

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi, memperoleh informasi, serta membangun makna dalam kehidupan sehari-hari. Media digital kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang produksi dan distribusi nilai, ide, serta pesan-pesan sosial dan keagamaan. Dalam konteks ini, media sosial hadir sebagai medium yang sangat berpengaruh karena mampu menjangkau audiens luas secara cepat, personal, dan berkelanjutan, serta media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan dakwah Islam di era digital. (Istianah, 2025).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang menekankan kekuatan visual sebagai sarana komunikasi utama. Instagram juga merupakan media sosial yang paling populer, popularitas instagram semakin menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaanya (Husna dan Muhid, 2021). Melalui kombinasi gambar, ilustrasi, warna, dan teks singkat, Instagram memungkinkan pesan disampaikan secara simbolik dan emosional. Karakter visual ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai ruang berbagi dokumentasi personal, tetapi juga sebagai medium narasi, refleksi, dan pembentukan makna sosial yang kompleks.

Perubahan karakter media ini turut memengaruhi praktik dakwah Islam. Dakwah yang sebelumnya identik dengan ceramah verbal di masjid, majelis taklim, atau mimbar formal, kini mengalami transformasi bentuk dan strategi. Dakwah tidak lagi selalu disampaikan secara eksplisit melalui ayat dan hadis, tetapi juga melalui narasi keseharian, simbol visual, serta pesan-pesan reflektif yang dekat dengan pengalaman manusia modern.

Fenomena dakwah digital menunjukkan bahwa pesan keislaman semakin banyak dikemas secara kreatif, persuasif, dan humanis. Pendekatan ini muncul sebagai respons terhadap kondisi audiens media sosial yang cenderung selektif, cepat bosan, dan lebih tertarik pada pesan yang menyentuh sisi emosional daripada instruktif. Oleh karena itu, visualisasi pesan dakwah menjadi aspek penting dalam menarik perhatian sekaligus membangun pemaknaan yang mendalam, karena penyampaian dakwah di media sosial telah mengalami pergeseran dari pola penyampaian normatif menuju strategi komunikasi yang lebih kreatif dan kontekstual agar mampu menjangkau serta memengaruhi audiens digital secara efektif (Istianah, 2025).

Visualisasi dalam dakwah tidak sekadar berfungsi sebagai pelengkap pesan, tetapi menjadi medium utama dalam proses komunikasi makna. Ilustrasi, ekspresi tokoh, suasana visual, serta teks singkat yang menyertainya membentuk satu kesatuan tanda yang saling melengkapi. Melalui visual, pesan dakwah dapat disampaikan secara menarik, halus, implisit, dan kontekstual, tanpa harus

menampilkan simbol keagamaan secara formal membuatnya lebih mudah dipahami dan diterima dari berbagai kalangan (Qoimah et al., 2024)

Pendekatan visual semacam ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa visualisasi dakwah di media sosial bekerja sebagai sistem tanda yang menyatukan unsur gambar, ekspresi, dan teks dalam membangun makna religius secara persuasif. Visual yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan dakwah, selain itu, adanya ide visual dimunculkan untuk menarik perhatian, memperjelas sajian pandangan baru yang mendeskripsikan karya yang disampaikan (Munthe dan Burhanuddin, 2023). Melalui visual naratif dan simbolik cenderung lebih mudah diterima karena tidak bersifat menggurui, melainkan mengajak audiens untuk menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan konteks sosial mereka sendiri.

Dalam konteks ini, visual dakwah sering kali merepresentasikan realitas kehidupan sehari-hari seperti kesepian, kelelahan, harapan, kegagalan, dan pencarian makna hidup. Nilai-nilai keislaman hadir tidak sebagai perintah langsung, melainkan sebagai refleksi batin yang mengajak audiens untuk merenung dan berdialog dengan dirinya sendiri. Pola penyampaian ini menunjukkan pergeseran dakwah dari pendekatan normatif menuju pendekatan kultural dan emosional.

Salah satu akun Instagram yang merepresentasikan fenomena tersebut adalah akun @sholahayub. Akun ini secara konsisten menampilkan ilustrasi visual dengan gaya sederhana namun sarat makna, disertai teks reflektif yang menyentuh sisi

kemanusiaan. Konten-konten yang diunggah tidak menampilkan dakwah secara eksplisit, tetapi mengandung pesan moral dan spiritual yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

Keunikan akun @sholahayub terletak pada kemampuannya membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui visual yang membumi. Ilustrasi yang ditampilkan sering menggambarkan manusia biasa dengan problem keseharian, sehingga audiens merasa terwakili dan terhubung secara personal. Dalam konteks ini, visual berfungsi sebagai bahasa dakwah yang halus dan inklusif yang diharapkan dapat menyampaikan informasi yang mendalam kepada audiens (Chaysalina & Nadya, 2022).

Pesan dakwah yang divisualisasikan dalam akun ini tidak hanya berhenti pada makna permukaan, tetapi mengandung lapisan makna yang lebih dalam. Setiap ilustrasi dan teks membentuk tanda yang dapat ditafsirkan secara beragam, tergantung pada pengalaman dan latar belakang audiens. Oleh karena itu, pesan dakwah dalam akun @sholahayub menarik untuk dikaji sebagai konstruksi makna, bukan sekadar sebagai pesan verbal.

Untuk memahami makna yang terkandung dalam visualisasi pesan dakwah tersebut, diperlukan pendekatan analisis yang mampu membaca tanda secara mendalam. Pendekatan semiotika menjadi relevan karena memandang komunikasi sebagai sistem tanda yang tidak hanya menyampaikan makna literal, tetapi juga makna simbolik dan ideologis. Semiotika merupakan sebuah kerangka analisis yang membedah tanda atau kata-kata dalam bahasa yang berkaitan dengan tanda-

tanda lain (Luthfi, 2020). Semiotika memungkinkan peneliti menelusuri bagaimana pesan dakwah dibangun melalui representasi visual dan teks.

Semiotika Roland Barthes secara khusus menawarkan kerangka analisis yang komprehensif melalui konsep denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini tidak hanya mengkaji apa yang tampak di permukaan visual, tetapi juga makna kultural dan ideologi yang tersembunyi di baliknya. Dalam konteks dakwah digital, mitos sebagai budaya yang menyangkut cara berpikir atau memahami sesuatu (Luthfi, 2020). Melalui mitos, visual dakwah tidak hanya merepresentasikan ajaran agama, tetapi juga mengonstruksi realitas sosial dan cara pandang audiens terhadap kehidupan religius modern (Putra & Romadlany, 2025)

Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana pesan dakwah dalam akun @sholahayub dikonstruksi melalui visual dan teks. Analisis ini penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai keislaman diterjemahkan ke dalam bahasa visual yang sesuai dengan budaya media sosial. Selain itu, pendekatan ini membantu melihat dakwah sebagai praktik komunikasi yang adaptif dan kontekstual.

Kajian terhadap visualisasi pesan dakwah di Instagram juga memiliki relevansi akademik dalam bidang komunikasi dan dakwah. Media sosial sebagai ruang budaya digital memerlukan pendekatan analisis yang tidak hanya normatif, tetapi juga kritis dan interpretatif. Analisis visual dakwah di Instagram berkontribusi penting dalam pengembangan studi komunikasi dakwah yang lebih kontekstual dan

multidisipliner (Nasrullah, 2014). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dakwah kontemporer dari perspektif komunikasi visual.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis visualisasi pesan dakwah dalam media sosial Instagram melalui pendekatan semiotika Roland Barthes pada akun @sholahayub. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana dakwah dikomunikasikan melalui visual, serta bagaimana makna-makna keislaman dibangun dan disampaikan secara humanis dalam ruang digital.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis memfokuskan penelitian pada:

- 1.2.1 Bagaimana makna denotatif yang ditampilkan dalam visualisasi pesan dakwah pada konten akun Instagram @sholahayub?
- 1.2.2 Bagaimana makna konotatif yang dibangun melalui ilustrasi visual dan teks naratif dalam konten dakwah akun Instagram @sholahayub
- 1.2.3 Mitos apa saja yang terbentuk dalam visualisasi pesan dakwah pada akun Instagram @sholahayub

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui makna denotatif yang terkandung dalam visualisasi pesan dakwah pada konten akun Instagram @sholahayub.
- 1.3.2 Untuk mengetahui makna konotatif yang dibangun melalui ilustrasi visual dan teks naratif dalam konten dakwah akun Instagram @sholahayub
- 1.3.3 Untuk mengetahui dan menjelaskan mitos yang terbentuk dalam visualisasi pesan dakwah pada akun Instagram @sholahayub.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Akademis

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis terutama dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi dakwah dan analisis semiotika visual. Kajian dakwah selama ini banyak berfokus pada aspek retorika dan isi pesan secara tekstual, sedangkan penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman bagaimana pesan dakwah divisualisasikan melalui media sosial berbasis gambar. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas khazanah literatur mengenai komunikasi Islam di media baru. Menurut Zamzami et al., (2023), kajian dakwah diperlukan karena media sosial bukan hanya sarana penyebaran informasi, tetapi juga arena pembentukan persepsi keagamaan yang sangat kuat dalam merespons dinamika komunikasi

kontemporer agar tidak kehilangan relevansinya di tengah perkembangan media.

Secara metodologis, penelitian ini bermanfaat dalam penerapan teori semiotika Roland Barthes pada objek dakwah visual, yang belum banyak diteliti secara mendalam. Analisis denotasi, konotasi, dan mitos pada konten dakwah visual memperkaya perspektif ilmiah tentang bagaimana tanda-tanda visual bekerja membangun makna religius. Solimin et al., (2025) menjelaskan bahwa semiotika Barthes tidak hanya menafsirkan tanda secara literal, melainkan juga membuka lapisan konotatif yang seringkali sarat ideologi dan nilai budaya.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya kajian komunikasi Islam dan semiotika, tetapi juga berfungsi sebagai landasan teoretis bagi penelitian lanjutan yang mengeksplorasi bentuk-bentuk dakwah visual lain di media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Zamzami et al., (2023) bahwa media sosial, terutama Instagram, telah menjadi ruang signifikan bagi dakwah, sehingga perlu ditopang dengan riset akademik yang mendalam untuk memahami pola komunikasi dan implikasi sosialnya.

1.4.2 Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para praktisi dakwah, kreator konten, dan pengelola media sosial dakwah dalam memahami pentingnya visualisasi pesan sebagai strategi komunikasi

yang efektif. Menurut Febriyani (2024), pemanfaatan Instagram dalam dakwah terbukti efektif menjangkau khalayak luas, khususnya kalangan muda yang lebih dekat dengan konten visual. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang konten dakwah yang lebih komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakter audiens media sosial.

Bagi pengelola akun dakwah di Instagram, khususnya akun yang mengedepankan pendekatan visual dan naratif, penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam mengemas pesan dakwah secara kreatif tanpa menghilangkan nilai-nilai keislaman. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran media sosial sebagai ruang dakwah yang positif, inklusif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini berangkat dari kajian komunikasi, khususnya komunikasi dakwah dalam konteks media digital. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan memengaruhi pemahaman dan sikap audiens. Dalam konteks dakwah, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana transformasi nilai-nilai keislaman dalam kehidupan masyarakat. Seiring perkembangan teknologi, praktik dakwah

mengalami pergeseran dari metode konvensional menuju media digital yang lebih terbuka, interaktif, dan visual (Nasrullah, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang baru dalam penyebaran pesan dakwah yang menuntut pendekatan komunikasi yang adaptif.

Dalam media sosial, khususnya Instagram, komunikasi cenderung bersifat visual-sentris. Pesan tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui gambar, warna, simbol, dan komposisi visual lainnya. Visual memiliki kekuatan dalam menyampaikan makna secara cepat dan efektif karena mampu bekerja pada aspek kognitif dan emosional audiens (Danesi, 2010). Selain itu, komunikasi visual bersifat multimodal, yaitu menggabungkan berbagai elemen seperti gambar dan teks dalam satu kesatuan makna (Kress & van Leeuwen, 2006). Oleh karena itu, visualisasi menjadi strategi penting dalam menyampaikan pesan dakwah agar lebih mudah dipahami dan relevan dengan audiens digital.

Dalam konteks dakwah digital, pesan dakwah tidak lagi disampaikan secara normatif dan kaku, tetapi dikemas secara kontekstual sesuai dengan pengalaman sehari-hari audiens. Konten dakwah di media sosial sering menghadirkan ilustrasi kehidupan, refleksi diri, serta narasi yang dekat dengan realitas sosial. Pendekatan ini membuat pesan dakwah lebih komunikatif dan mudah diterima oleh

generasi digital (Munthe & Burhanuddin, 2023). Dengan demikian, dakwah tidak hanya dipahami sebagai penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang membangun kedekatan emosional dan pengalaman makna.

Untuk memahami makna dalam visualisasi pesan dakwah tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda dan proses pembentukan makna dalam komunikasi (Chandler, 2017). Dalam kajian media, semiotika digunakan untuk mengungkap bagaimana makna dibangun melalui simbol, gambar, dan teks. Tanda tidak hanya memiliki makna literal, tetapi juga makna yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Oleh karena itu, semiotika menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji konten visual di media sosial yang sarat dengan simbol. Secara khusus, penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes yang membagi makna ke dalam tiga tingkat, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merupakan makna literal yang tampak secara langsung, konotasi merupakan makna yang muncul dari pengalaman, emosi, dan budaya, sedangkan mitos merupakan makna ideologis yang telah dinaturalisasi dalam masyarakat (Barthes, 1972). Barthes menekankan bahwa tanda tidak pernah netral, melainkan selalu mengandung nilai dan ideologi tertentu. Dalam konteks media, mitos

berfungsi untuk membentuk cara pandang masyarakat terhadap realitas secara tidak langsung.

Dalam kajian komunikasi visual, makna konotatif dan mitos memiliki peran penting karena sebagian besar pesan dalam media tidak disampaikan secara eksplisit. Alex Sobur (2016) menjelaskan bahwa makna konotatif merupakan ruang di mana nilai sosial dan ideologi disisipkan secara halus melalui simbol visual. Sementara itu, mitos bekerja dengan menjadikan makna tersebut tampak alami dan tidak dipertanyakan. Hal ini menunjukkan bahwa visual tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai alat pembentukan makna dan persepsi sosial.

Penggunaan semiotika Barthes dalam penelitian ini juga didukung oleh karakteristik Instagram sebagai media visual. Konten Instagram terdiri dari berbagai tanda seperti gambar, warna, ekspresi, dan teks caption yang saling berkaitan dalam membentuk makna. Kress dan van Leeuwen (2006) menyatakan bahwa visual memiliki tata bahasa tersendiri yang memengaruhi cara audiens memahami pesan. Oleh karena itu, analisis semiotik diperlukan untuk membaca makna yang terkandung dalam setiap elemen visual tersebut.

Dengan demikian, landasan teoritis dalam penelitian ini mengintegrasikan konsep komunikasi dakwah, komunikasi visual, serta semiotika Roland Barthes sebagai alat analisis. Pendekatan ini

memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pesan dakwah divisualisasikan, direpresentasikan, dan dimaknai dalam media sosial Instagram. Melalui kerangka teoritis ini, penelitian diharapkan mampu mengungkap makna yang tidak hanya tampak di permukaan, tetapi juga makna yang bersifat kultural dan ideologis dalam konten dakwah digital.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah mengubah pola komunikasi dakwah dari bentuk verbal dan tekstual menuju bentuk visual dan simbolik. Instagram sebagai media berbasis visual memungkinkan pesan disampaikan melalui ilustrasi, warna, komposisi gambar, dan teks singkat yang membangun makna secara tidak langsung. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dipahami sebagai penyampaian ajaran secara eksplisit, tetapi juga sebagai proses pembentukan makna dan kesadaran melalui tanda-tanda visual.

Akun Instagram @sholahayub merupakan representasi dari fenomena dakwah visual di media sosial. Konten-konten yang ditampilkan berupa ilustrasi sederhana dengan narasi reflektif yang menggambarkan realitas kehidupan manusia sehari-hari. Pesan dakwah dalam akun ini tidak disampaikan secara normatif atau menggurui, melainkan melalui simbol, suasana, dan pengalaman emosional yang

dekat dengan audiens. Oleh karena itu, visual dan teks dalam konten @sholahayub dapat dipahami sebagai tanda yang mengandung makna berlapis.

Untuk mengungkap makna tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang memandang komunikasi sebagai sistem tanda. Menurut Barthes, sebuah tanda tidak hanya memiliki makna denotatif (makna literal), tetapi juga makna konotatif (makna implisit) dan mitos (makna ideologis atau kultural). Semiotika merupakan sebuah kerangka analisis yang membedah tanda atau kata-kata dalam bahasa yang berkaitan dengan tanda-tanda lain (Luthfi, 2020). Kerangka ini memungkinkan peneliti untuk membaca visualisasi pesan dakwah secara lebih mendalam dan komprehensif.

Pada tahap denotasi, penelitian ini mengkaji makna permukaan dari konten akun @sholahayub, seperti objek visual, ekspresi tokoh, latar gambar, serta teks yang menyertai ilustrasi. Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan apa yang secara langsung terlihat dan terbaca dalam setiap unggahan tanpa melibatkan penafsiran subjektif yang mendalam.

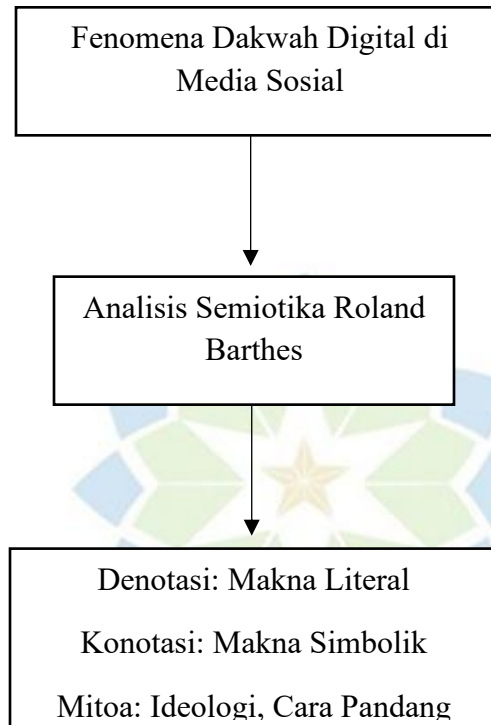
Selanjutnya, pada tahap konotasi, penelitian ini menafsirkan makna yang tersembunyi di balik visual dan teks tersebut. Pada tahap ini, visualisasi pesan dakwah dipahami sebagai representasi nilai-nilai tertentu seperti kesabaran, keikhlasan, harapan, ketenangan batin, dan hubungan manusia dengan Tuhan. Makna konotatif ini muncul dari

interaksi antara tanda visual dengan konteks budaya dan pengalaman sosial audiens.

Tahap terakhir adalah analisis mitos, yaitu bagaimana visualisasi pesan dakwah dalam akun @sholahayub membentuk cara pandang tertentu tentang dakwah dan religiusitas. Mitos dalam penelitian ini dipahami sebagai konstruksi makna yang menempatkan dakwah sebagai praktik yang lembut, humanis, dan dekat dengan realitas kehidupan manusia. Pada tahap ini, penelitian mengungkap ideologi dakwah yang dibangun melalui visual, yaitu dakwah yang inklusif, reflektif, dan adaptif terhadap budaya digital.

Melalui ketiga tahapan analisis tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, divisualisasikan, dan dimaknai dalam media sosial Instagram. Kerangka berpikir ini menempatkan visual sebagai elemen utama dalam proses dakwah digital, serta semiotika Roland Barthes sebagai alat analisis untuk

mengungkap makna yang terkandung di dalamnya. Oleh karena itu kerangka konseptual dapat digambarkan dengan bagan berikut:



Bagan 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Observasi Penulis, 2026

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada platform media sosial Instagram dengan objek kajian berupa akun @sholahayub. Pemilihan Instagram sebagai tempat penelitian didasarkan pada karakteristiknya sebagai media sosial berbasis visual yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara kreatif dan persuasif. Media sosial tidak lagi sekadar ruang interaksi sosial,

tetapi telah berkembang menjadi ruang produksi makna dan komunikasi keagamaan di era digital (Nasrullah, 2020).

Tempat penelitian ini bersifat virtual (daring), sehingga tidak terikat pada lokasi geografis tertentu. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa penelitian komunikasi digital berfokus pada ruang interaksi online tempat praktik komunikasi berlangsung, bukan pada wilayah fisik tertentu. Menurut Kozinets (2020), penelitian berbasis media sosial menempatkan platform digital sebagai “lokasi penelitian” karena di sanalah makna, simbol, dan relasi sosial dikonstruksi.

Pemilihan akun Instagram *@sholahayub* sebagai objek penelitian didasarkan pada konsistensi akun tersebut dalam memproduksi konten dakwah berbasis visual. Akun ini secara aktif menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui ilustrasi, teks naratif, dan simbol visual yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Konten semacam ini dinilai representatif untuk dikaji dalam penelitian dakwah visual di media sosial (Putra et al, 2022).

Waktu penelitian dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, yang mencakup tahap pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Penentuan rentang waktu ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian kualitatif yang menekankan proses analisis secara mendalam dan berkelanjutan (Creswell & Poth, 2018).

Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan mendokumentasikan konten Instagram *@sholahayub* yang diunggah dalam periode waktu tertentu.

Penentuan periode unggahan bertujuan agar data yang dianalisis bersifat representatif dan mencerminkan pola visualisasi pesan dakwah yang konsisten. Menurut Sugiyono (2019), kejelasan rentang waktu pengumpulan data penting untuk menjaga fokus dan ketepatan analisis penelitian kualitatif.

Dengan penetapan tempat dan waktu penelitian yang jelas, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang sistematis dan terarah mengenai visualisasi pesan dakwah dalam media sosial Instagram. Kejelasan lokasi dan waktu penelitian juga berfungsi untuk meningkatkan transparansi serta memudahkan pembaca dalam memahami konteks penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2019).

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yaitu pandangan yang menempatkan realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibentuk melalui interaksi dan interpretasi individu. Dalam konteks komunikasi, makna tidak bersifat objektif, melainkan dibangun melalui proses pemaknaan terhadap tanda dan simbol yang diterima audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk realitas melalui representasi visual dan simbolik (Nasrullah, 2020). Oleh karena itu, paradigma konstruktivisme relevan digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana pesan dakwah divisualisasikan dan dimaknai dalam konten Instagram.

Berdasarkan paradigma tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui interpretasi makna, bukan melalui pengukuran angka. Dalam penelitian media sosial, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengkaji bagaimana pesan disusun, disampaikan, dan dipahami oleh audiens dalam konteks tertentu. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten dakwah di media sosial sering kali dikemas secara visual dan kontekstual sehingga memerlukan pendekatan interpretatif untuk memahami maknanya (Munthe & Burhanuddin, 2023). Dengan demikian, pendekatan kualitatif menjadi tepat untuk mengkaji visualisasi pesan dakwah dalam penelitian ini.

Selanjutnya, metode analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang mengkaji makna melalui tiga tingkat, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal, konotasi pada makna yang dipengaruhi oleh emosi dan budaya, sedangkan mitos berkaitan dengan ideologi yang dinormalisasi dalam masyarakat (Sobur, 2016). Pendekatan ini relevan karena mampu mengungkap makna yang tidak tampak secara langsung dalam visual. Dalam konteks media sosial, simbol seperti warna, ekspresi, dan komposisi visual berperan penting dalam membentuk pesan yang ingin disampaikan (Kress & van Leeuwen, 2006). Oleh karena itu, semiotika Barthes digunakan untuk menganalisis bagaimana pesan dakwah divisualisasikan dan dimaknai dalam konten Instagram.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami makna, pesan, dan konstruksi simbolik yang terkandung dalam visualisasi pesan dakwah pada media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan fenomena sosial secara mendalam berdasarkan konteks dan makna, bukan sekadar pengukuran numerik (Creswell, 2018). Dalam kajian komunikasi dan dakwah, pendekatan ini relevan untuk menggali proses pemaknaan pesan yang bersifat simbolik dan kultural.

Pendekatan kualitatif dipilih karena visualisasi pesan dakwah di Instagram tidak dapat dipahami hanya melalui kuantifikasi jumlah unggahan atau tingkat interaksi, melainkan melalui analisis makna visual dan narasi yang dibangun. Konten visual di media sosial merupakan teks budaya yang sarat dengan nilai, ideologi, dan pesan persuasif yang perlu ditafsirkan secara interpretatif (Bahri, 2022).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes, yaitu metode analisis tanda yang memandang pesan sebagai sistem makna yang terdiri atas hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Barthes menegaskan bahwa tanda tidak hanya mengandung makna literal (denotasi), tetapi juga makna konotatif dan mitos yang berkaitan dengan ideologi dan budaya masyarakat (Barthes, 2020).

Analisis semiotika Roland Barthes dipilih karena mampu mengkaji konten visual secara mendalam, khususnya dalam media digital yang sarat dengan simbol dan representasi. Penelitian-penelitian tentang media visual menunjukkan bahwa semiotika Barthes efektif untuk membaca pesan ideologis yang tersembunyi di balik visual yang tampak sederhana dan estetis (Solimin et al., 2023).

Dalam konteks penelitian ini, semiotika Barthes digunakan untuk menganalisis tiga lapisan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Makna denotatif merujuk pada makna literal dari visual yang ditampilkan, sedangkan makna konotatif berkaitan dengan asosiasi makna yang dipengaruhi oleh nilai budaya dan religius. Mitos kemudian berfungsi untuk menaturalisasi nilai ideologis tertentu agar tampak wajar dan diterima audiens (Barthes, 2020).

Media sosial Instagram sebagai ruang komunikasi visual memungkinkan terjadinya proses produksi dan negosiasi makna secara aktif antara kreator dan audiens. Visualisasi pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ajaran Islam, tetapi juga sebagai sarana pembentukan realitas sosial dan spiritual di ruang digital (Munthe & Burhanuddin, 2023).

Penggunaan semiotika Barthes dalam penelitian ini memungkinkan peneliti mengungkap pesan dakwah yang disampaikan secara implisit melalui ilustrasi, simbol visual, warna, dan teks pendukung. Visual-visual tersebut

dipandang sebagai praktik komunikasi dakwah yang persuasif, emosional, dan kontekstual dengan kehidupan audiens digital (Putra & Romadlany, 2025).

Objek penelitian berupa konten visual pada akun Instagram @sholahayub diposisikan sebagai teks visual yang memiliki struktur makna tertentu. Setiap unggahan dianalisis sebagai sistem tanda yang merepresentasikan nilai-nilai dakwah, pengalaman religius, dan pesan moral yang dikemas secara kreatif (Solimin et al., 2023).

Dengan demikian, pendekatan kualitatif dan metode analisis semiotika Roland Barthes dianggap paling tepat untuk mencapai tujuan penelitian ini, yaitu mengungkap bagaimana visualisasi pesan dakwah dikonstruksi, dimaknai, dan disebarkan melalui media sosial Instagram sebagai medium dakwah kontemporer (Creswell, 2018).

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, data tidak berupa angka, melainkan informasi deskriptif yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti, seperti kata-kata, tindakan, teks visual, serta dokumen yang relevan (Malahati et al., 2023). Data kualitatif bersifat holistik dan kontekstual, sehingga peneliti lebih berfokus pada makna dan pengalaman dalam konteks sosial budaya, bukan pada generalisasi statistik.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif karena objek kajiannya adalah makna dan konstruksi pesan dakwah yang divisualisasikan dalam konten

Instagram @sholahayub. Data kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk menafsirkan isi visual dan naratif secara mendalam berdasarkan konteks sosial dan budaya, bukan sekadar menghitung jumlah atau frekuensi konten.

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berupa konten visual seperti gambar, ilustrasi, teks caption, serta simbol visual lain yang mengandung pesan dakwah. Sementara itu, data sekunder berupa bahan pendukung seperti buku akademik, artikel jurnal, dan publikasi ilmiah yang relevan dengan tema penelitian.

Pemilihan jenis data ini sejalan dengan pandangan bahwa data kualitatif tidak hanya berbentuk teks, tetapi juga mencakup visual dan simbol yang memiliki makna (Jophus, 2024). Oleh karena itu, konten visual Instagram menjadi sumber data yang penting karena mengandung representasi simbolik yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh langsung dari akun Instagram @sholahayub, berupa unggahan konten dari tanggal 15 Juli 2025-29 Agustus 2025 yang mencakup ilustrasi, gambar, dan teks caption. Data ini menjadi sumber utama karena berasal langsung dari objek yang diteliti dan diamati oleh peneliti sebagai instrumen utama dalam penelitian kualitatif (Sahir, 2021).

Sumber data primer dipilih karena memiliki sifat aktual, kontekstual, dan relevan dengan fenomena yang dikaji. Sahir (2021) menegaskan bahwa data primer dalam penelitian kualitatif harus memenuhi kriteria relevansi dan ketepatan agar mampu menghasilkan temuan yang akurat.

Sementara itu, sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, artikel jurnal, hasil penelitian terdahulu, serta publikasi ilmiah yang relevan dengan kajian dakwah, komunikasi visual, media sosial, dan semiotika. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis yang dilakukan.

Pemilihan sumber data sekunder dilakukan secara selektif berdasarkan kredibilitas, relevansi, dan aksesibilitas sumber. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh teori dan argumen yang digunakan dalam penelitian memiliki dasar ilmiah yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan demikian, penggunaan sumber data primer dan sekunder secara terpadu dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna pesan dakwah dalam konten Instagram secara kontekstual dan ilmiah.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

Dalam penelitian kualitatif, informan merupakan pihak yang memberikan informasi secara langsung terkait fenomena yang diteliti, berdasarkan pengalaman dan keterlibatannya. Informan dalam penelitian ini

adalah pemilik akun Instagram @sholahayub sebagai kreator konten ilustrasi dakwah. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan otoritas terhadap makna yang terkandung dalam setiap konten yang diunggah (Sugiyono, 2019). Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa informan dalam penelitian kualitatif dipilih karena mampu memberikan data yang mendalam dan kontekstual terkait objek penelitian (Moleong, 2017). Dengan demikian, kreator konten menjadi sumber utama untuk mengonfirmasi dan memperkuat interpretasi makna yang dilakukan peneliti.

Sementara itu, unit analisis dalam penelitian ini adalah konten visual pada postingan Instagram @sholahayub, khususnya dalam bentuk ilustrasi carousel yang terdiri dari beberapa slide dalam satu unggahan. Setiap slide diperlakukan sebagai unit analisis karena memiliki elemen visual dan naratif yang membentuk makna secara utuh. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, yaitu melalui tiga tingkat makna: denotatif, konotatif, dan mitos. Pemilihan unit analisis didasarkan pada relevansi dengan fokus penelitian, yaitu konten yang memuat pesan dakwah dalam bentuk visual dan teks.

Dalam penelitian kualitatif, unit analisis merupakan bagian data yang menjadi fokus utama dalam proses interpretasi makna (Jophus, 2024). Selain itu, kajian komunikasi visual menempatkan gambar, warna, simbol, dan teks sebagai satu kesatuan tanda yang saling berkaitan dalam membangun makna

(Kress & van Leeuwen, 2006). Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini tidak hanya melihat visual secara terpisah, tetapi juga memahami keterkaitan antar elemen dalam setiap slide dan keseluruhan postingan. Dengan pendekatan ini, makna pesan dakwah dapat dipahami secara lebih mendalam, kontekstual, dan komprehensif dalam ruang media sosial Instagram

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga data diperoleh melalui cara-cara yang menekankan pemahaman makna dan konteks. Metode utama yang digunakan adalah observasi nonpartisipan, yaitu peneliti mengamati secara langsung konten visual yang diunggah pada akun Instagram @sholahayub tanpa terlibat dalam proses produksi konten. Observasi nonpartisipan dinilai tepat untuk penelitian media karena memungkinkan peneliti melihat fenomena komunikasi apa adanya sesuai dengan tampilan yang diterima audiens (Sugiyono, 2019).

Observasi dilakukan dengan memperhatikan unsur-unsur visual dan verbal yang terdapat dalam unggahan Instagram, seperti ilustrasi, warna, ekspresi tokoh, teks narasi, dan caption. Menurut Kozinets (2020), observasi terhadap media sosial merupakan bagian dari penelitian kualitatif digital yang bertujuan memahami makna simbolik dan praktik komunikasi yang muncul dalam ruang daring. Dengan demikian, observasi ini membantu peneliti

menangkap pesan dakwah yang dikonstruksi melalui visual secara lebih komprehensif.

Selain observasi, teknik dokumentasi digunakan sebagai cara utama dalam mengumpulkan data primer. Dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan konten berupa gambar, ilustrasi, dan caption melalui tangkapan layar (screenshot). Teknik dokumentasi penting dalam penelitian kualitatif karena data visual dan teks yang terdokumentasi dapat dianalisis berulang kali untuk menemukan makna yang tersembunyi (Wibisono dan Sari, 2021).

Dokumentasi visual memiliki peran strategis dalam penelitian semiotika, karena tanda dan simbol merupakan objek utama analisis. Danesi (2010) menjelaskan bahwa gambar, ilustrasi, dan simbol visual dapat dipahami sebagai “teks” yang mengandung makna denotatif dan konotatif. Oleh karena itu, dokumentasi konten Instagram menjadi dasar utama untuk membaca dan menafsirkan pesan dakwah secara semiotik.

Teknik pengumpulan data berikutnya adalah studi kepustakaan, yang dilakukan dengan menelaah buku, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan dakwah, media sosial, komunikasi visual, serta teori semiotika Roland Barthes. Studi kepustakaan bertujuan memperkuat landasan teoritis dan membantu peneliti menempatkan temuan penelitian dalam konteks keilmuan yang lebih luas.

Penggunaan kombinasi teknik observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan mencerminkan upaya triangulasi teknik dalam penelitian

kualitatif. Menurut Creswell dan Poth (2018), triangulasi teknik pengumpulan data dapat meningkatkan kredibilitas penelitian karena data diperoleh dari berbagai sumber dan cara, sehingga hasil analisis menjadi lebih mendalam, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data merupakan hal penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Keabsahan data tidak diukur melalui validitas statistik, melainkan melalui ketepatan interpretasi dan konsistensi makna yang diperoleh dari data. Oleh karena itu, peneliti perlu menggunakan teknik tertentu untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh di lapangan (Moleong, 2017).

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk menentukan keabsahan data. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan berbagai sumber, metode, atau teori untuk memperoleh pemahaman yang lebih akurat terhadap suatu fenomena (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian ini, triangulasi dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil analisis peneliti terhadap konten visual dengan hasil konfirmasi langsung kepada kreator akun @sholahayub sebagai informan utama.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan triangulasi teori, yaitu membandingkan hasil temuan dengan berbagai teori yang relevan, seperti teori

semiotika Roland Barthes serta teori komunikasi visual. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan peneliti tidak bersifat subjektif semata, tetapi memiliki dasar teoritis yang kuat (Kress & van Leeuwen, 2006). Dengan demikian, makna denotatif, konotatif, dan mitos yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Melalui penerapan triangulasi sumber dan triangulasi teori, penelitian ini berupaya menghasilkan data yang kredibel dan valid. Teknik ini juga memungkinkan peneliti untuk mengurangi bias interpretasi serta memperkuat hasil analisis terhadap visualisasi pesan dakwah dalam konten Instagram. Dengan demikian, keabsahan data dalam penelitian ini dapat terjaga dan mendukung kualitas temuan penelitian secara keseluruhan.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Kerangka metodologis yang digunakan dalam penyelidikan ini menggabungkan paradigma analisis kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mencapai pemahaman mendalam tentang makna yang dikomunikasikan melalui konten visual yang disebarluaskan melalui Instagram @sholahayub. Preferensi untuk analisis kualitatif didasarkan pada premis bahwa penyelidikan tidak didasarkan pada kuantifikasi numerik, melainkan pada penjelasan makna, simbol, dan narasi yang dikemas dalam elemen visual dan tekstual (Sugiyono, 2019).

Langkah awal adalah mencari postingan Instagram @sholahayub untuk dianalisis dari bulan Juli 2025 - Agustus 2025. Data yang dipilih secara sistematis dikumpulkan dalam bentuk deskripsi naratif dan analisis semiotik. Tujuan dari presentasi data ini adalah untuk memfasilitasi kemampuan peneliti untuk membedakan pola visual, dan interkoneksi antara elemen gambar, komponen tekstual, dan latar belakang kontekstual pesan (Creswell & Poth, 2018).

Proses analitik kemudian dilakukan dengan menggunakan kerangka semiotik yang diartikulasikan oleh Roland Barthes sebagai lensa analitis utama. Setiap bagian konten visual mengalami pemeriksaan melalui tiga strata makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi berkaitan dengan makna literal terbuka yang dapat dilihat secara visual, konotasi dikaitkan dengan makna budaya dan emosional, sedangkan mitos berkaitan dengan ideologi atau nilai-nilai sosial yang dibangun melalui tanda visual yang disebutkan di atas (Barthes, 2020).

Pendekatan semiotika Barthes memberdayakan para peneliti untuk mengungkap pesan-pesan yang tertanam dalam postingan instagram yang disampaikan tidak hanya secara eksplisit tetapi juga secara implisit melalui simbol, ilustrasi, dan narasi visual. Dalam domain khotbah digital, makna visual sering dibentuk oleh pengalaman sosial dan budaya audiens, sehingga membuat analisis semiotik relevan untuk interpretasi yang lebih kritis dan reflektif dari pesan yang disampaikan (Danesi, 2010).

Hasil analisis semiotik kemudian ditafsirkan dengan menghubungkannya dengan konsep dakwah, komunikasi visual, dan media sosial sebagaimana digambarkan dalam kerangka teoritis. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani et al., (2024) menggambarkan bahwa korelasi antara temuan analisis semiotik dan teori dakwah dapat menambah pemahaman tentang bagaimana pesan agama dirumuskan dan ditafsirkan dalam konteks media sosial Instagram.

Tahap akhir analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses merumuskan makna utama dari keseluruhan temuan penelitian. Kesimpulan diperoleh dengan meninjau kembali data, hasil analisis, serta kesesuaiannya dengan tujuan penelitian. Verifikasi dilakukan agar hasil penelitian bersifat konsisten, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Rachman et al., 2024).