

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas *amar ma'ruf nahi munkar* jika dilihat di kehidupan sosial adalah hal utama yang seharusnya ada di dalam masyarakat. Kegiatan dakwah ini merupakan bagian dari usaha untuk mewujudkan keharmonisan yang berorientasi pada kehidupan manusia di dunia dan jua kebahagiaan nanti di akhirat. Ajaran Islam dan pengamalannya dianggap perlu karena Islam merupakan *rahmatan lil 'alamin*.

Dan menanggapi perkembangan zaman sekarang, khususnya di era globalisasi dimana informasi sedemikian meluas hingga tidak ada jarak dan waktu yang memisahkan. Kondisi seperti ini tentu saja memiliki dampak positif dan negatif, serta diperlukan benteng keimanan serta pendalaman keagamaan untuk setiap insan dan juga tentunya dengan niat untuk mencari manfaat. Untuk itu, dibutuhkan juga *da'i* yang bisa dan terus berusaha untuk berperan aktif juga mampu terus-menerus menyesuaikan dengan perubahan-perubahan yang ada.

Kemajuan dalam teknologi dan juga komunikasi telah memberi kemudahan untuk mensyiarkan ajaran Islam. Termasuk juga jaringan *medsos* atau media sosial yang telah memunculkan fenomena dan juga mendapatkan

popularitas. Sebabnya, mulai dari anak-anak, remaja juga orang tua sekarang sudah menggunakan media sosial.

Media sosial sendiri memiliki fungsi untuk mengakses informasi, memudahkan pekerjaan dalam dunia bisnis dan ekonomi juga fungsi lainnya. Saat ini, perkembangan media sosial semakin membuka kemudahan untuk masyarakat mendapatkan kebutuhan. Tidak mengherankan, hadirnya media sosial menjadi fenomenal. facebook, twitter, youtube, dan instagram adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak.¹

Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang disebut juga dengan media *sharing*. Media sosial memfasilitasi pengguna untuk berbagi berbagai media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan lain sebagainya. Instagram juga dilengkapi dengan fitur-fitur pendukung seperti, foto, video dan tulisan sebagai pendukung alat informasi.

Instagram saat ini sudah banyak diminati mulai dari anak muda hingga orangtua. Instagram yang dirancang sebagai media *sharing* membuat para pengguna bisa melihat postingan orang lain dengan cara mengikuti terlebih dahulu. Namun, saat ini instagram digunakan media *sharing* yang lebih banyak memiliki manfaatnya, seperti halnya dakwah.

Dakwah adalah fenomena keagamaan yang bersifat ideal normatif dan juga fenomena sosial yang rasional, aktual serta empiris sebagai *Sunatullah*.

Karena itu berdakwah berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan juga teknologi.

¹ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2009), hlm .1.

Hal itu sejalan dengan pandangan bahwa dakwah adalah amal saleh (syariah dan akhlak) yang bersumber dari iman (aqidah), taqwa (apresiasi ke-Tuhanan) serta Islam (penyerahan diri) yang harus dijalankan sesuai dengan *sunatullah* yang dipahami manusia berbentuk ilmu pengetahuan.

Untuk pertama kali, dakwah dilakukan dengan menggunakan metode *bil lisan* (perkataan) atau secara langsung. Cara tersebut dianggap sangat efektif dalam penyebaran ajaran agama Islam. Dimasa sekarang masih banyak juga yang menggunakan metode tersebut. Metode *bil lisan* memudahkan bagi para *da'i* atau yang menyampaikan dakwah agar lebih banyak pesan yang bisa disampaikan, juga memudahkan orang yang menerima dakwah atau *mad'u* untuk memahaminya.

Saat ini, banyak dari aktivis dakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berdakwah dengan menggunakan berbagai tema dan pesan dakwah. Kegiatan tersebut menjadi peluang besar bagi siapa saja yang ingin menebar kebaikan dengan cara berdakwah, karena dakwah melalui media sosial dinilai efektif, mudah dan cepat.

@xkwavers merupakan salah satu akun instagram yang bergerak dibidang dakwah dan dibuat pada tanggal 31 Agustus 2018 oleh penggiat dakwah bernama Fuad Naim yang merupakan mantan penggemar *Korean Wave* dan sudah mencapai 53.000 *followers*. Akun @xkwavers ini mengambil topik tentang fenomena *Korean Wave* dari kacamata Agama Islam. *Korean*

Wave adalah sebuah istilah tersebarnya budaya pop Korea Selatan secara global dan juga universal diberbagai negara didunia sejak tahun 1990-an.²

Akun yang menonjolkan desain sederhana dengan warna lembut dan pastel ini mencoba menjadi jembatan untuk mereka penikmat dunia hiburan Korea yang punya keinginan berhijrah untuk menghilangkan rasa fanatisme yang berlebih dengan menyerukan ajakan dakwah dengan bahasa yang ringan, mudah diterima dan tidak terkesan mengaq3gurui

Selain pesan tentang hijrah, terdapat juga pesan tentang istiqomah pada unggahan di akun @xkwavers. Dimana menerapkan istiqomah bagi umat muslim termasuk hal yang sangat dianjurkan. Terlebih jika diterapkan di kehidupan sehari-hari dan terutama dalam aktivitas beribadah juga bersosial. Dengan kita beristiqomah, menjalankan ibadah akan terasa lebih ringan tanpa ada beban dan Allah SWT. juga menjanjikan bahwa tidak akan ada kekhawatiran dan duka cita untuk mereka yang beristiqomah di jalan Allah SWT.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا فَلَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya : *"Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah", kemudian mereka tetap istiqamah maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita"*.

Berdasarkan hal tersebut peneliti berpendapat masalah ini menarik untuk diteliti serta dibahas dengan membuat penelitian yang berjudul "*Pesan*

² https://id.wikipedia.org/wiki/Gelombang_Korea , diakses 7 Oktober 2020

Dakwah Istiqomah Pada Akun @xkwavers (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang sudah diulas peneliti di latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Makna Denotasi Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers ?
2. Bagaimana Makna Konotasi Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers ?
3. Bagaimana Makna Mitos Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers ?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Makna Denotasi Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers
2. Untuk Mengetahui Makna Konotasi Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers
3. Untuk Mengetahui Makna Mitos Pesan Dakwah tentang Istiqomah dalam Akun *Instagram* @xkwavers

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara Akademis.

Penelitian yang tulis ini diharapkan bisa melahirkan manfaat untuk perkembangan akademis terkhusus jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam berkontribusi memberi sesuatu hal positif untuk perkembangan ilmu dakwah terkhusus dimedia sosial. Diharapkan juga menjadi salah satu referensi untuk para penggiat dakwah dalam hal strategi atau teknik serta pendekatan dakwah hingga mampu menambah jenis strategi dakwah atau penyebaran agama Islam dengan menyesuaikan perkembangan teknologi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangsih berupa pemikiran untuk meningkatkan syiar Islam melalui media yang saat ini semakin berkembang dan secara khusus bisa memberikan pengetahuan untuk mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) untuk memperdalam penelitian lebih lanjut.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Barthes adalah salah satu pemikir struktualis yang rajin mengembangkan model linguistik dan *Semiology Saussurean*. Ia juga terkenal sebagai kritikus sastra perancis sekaligus intelektual terkenal, eksponen penerapan strukturalisme juga semiotika dan studi sastra.³ Roland Barthes juga mengembangkan pendekatan struktural untuk membaca fenomena gambar. Dimana didalam gambar mengandung tahapan juga pendekatan lain untuk mengungkap penandaan dalam sebuah karya fotografi.

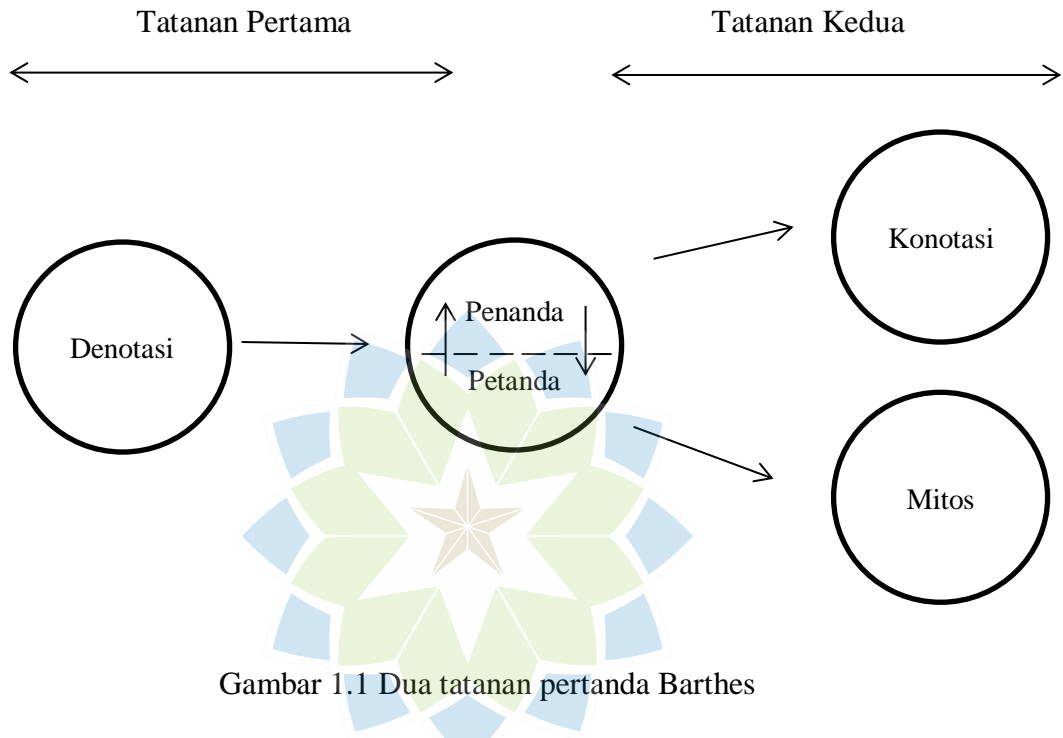
Two Order Of Signification (signifikasi dua tahap atau dua tatanan pertandaan) adalah dua tahapan penandaan menurut Barthes. Yang pertama, *First Order Of Signification* atau disebut juga denotasi dan kedua adalah *Second Order Of Signification* atau konotasi. Tatanan yang pertama mencakup antara penanda dan petanda yang berbentuk suatu tanda yang disebut denotasi. Denotasi adalah hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam pertandaan, sedangkan konotasi adalah aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai kebudayaan dan ideology.⁴

Menurut Barthes, semiotik bukan hanya meneliti tentang penanda dan juga petanda, juga hubungan yang mengikat mereka secara keseluruhan. Barthes mengaplikasikan semiologinya ini hampir dalam setiap bidang

³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (cet 2 : Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004), hal.53.

⁴ Yasraf Amir Pilang, *Semiotika dan Hipersemiotika* (Yogyakarta : Jalasutra, 2010), hal.16-18.

kehidupan, seperti mode busana, iklan, film, sastra dan hal lainnya yang ada dalam peradaban manusia.⁵



Gambar 1.1 Dua tatanan pertanda Barthes

Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa Barthes menunjukkan bagaimana aspek denotasi tanda-tanda di dalam budaya masyarakat mengungkapkan konotasi yang pada dasarnya merupakan mitos yang muncul karena sistem tanda yang lebih luas dan kemudian membentuk masyarakat. Ia juga menguraikan bahwa konotasi pada dasarnya adalah mitos yang terdapat dalam sistem tanda merupakan hasil konstruksi yang cermat.

Denotasi merupakan makna yang paling nyata dari tanda, karenanya makna yang terdapat pada akun adalah apa adanya. Sedangkan untuk konotatif yakni makna yang terbentuk dari interaksi antara tanda-tanda di

⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2004), 68.

dalam foto akun instagram @xkwavers , dari sudut pandang mutu gambar dengan emosi pembaca. Ada tiga tahapan cara untuk menganalisis yang dapat disimpulkan, yaitu :

Pertama, signifikasi tahap denotasi yang merupakan makna paling nyata dari tanda adalah hubungan penanda dan petanda. Denotasi makna esensi terhadap objek.

Kedua, signifikasi tahap konotasi yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika suatu tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai tanda pada foto.

Ketiga, signifikasi tahap mitos atau mitologi, bagaimana suatu kebudayaan memahami berbagai aspek yang berkaitan dengan realitas atau gejala alam. Mitos bisa menyebabkan seseorang menyukai, membenci serta membuat seseorang mempunyai prasangka tertentu dalam sesuatu hal yang dinyatakan di dalam mitos. Berbeda makna mitos Barthes dengan konsep mitos dalam arti umum.

2. Kerangka Konseptual

1. Media Dakwah

Media menurut Kholili adalah alat yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan. Media digunakan untuk membawa dan menyampaikan sebuah pesan, dimana medium yang digunakan ini adalah sebuah jalan atau alat dengan suatu pesan berjalan di antara komunitas dengan komunikan.

Secara etimologi, dakwah berasal bahasa Arab *da'a-da'wan*, artinya ajaran, seruan, panggilan atau undangan.⁶ Atau menurut bahasa, dakwah mempunyai arti upaya memanggil, menyeru, serta mengajak manusia menuju Allah SWT. Yang dimaksud dengan ajakan kepada Allah berarti suatu ajakan kepada agama-Nya, yaitu *al-Islam*.

Media dakwah, secara bahasa Arab media atau wasilah berarti *al-wuslah*, *al-Ittisal* yaitu semua hal yang mengantarkan terciptanya kepada sesuatu yang dimaksud.⁷ Sedangkan secara istilah, adalah segala sesuatu yang bisa mendekatkan kepada suatu yang lainnya. Yang digunakan sebagai perantara untuk melaksanakan kegiatan dakwah diantaranya seperti: lisan, tulisan, audio, dan keteladanan.

Dapat disimpulkan bahwa media dakwah adalah alat yang bersifat objektif yang dijadikan saluran untuk menghubungkan ide dengan umat. Suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya dianggap sangat penting dalam

⁶ Sayyid Muhammad Alwi al-Maliki al-Hasani "*Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*" (Bandung : Cet I, 2009), hal.12.

⁷ Aliyudin, Enjang "*Dasar-dasar Ilmu Dakwah*" (Bandung : Cet I, 2009), hal 31

menentukan perjalanan dakwah. Yang memiliki fungsi untuk mengefektifkan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

2. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pesan dakwah adalah *al-Islam* yang bersumber dari Al-Qur'an juga As-Sunnah meliputi akidah, syari'ah serta akhlak. Pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan didalam proses kegiatan dakwah yang mengandung kata-kata, makna dan juga dimensi penerimaan pesan dakwah oleh penerima pesan (*mad'u*) serta pesan dakwah yang bersifat verbal dan non-verbal.⁸ Maksud dari sesuatu dalam pengertian diatas adalah ajaran Islam. Dengan kata lain adalah ajaran Islam yang menjadi materi dalam proses kegiatan dakwah. Bisa disimpulkan bahwa pesan dakwah merupakan keseluruhan dari ajaran Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dalam proses dakwah serta diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga dimensi yang berhubungan dengan istilah pesan dakwah menurut Abdul Basit.⁹ *Pertama*, pesan dakwah menggambarkan beberapa kata imajinasi mengenai dakwah yang diekspresikan ke dalam bentuk kata-

⁸ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Cet. I : Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hal.142.

⁹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Cet. I : Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hal.140.

kata. *Kedua*, pesan dakwah berhubungan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. *Ketiga*, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah.

3. Media Sosial *Instagram*

Menurut Bambang, *instagram* adalah salah satu aplikasi dari *smartphone* yang mempunyai fungsi hampir mirip dengan *twitter* serta khusus untuk media sosial yang menjadi salah satu dari media digital .

Dikutip dari *Wikipedia*, *instagram* adalah suatu aplikasi berbagi foto juga video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, dan juga menerapkan *filter* digital, membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.¹⁰

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan serta memiliki fitur yang menarik, peranan *instagram* di dalam media sosial untuk mensyiarkan ajaran Islam melalui postingan foto atau gambar *quote*, video, kemudian ditambahkan deskripsi pesan-pesan oleh pemilik akunnya. Tercatat pada Oktober 2019 bahwa Negara Amerika Serikat menduduki posisi pertama pengguna *instagram* terbanyak yakni 116 juta pengguna dan Indonesia mendudukin posisi keempat dengan 61 juta pengguna, *NapoleonCat* merinci pengguna *instagram* berdasarkan jenis kelamin pengguna *instagram* adalah wanita 50,8 % dan laki-laki 49.2 %.

¹⁰ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 7 Oktober 2020

4. Istiqomah

Istiqomah secara bahasa terdiri dari dua kata yakni *ista* yang memiliki makna suatu usaha atau keinginan untuk merealisasikan sesuatu dan *qooma* memiliki arti sebagai tegak, lurus, atau sempurna. Jadi, istiqomah adalah sebuah usaha untuk tetap tegak dan lurus di jalan Allah SWT.

Abu Bakar Ash-Shidiq berpendapat bahwa istiqomah adalah perilaku seseorang yang tidak menyekutukan Allah dengan yang lainnya atau dalam artian tidak berbuat syirik. Imam An-Nawawi mengartikan istiqomah sebagai tetap didalam ketaatan. Sehingga istiqomah mempunyai pengertian bahwa seseorang senantiasa berada dalam ketaatan dan di atas jalan lurus dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT.

Selanjutnya Ahmad Mustafa Al-Maraghi berpendapat, istiqomah adalah kestabilan ketika melakukan ketaatan baik yang menyangkut i'tikad, perkataan, ataupun perbuatan dengan melanggengkan sikap seperti itu.¹¹

Seseorang yang mempunyai karakter istiqomah adalah mereka yang dikala tegak, mempunyai kuasa mengingat Allah dan dikala jatuh pun, tetap mempunyai kuasa jadi tetap mengingat Allah.

¹¹ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir al-maraghi*, (Semarang : CV. Toha Putra, 1987), jilid XXIV, hal. 234.

Karakter ini terdapat didalam firman Allah SWT. QS. Ali-

Imran ayat 191 :

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ
رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هٰذَا بَطٰلًا سُبْحٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”.

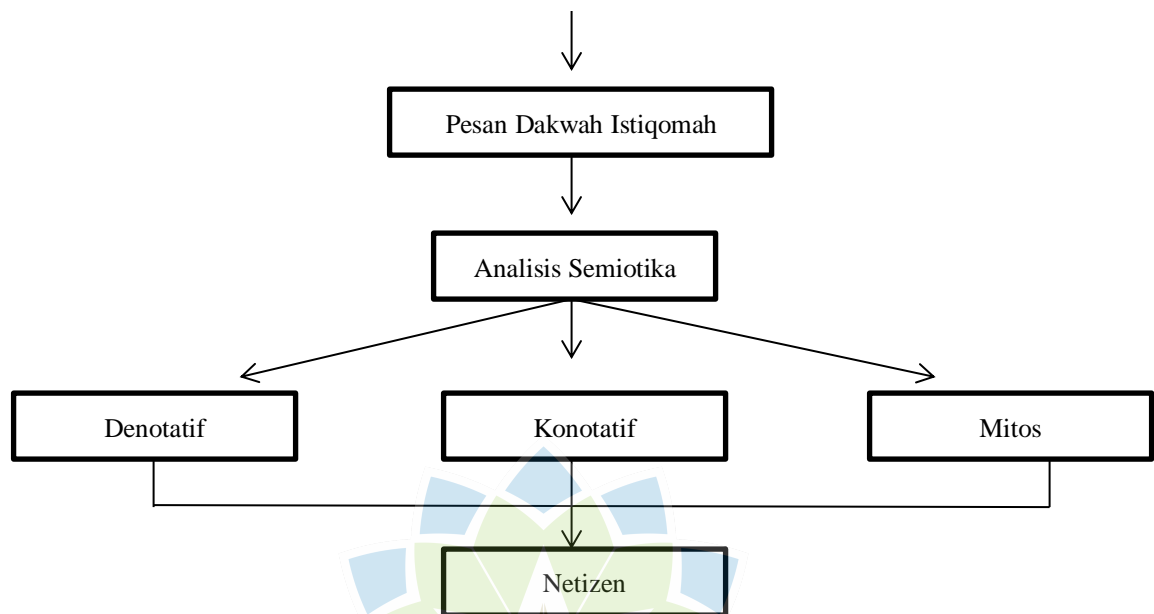
Agar lebih mudah dipahami saat menganalisis penelitian ini, maka penulis menyajikan skema dari landasan berfikir sebagai berikut

:



Analisis Semiotika
Roland Barthes

Akun Instagram @xkwavers



Gambar 1.2 Skema Kerangka Berpikir

3. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam pembuatan penelitian ini, peneliti terlebih dahulu meninjau dari beberapa rujukan skripsi yang tidak jauh berbeda dengan kasus penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian yang sejenis dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya

Pertama, hasil penelitian milik Afifah Nur Hidayah Isnaini, mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berjudul “Efektivitas Media Dakwah Pada *Followers* Akun Instagram @nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2018”. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ini dilakukan dengan populasi dari mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga angkatan 2014-2016 yang menjadi

followers dari akun instagram @nunuzoo dengan jumlah responden sebanyak 45. Penelitian tersebut menggunakan teori efektivitas dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Penelitian yang dilakukan Afifah menunjukkan angka rata-rata 3,65 dan termasuk angka yang menunjukkan kategori efektif.¹²

Perbedaan penelitian antara penelitian Afifah dengan penelitian ini bisa dilihat dari perbedaan masing-masing subjek dan juga objek. Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah akun instagram @xkwavers yang fokus mengajak anak-anak muda untuk hijrah dari *Korean Wave* atau gelombang Korea.

Kedua, penelitian Fifit Fidika tahun 2012 yang berjudul “Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam *Instagram* Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham). Dalam penelitiannya, penulis menganalisis materi yang berisikan dakwah yang ada dalam akun beberapa ustadz terkenal di Indonesia mulai dari ustadz Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, serta Arifin Ilham.¹³ Dengan sama-sama menggunakan salah satu media sosial yaitu instagram, Fifit meneliti bagaimana akun instagram para ustadz terkenal di Indonesia ketika menyampaikan dakwah. Sedangkan penulis meneliti bagaimana pesan dakwah tentang istiqomah dalam akun @xkwavers.

¹² Afifah Nur Hidayah Isnaini, 2018. *Efektivitas Media Dakwah pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, (Yogyakarta : Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijagar)

¹³ Fifit Fidika, 2016. *Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*. Semarang.

Ketiga, penelitian Sumi Fitriyani tahun 2020 yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Pada Akun *Instagram* @qoonit”. Penulis menggunakan teknik analisis kualitatif, sejalan dengan permasalahan yang diteliti dan juga menggunakan teori komunikasi Harold Lasswell yang memiliki lima unsur kegiatan komunikasi yakni *who* (penyampai pesan), *says what* (pesan komunikasi), *in which channel* (media komunikasi), *to whom* (penerima pesan) , dan *what effect* (efek komunikasi).¹⁴ Perbedaan penelitian antara penelitian Afifah dengan penelitian ini bisa dilihat dari perbedaan masing-masing subjek dan objek.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah akun media sosial instagram @xkwavers.

2. Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian ini penulis memiliki gagasan yang dipengaruhi paradigma konstruktivistik, dimana peneliti mencoba menafsirkan realitas yang terjadi seperti fenomena penggunaan akun instagram sebagai media untuk berdakwah dan menarik kaum milenial. Penggunaan desain sederhana dengan warna lembut dan pastel, akun ini juga menyerukan ajakan dakwah

¹⁴ Sumi Fitriyani, 2020. *Analisis Pesan Dakwah pada Akun Instagram @qoonit*, Bandung : (Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati)

dengan bahasa yang ringan, mudah diterima dan tidak terkesan menggurui membuat hal ini menarik untuk diteliti. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjabarkan gagasan permasalahan yang akan dibahas.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika.

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menggambarkan, menemukan juga menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat digambarkan melalui pendekatan kuantitatif¹⁵. Menganalisis bagaimana isi teks dan bagaimana pesan itu disampaikan¹⁶. Menggunakan metode ini, penulis mencoba memfokuskan pada analisis pesan dakwah tentang istiqomah yang terdapat dalam akun instagram @xkwavers.

Semiotika adalah cara atau metode yang digunakan untuk menganalisis serta memberikan makna dalam suatu teks, sistem lambang, simbol, atau tanda-tanda, baik yang ada pada media massa (berita, tayangan televisi, film dan sebagainya) ataupun diluar media massa (lukisan, patung, *fashion*, dan lainnya). Melalui teori ini, penulis berharap bisa menganalisis tanda dan makna yang ada pada akun instagram @xkwavers dengan tanda (semiotika).

¹⁵ Sugiyono "Metode Penelitian Kualitatif"(Bandung : Cet I, 2010), hal.12.

¹⁶ Dewi Sadiyah "Metode Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)" (Bandung : Cet I, 2015), hal 20.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penulisan kualitatif sebab berdasarkan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis, proses dan makna lebih ditonjolkan dalam pendekatan kualitatif. Atau bisa dikatakan hasil dari pendekatan kualitatif menggunakan data verbal berbentuk produk suara yang dapat dijabarkan oleh kata-kata.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini mencakup sumber primer yaitu berupa dokumen foto atau gambar di akun instagram @xkwavers dan sumber sekunder yang merupakan tambahan data yang bersifat melengkapi data yang sudah tersedia juga buku yang terkait dengan dakwah, internet ataupun situs lainnya yang mendukung penelitian ini. Berikut merupakan keterangan dari data primer dan data sekunder :

a. Sumber Data Primer

Pada penelitian ini adalah materi yang diposting oleh akun instagram @xkwavers.

b. Sumber Data Sekunder

Dalam penelitian ini berdasarkan data fakta pendukung baik yang bersumber dari wawancara dengan salah satu *content*

creator sekaligus admin akun @xkwavers yaitu Irma, beberapa buku seperti buku karangan Alex Sobur yang berjudul *Semiotika Komunikasi*, beberapa skripsi seperti skripsi milik Sumi Fitriyani yang berjudul "Analisis Pesan Dakwah pada Akun Instagram @qoonit", dan juga beberapa jurnal seperti jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul "Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram" karangan Nuraisah Ismail.

5. Informan atau Unit Analisis

Pada penelitian ini penulis menggunakan unit analisis teks pada postingan gambar yang sudah ada pada sebuah media. Penulis menggunakan unit analisis karena penelitian ini mencoba untuk menganalisis postingan yang diunggah pada akun *instagram* @xkwavers. Dengan meneliti isi yang terkandung pada postingan yang diunggah, kategori serta karakteristik dari sebuah teks yang digunakan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah kegiatan yang sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena data penelitian sangat dibutuhkan. Penulis mencari data dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara.

a. Observasi

Didalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mempermudah peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti. Yakni mengamati pesan dakwah yang terdapat dalam postingan akun instagram @xkwavers .

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang berupa bukti diambil dari berbagai informasi tertulis yang relevan dengan topik penelitian, bisa berupa foto yang berasal dari gambar *screenshot* postingan instagram @xkwavers, video yang berasal dari *channel* youtube dan juga buku berjudul “Pernah Tenggelam” milik Fuadh Naim selaku pencetus akun @xkwavers.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu. Kegiatan ini dilakukan melalui proses tanya jawab secara lisan dari dua orang atau lebih saling. Penulis melakukan wawancara kepada Irma sebagai kordinator tim *content creator* untuk mendapatkan data mengenai peran media sosial



akun instagram @xkwavers sebagai media dakwah bagi *followers* akun @xkwavers.

7. Teknik Analisis Data

Menurut Taylor, analisis data adalah proses yang merinci usaha secara formal untuk mendapatkan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan dan sebagai sebuah bentuk usaha untuk memberikan bantuan dan tema.¹⁷ Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil lapangan.¹⁸ Setelah data terkumpul, berikutnya adalah menganalisis data-data yang sudah ada menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika berdasarkan teori Roland Barthes.

Sejalan dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis, mengenai permasalahan tentang isi pada postingan akun instagram @xkwavers , maka berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data:

- a. Pengumpulan data, yakni data berdasarkan hasil dari wawancara juga studi dokumentasi yang berhubungan dengan postingan akun @xkwavers dalam proses menyampaikan dakwah.
- b. Reduksi data, yakni dari data yang sudah dikumpulkan lalu dilakukan pemilihan data yang akan digunakan meliputi data primer yaitu berupa dokumen foto atau gambar serta video di akun instagram @xkwavers dan data sekunder yang merupakan data tambahan yang bersifat

¹⁷ Taylor, Bogdan “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Bandung : Cet I, 1975), hal 79.

¹⁸ Sugiyono “*Metode Penelitian Kualitatif*”(Bandung : Cet I, 2010), hal.10.

melengkapi data yang sudah tersedia serta buku yang terkait dengan dakwah, internet ataupun situs lainnya yang bisa mendukung penelitian ini

- c. Display data, yakni penyajian tabel beserta uraian singkat berdasarkan hasil reduksi data.
- d. Penarikan kesimpulan, yakni intisari dari semua penelitian yang sudah dilakukan.

