

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi manusia. Informasi dari berbagai belahan dunia dapat diakses dengan sangat cepat, dan komunikasi dapat dilakukan tanpa batas ruang maupun waktu. Teknologi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern (Nasrullah, 2015).

Salah satu wujud nyata perkembangan teknologi informasi adalah hadirnya media sosial. Media sosial memungkinkan setiap orang tidak hanya menjadi konsumen informasi, melainkan juga produsen informasi. Beragam platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, hingga YouTube menghadirkan fitur-fitur yang memudahkan interaksi, berbagi konten, dan membangun komunitas secara digital (Boyd & Ellison, 2007).

Penggunaan media sosial di Indonesia sendiri mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Laporan We Are Social & Hootsuite (2024) menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai 191 juta orang, atau sekitar 68,9% dari total populasi. Data tersebut menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang publik baru bagi masyarakat Indonesia.

Dari berbagai platform yang ada, YouTube menempati posisi teratas dengan tingkat penggunaan mencapai 53,8% dari total pengguna media sosial. Angka ini jauh mengungguli platform lain seperti Facebook dan Instagram yang masing-masing hanya diakses sekitar 45% populasi (We Are Social, 2024). Fakta ini memperlihatkan bahwa YouTube memiliki daya tarik kuat bagi masyarakat Indonesia, baik sebagai sarana hiburan maupun penyebaran informasi.

YouTube pada dasarnya berfungsi sebagai media berbagi video yang bersifat audio-visual, sehingga lebih mudah dipahami dan menarik minat audiens. Platform ini memungkinkan setiap individu untuk mengunggah, menonton, serta berinteraksi melalui video sesuai kreativitasnya. Namun, meskipun menawarkan banyak manfaat, YouTube juga tidak lepas dari konten-konten bermuatan negatif yang berpotensi memengaruhi perilaku dan pola pikir masyarakat (Syahputra, 2019). Karena itu, diperlukan upaya untuk mengarahkan penggunaan YouTube ke arah yang lebih positif.



Salah satu bentuk pemanfaatan positif YouTube adalah menjadikannya sebagai media dakwah. Dakwah dalam Islam merupakan kewajiban setiap muslim untuk mengajak pada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Rasulullah Saw telah mencontohkan berbagai metode dakwah, baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan. Seiring perkembangan zaman, media dakwah pun mengalami transformasi, dari metode tradisional menuju pemanfaatan teknologi digital (Aziz, 2009).

Salah satu tema penting dalam dakwah Islam adalah hijrah. Secara bahasa, hijrah berarti meninggalkan atau berpindah (Ibrahim, 2016). Dalam konteks syariat, hijrah diartikan sebagai perpindahan dari keadaan kufur menuju keadaan iman, atau meninggalkan perbuatan tercela menuju perbuatan yang diridai Allah Swt (Royyani, 2020). Di masyarakat kontemporer, hijrah lebih populer dipahami sebagai perubahan gaya hidup dari hal-hal negatif menuju kehidupan yang lebih religius (Abbas & Qudsy, 2019).

Fenomena hijrah belakangan ini menjadi tren sosial keagamaan di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Popularitas fenomena ini tidak terlepas dari peran media sosial, yang menyediakan akses cepat terhadap kisah, pengalaman, dan motivasi hijrah dari berbagai tokoh publik. Menurut Al Adawiyah dan Adnani (2021), media sosial mempercepat proses penyebaran ide-ide keagamaan dan membentuk opini publik tentang gaya hidup islami.

Salah satu channel YouTube yang konsisten memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan pesan dakwah, termasuk tema hijrah, adalah Kasisolusi yang dipandu oleh Deryansha Azhary. Sejak awal berdiri pada Agustus 2021, channel ini telah mengunggah ratusan video dan hingga tahun 2025 berhasil meraih lebih dari 1,52 juta pelanggan. Kontennya berfokus pada isu-isu sosial, bisnis kreatif, dan pengalaman spiritual tokoh publik yang dikemas secara inspiratif dan komunikatif.

Di antara episode yang ditayangkan, salah satu yang menarik perhatian adalah wawancara dengan Uki Kautsar, mantan gitaris band Peterpan. Episode ini memuat kisah perjalanan hijrah Uki dari dunia hiburan menuju kehidupan religius.

Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya memberikan nilai inspiratif, tetapi juga menunjukkan bagaimana pengalaman hidup seseorang dapat menjadi media dakwah yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Inilah yang menjadi alasan penulis tertarik untuk menganalisis pesan-pesan hijrah yang terdapat pada episode tersebut.

Dengan adanya *channel* YouTube Kasisolusi yang membahas tentang perjalanan hidup seseorang, serta pesan-pesan dakwah yang muncul pada video-videonya yang berasal dari narasumber ketika proses hidupnya, hal tersebut membuat penulis tertarik untuk menganalisis pesan-pesan dakwah mengenai hijrah atau pengalaman perubahan hidup seseorang yang dimana penelitian ini objeknya adalah episode bersama Uki Kautsar mantan gitaris Peterpan. Dengan ini penulis membuat judul penelitian dengan judul “Pesan Hijrah Pada Channel YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Channel YouTube Kasisolusi Episode Uki Kautsar)”).

1.2 Fokus Penelitian

Penentuan pada fokus penelitian ini, akan lebih diarahkan pada bentuk representasi dari pesan hijrah di dalam video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar. Penyampaian pesan hijrah yang dianalisis menggunakan tanda serta tahap denotasi, konotasi, dan mitos dari model semiotika Roland Barthes yang digunakan dalam video tersebut serta makna informasi yang terkandung dalam pesan hijrah tersebut.

Maka, peneliti memfokuskan penelitian ini dengan merumuskan kerangka penelitian yang berjudul “Pesan Hijrah Pada *Channel* YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada *Channel* YouTube Kasisolusi Episode Uki Kautsar)”.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana makna denotatif tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar?
2. Bagaimana makna konotatif pesan tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar?
3. Bagaimana makna mitotif tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna denotasi tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar.
2. Untuk mengetahui makna konotasi tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar.
3. Untuk mengetahui makna mitos tentang pesan hijrah pada video YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Selain tujuan penelitian yang ingin dicapai dari sebuah penelitian ini dimana telah disebutkan diatas, pada penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan suatu manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Akademis

Pada penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sebuah kajian yang menarik bahwasannya media sosial YouTube juga bisa dimanfaatkan dengan baik untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah atau pengalaman seseorang dalam berhijrah atau kembali kepada jalan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi sebuah rujukan ilmiah tambahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khusunya mengenai pesan dakwah untuk mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan umumnya untuk seluruh Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

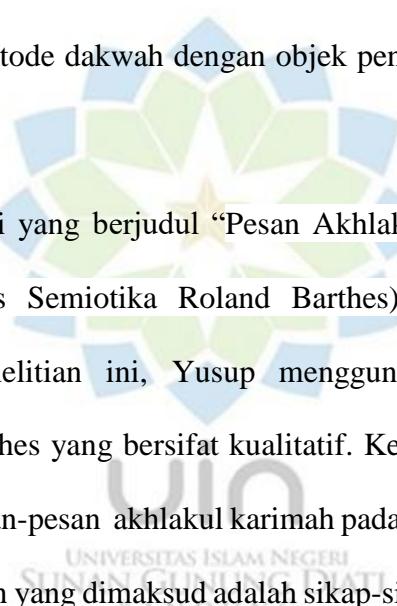
2. Secara Praktis

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat berguna dalam menambah wawasan aktivitas akademik dan praktisi dakwah terutama di kalangan remaja agar mampu untuk memanfaatkan media sosial secara baik khususnya menggunakan media sosial YouTube sebagai sebuah media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat secara luas.

Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan juga dapat berguna bagi masyarakat luas untuk mengetahui perjalanan orang dalam berhijrah dan juga dapat mengambil pelajaran dari peristiwa hijrah seseorang supaya semakin bertwaqa kepada Allah.

1.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Didalam penulisan skripsi ini, peneliti meninjau dan melihat beberapa skripsi-skripsi yang telah dibuat. Peneliti menemukan ada beberapa skripsi yang bahasannya mengenai metode dakwah dengan objek penelitian dan teorinya yang berbeda-beda.

- 
- a) Pertama, dalam skripsi yang berjudul “Pesan Akhlakul Karimah Dalam Film 100% Halal (Analisis Semiotika Roland Barthes)” karya Ahmad Yusup Tubagus. Dalam penelitian ini, Yusup menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang bersifat kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat pesan-pesan akhlakul karimah pada film 100% halal tersebut. Pesan akhlakul karimah yang dimaksud adalah sikap-sikap yang harus dilakukan oleh seorang muslim ketika berkehidupan sosial dalam bermasyarakat. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang sifatnya kualitatif, sedangkan perbedaanya dari objek penelitiannya dan medianya. Penulis menggunakan media YouTube, sedangkan penelitian Ahmad Yususp menggunakan media film. (Tubagus, Skripsi,2024:118).
- b) Kedua, dalam skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah Pada Channel YouTube Taqy Malik (Analisis Semiotika Roland Barthes)” karya Adita Nuzila Mahira.

Penelitian mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ini menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang bersifat kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat pesan dakwah pada video tersebut yang diklasifikasikan menjadi dua yaitu pesan dakwah syariat perintah dan akhlak yang harus dilakukan oleh sesama manusia ketika hidup di dunia. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang sifatnya kualitatif dan mengambil objek penelitian dari media YouTube, sedangkan perbedaanya terdapat dari objek penelitiannya. (Mahira, Skripsi,2021:76).

- c) Ketiga, dalam skripsi yang berjudul “Pesan Ibadah Dalam Iklan Produk (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan Sahaja)” karya Revaldy Abdul Ghani Yusup. Dalam penelitian ini, Abdul Ghani menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang bersifat kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapatnya pesan-pesan Ibadah pada suatu produk iklan pembersih untuk memberikan pengaruh terhadap penonton disamping mempromosikan produk yang sedang dijual. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang sifatnya kualitatif, sedangkan perbedaanya dari objek penelitiannya. (Ghani,Skripsi,2023:89).
- d) Keempat, dalam skripsi yang berjudul “Pesan Dakwah Pada Desain Kaos Moslem Limited (Analisis Semiotika Roland Barthes)” karya Muhammad Shidqi Alghifari. Dalam penelitian ini, Shidqi Alghifari menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang bersifat kualitatif. Kesimpulan pada

penelitian ini adalah ilustrasi pada desain kaos Moslem Limited yang mengangkat isu realitas sosial yang juga menjadi sebuah pesan dakwah kepada penggunanya. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang sifatnya kualitatif, sedangkan perbedaanya dari objek penelitiannya yang meneliti sebuah ilustrasi desain kaos. (Alghifari,Skripsi,2024:118).

- e) Kelima, dalam skripsi yang berjudul “Peser Dakwah Tentang Kesabaran Pada *Webseries* Ustad Milenial (Analisis Semiotika Roland Barthes)” karya Ammar Fathul Bahir. Dalam penelitian ini, Ammar menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang bersifat kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini adalah setiap episode pada *webseries* tersebut banyak penekanan nilai-nilai kesabaran, ketabahan, dalam menghadapi ujian hidup. Dan sabar dijadikan sebagai nilai utama yang harus dimiliki dalam aspek kehidupan oleh manusia. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang sifatnya kualitatif, sedangkan perbedaanya dari objek penelitiannya. (Bahir,Skripsi,2024:76).
- f) Keenam, dalam skripsi berjudul *Nilai-Nilai Dakwah Oki Setiana Dewi di YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes)* karya Khotimah Khusnul (2022), peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menganalisis tiga video ceramah di channel YouTube “OSD Official” yang menampilkan Oki Setiana Dewi sebagai komunikator dakwah. Dalam hasil analisisnya, peneliti menemukan bahwa setiap video mengandung nilai-nilai dakwah Islam, meliputi nilai akidah,

syariah, dan akhlak. Misalnya, video tentang amal jariyah menekankan nilai-nilai akidah, sementara video “hiasi diri dengan tawadhu” menggambarkan nilai syariah, dan tema memaafkan termasuk ke dalam pesan akhlak (Khusnul, 2022, hlm. 83).

g) Ketujuh, skripsi berjudul *Pesan Dakwah melalui Film Pendek “Ramadhan Halal” di YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes)* karya Asriyanti (2017) juga menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menganalisis film pendek berjudul “Ramadhan Halal” yang tayang di YouTube, yang berisi pesan dakwah mengenai kehidupan rumah tangga dalam perspektif Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara denotatif, film menggambarkan relasi suami-istri dan pembagian peran rumah tangga; secara konotatif, pesan dakwah menunjukkan pentingnya komunikasi, tanggung jawab bersama, dan nilai-nilai keluarga Islami. Adapun mitos yang terbentuk adalah konstruksi sosial tentang peran ideal dalam keluarga yang tetap berada dalam koridor syariat. Persamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan teori semiotika Roland Barthes dalam melihat tanda dan makna pesan dakwah di media YouTube. Sementara perbedaannya adalah pada tema: Asriyanti menyoroti persoalan gender dalam keluarga, sedangkan skripsi ini akan fokus pada narasi hijrah sebagai transformasi spiritual individu (Asriyanti, 2017, hlm. 72).

h) Kedelapan, skripsi berjudul *Semiosis Dakwah Fakhruddin Faiz dalam Kajian Ngaji Filsafat di YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes)* yang ditulis oleh Anip Zuliana (2023) mengkaji video dakwah dari channel YouTube “MJS

Channel". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis tanda-tanda yang muncul dalam video kajian filsafat keislaman yang disampaikan oleh Ustaz Fakhruddin Faiz. Peneliti menemukan bahwa makna denotatif dalam video mencerminkan gaya dakwah yang sederhana dan membumi, sementara makna konotatif menunjukkan kedekatan personal dan refleksi intelektual dari nilai-nilai Islam. Adapun mitos yang dibangun dalam video ini adalah konstruksi pemahaman bahwa filsafat bukanlah ancaman bagi agama, melainkan alat untuk memperdalam iman. Persamaannya dengan penelitian penulis adalah penggunaan metode analisis semiotik Barthes terhadap konten dakwah dalam media YouTube. Namun, fokus penelitian Zuliana lebih pada filsafat dan dakwah intelektual, sementara penelitian penulis menyoroti pesan hijrah sebagai transformasi identitas religius dalam budaya popular (Zuliana, 2023, hlm. 76).

1.6 Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran menjadi sebuah dasar penelitian. Landasan pemikiran tersebut terdiri dari dua aspek utama, yaitu landasan teoritis dan landasan konseptual. Landasan teoritis mengacu pada teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan penelitian. Sementara itu, landasan konseptual merupakan konsep yang akan dikembangkan atau dibangun melalui penelitian ini. Kedua landasan ini saling melengkapi untuk membentuk kerangka berpikir yang mendukung pelaksanaan penelitian secara sistematis dan terstruktur.

1.6.1 Landasan Teoritis

1.6.1.1 Teori Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan inti dari kegiatan dakwah itu sendiri, yaitu usaha menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dalam rangka mengajak mereka menuju kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Dalam konteks komunikasi Islam, pesan dakwah mencakup nilai-nilai yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, serta pengalaman dan pandangan para da'i yang kemudian dikemas dalam bentuk komunikasi yang dapat diterima oleh mad'u (audiens). Menurut Quraish Shihab (1997), dakwah tidak hanya bersifat verbal atau ceramah, tetapi juga bisa hadir dalam bentuk tindakan, simbol, atau narasi yang membawa nilai-nilai keislaman.

Pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis utama, yakni pesan aqidah (keimanan), syariah (hukum Islam), dan akhlak (moralitas) (Thoha, 2005). Dalam perkembangan kontemporer, dakwah tidak terbatas pada media mimbar, tetapi juga menggunakan media digital seperti YouTube, podcast, dan media sosial. Hal ini memperluas jangkauan pesan dakwah serta memunculkan format dan gaya penyampaian yang lebih kreatif dan variatif.

Dalam media seperti YouTube, pesan dakwah seringkali dikemas dalam narasi personal, termasuk tema hijrah, yaitu transformasi spiritual dari kehidupan yang jauh dari agama menuju kehidupan yang lebih religius. Pesan hijrah menjadi bagian dari strategi dakwah yang menekankan perubahan identitas dan pemaknaan ulang terhadap nilai-nilai hidup. Pesan semacam ini dapat dikomunikasikan secara langsung maupun melalui simbol-simbol visual dan narasi yang memiliki kekuatan persuasif.

Efektivitas pesan dakwah sangat ditentukan oleh konteks penyampaian, karakteristik audiens, dan media yang digunakan. Dalam dunia digital, pesan

dakwah harus bersaing dengan beragam konten lain, sehingga pemilihan gaya bahasa, simbol visual, dan pendekatan komunikasi menjadi faktor penting dalam menjangkau generasi muda. Oleh karena itu, pemahaman terhadap isi dan bentuk pesan dakwah dalam media baru menjadi krusial dalam kajian dakwah kontemporer.

1.6.2 Teori Semiotika

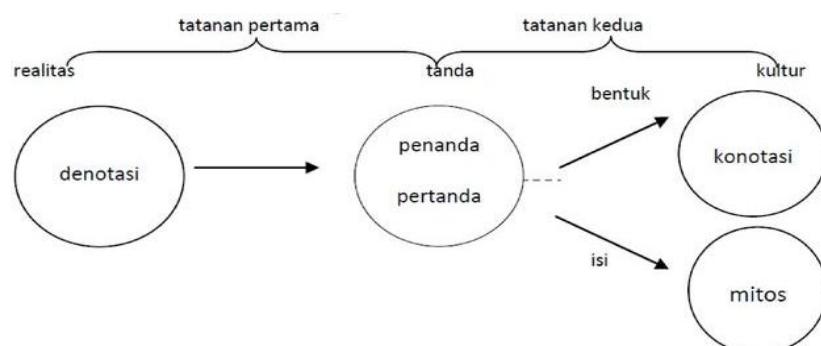
Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk memahami fenomena yang menjadi fokus penelitian pada penelitian ini. Semiotika merupakan bidang studi yang mempelajari tentang tanda. Menurut Van Zoest, istilah "semiotika" berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semion*, yang berarti "tanda". Tanda dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pada bangunan, rambu lalu lintas, bendera, karya sastra, dan lain sebagainya. Pada hakikatnya, manusia cenderung selalu berusaha memahami makna dari segala hal yang ada di sekitarnya. Oleh karena itu, manusia sering disebut sebagai *Homo Semioticus*, yaitu makhluk yang secara alami terlibat dalam proses penciptaan dan penafsiran tanda (Harista et al., 2022).

Dalam semiotika Roland Barthes terdiri dari tiga struktur makna yang dikaji yaitu makna konotatif, maknadenotatif, dan makna mitos. Makna denotatif merujuk pada makna yang tampak secara jelas dan langsung, atau dapat disebut juga sebagai makna yang sebenarnya dari suatu tanda. Makna ini berada pada tingkat pertama penandaan dan bersifat tertutup, artinya makna denotatif cenderung eksplisit, langsung, dan pasti (Octaviani, 2021, hlm 9).

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna intersubjektif. Dengan kata kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya (Wahjuwibowo, 2019, hlm 22).

Adapun mitos dalam perspektif Roland Barthes, merupakan tanda yang terbentuk di dalam masyarakat. Secara lebih mendalam, mitos dapat dipahami sebagai suatu ideologi yang diproduksi oleh pengirim pesan. Barthes menjelaskan bahwa mitos pada dasarnya adalah sebuah bahasa, yang berfungsi sebagai sistem komunikasi yang menyampaikan pesan tertentu. Dalam kajian semiotika, mitos merupakan turunan dari makna konotasi. Ketika makna konotasi telah berkembang menjadi suatu ideologi yang diterima dan diyakini oleh masyarakat, maka hal tersebut dapat disebut sebagai mitos. Dengan kata lain, mitos adalah bentuk lanjutan dari konotasi yang telah mengkristal menjadi keyakinan atau nilai bersama dalam suatu masyarakat (Vera, 2015, hlm 55).

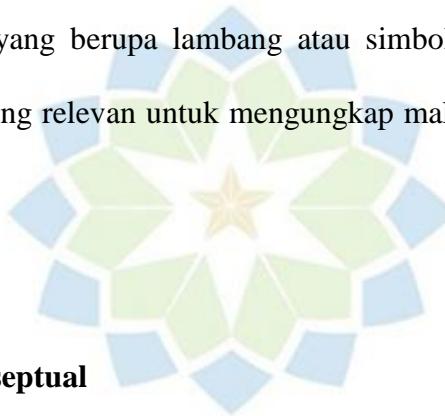
Berikut merupakan peta konsep dari teorisemiotika Roland Barthes.



Gambar 1.1: Peta konsep Semiotika

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa signifikasi berada bagian pertama adalah hubungan signifier dan signifier atau penanda, yang disebut dengan denotasi, sedangkan tahap kedua atau signifikasi kedua adalah konotasi, yang merupakan makna subjektif.

Maka dari itu, peneliti menggunakan tiga tingkat analisis semiotika, yaitu makna denotasi, konotasi, dan mitos. Pemilihan analisis semiotika ini didasarkan pada objek penelitian yang berupa lambang atau simbol, sehingga pendekatan semiotika dianggap paling relevan untuk mengungkap makna yang terkandung di dalamnya.



1.6.2 Kerangka Konseptual

Pesan dalam komunikasi merupakan sebuah informasi, ide, atau perasaan yang dikirimkan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima) melalui suatu saluran atau media tertentu dengan tujuan untuk dipahami. Pesan dapat berupa verbal (kata-kata lisan atau tulisan) maupun nonverbal (gesture, ekspresi wajah, atau simbol). Menurut Effendy (2003:33), pesan adalah keseluruhan dari apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima, baik dalam bentuk kata-kata, gerak tubuh, gambar, maupun tindakan lainnya.

Dalam dakwah, pesan merupakan bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan kepada objek dakwah pada aktivitas dakwahnya (Jafar & Amrullah, 2018). Pembahasan mengenai materi dakwah secara luas yang dimana dilakukan

oleh Ali Aziz (2009, hlm. 318-331) pada karyanya yang berjudul "Ilmu Dakwah". Aziz mengatakan ada sembilan jenis pesan-pesan dakwah. Kesembilan jenis pesan tersebut adalah: 1) Ayat-ayat al-Qur'an, 2) Hadist-hadist Nabi Saw., 3) Pendapat para sahabat-sahabat Nabi Saw., 4) Pandangan dan pendapat ulama-ulama, 5) Hasil atau laporan penelitian yang sifatnya ilmiah, 6) Kisah serta pengalaman teladan yang terjadi, 7) Berita dan peristiwa yang ada, 8) Karya sastra, dan 9) Dan terakhir karya seni. (Jafar & Amrullah, 2018).

Proses hijrah dalam diri seseorang merupakan kisah serta pengalaman teladan yang terjadi dalam diri seseorang yang dapat dibagikan kepada khalayak umum untuk memotivasi orang lain atau pengambilan pelajaran pada proses hidup seseorang dalam kembali ke jalan Allah SWT.

Hijrah secara sederhana diartikan sebagai perpindahan atau meninggalkan sesuatu yang buruk menuju hal yang lebih baik. Secara bahasa, kata *hijrah* berasal dari bahasa Arab *hijratan*, yang merupakan bentuk *isim mashdar* dari kata *hajara-yahjuru-hajran*, yang berarti *tarakahu* (meninggalkan) dan *qata'ahu* (memutuskan) (Royyani, 2020, hlm 4).

Dalam istilah, para ulama memiliki pandangan yang berbeda mengenai makna hijrah. Dari perspektif historis, hijrah memiliki dua pengertian utama. Pertama, hijrah diartikan sebagai perpindahan dari tempat yang menakutkan menuju tempat yang lebih aman. Kedua, hijrah merujuk pada perpindahan dari daerah penuh kekufuran menuju daerah yang dihuni oleh kaum mukmin. Definisi

terakhir ini menekankan pada meninggalkan segala hal yang dilarang oleh Allah SWT (Royyani, 2020, hlm 5).

Dalam perkembangan zaman untuk berdakwah, banyak orang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya atau pengalaman spiritual seseorang melalui media sosial, contohnya YouTube. YouTube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri (Siahaan, 20.hlm 2).

YouTube dapat diakses di hampir seluruh negara di dunia melalui perangkat yang terhubung ke internet. Setiap harinya, menurut data yang diperoleh dari Globalmediainsight.com (diakses pada tanggal 13 Januari 2025 pukul 02.00 WIB) platform ini menarik jutaan pengguna dari berbagai belahan dunia. Dalam perkembangannya, YouTube kini berperan sebagai salah satu sarana efektif dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat luas yang disebabkan media sosial ini sifatnya gratis dan bisa diakses oleh semua golongan masyarakat dimanapun dan kapanpun berada.

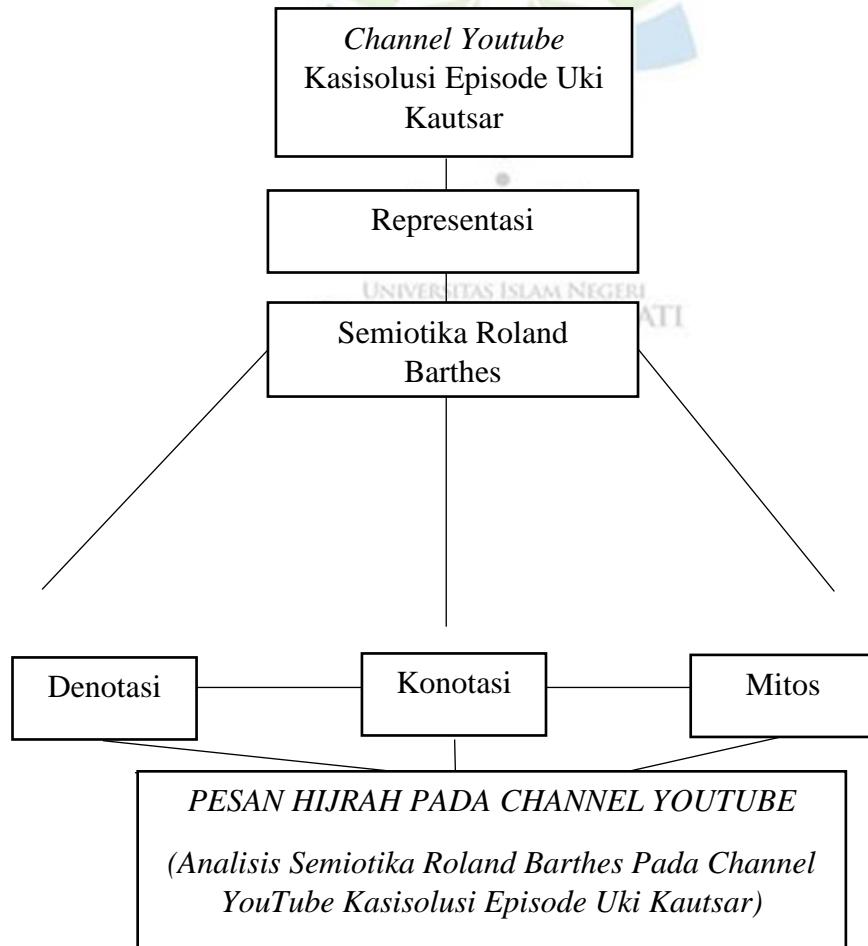
Banyak juga komunitas atau aktivis dakwah yang sekarang membuat konten-konten kreatif di YouTube di mana dalam kontennya tersebut tetap menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan materi pada videonya tetap menyampaikan isu atau informasi yang sedang hangat di masyarakat.

Semiotika merupakan studi yang menganalisis tanda-tanda, baik dalam bentuk simbol, visual, maupun bahasa, untuk mengungkap makna yang terkandung

di dalamnya. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami makna tersembunyi di balik suatu tanda. Dalam sebuah video di YouTube, tanda-tanda tersebut dapat ditemukan dalam berbagai aspek, salah satunya melalui dialog para tokoh yang sedang melakukan wawancara dalam suatu acara *podcast* tentang pengalaman kehidupan yang dialaminya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan video *podcast* dari *channel* YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar mantan personil gitar dari band Peterpan sebagai objek penelitiannya. Penggunaan teori semiotika ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan fokus penelitian.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini, yaitu:



Gambar 1.2: Kerangka Konseptual

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Paradigma dan Pendekatan

Menurut Harmon, pengertian paradigma merupakan cara yang mendasar untuk melakukan berpikir, persepsi, menilai, serta melakukan hal yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus mengenai realitas (Muslim, 2018:78). Secara singkatnya paradigma merupakan konsep, metode, atau kaidah aturan yang menjadi kerangka kerja pada pelaksanaan penelitian.

Paradigma penelitian konstruktivisme serta penggunaan pendekatan penelitian kualitatif digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Paradigma konstruktivisme yaitu paradigma yang mengatakan bahwasannya realitas itu ada dalam bermacam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada sebuah pengalaman sosial, sifatnya lokal serta spesifik, dan tergantung pada pihak yang bersangkutan. Dengan demikin, paradigma konstruktivisme ini mempunyai sifat relatif serta dinamis pada pemahaman realitas (Nugrahani, 2014:46).

Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berbentuk deskriptif berupa kata-kata lisan atau tertulis dari perilaku serta orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif mengarahkan latar dan individu secara utuh, tidak mengisolasi individu ke dalam sebuah hipotesis atau variabel, tetapi memandang sebuah individu sebagai dari bagian keutuhan (Nugrahani, 2014:89).

Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan suatu kondisi atau kejadian, yang dimana suatu data yang dikumpulkan hanya semata-mata bersifat deskriptif atau menggambarkan apa yang sedang diteliti, sehingga tidak bermaksud untuk mencari penjelasan dengan menguji sebuah hipotesis, membuat suatu prediksi, mau pun mempelajari implikasi.

Tujuan dari penulis menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif adalah untuk memahami serta menganalisis pesan hijrah Uki Kautsar di *channel* YouTube Kasisolusi. Pendekatan kualitatif dengan metode semiotika ini diharapkan dapat membuka teks dan penandaan dalam video tersebut. Hal ini mengisyaratkan segala sesuatu dapat dianggap sebagai suatu tanda ataupun tidak tergantung pada manusia yang berhubungan dengan objek tersebut memandangnya sebagai tanda.

1.7.2 Metode Penelitian

Adapun bentuk metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode semiotika Roland Barthes. Hal ini dikarenakan telah disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan yaitu studi deskriptif pada objek yang diteliti serta untuk mengkaji tanda-tanda pesan hijrah yang terkandung dalam video di *channel* YouTube Kasisolusi episode Uki Kautsar.

1.7.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan tujuan dan metode penelitian yang digunakan, maka jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan data

kualitatif. Dalam penelitian ini objek yang diteliti berupa video YouTube pada *channel* Kasisolusi episode Uki Kautsar.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer ini adalah pesan hijrah Uki Kautsar yang terdapat pada salah satu episode di *channel* YouTube Kasisolusi. Data yang berisikan pesan hijrah ini didapatkan dari ucapan kata-kata atau hal lain yang disampaikan oleh Uki Kautsar pada *channel* YouTube tersebut.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu bentuk data yang mendukung kelengkapan dari data primer. Adapun data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi terdahulu, serta sumber dari internet yang akan membantu mengembangkan temuan dalam penelitian ini sehingga dapat dijadikan sebuah referensi dari penelitian skripsi ini.