

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi telah memperluas ruang penyampaian dakwah melalui berbagai media komunikasi. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui ceramah secara lisan kini dapat disampaikan dengan memanfaatkan beragam media yang tersedia. Perubahan tersebut mendorong pesan dakwah untuk dikemas secara kreatif dan disesuaikan dengan karakteristik media serta kebutuhan masyarakat modern.

Dakwah merupakan sebuah kewajiban dari Allah swt kepada manusia yang tujuannya untuk mengajak manusia kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan dengan menggunakan metode, media, ataupun pesan yang disesuaikan dengan kondisi mad'unya (Aziz, 2004; Ilaihi, 2006). Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka membutuhkan sebuah proses yang terencana dan terstruktur dengan baik.

Saat ini dunia sedang dihadapkan dengan perkembangan arus teknologi dan informasi yang berkembang secara pesat, sehingga membuat aktivitas dakwah pun harus menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Dalam hal ini penyampaian pesan dakwah bukan lagi suatu hal yang dianggap sulit, bahkan tidak lagi melulu tentang berceramah, atau pengajian yang dilakukan secara *face to face*, tetapi dengan adanya kemajuan teknologi maka media massa dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah (Wahyuni & Harahap, 2023).

Penyampaian dakwah yang sebelumnya banyak dilakukan melalui pertemuan tatap muka dan diskusi secara langsung kini mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi. Kehadiran era digital memungkinkan informasi disebarluaskan dengan lebih cepat serta dapat diakses secara mudah oleh masyarakat. Perkembangan teknologi informasi yang semakin mendominasi berbagai bidang kehidupan turut memberikan perubahan terhadap cara dakwah disampaikan. Kondisi tersebut membuat penggunaan media dakwah menjadi semakin beragam sehingga pesan keislaman dapat disampaikan secara lebih efektif dan efisien. Pemanfaatan internet juga memungkinkan penyebaran informasi mengenai Islam menjangkau masyarakat di berbagai wilayah tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. Kemudahan akses tersebut memungkinkan pesan dakwah diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang etnis dan kelompok usia.

Perkembangan teknologi memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat, salah satunya dalam memperoleh dan mengakses informasi melalui berbagai saluran komunikasi seperti radio, televisi, dan internet. Di antara berbagai media sosial yang berkembang, Instagram menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat. Instagram merupakan media sosial yang mengutamakan penyajian konten visual, seperti foto, video, Reels, Story, serta caption yang dapat dibagikan kepada pengguna lainnya. Karakteristik visual yang dimiliki Instagram menjadikannya mudah digunakan dan diterima oleh berbagai kelompok masyarakat, khususnya generasi muda. Pemanfaatannya pun tidak terbatas pada kebutuhan hiburan, tetapi telah

berkembang sebagai sarana edukasi dan penyebaran berbagai informasi yang bermanfaat, termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam (Zahra, 2016).

Dakwah dapat diartikan sebagai kegiatan mengajak atau menyeru manusia menuju jalan kebaikan sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah tidak selalu dilakukan melalui ceramah secara langsung di masjid ataupun di majelis taklim, tetapi dapat dilakukan juga melalui berbagai media komunikasi modern. Seiring berkembangnya teknologi, metode dakwah juga mengalami perubahan dan penyesuaian dengan kondisi masyarakat. Para pendakwah saat ini mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempermudah dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

Penggunaan media sosial sebagai salah satu media dakwah memiliki banyak kelebihan. Dakwah melalui media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima lebih cepat oleh audiens. Selain itu, penyampaian dakwah melalui media sosial dapat dikemas dengan lebih menarik melalui kombinasi gambar, video, tulisan, maupun desain visual yang kreatif. Hal tersebut membuat masyarakat, khususnya generasi muda, lebih tertarik untuk melihat dan memahami isi pesan dakwah yang disampaikan.

Di tengah banyaknya akun media sosial yang menyajikan berbagai jenis konten, muncul akun-akun dakwah yang berusaha memberikan edukasi dan

nilai-nilai Islami kepada masyarakat. Salah satu akun Instagram yang aktif menyampaikan pesan dakwah adalah akun Instagram @percikaniman yang diasuh oleh Ustaz Aam Amiruddin. Akun tersebut berisi berbagai konten dakwah berupa video ceramah singkat, kutipan motivasi Islami, pesan tentang akhlak, kehidupan sosial, serta ajakan untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT (Putri et al., 2021).

Ustaz Aam Amiruddin dikenal sebagai salah satu pendakwah yang menggunakan metode penyampaian pesan dakwah dengan bahasa yang sederhana, ringan, dan mudah dipahami masyarakat. Gaya penyampaian yang komunikatif membuat pesan dakwah yang disampaikan mampu diterima oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Konten-konten dalam akun Instagram @percikaniman juga dikemas secara menarik dengan penggunaan visual, warna, tulisan, serta simbol-simbol tertentu yang mendukung penyampaian pesan kepada audiens.

Dalam sebuah konten media sosial, terutama Instagram, penyampaian pesan disampaikan tidak selalu melalui kata-kata, tetapi juga melalui tanda-tanda visual yang memiliki makna tertentu. Tanda tersebut dapat berupa gambar, ekspresi wajah, warna, ilustrasi, gaya bahasa, musik, maupun simbol lainnya yang digunakan untuk memperkuat isi pesan. Setiap tanda yang digunakan dalam sebuah konten memiliki makna yang dapat dipahami secara berbeda oleh setiap individu tergantung pada pengalaman, budaya, dan cara pandang masing-masing (Tinarbuko, 2003).

Pemaknaan terhadap suatu konten yang disampaikan melalui media sosial memerlukan pendekatan yang dapat menguraikan hubungan antara tanda dan makna secara lebih mendalam. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk tujuan tersebut adalah semiotika. Secara umum, semiotika berkaitan dengan kajian mengenai tanda serta proses terbentuknya makna. Dalam bidang komunikasi, pendekatan semiotika digunakan untuk menganalisis cara pesan dikonstruksi dan disampaikan melalui penggunaan berbagai tanda tertentu (Pradopo, 1999; Lantowa et al., 2017).

Dalam perkembangan kajian semiotika, Roland Barthes menjadi salah satu tokoh yang memberikan kontribusi penting melalui konsep pemaknaan terhadap tanda. Barthes menjelaskan proses pemaknaan melalui dua tingkatan, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi mengacu pada makna yang dapat dipahami secara langsung berdasarkan apa yang tampak, sedangkan konotasi berkaitan dengan makna tambahan yang terbentuk melalui pengaruh budaya, ideologi, serta pengalaman sosial masyarakat. Barthes juga mengembangkan konsep mitos sebagai bentuk pemaknaan yang telah berkembang dalam kehidupan masyarakat hingga suatu nilai atau pandangan tertentu dipahami sebagai sesuatu yang wajar dan alamiah (Novia & Bustam, 2022).

Teori semiotika Roland Barthes banyak digunakan dalam penelitian komunikasi karena mampu mengungkap makna tersembunyi di balik sebuah pesan media. Dalam media sosial Instagram, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana pesan dakwah dikonstruksi melalui gambar, video, caption, maupun simbol-simbol visual lainnya. Dengan menggunakan analisis

semiotika Roland Barthes, peneliti dapat memahami makna denotasi, konotasi, serta mitos yang terkandung dalam unggahan akun Instagram @percikaniman.

Penelitian mengenai pesan dakwah dalam media sosial menjadi penting dilakukan karena media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Konten yang dikonsumsi masyarakat setiap hari melalui media sosial dapat membentuk cara pandang, sikap, bahkan pemahaman keagamaan seseorang. Oleh sebab itu, pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial perlu dikaji lebih mendalam agar dapat diketahui makna serta tujuan yang terkandung di dalamnya.

Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengetahui bagaimana dakwah Islam mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi modern. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini mengalami transformasi media digital yang lebih praktis dan mudah diakses. Kehadiran akun-akun dakwah di media sosial menunjukkan bahwa dakwah Islam dapat mengikuti perkembangan zaman tanpa mengurangi nilai dan tujuan utama dari dakwah itu sendiri.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai objek yang telah diuraikan sebelumnya mengenai pesan dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @percikaniman melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Melalui penelitian ini, pemaknaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial diharapkan dapat dipahami secara lebih menyeluruh, mulai dari makna yang

tampak secara langsung hingga makna yang terdapat di balik penggunaan berbagai tanda maupun makna tersirat di balik tanda-tanda visual yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “Pesan Dakwah Ustaz Aam Amiruddin dalam Media Sosial Akun Instagram @percikaniman (Analisis Semiotika Roland Barthes)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, peneliti berfokus untuk membahas beberapa masalah yang terdapat pada judul Pesan Dakwah Ustaz Aam Amiruddin dalam Media Sosial Akun Instagram @percikaniman (Analisis Semiotika Roland Barthes). Adapun fokus penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana Denotasi pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman?
2. Bagaimana Konotasi pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman?
3. Bagaimana Mitos pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengkaji Denotasi pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman.

2. Menganalisis Konotasi pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman.
3. Memahami Mitos pesan dakwah ustaz Aam Amiruddin dalam berdakwah pada media sosial akun Instagram @percikaniman.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan yang dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi ilmiah dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian dakwah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan dan materi yang telah diperoleh selama proses perkuliahan ke dalam bentuk karya ilmiah. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perkembangan penyampaian dakwah melalui media komunikasi digital, khususnya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi rujukan bagi para pendakwah maupun ulama dalam merumuskan strategi komunikasi yang sesuai untuk menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana

dalam mengembangkan gagasan dan bentuk penyampaian dakwah yang relevan dengan perkembangan komunikasi digital. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penulis maupun masyarakat luas, khususnya bagi pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap bidang komunikasi dan dakwah.

E. Tinjauan Pustaka

a. Landasan Teoritis

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Sobur (2013) mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang mempelajari sistem tanda, mulai dari bagaimana tanda tersebut dibentuk, bagaimana ia bekerja, hingga bagaimana ia menghasilkan makna dalam kehidupan sosial manusia. Fiske (1990) menambahkan bahwa studi tanda tidak dapat dilepaskan dari studi mengenai kebudayaan, sebab makna dari suatu tanda senantiasa lahir dari konvensi dan kesepakatan sosial yang berlaku dalam suatu masyarakat. Dengan demikian, semiotika menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk membedah pesan-pesan yang termuat dalam berbagai bentuk teks media, termasuk teks dakwah di media sosial.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes, seorang pemikir dan kritikus sastra asal Prancis yang meneruskan dan mengembangkan gagasan strukturalisme bahasa dari Ferdinand de Saussure. Jika Saussure memusatkan kajiannya pada relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam pembentukan

makna suatu tanda, Barthes memperluas gagasan tersebut dengan menekankan bagaimana tanda bekerja pada tataran yang lebih luas, yaitu pada level mitos dan ideologi yang hidup dalam masyarakat (Vera, 2014).

Konsep utama yang ditawarkan Barthes (2010) dikenal dengan istilah *two orders of signification*, yaitu dua tahap pemaknaan sebuah tanda. Tahap pertama disebut denotasi, yakni makna yang bersifat eksplisit, langsung, dan disepakati secara umum atau sesuai kesepakatan sosial mengenai suatu tanda. Denotasi merupakan hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda, yang menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti tanpa memerlukan interpretasi budaya lebih lanjut.

Tahap kedua disebut konotasi, yaitu makna yang muncul akibat interaksi antara tanda dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaan yang dianutnya. Konotasi bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman khalayak yang memaknainya, sehingga satu tanda yang sama berpotensi dimaknai berbeda oleh kelompok masyarakat yang berbeda pula. Barthes (2010) menjelaskan bahwa dari proses konotasi inilah kemudian lahir mitos, yaitu suatu cara berpikir atau sistem pemaknaan tahap kedua yang bekerja dengan menaturalisasikan sebuah konsep, nilai, atau ideologi tertentu, sehingga dipahami masyarakat seolah-olah sebagai sesuatu yang alamiah, wajar, dan berlaku universal, padahal sesungguhnya merupakan hasil konstruksi sosial-budaya tertentu.

Danesi (2010) menjelaskan bahwa mitos dalam pandangan Barthes tidak selalu berkonotasi negatif sebagaimana pemahaman awam tentang mitos sebagai cerita rakyat, melainkan lebih dipahami sebagai wacana atau nilai yang dianggap wajar dan diterima begitu saja oleh masyarakat tanpa dipertanyakan lagi kebenarannya. Dalam konteks pesan dakwah, mitos dapat dipahami sebagai nilai-nilai keislaman, seperti pesan akidah, syariah, maupun akhlak, yang melalui pengulangan dan pembiasaan dalam wacana dakwah, pada akhirnya diterima masyarakat sebagai kebenaran dan tuntunan hidup yang wajar untuk diikuti.

Ketiga tahapan pemaknaan tersebut, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, dijadikan kerangka analisis utama dalam penelitian ini untuk membedah unggahan pada akun Instagram @percikaniman. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap lapisan makna yang tidak tampak secara kasatmata dalam sebuah unggahan, baik pada elemen teks maupun elemen visual seperti warna, ilustrasi, dan tata letak, sehingga pesan dakwah yang terkandung di dalamnya dapat dipahami secara lebih utuh dan mendalam, tidak sebatas pada makna harfiah semata.

b. Kerangka Konseptual

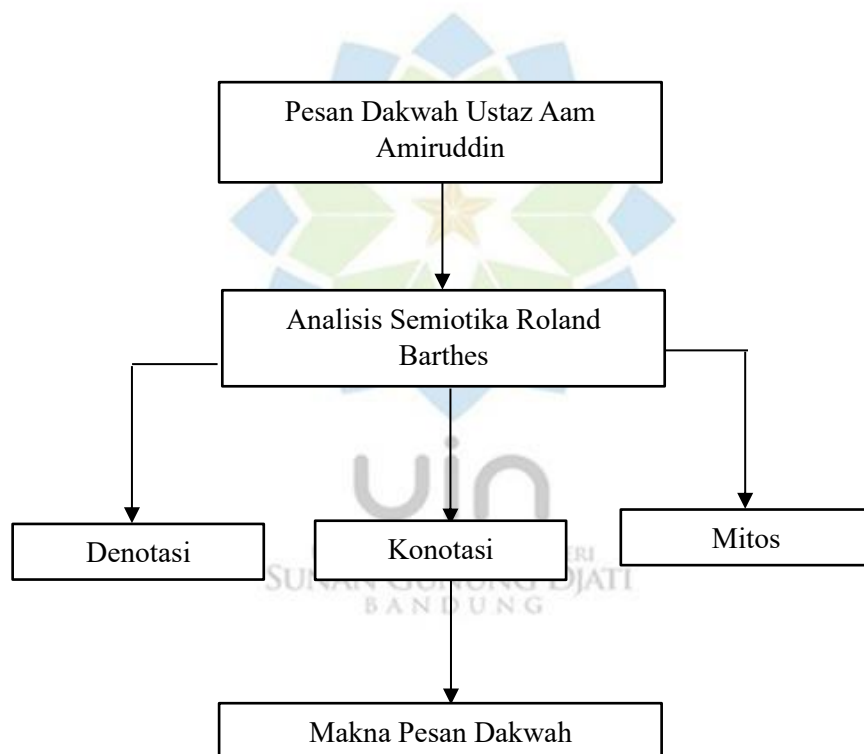
Kerangka konseptual merupakan gambaran mengenai hubungan antar konsep yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat memberikan arah yang jelas dalam proses analisis. Kerangka konseptual disusun berdasarkan teori yang relevan dengan fokus penelitian dan berfungsi sebagai pedoman dalam menjelaskan hubungan antara objek penelitian

dengan konsep-konsep yang digunakan. Menurut Sugiyono (2022), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting untuk diteliti.

Adapun objek yang dianalisis pada penelitian ini yakni terdapat sepuluh unggahan akun Instagram @percikaniman yang memuat pesan-pesan dakwah Ustaz Aam Amiruddin. Pesan dakwah tersebut disampaikan melalui perpaduan unsur visual berupa ilustrasi, warna, dan tipografi, serta unsur verbal berupa narasi, ayat Al-Qur'an, hadis, maupun doa. Keseluruhan unsur tersebut dipahami sebagai tanda yang memiliki makna dan dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika. Sebagaimana dijelaskan oleh Sobur (2018), kajian semiotika berfokus pada tanda dan bagaimana tanda tersebut menghasilkan atau membentuk makna dalam konteks kehidupan sosial.

Penelitian ini menjadikan teori semiotika Roland Barthes sebagai landasan dalam menganalisis data penelitian. Barthes (2009) mengemukakan bahwa pemaknaan terhadap tanda berlangsung melalui dua tingkat signifikasi, yakni denotasi dan konotasi. Pemaknaan tersebut kemudian berkembang pada tataran mitos yang berkaitan dengan nilai budaya serta ideologi yang terdapat dalam masyarakat. Ketiga tahapan pemaknaan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami makna pesan dakwah yang terdapat pada setiap unggahan akun Instagram @percikaniman.

Pemaknaan yang diperoleh melalui analisis denotasi, konotasi, dan mitos selanjutnya digunakan untuk melihat proses pembentukan pesan dakwah melalui berbagai tanda visual dan verbal. Hasil pemaknaan tersebut kemudian dikaitkan dengan konsep pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak sebagaimana dikemukakan oleh Moh. Ali Aziz (2019). Melalui keterkaitan tersebut, dapat diketahui bentuk pesan dakwah yang disampaikan Ustaz Aam Amiruddin melalui akun Instagram.



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual
Sumber: Olahan Peneliti, 2026

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bersumber dari akun Instagram resmi @percikaniman yang dikelola oleh Yayasan Percikan Iman, sebuah lembaga dakwah yang

berpusat di Kota Bandung, Jawa Barat, dan dapat diakses secara daring melalui aplikasi maupun situs web Instagram. Sifat objek yang digital ini sejalan dengan pandangan Nasrullah (2023) bahwa penelitian media siber (*cyber media*) tidak mengharuskan peneliti hadir secara fisik di suatu tempat, melainkan cukup mengakses dan mengamati data di ruang virtual tempat objek tersebut berada.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik. Paradigma ini berfokus pada bagaimana individu dan kelompok membangun makna melalui interaksi sosial, serta bagaimana media berperan dalam membentuk persepsi publik. Paradigma konstruktivistik berfokus pada bagaimana individu membangun makna dari pengalaman mereka dalam konteks sosial (Denzin dan Lincoln, 2005). Dalam konteks ini, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen yang membentuk dan mendefinisikan realitas sosial. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana berita disajikan dan diterima oleh audiens, serta bagaimana hal ini mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap isu-isu yang diangkat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang melibatkan berbagai cara dalam memahami dan menginterpretasikan objek penelitian secara alamiah. Pendekatan ini mempelajari suatu fenomena berdasarkan kondisi alamiahnya dengan berupaya memahami serta memberikan interpretasi

terhadap fenomena tersebut sesuai dengan makna yang terbentuk dalam kehidupan masyarakat. Penelitian kualitatif menempatkan realitas sebagai suatu konstruksi sosial serta memperhatikan hubungan antara peneliti dengan objek yang diteliti dan kondisi situasional yang melatarbelakangi suatu fenomena. Dengan demikian, proses penelitian diarahkan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian dengan memahami bagaimana pengalaman sosial terbentuk dan dimaknai oleh masyarakat.

Penggunaan pendekatan kualitatif memungkinkan diperolehnya pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai suatu situasi sosial yang kompleks. Pendekatan ini juga dapat digunakan untuk memahami berbagai bentuk interaksi yang berlangsung dalam situasi sosial sehingga pola hubungan maupun temuan yang diperoleh dapat menjadi dasar dalam pengembangan pemahaman teoritis. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan secara deskriptif analitis, yaitu dengan memberikan gambaran dan uraian mengenai subjek serta objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika model Roland Barthes, yang memandang tanda melalui dua tahap pemaknaan (*two orders of signification*), yaitu tahap denotasi dan tahap konotasi yang kemudian melahirkan mitos. Barthes (2010) menjelaskan bahwa mitos merupakan tatanan pemaknaan tahap kedua yang terbentuk dari hubungan antara petanda dan penanda konotatif, kemudian dipahami

masyarakat seolah-olah sebagai sesuatu yang alamiah dan wajar. Vera (2014) menambahkan bahwa metode semiotika Barthes memungkinkan peneliti untuk membaca teks media secara berlapis, baik pada level bahasa maupun pada level gambar. Metode ini dipilih karena relevan untuk mengungkap makna tersembunyi di balik teks, gambar, warna, dan simbol yang terdapat dalam unggahan akun Instagram @percikaniman, sehingga peneliti dapat menginterpretasikan pesan dakwah secara lebih mendalam, tidak sebatas pada makna yang tampak secara harfiah.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berbentuk teks, gambar, dan tangkapan layar (*screenshot*) unggahan Instagram. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat, gambar, maupun simbol yang menggambarkan suatu keadaan tertentu, tanpa memerlukan pengukuran dalam bentuk angka. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari unggahan akun Instagram @percikaniman yang mengandung pesan dakwah. Unggahan

tersebut dipilih berdasarkan kriteria dan batasan periode waktu yang telah ditetapkan dalam penelitian.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Sumber tersebut dapat berupa literatur maupun informasi yang tersedia melalui media internet. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta artikel yang berkaitan dengan konsep dakwah, media sosial, dan teori semiotika Roland Barthes. Berbagai sumber tersebut digunakan sebagai bahan pendukung dalam memperkuat proses analisis dan pembahasan penelitian.

5. Penentuan Informan atau Unit Informan

Penelitian ini tidak melibatkan informan sebagai subjek wawancara. Unit analisis yang digunakan berupa unggahan pada akun Instagram @percikaniman yang memuat pesan dakwah. Pemilihan unit analisis dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2013), purposive sampling merupakan teknik pemilihan sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga sumber yang dipilih dinilai sesuai dan dapat mewakili kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, unggahan yang dijadikan sebagai unit penelitian dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu memuat perpaduan antara teks dan visual yang berkaitan dengan dakwah, merepresentasikan

tema akidah, syariah, dan akhlak, serta termasuk dalam rentang periode penelitian yang telah ditentukan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan sebagai sumber informasi mengenai masalah yang bersangkutan. Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif lazimnya dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan, yang saling melengkapi satu sama lain untuk memperoleh data yang komprehensif. Merujuk pada hal tersebut, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan secara umum merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data melalui proses pengamatan. Dalam pengertian yang lebih khusus, observasi dilakukan dengan memanfaatkan indera penglihatan untuk mengamati objek penelitian tanpa mengajukan pertanyaan secara langsung. Pada penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung berbagai unggahan pada akun Instagram @percikaniman. Pengamatan tersebut dilakukan tanpa keterlibatan langsung dalam interaksi yang berlangsung pada akun tersebut.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan berbagai data yang berkaitan dengan objek penelitian melalui dokumen yang tersedia. Dalam penelitian ini, dokumentasi

dilakukan dengan mengumpulkan dan menyimpan unggahan pada akun Instagram @percikaniman yang telah ditentukan sebagai unit penelitian. Dokumentasi tersebut meliputi tangkapan layar atau arsip unggahan yang memuat unsur visual dan verbal berupa gambar, teks, kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, doa, serta narasi yang berkaitan dengan pesan dakwah. Data dokumentasi tersebut selanjutnya digunakan sebagai bahan dalam proses analisis makna denotasi, konotasi, dan mitos berdasarkan teori semiotika Roland Barthes.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data dan informasi pendukung yang relevan dengan permasalahan penelitian. Penelusuran sumber dilakukan melalui berbagai literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan dakwah, media sosial, dan semiotika Roland Barthes. Literatur tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori, memberikan pemahaman terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian, serta menjadi bahan pendukung dalam proses analisis dan pembahasan data.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data menjadi bagian penting dalam penelitian kualitatif guna memastikan bahwa temuan yang dihasilkan sesuai dengan kondisi objek yang diteliti. Pada penelitian mengenai pesan dakwah Ustaz Aam Amiruddin melalui akun Instagram @percikaniman, teknik triangulasi sumber digunakan untuk memastikan ketepatan, konsistensi, serta

kedalaman data yang diperoleh. Pemilihan triangulasi sumber didasarkan pada penggunaannya untuk membandingkan berbagai sumber data, yaitu unggahan feeds Instagram, kemudian hasil dokumentasi.

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi langsung terhadap postingan feeds melalui analisis tanda verbal dan nonverbal dengan dokumentasi berupa beberapa postingan feeds akun instagram @percikaniman yang relevan dengan konteks dakwah Ustaz Aam Amiruddin. Selain itu, peneliti juga menambahkan wawancara dengan beberapa penonton atau jamaah yang rutin mengikuti kajiannya untuk mengecek apakah makna pesan dakwah yang dihasilkan dari analisis semiotika sesuai dengan pemaknaan audiens dalam praktiknya.

Melalui triangulasi ini, makna denotasi, konotasi, dan mitos yang diperoleh melalui analisis semiotika Roland Barthes dapat diuji konsistensinya. Data visual seperti ekspresi, gestur, pakaian, dan warna postingan dibandingkan dengan makna verbal yang muncul dalam ceramah untuk mendapatkan kesimpulan yang utuh dan valid. Dengan demikian, teknik triangulasi memastikan bahwa data yang dianalisis bukan hanya merefleksikan interpretasi peneliti, tetapi juga merupakan representasi yang kuat dari fakta empiris yang terdapat pada objek penelitian.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Moleong (2019) yang menyatakan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber untuk menguji konsistensi

temuan penelitian. Dengan teknik ini, data menjadi lebih kaya dan mampu menggambarkan pesan dakwah secara lebih mendalam terutama dalam konteks media digital.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menerapkan model semiotika Roland Barthes. Penggunaan model tersebut didasarkan pada kemampuannya dalam mengkaji pesan melalui beberapa tingkatan makna, baik makna yang dapat dipahami secara langsung maupun makna yang terbentuk melalui pengaruh budaya dan ideologi. Roland Barthes memperkenalkan konsep signifikasi dua tahap (two order of signification) yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos. Ketiga konsep tersebut digunakan sebagai dasar dalam menganalisis data pada penelitian ini.

Objek analisis dalam penelitian ini adalah 10 (sepuluh) unggahan pada akun Instagram @percikaniman yang memuat pesan dakwah Ustaz Aam Amiruddin. Unit analisis meliputi teks (caption), elemen visual, serta tanda-tanda pendukung lain seperti warna, simbol, dan tipografi yang terdapat pada setiap unggahan.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1) Analisis Makna Denotasi

Pada tahap ini, peneliti mendeskripsikan makna yang tampak secara eksplisit dan harfiah dari setiap unggahan, baik berupa teks caption maupun elemen visual, tanpa melakukan interpretasi mendalam. Makna denotasi merupakan hubungan langsung antara penanda (signifier) dan petanda (signified) pada tingkat pertama signifikasi, yakni makna yang secara umum dipahami sebagaimana adanya oleh khalayak.

2) Analisis Makna Konotasi

Tahap berikutnya dilakukan dengan mengkaji konotasi yang terdapat pada tanda-tanda setelah makna denotatif diperoleh. Pada tingkat ini, pemaknaan terhadap tanda dipengaruhi oleh perasaan, emosi, serta nilai-nilai budaya yang melekat pada pembaca. Oleh karena itu, tanda yang sebelumnya dipahami berdasarkan makna literal mulai dikaitkan dengan konteks dakwah yang melingkupinya. Proses tersebut menghasilkan pemaknaan lanjutan yang bersifat subjektif dan bergantung pada konteks yang menyertainya.

3) Analisis Makna Mitos

Tahap terakhir adalah pengungkapan mitos, yakni makna konotasi yang telah mengalami pemantapan (naturalisasi) sehingga dianggap sebagai kebenaran yang wajar dan alamiah oleh masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, mitos merujuk pada nilai-nilai keislaman yang telah diterima secara umum sebagai kebenaran

normatif, yang sesungguhnya merupakan hasil konstruksi sosial dan budaya yang dibentuk melalui wacana dakwah.

Ketiga tahap tersebut (denotasi, konotasi, dan mitos) dianalisis secara berurutan pada setiap unggahan, dimulai dari unggahan pertama hingga unggahan kesepuluh, agar diperoleh pemaknaan yang utuh dan sistematis pada masing-masing unggahan sebelum dilanjutkan ke unggahan berikutnya. Hasil analisis pada setiap unggahan kemudian dikaitkan dengan kategori pesan dakwah yang terkandung di dalamnya, yaitu pesan akidah, syariah, atau akhlak, sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Melalui tahapan ini, peneliti berupaya mengungkap secara komprehensif bagaimana denotasi, konotasi, dan mitos membentuk pesan dakwah Ustaz Aam Amiruddin dalam akun Instagram @percikaniman.

