yang digunakan oleh penulis yakni penulis sama-sama menggunakan media instagram. Sedangkan perbedaannya sendiri sangat mencolok karena pada penelitian ini membahas tentang manajemen sedangkan penulis membahas tentang komunikasi imperatif.

3. Edwan Hardiyanto (2015) ; Mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam skripsi yang berjudul *“Analisis Tindak Tutur Imperatif Dalam Film Berjudul Jokowi Sutradara Azhar Koino Lubis”*. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk

dan makna tindak tutur imperatif yang terdapat dalam film Jokowi sutradara Azhar Koino Lubis. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam film Jokowi ditemukan bentuk tindak tutur imperatif yaitu 1. Ada 4 kalimat imperatif biasa dengan ciri-ciri penggunaan kata kerja dasar. 2. Ada 17 kalimat imperatif permintaan dengan ciri-ciri penanda kesatuan (*nyuwuntulong, nyuwonpangapunten, harap*) serta didukung dengan sikap si penutur yang merendahkan. 3. Ada 6 kalimat imperatif pemberian izin dengan ciri-ciri penanda kata kesatuan (*silahkan, monggo*) yang bermakna mempersilahkan mitra tutur. 4. Ada 6 kalimat imperatif ajakan dengan ciri-ciri penanda kata kesatuan (*ayo, yuk*). 5. Ada 31 kalimat imperatif suruhan yang ditandai penggunaan penanda kata kesatuan (*ayo, jangan, coba, sini, cepet, tunggu, didawuh*). Persamaan dalam penelitian ini adalah pembahasan tentang imperatif, disini penulis dapat belajar dan lebih mengkaji lagi ciri kalimat imperatif dan pembagiannya. Adapun perbedaannya yakni disini mengambil film sebagai media yang diteliti sedangkan penulis mengambil instagram sebagai media untuk diteliti.

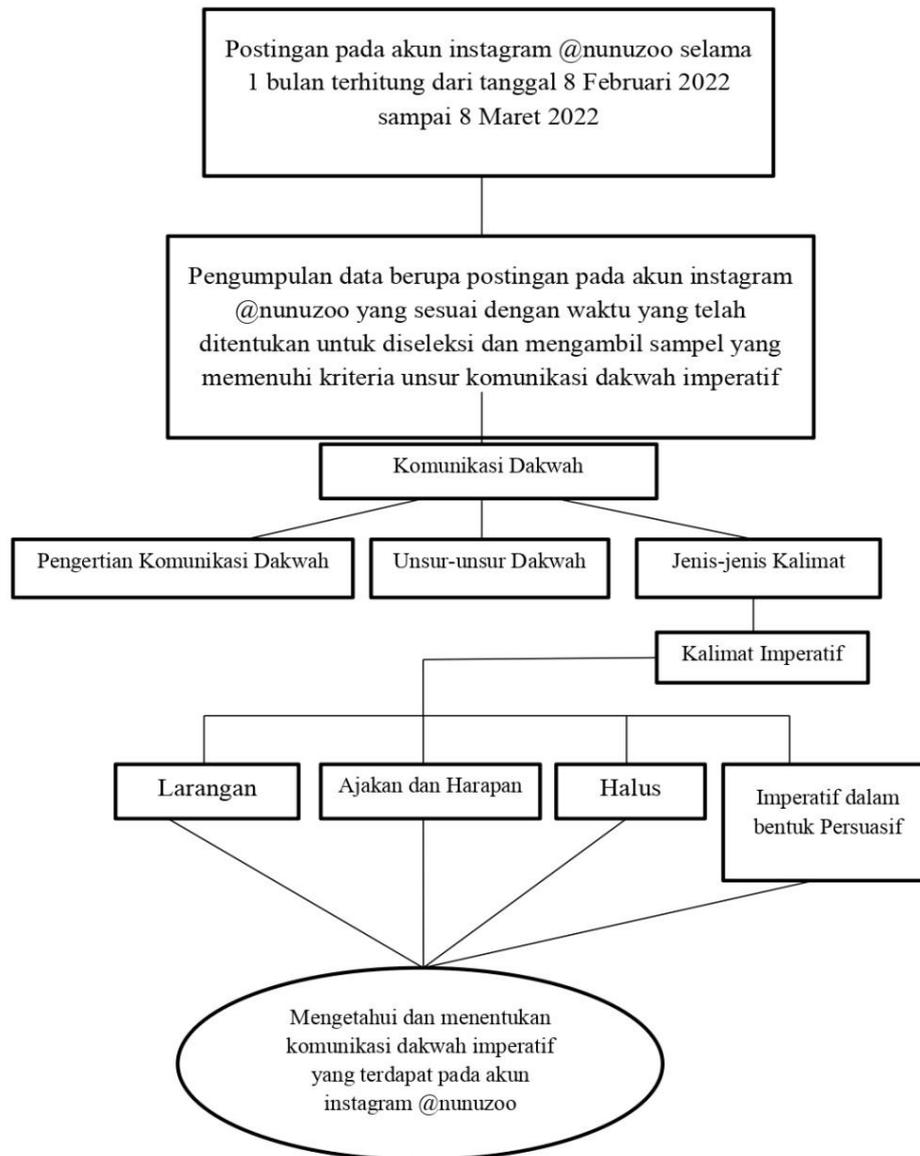
G. Kerangka Teori

Konsep atau pokok pemikiran yang dipakai oleh peneliti agar bisa membaca masalah serta menganalisis suatu permasalahan yang ada pada penelitian dengan mengumpulkan data yang berupa postingan pada akun instagram @nunuzoo selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 8 Februari 2022 sampai dengan 8 Maret 2022 yang mencakup tentang komunikasi dakwah yang mengandung kalimat imperatif.

Peneliti mengumpulkan data berupa postingan instagram pada akun @nunuzoo sesuai dengan waktu yang telah ditentukan untuk menyeleksi dan mengambil sampel dari postingan pada akun instagram @nunuzoo yang memenuhi kriteria komunikasi dakwah yang mengandung kalimat imperatif didalamnya. Setelah data diseleksi dan terkumpul sesuai dengan kebutuhan penelitian, selanjutnya peneliti akan menentukan komponen dan informasi tentang komunikasi dakwah imperatif pada sampel video yang telah ditetapkan untuk diteliti dan mengambil kesimpulan tentang komunikasi dakwah imperatif berupa penyampaian informasi dakwah yang mengandung kalimat imperatif pada video dalam akun instagram @nunuzoo dengan menggunakan analisis isi (*Content Analysis*).

Terakhir, menentukan pesan yang terdapat pada komunikasi dakwah di akun instagram @nunuzoo, serta mengetahui kalimat imperatif apa saja yang muncul pada setiap sampel yang telah ditentukan sebagai hasil akhir dari penelitian ini

Berikut kerangka teori pada skripsi dengan judul “Komunikasi Dakwah Imperatif dalam Konten Instagram @nunuzoo”.



Gambar 1.1
(Kerangka Teori)

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena tidak mengandalkan perhitungan numerik dan malah menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu atau perilaku yang dapat diamati.⁵

Dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini termasuk penelitian pustaka (*Library Research*). Metode ini adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai kepustakaan, baik yang terdapat di perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet, dan sebagainya.⁶

Dalam pendekatan ini penulis menggambarkan tentang keadaan yang terjadi, kemudian dimasukkan data ke dalam kalimat atau uraian yang menjelaskan tentang komunikasi dakwah yang mengandung kalimat imperatif dalam konten instagram @nunuzoo.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data yang dimintai informasinya yang berkaitan dengan topik penelitian, individu dari mana data diperoleh adalah sumber data dalam penelitian ini.⁷ Untuk mendapat data yang tepat

⁵ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: remaja Rosda Karya, 1991), hal. 3

⁶ Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 4

⁷ Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), h.107.

maka perlu ditentukan informan yang dimiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*).

Objek penelitian segala sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian karena tujuan penelitian adalah untuk memperoleh jawaban atau solusi dari permasalahan yang muncul.

Adapun Sugiyono (2017) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah “Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)”.⁸ Adapun yang dimaksud subjek dan objek dalam penelitian ini yaitu :

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik itu orang, benda, ataupun lembaga (organisasi), yang sifat atau kondisinya akan diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah konten instagram @nunuzoo

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah ciri, sifat, atau nilai seseorang, benda, atau kegiatan yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulannya⁹. Objek dalam penelitian ini adalah Komunikasi dakwah imperatif yang terdapat dalam konten dakwah di akun instagram @nunuzoo.

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2017), H.11

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 38

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data ialah kata-kata individu yang diamati atau ditanyai, yang ditangkap dengan menggunakan catatan tertulis, serta rekaman, film, pengambilan gambar, dan kombinasi kunci latihan mendengarkan dan bertanya.¹⁰ Peneliti harus mampu menyampaikan data yang diperoleh dengan jelas dan menarik sehingga orang yang membacanya memahami informasi yang diberikan oleh peneliti.

Sesuai dengan masalah yang diteliti, Data yang digali dalam penelitian ini dibagi menjadi dua golongan, yaitu :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, data primer yang dimaksud yaitu komunikasi dakwah yang mengandung makna impertif dalam konten instagram @nunuzoo.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang melengkapi dan menjelaskan data utama yang diteliti oleh penulis.

b. Sumber Data

Sumber data adalah letak asal data, yang menunjukkan siapa atau apa yang menjadi sumber informasi. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari pengamatan penulis terhadap konten instagram yang di

¹⁰ Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1998), h.112.

upload dari akun @nunuzoo. Konten tersebut berjumlah 15 video yang sudah diseleksi dengan kriteria yang memiliki muatan komunikasi dakwah imperatif.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang tepat dapat membantu memperoleh data yang objektif dalam mengumpulkan informasi tentang komunikasi dakwah imperatif dalam konten instagram @nunuzoo maka teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah menggunakan :

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu pendekatan pengumpulan data kualitatif melalui membaca dan mengevaluasi dokumen yang dibuat dari topik yang sedang dipertimbangkan dan yang akan di teliti itu sendiri. Menurut Satori & Komariah (2012: 148) dokumen adalah catatan peristiwa sebelumnya yang disampaikan dalam bentuk lisan, dan tulisan. Keegan (2009: 99), menyatakan bahwa dokumen adalah data yang harus tersedia dan diperiksa secara bebas agar kasus yang diselidiki menjadi baik.¹¹

5. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori dan unit dasar deskripsi sehingga tema dapat diemukan dan hipotesis kerja dapat dirumuskan seperti yang disarankan oleh data. Dalam situasi ini, tujuan analisis data adalah untuk

¹¹ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: Cv Jejak, 2018), Hal. 147

mengorganisasikan, mengurutkan, mengelompokkan, mengkodekan, dan mengkategorikannya. Tujuan dari manajemen data adalah untuk mengidentifikasi tema dan hipotesis kerja yang pada akhirnya akan diadopsi sebagai teori substantif.¹²

Analisis data adalah tindakan mengumpulkan dan mengatur data ke dalam pola, kategori, dan unit deskripsi mendasar untuk menemukan tema dan membangun hipotesis kerja yang ditetapkan sebagai teori substantif. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data yang berupa angka atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian. Analisis data kualitatif berbeda dengan analisis kuantitatif yang metode dan prosedurnya sudah jelas dan pasti. Proses analisis data sebagai berikut :

a. Reduksi data

Reduksi data berarti mencakup meringkas, memilih konsep utama, berfokus pada apa yang signifikan, dan menolak apa yang tidak. Dengan kata lain, ketika melakukan penelitian untuk mengumpulkan data, peneliti terus-menerus melakukan prosedur reduksi ini. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyederhanakan informasi yang dikumpulkan selama pencarian data lapangan. Pada titik ini, penulis akan mensintesis data yang berkaitan dengan munculnya komunikasi dakwah imperatif yang sejalan dengan data yang dikumpulkan sebelumnya.¹³

¹² M. Ali Sodik Sandu Siyoto, *Dasar Metode Penelitian*, 1st edn (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 98.

¹³ M.Rohim, *Pesan dakwah Dalam TalkShow Rosi*, 16-17.

b. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman penyajian data adalah pengumpulan informasi yang sistematis yang memungkinkan potensi membuat penilaian. Penyajian data dilakukan untuk menunjukkan gambaran besar atau potongan-potongan tertentu. Pada titik ini, penulis berusaha untuk mengkategorikan dan menawarkan statistik tentang betapa pentingnya komunikasi dakwah yang terdapat pada konten instagram @nunuzoo

c. Kesimpulan atau verifikasi

Tahap akhir dari proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi peneliti membuat temuan dibagian ini dengan membandingkan kesesuaian pernyataan subjek penelitian dengan makna yang diberikan dalam gagasan inti penelitian.

Analisis data adalah mengorganisasikan bahan dokumentasi dan wawancara secara metadis, kemudian mengealuasinya untuk menghasilkan pemikiran, pandangan, teori, atau gagasan baru dan hal ini disebut sebagai temuan atau *findings*. *Findings* dalam analisis kualitatif mengacu pada pencarian dan penemuan tema, pola, konsep, *insights* dan *understanding*. Semua nya diringkas dengan istilah penegasan yang memiliki arti (*statement of meanings*).¹⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi (*content analysis*).

¹⁴ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Hal. 121

Salah satu pendekatan terpenting dalam Ilmu Komunikasi adalah analisis isi. Analisis isi digunakan dalam penelitian yang mengkaji isi media (surat kabar, Radio, bioskop, televisi, dll). Peneliti dapat menyelidiki deskripsi konten, kualitas pesan, atau evolusi (tren) materi menggunakan analisis konten. Penerapan analisis isi terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- a. Analisis isi dijadikan sebagai pendekatan utama
- b. Dalam penelitian, analisis isi hanya digunakan sebagai salah satu pendekatannya. Analisis isi merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh peneliti (bersama dengan survei dan uji coba).
- c. Analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menilai keabsahan kesimpulan yang dicapai dengan menggunakan pendekatan lain, peneliti memperoleh data dari pendekatan yang berbeda (survei, uji coba, dll) dan menggunakan analisis isi untuk menentukan apakah kesimpulan peneliti itu sah atau tidak.¹⁵

Hasil analisis isi sebenarnya mencerminkan substansi suatu teks dan bukan merupakan konsekuensi dari subjektivitas peneliti (preferensi, prasangka, atau tendensi tertentu).¹⁶

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2013 cet ke-2 hal. 10-11

¹⁶ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2013 cet ke-2 hal. 16

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis berdasarkan aspek komunikasi dakwah imperatif yang dilakukan oleh akun instagram @nunuzoo ini dalam menyampaikan syiar dakwahnya. Keunikan pendekatan analisis isi menyoroti signifikansinya, komunikasi media bersifat otonom menggunakan cara ini, hal ini disebabkan oleh fakta bahwa peneliti tidak memiliki kendali atas hal yang mereka kerjakan. Fokus peneliti hanya pada komunikasi yang telah terlepas dari pengirimnya. Akibatnya, kehadiran peneliti tidak berpengaruh pada pengirim dalam mengeluarkan pesan, karena pengirim tidak memiliki hubungan dengan peneliti.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan terhadap keabsahan data diperiksa untuk melihat apakah penelitian yang dilakukan benar-benar ilmiah, serta untuk menguji data yang diperoleh untuk menghilangkan subjektivitas.

Untuk mempertanggung jawabkan data dalam penelitian ini sebagai penelitian ilmiah, maka keabsahan data yang diperoleh harus diuji. Adapun teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Pengamatan terus menerus

Mengamati jenis video yang diunduh dalam instagram dan melihat apa saja jenis video yang sesuai dengan akun @nunuzoo. Dengan melakukan pengamatan yang lebih penuh perhatian dan berkesinambungan dan kepastian fakta serta urutan kejadian akan

didokumentasikan dengan presisi dan ketelitian.

b. Triangulasi

Dalam hal ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan waktu. Menurut Wiliam Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Triangulasi Sumber adalah dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh pada akun instagram @nunuzoo.
- 2) Triangulasi Teknik adalah dengan cara menguji kredibilitas data dengan mengecek setiap video dan jumlah following dan followers pada akun @nunuzoo.
- 3) Triangulasi Waktu adalah dengan mengumpulkan data dengan batas waktu yang sudah di tentukan, karena data yang diperoleh dari instagram secara online.¹⁷

c. Menggunakan bahan referensi

Tentunya pencarian bahan referensi merupakan hal vital yang dilakukan dan dicari secara tepat sebagai penguat dalam kerangka teori untuk pengembangan penelitian ini.

¹⁷ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm 273

I. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dan di dalam masing-masing bab terdapat beberapa subbab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN, berisikan tentang problematika yang akan diteliti sebagai gambaran-gambaran umum yang dibahas meliputi; latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: DESKRIPSI UMUM, pada bab ini membahas tentang gambaran umum akun instagram @*nunuzoo*.

BAB III: KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN KOMUNIKASI DAKWAH IMPERATIF DALAM KONTEN INSTAGRAM @NUNUZOO. Bab ini membahas tentang komunikasi dakwah, unsur-unsur komunikasi dakwah, jenis-jenis kalimat, kalimat imperatif, serta media sosial instagram.

BAB IV: ANALISIS ATAU PEMBAHASAN, berisikan tentang penyajian data dan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP, pada bab ini membahas tentang simpulan dan rekomendasi.