

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penulisan

Kata dakwah mungkin akan terdengar tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia karena penduduknya yang mayoritas beragama Islam. Dakwah yang merupakan suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana untuk mengajak manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi ke arah yang lebih baik dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yaitu hidup bahagia di dunia maupun di akhirat.

Dalam pendekatan proses, Syukriadi Sambas (1995: 38) lebih menjelaskan dakwah sebagai proses transmisi, transformasi, dan internalisasi ajaran islam dengan menggunakan metode, media, dan untuk mencapai tujuan tertentu. Sambas melihat dakwah sebagai sebuah proses panjang daripada hanya berbicara tentang tujuan dakwah itu sendiri. Dalam definisinya, Sambas mengungkapkan proses penyampaian dakwah lebih ditekankan pada aspek penggunaan metode, media, dan pesan yang disesuaikan dengan situasi serta kondisi mad'u (objek dakwah).

Dakwah tentunya bukan hanya dilakukan di atas mimbar saja, ada banyak metode dan media yang bisa digunakan untuk berdakwah. Salah satunya yakni dengan memanfaatkan teknologi, dengan semakin berkembangnya teknologi khususnya dalam bidang teknologi informasi tentunya kita harus bisa memanfaatkannya sebaik mungkin. Menurut Kasman (2004: 127) Menyampaikan informasi kepada masyarakat dan menuntut gerakan dakwah harus mampu

memanfaatkan hasil sains, teknologi dan informasi modern untuk mencapai tujuan dakwah, yaitu memperluas jangkauan pengaruh dakwah.

Tidak dipungkiri lagi bahwa kita memasuki era teknologi dimana kita dapat mengirimkan dan menerima informasi dengan sangat mudahnya, dengan teknologi sudah tidak adalagi sekat-sekat jarak yang membatasi kita dalam menerima dan mengirimkan sebuah informasi.

Bahkan kemajuan teknologi sampai masuk kedalam aspek sosial, dengan munculnya media-media sosial yang bermunculan hasil dari pengembangan teknologi itu sendiri sehingga penyampain dakwah itu sendiri tidak melulu harus melalui tatap muka di satu tempat, dengan media sosial kita bisa menyampaikan pesan dakwah kita secara luas.

Budaya media yang ditandai dengan maraknya penggunaan media yang bersifat teknologis menggiring kita menjadi bagian dari *media-saturated society* (masyarakat yang sarat-media), yakni masyarakat yang sangat dipengaruhi atau bergantung pada media yang acapkali berbentuk teknologi tinggi. Banner (2005: 75) menjelaskan konsep budaya media sebagai budaya masyarakat yang dijejali media (*media-saturated culture*) atau bahkan lahir dari sebuah teknologi media tertentu. Hal ini mengidentifikasikan pemahaman bahwa media memiliki peran yang semakin fundamental dalam mengarahkan, membentuk, bahkan menciptakan kebiasaan sehari-hari. Alhasil, perkembangan media memiliki relasi dengan perkembangan kehidupan dalam masyarakat.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat melalui *smartphone*. Menurut situs Kompas.com, pengguna aktif bulanan alias monthly active user (MAU) Instagram tembus 1 miliar per Juni 2018. Pertumbuhannya paling signifikan dibandingkan Facebook dan Snapchat, yakni mencapai 5 persen dari kuartal ke kuartal (QoQ). Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi bidikan foto dan video. Instagram resmi dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger di California.

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata insta berasal dari kata instan, yang artinya sama seperti fungsinya yaitu kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan foto instan. Sedangkan kata gram berasal dari telegram, dimana yang dimaksudkan cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Konten utama pada aplikasi ini adalah berbagi foto maupun video pendek berdurasi satu menit, namun pada fitur lain terdapat kolom untuk memberikan caption (deskripsi singkat) tentang apa yang di bagikan dan terdapat pula kolom komentar agar menjadi interaktif antara pengguna dan pengakses. Pada awalnya instagram menjadi ajang untuk eksistensi diri, namun saat ini masyarakat mengambil peluang tersebut untuk berbagai kepentingan seperti sebagai ladang bisnis, dakwah, atau bahkan berbagi informasi.

Menyajikan dakwah dengan tampilan visual yang menarik mungkin bisa menjadi salahsatu alternatif penyampaian pesan dakwah di jaman sekarang. Selain tampilan yang menarik, dakwah dengan memanfaatkan media sosial bisa

memperluas jangkauan penyampaian dakwah itu sendiri sehingga banyak orang yang bisa melihat pesan dakwah kita tanpa terbatas jarak.

Oleh karena itu, menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial khususnya instagram menjadi salah satu cara yang dinilai tepat. Dari sekian banyak akun-akun instagram yang menyampaikan pesan-pesan dakwah islam, terdapat satu akun instagram yang menyampaikan pesan dakwah dengan visual yang sangat menarik dan isi pesan dakwah yang mengangkat tema sunnah nabi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Akun instagram yang bernama @kata_nabi ini mengajak masyarakat untuk mengikuti sunnah nabi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mendapatkan respon yang baik dari para pengguna instagram, terbukti dengan jumlah *followers* yang berjumlah sekitar 345 ribu lebih pengikut dan terdapat 378 *posting-an* per bulan mei 2020 di akun @kata_nabi tersebut.

Berkenaan dengan hal-hal yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa tertarik melakukan sebuah studi untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam postingan-postingan akun @kata_nabi ini dengan menganalisis tanda dan simbol yang terdapat pada elemen visual dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan dalam latar belakang tadi, penulis akan memfokuskan meneliti makna-makna yang terdapat dalam postingan akun

instagram @kata_nabi dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang terdapat tiga pertanyaan sesuai analisis tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana makna denotasi pada Ig @kata_nabi?
2. Bagaimana makna konotasi pada Ig @kata_nabi?
3. Bagaimana makna mitos pada Ig @kata_nabi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dikaji, maka tujuan penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna denotasi pada Ig @kata_nabi
2. Untuk mengetahui makna konotasi pada Ig @kata_nabi
3. Untuk mengetahui makna mitos pada Ig @kata_nabi

D. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian makna postingan akun instagram @kata_nabi ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang dakwah berkaitan dengan metode maupun media dakwah, serta ciri khas dan pola dakwah baik untuk perbandingan maupun dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian sejenis mengenai metode dakwah yang berkembang di Indonesia dalam kajian penelitian di Fakultas Dakwah dan Komunikasi

b. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi wawasan dan sumbangan pemikiran kepada lembaga dakwah juga masyarakat luas dalam meningkatkan

pengetahuan dan pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dakwah islam.

E. Landasan Pemikiran

a. Hasil Penelitian Sebelumnya

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian ini maka peneliti menampilkan beberapa penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian peneliti, diantaranya:

Tabel 1
Tinjauan Pustaka

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Shela Oktaviani, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.	Pesan Dakwah Pada Street Photography Dalam Akun Instagram Tamu Semesta (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Foto Street Photography dalam Akun Instagram Tamu Semesta)	- Tanda dalam foto street photography Tamu Semesta merupakan media visualisasi yang dijelaskan makna diberbagai postingannya menggunakan panca indra penglihatan dan perasaan. - Objek (makna yang dirujuk) dalam setiap foto yang diposting hasil analisis menunjukkan	Peneliti menggunakan analisis semiotika pada akun instagram tamu semesta, yang membedakan dari penelitian ini adalah objek penelitiannya (akun isntagram) dan analisis semiotika yang digunakan

			<p>makna salahsatunya adalah kebersihan, taat peraturan dan semangat menuntut ilmu</p> <p>- setiap simbol dalam foto memiliki makna walau hanya memiliki nilai estetik.</p>	
2	<p>Kenny Monica Kemal Putri, Andi Alimuddin Unde, Muhammad Nadjib. Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar</p>	<p>Semiotika Pesan Instagram Ani Yudhoyono Dalam Perspektif Etika Komunikasi</p>	<p>- Pesan yang disampaikan melalui visual bisa menimbulkan mis persepsi</p> <p>- analisis semiotika yang bermanfaat untuk menemukan makna-makna yang timbul pada interaksi komunikasi</p>	<p>Peneliti menggunakan analisis semiotika Rolan Barthes namun yang menjadi pembeda adalah objek yang ditelitinya.</p>
3	<p>Rahayu Saputro, Jurusan Komunikasi</p>	<p>Analisis Semiotika Pesan Akhlak Pada Comics Strips</p>	<p>- dari semua gambar yang diteliti, pesan dakwah lebih</p>	<p>Analisis yang digunakan menggunakan analisis semiotika</p>

	Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta	dalam Buku “Open Your Heart, Folow Your Prophet (Reborn)”	dominan mengenai pesan akhlak - pesan akhlak yang dimuat salahsatunya mengenai berbakti kepada orang tua, mengendalikan nafsu, bersedekah dan bersyukur	Charles Sander Peirce, yang membedakan dengan penelitian ini adalah jenis analisis yang dipakai dan objek penelitiannya yang berbeda.
--	---	---	--	---

b. Landasan Teoritis

Dakwah menurut Syaikh Ali Mahfudz dalam kitabnya Hidayatul Mursyadin, “dakwah Islam yaitu, mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkarannya, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat” (Wahidin Saputra, 2012:2).

Dakwah menurut M. Arifin adalah Suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, message, yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan” (Ali Aziz, 2009:15).

Hakikat dari dakwah Islam adalah proses internalisasi, transmisi difusi, institusionalisasi dan guna mencapai hakikat tujuan hidup di dunia kini dan di

akhirat kelak (Agus Ahmad, 2009:50). Dakwah sudah menjadi kewajiban bagi setiap muslim, yang bertujuan untuk saling mengingatkan dalam hal kebaikan menuju jalan yang di Ridhoi-Nya.

Dalam perkembangan ilmu dakwah, selanjutnya tabligh diartikan lebih spesifik dan menjadi salah satu bentuk dakwah diantara bentuk-bentuk dakwah yang lain yang secara keilmuan dapat dibedakan walaupun dalam tataran praktis merupakan satu kesatuan. Tabligh di era modern ini, ditujukan pada masyarakat yang sibuk dengan pekerjaan sehari-hari dan semakin kompetitif, yang mana tidak ada waktu untuk bertemu dengan orang lain dan da'i semakin sempit, sehingga memerlukan saluran lain yang lebih efektif dan efisien. Hal ini menjadi alasan mengapa tabligh Islam memerlukan teknologi komunikasi.

Pendek kata, aktivitas tabligh memiliki banyak kesamaan dengan aktivitas komunikasi. Keduanya sama-sama merupakan proses penyampaian atau transmisi pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui media tertentu dan dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini, perbedaan mendasar dari keduanya terletak pada aspek konten dan tujuan yang ingin dicapai.

Media sosial merupakan salah satu media yang saat ini banyak digemari dan digunakan. Karena karakteristiknya yang mudah diakses, membuat media sosial banyak digunakan sebagai media berinteraksi maupun berkomunikasi dari pengguna ke pengguna lainnya. "Media Sosial merupakan Medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual" (Nasrulloh, 2016: 11).

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejering sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media Sosial yang sering digunakan masyarakat adalah Media Sosial Instagram. Media Sosial Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video dengan menggunakan filter palaroid. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.

Media Sosial Instagram tak hanya menjadi media untuk meningkatkan eksistensi diri, namun juga sebagai media dakwah. Salah satu akun dakwah di Instagram adalah @kata_nabi.

Akun kata nabi yang merupakan akun isntagram yang di dalamnya berisi konten tentang pesan-pesan dakwah dibuat oleh Romy Hernadi dan Assyifa S. Arum. pasangan suami Istri lulusan FSRD Institut Teknologi Nasional Bandung ini, sehari-harinya berkuat dalam pembuatan beberapa seri komik, baik komik cetak maupun komik digital (webtoon) Romy Hernadi sebagai ilustrator, sementara Assyifa S. Arum sebagai penulis naskahnya.

Salah satu pesan yang disampaikan yakni tentang larangan berperilaku sombong dimana sifat sombong sangat dibenci oleh Allah SWT sebagaimana tercantum dalam QS. An-Naml ayat 31.

Bahwa janganlah kamu sekalian berlaku sombong terhadapku dan datanglah kepadaku sebagai orang-orang yang berserah diri (An-Naml 27:31).

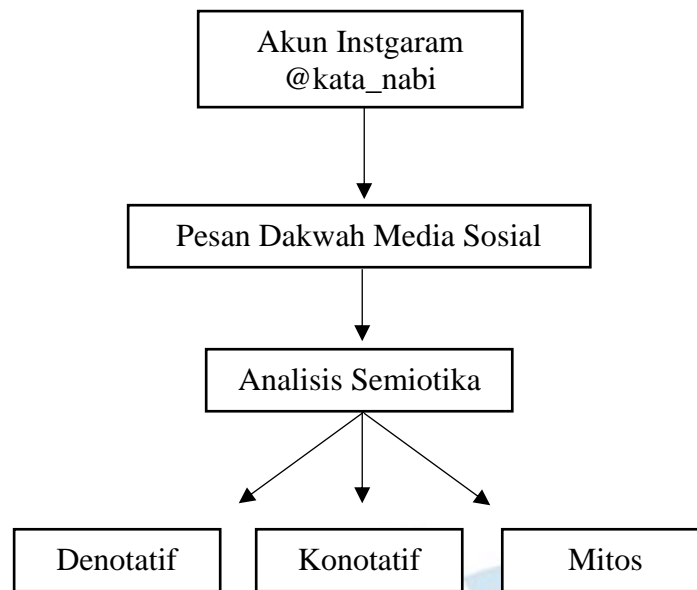
Salah satu pesan dakwah yang terkandung dalam ayat tersebut yaitu larangan manusia berperilaku sombong sehingga dengan begitu orang tersebut akan menjadi orang yang rendah hati.

Dalam akun tersebut, Dakwah di dalamnya mengandung unsur desain grafis dan Melalui unsur tersebut, dakwah dalam media sosial Instagram dapat diterima baik dalam masyarakat. Selain konten yang disajikan bervariasi dan menarik, pesan yang disampaikan dapat dengan mudah tersampaikan kepada khalayak masyarakat.

Studi semiotika sebagai pedoman disiplin ilmu yang memunculkan makna pesan melalui objek yang diteliti. Tokoh-tokoh yang mengutarakan konsep semiotika yaitu beberapa diantaranya adalah Ferdinand de Saussure, Roman Jakobson, Roland Barthes, dan John Fiske. Roland Barthes. Barthes menyebutkan pemaknaan suatu tanda berdasarkan makna Konotatif (makna tidak sebenarnya) dan makna denotatif (makna sebenarnya). Pada 1954-1956, sebuah rangkaian tulisan muncul dalam majalah *Prancis, Les Letters nouvelles*. Pada setiap terbitnya

Roland Barthes membahas “Mythology of the Month” (Mitologi Bulan ini), sebagian besar dengan menunjukkan bagaimana aspek denotatif tanda-tanda dalam budaya pop menyingkap konotasi yang dasarnya adalah “mitos-mitos” yang dibangkitkan oleh sistem tanda yang lebih luas yang membentuk masyarakat (Cobley & Jansz, dalam Sobur,2013: 68) .

Konsep denotasi, konotasi dan mitos dapat membaca apa pesan dari sebuah tanda yang ada dalam objek penelitian dan juga dapat membaca sebuah ideologi yang ingin disampaikan melalui sebuah ilustrasi yang di posting akun @kata_nabi.



Gambar 1
(Kerangka Operasional)

F. Langkah-langkah Penelitian

Agar sistematis dan akurat dalam penyusunan penelitian ini, maka akan di uraikan beberapa tahapan atau langkah-langkah penelitian, sebagai berikut :

a. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode analisis semiotika Roland Barthes guna mengungkap makna yang terdapat dalam gambar yang di posting oleh akun instagram @kata_nabi

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang peneliti kumpulkan, terbagi menjadi dua jenis data, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer di dalam penelitian ini adalah foto atau

gambar unggahan akun instagram @kata_nabi. Adapun data yang peneliti kumpulkan yaitu setiap postingan yang diunggah oleh akun instagram @kata_nabi.

2. Data Sekunder

Merupakan data-data penunjang data primer guna memperkuat data-data yang peneliti peroleh. Adapun data-data sekunder tersebut diambil berdasarkan responden dalam penelitian yang merupakan pengikut (*followers*) dari akun instagram @kata_nabi. Sedangkan untuk kelengkapan data penelitian didapatkan dari literatur, jurnal, buku, serta situs-situs yang berhubungan dengan objek penelitian peneliti.

c. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah akun media sosial di Instagram @kata_nabi yang memuat pesan-pesan dakwah. akun ini dijadikan objek penelitian karena dalam postingannya menampilkan visual yang terdapat pesan dakwah yang dibutuhkan didalam penelitian ini.

d. Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu:

1. Dokumentasi

Peneliti memilih dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, karena peneliti beranggapan bahwa penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan mengumpulkan sejumlah gambar yang di unggah pada akun @kata_nabi.

2. Wawancara

Wawancara yang peneliti lakukan yaitu secara tidak langsung, dikarenakan jarak yang lumayan jauh, maka dari itu peneliti melakukan wawancara kepada pemilik akun @kata_nabi dengan personal chat melalui WhatsApp dan Instagram.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara yang ditempuh untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang telah disusun. Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis data kualitatif untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tentang makna dalam akun Instagram @kata_nabi dari rumusan masalah yang sudah disusun, maka langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan. Semua gambar ilustrasi dalam akun instagram @Kata_nabi yang berisi pesan dakwah dikumpulkan pada periode tahun 2019-2020.
2. Mengklasifikasi data yang sudah terkumpul menjadi data primer dan sekunder
3. Menganalisis data sesuai dengan masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Memaparkan ilustrasi gambar instagram @Kata_nabi dengan memisahkan per postingannya untuk dianalisis dan dipisahkan mana saja cuplikan yang memuat pesan dakwah.
4. Melakukan analisis data yang telah di klasifikasikan kemudian ditafsirkan berdasarkan teori Roland Barthes.

5. Penarikan kesimpulan data hasil analisis dan pembahasan.

