

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Teknologi pada saat ini sudah menjadi bagian dari kebutuhan hidup manusia, hal ini disebabkan oleh sifat manusia itu sendiri yang bergerak maju menciptakan inovasi-inovasi demi mudahnya akses dalam berinteraksi dan mencari informasi dengan cepat dan efisien. Salah satu hasil dari inovasi itu adalah munculnya jejaring media sosial. Beragam bentuk informasi sudah dapat dijangkau dengan mudah karena adanya internet yang memudahkan para penggunanya.

Banyak informasi yang bisa didapatkan menggunakan aplikasi “*search engine*” atau biasa disebut mesin pencari, seperti Google, Safari, dan Mozilla Firefox. Didalamnya pengguna dapat menjangkau informasi-informasi yang ia inginkan. Selain informasi, pengguna juga dapat mengakses teknologi berbasis website ataupun aplikasi yang bisa merubah suatu komunikasi menjadi bentuk dialog yang bersifat interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak memiliki pengguna adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan Instagram.

Tantangan pada dunia dakwah bisa berubah-ubah menyesuaikan dengan perkembangan zamannya, namun secara global tetap sama, bedanya hanya pada zaman ini sudah terpengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi. Tantangan itu sendiri muncul dengan beragam bentuk kegiatan manusia yang mengikuti

zaman, terutama kamu muda yang ingin mengakses kepuasan, kesenangan, dan hiburan bagi dirinya sendiri. Hal ini sangatlah rawan karna internet merupakan tempat berkumpulnya informasi dari seluruh dunia, mau itu yang bermuatan positif maupun yang negatif, sehingga akan besar kemungkinan para anak muda mengakses situs yang berkonten negatif seperti pornografi, informasi yang bersifat hoax, dan kekerasan yang tidak patut untuk dicontoh.

Maka dari itu dakwah sangatlah penting, apalagi pada kaum muda yang masih mencari jati dirinya dan fluktuatif dalam menentukan keputusannya sendiri. Namun metode dakwah yang digunakan haruslah menyesuaikan dengan kondisi si Mad'u nya juga dengan zamannya. Dakwah pada anak muda harus kreatif dan inovatif sesuai dengan kemajuan teknologi agar menarik minat para kaum muda.

Instagram merupakan media yang dapat digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan isi pesan keislaman dengan cara yang kreatif dan menghibur. Dengan cara ini, dakwah tidak akan dipandang sebagai suatu hal yang ketinggalan zaman, seperti dahulu dakwah hanya disampaikan kepada orang-orang dewasa saja. Dengan fasilitas yang disediakan oleh instagram, kegiatan dakwah dapat dikemas dalam bentuk audio visual layaknya dakwah pada majelis tal'lim. Pada zaman serba digital ini, kehidupan anak muda tidak terlepas dari yang namanya media sosial terutama instagram.

Alasan dipilihnya instagram sebagai media dakwah ialah salah satunya karena instagram merupakan aplikasi media sosial yang penggunaanya berasal dari berbagai macam usia, mulai dari orang tua, hingga anak-anak pun bisa mengakses instagram dengan mudah. Oleh karena itu dakwah melalui instagram dapat menjangkau Mad'u dari berbagai kalangan usia, mulai dari yang tua hingga yang muda. Sudah banyak pemilik akun instagram yang menggunakan instagram

sebagai media ia berdakwah, salah satunya yang sedang digandrungi saat ini ialah ustadz Hanan Attaki di akun instagram @hanan\_attaki) dengan ciri khas sebutannya yaitu Pemuda Hijrah.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa menurut survey yang telah mereka lakukan, pada periode 2019-2020 pengguna internet di Indonesia telah naik menjadi 73,7 dari keseluruhan populasi Indonesia yang setara dengan 196,7 juta pengguna internet (apjii.or.id). Untuk pengguna Instagram, di Indonesia sendiri telah mencapai 63 Juta jiwa (wearesocial.com).

Instagram memfasilitasi penggunanya untuk mengambil foto, mengedit foto, dan menyebarkan foto yang kita unggah ke sosial media lainnya (Twitter, Facebook, Tumblr, Flickr) (Fransisca Purnama & Rico Huang, 2018: 6). Instagram juga dibekali dengan banyak fitur yang unik dan memanjakan mata penggunanya, mulai dari fitur wajah, boomerang, superzoom, rewind, teks yang memiliki bentuk beragam, sampai fitur *Hashtag* (simbol tanda pagar) yang dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi secara cepat, berbisnis, dan berbelanja bisa dilakukan di aplikasi instagram ini.

Instagram adalah layana aplikasi berbagi foto yang pertama kali dapat diunduh di App Store dan Apple, dan hanya pengguna IOs lah yang dapat menggunakan aplikasi instagram ini awalnya (Fransisca Purnama & Rico Huang, 2018 : hal 6) . Di instagram pun, seorang penggemar akan dengan mudah berinteraksi dengan idola nya lewat fitur

instagram live dan mengirim pesan secara langsung kepada idolanya. Hal tersebut merupakan kelebihan yang dimiliki oleh instagram, namun layaknya aplikasi media sosial pada umumnya, instagram pun memiliki kekurangan, salah satunya seperti unggahan postingan konten yang berbau pornografi, penipuan online shop, hingga informasi hoax yang dapat menimbulkan dampak negatif dan kerugian bagi penggunanya sendiri.

Namun kita tidak bisa hanya melihat dari satu pandang saja, dengan memanfaatkan kelebihan nya secara baik, media instagram ini dapat menjadi peluang untuk berdakwah. Sudah banyak para pendakwah yang memanfaatkan instagram sebagai mimbar di dunia maya-nya. Namun harus tetap memperhatikan isi konten dan berhati-hati dalam menyebarkan isi informasi, harus nya bermanfaat dan bersifat ajakan, agar tidak menimbulkan hal yang tidak diinginkan seperti perpecahan ataupun perdebatan yang menimbulkan kerugian bagi seseorang.

Penelitian tentang media dakwah di instagram pernah dilakukan sebelumnya pada tahun 2020 oleh Ridwan Rustandi pada jurnal nya yang berjudul Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Sosial Media Islam Populer, dengan metode pendekatan kualitatif menghasilkan kesimpulan bahwa pengemasan bahasa agama pada akun Islam populer selalu merujuk pada sumber nya yaitu Al-Quran dan Hadits, dan ada pun Jurnal oleh Uwes Fatoni yang berjudul Pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram dengan menggunakan metode analisis semiotika dengan menentukan makna denotasi, konotasi dan makna mitos pada akun @nikahbarokah

Dari sekian banyak akun instagram yang berbau islami, akun @jejakshahabat merupakan salah satu akun yang menarik untuk diteliti. Akun @jejakshahabat merupakan akun yang rajin mengunggah postingan yang berkonten islami, dilihat dari feeds instagramnya yang dipenuhi oleh foto yang berisikan pesan-pesan dakwah. Terhitung dari tahun 2020, akun ini sudah memiliki pengikut sebanyak kurang lebih 58,3 ribu pengikut. Selain di instagram, akun @jejakshahabat pun berdakwah melalui media sosial yang lain seperti twitter, facebook, dan youtube.

Akun @jejakshahabat merupakan sebuah majelis taklim yang di dirikan untuk mengadakan kajian sunnah di Bandung demi mewadahi generasi muda Islam dalam menimbah ilmu Agama yang benar sesuai dengan Qur'an dan Sunnah serta mewadahi generasi muda untuk memperkuat

ukhuwah Islamiyah tanpa memandang status sosial, suku dan ras demi tercapainya keistiqamahan dalam berhijrah secara Kaffah, serta mewadahi teman-teman yang kesulitan dalam mencari pekerjaan setelah berhijrah (dilansir dari Facebook JejakShahabat) .

Peneliti memilih topik penelitian ini diantaranya karena media sosial instagram merupakan media yang cocok dijadikan sebagai tempat untuk berdakwah di jaman digital ini. Bahkan pada website napoleoncat.com tercatat bahwa pengguna instagram di Indonesia pada bulan Januari 2020 mencapai 62.230.000 pengguna 22,6% dari populasi warga Negara Indonesia, 51% adalah wanita dan 49% adalah pria dari umur 18-24 tahun (dilansir dari Napoleoncat.com). Hal tersebut merupakan peluang besar bagi para da'i untuk berdakwah. Selain itu pada akun @jejakshahabat ini foto yang diunggah nya selain mengandung pesan dakwah Islam, juga dikemas dengan desain-desain grafis yang memanjakan mata.

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Penelitian ini difokuskan pada upaya akun instagram @jejakshahabat dalam berdakwah lewat postingannya yang berupa foto kepada para pengikutnya di instagram. Meliputi makna-makna yang terkandung dalam postingan di akun @jejakshahabat.

Bedasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana makna denotasi pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam postingan foto akun instagram @jejakshahabat ?
2. Bagaimana makna konotasi pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam postingan foto akun instagram @jejakshahabat ?

3. Bagaimana makna mitos pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam postingan foto akun instagram @jejakshahabat ?

### C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Makna denotasi pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam akun Instagram @jejakshahabat
2. Makna konotasi pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam akun Instagram @jejakshahabat
3. Makna mitos pesan dakwah bil hikmah yang terkandung dalam akun Instagram @jejakshahabat



### D. KEGUNAAN PENELITIAN

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan keilmuan di bidang ilmu dakwah dan ilmu tabligh dalam melaksanakan aktivitas dakwah melalui instagram sebagai media dakwah bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku dakwah yang menggunakan media sosial agar bisa memanfaatkan media sosial sebagai media baru untuk berdakwah.



## **E. LANDASAN PEMIKIRAN**

### **a. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu yang dinilai cukup relevan dan memiliki kesamaan disebabkan penggunaan teori dan objek kajian yang serupa. Pertama, penelitian yang berjudul “Pesan Dakwah Pada Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Akun Instagram @nunuzoo Periode 2018)”, penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, penelitian yang dirilis pada tahun 2019 dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung ini ditulis oleh peneliti bernama Nadiya Dzurrotun Nasihah. Pada penelitian ini memiliki kesamaan pada penggunaan analisis semiotika yang meneliti simbol-simbol, perbedaannya terletak pada objek yang diteliti yaitu pada penelitian ini terdapat pada video yang diunggah oleh akun instagram @nunuzoo selama periode tahun 2018, sedangkan pada penelitian penulis yaitu pada foto yang diunggah oleh akun instagram @jejakshahabat.

Kedua, penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)”, penelitian ini menggunakan analisis isi dengan pendekatan metode deskriptif, berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan metode analisis semiotik Roland Barthes. Penelitian ini dirilis pada tahun 2017 dari UIN Raden Intan Lampung, ditulis oleh Anwar Sidiq.

Ketiga, penelitian yang berjudul “Instagram Sebagai Media Dakwah Era Milenial (Studi Deskriptif Pesan Dakwah dalam Instagram @felixsiauw periode Mei-Juli 2017)”, penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif, berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Penelitian ini dirilis pada tahun 2018 dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan ditulis oleh Dwi Nurul Ilmi.

## b. Landasan Teoritis

Menurut Sugiyono, landasan teoritis perlu ditegakkan agar penelitian itu memiliki dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba (trial and error) (Sugiyono, 2012 : 52).

Teori pertama yang berkaitan dengan penelitian ini ialah, teori citra da'i, teori citra da'i merupakan proposisi-proposisi sebagai hasil dari istinbath, iqtibas, dan istiqla mengenai da'i. Teori citra da'i menjelaskan penilaian mad'u terhadap kredibilitas da'i, apakah da'i mendapat penilaian positif atau negatif di mata mad'unya (Erna Hidayanti, 2016). Jika kredibilitas seorang da'i itu baik, maka pesan-pesan yang disampaikan pun akan semakin diterima oleh mad'unya, hal ini menyatakan bahwa kegiatan dakwah tersebut sudah sukses.

Teori kedua yaitu teori Simbol yang di ciptakan oleh Susanne Langer. Teori Simbol ini diaplikasikan sebagai standarisasi tradisi untuk semiotika dalam kajian ilmu komunikasi, untuk membuka makna dalam pesan pesan yang disampaikan oleh manusia dalam bentuk simbol, dikarenakan perasaan manusia dimediasikan oleh konsepsi, simbol dan bahasa, hubungan antara tanda dan makna dinamakan dengan pemaknaan (Stephen w. littlejohn & Karen a. foss, 2014: 153)

Teori yang digunakan dalam analisis ini adalah teori semiotika Roland Barthes yang gagasannya dikenal dengan "two order of signification" mencakup denotasi (makna sebenarnya), konotasi (makna ganda yang berasal dari cultural personal) juga mitos (tingkat penandaan kedua), dengan menggunakan teori ini diharapkan penulis dapat menganalisis lebih dalam tanda (semiotik) yang terdapat dalam konten foto unggahan akun instagram @jejakshahabat sehingga dapat menambah rujukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.

Teori ini merupakan pengembangan dari teori semiotika sebelumnya yang dibentuk oleh Ferdinand De Saussure. Ferdinand De Saussure sebagai seorang ahli linguistik menerapkan konsep



semiotika hanya pada tingkat denotatif. Menurutnya, tanda (sign) dalam memproduksi makna dipecah menjadi signified (penanda) dan signifier (petanda). Pada tingkat denotatif ini, produksi makna berhenti pada tatanan yang menggambarkan hubungan antara signified dan signifier di dalam tanda serta antara tanda dengan acuannya dalam realitas eksternal (Dilansir dari [dkv.binus.ac.id](http://dkv.binus.ac.id)).

Kemudian teori ini dikembangkan oleh Roland Barthes sampai pada tingkatan konotatif atau mitos. Tingkatan ini dipakai untuk menjelaskan salah satu dari 3 cara kerja tanda dalam tatanan pertandaan kedua (mitos). Pada tatanan ini konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya dan nilai-nilai kulturalnya (dilansir dari [dkv.binus.ac.id](http://dkv.binus.ac.id)).

Teori pesan dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan oleh da'i pada mad'u nya. dalam hal ini dijelaskan bahwa yang disebut sebagai materi dakwah atau pesan dakwah adalah ajaran islam itu sendiri (Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2002: 100). Materi dakwah (Maddah) adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang megundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits (Supena, 2007: 109). Pesan dakwah yang ada dalam penelitian ini ialah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator, pesan dakwahnya di kemas dalam sebuah postingan berupa foto dan tulisan yang diupload oleh akun instagram @jejakshahabat.

### c. Kerangka Konseptual

#### 1. Dakwah Bil-Hikmah

dakwah bil-hikmah adalah dakwah yang mampu memandu masyarakat dalam menapak jejak kemuliaan hidup dan peradaban yang tinggi, sehingga manusia menjadi bermartabat (akramal akramin), dakwah yang mampu memotivasi dan memfasilitasi masyarakat

untuk hidup teratur dan jauh dari polusi yang merusak nuraninya, dakwah yang menghasilkan produk kebudayaan yang tinggi (tidak remeh-temeh) yang dihasilkan dari perenungan yang mendalam dan pengetahuan yang tinggi, dakwah yang mampu menjembatani kesenjangan diametral antar berbagai orientasi dan dakwah yang menjadi solusi bukan polusi dan mampu mengimbangi berbagai tawaran informasi non dakwah (Waryono Abdul Ghafur, 2014: 255).

Dakwah pada dasarnya selalu mengandung ide yang terus menerus tumbuh, berkembang, dan tetap eksis dengan berbagai pendekatan baru sesuai dengan tuntutan zaman sehingga berevolusi dalam beragam bentuk yang tak pernah terbayangkan sama sekali sebelumnya, dalam perubahan ruang dan waktu tersebut maka turut berdampak pada perubahan pola, pendekatan, metodologi, dan karakteristik dakwah pada saat ini (Fakhuroji, 2017: 11).

Dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan tradisi manusia yang baru, maka dakwah tidak cukup hanya dengan tradisi dari mulut ke mulut atau berdiri diatas mimbar, namun juga harus mengandalkan media-media baru yang dapat dimanfaatkan untuk berdakwah, tetapi bukan berarti melupakan dakwah tradisional yang sampai saat ini masih digunakan, namun tentu pola pendekatan dakwah yang baru diperlukan sebagai bukti bahwa agama Islam adalah agama yang tetap relevan selaras pada setiap waktu dan tempatnya (Fakhuroji, 2017: 12).

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. banyak media yang digunakan sebagai wadah untuk berdakwah, seperti Koran, radio, televisi, bulletin, hingga media sosial instagram. Dengan banyaknya media yang dapat digunakan untuk berdakwah maka da'i harus bisa memilih media yang lebih efektif untuk mencapai tujuan dakwah karena tentu setiap media pasti memiliki sisi kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

## 2. Media Sosial

Media sosial instagram adalah salah satu pola pendekatan dakwah yang harus digunakan saat ini sebagai media penyampaian pesan dari Da'i kepada Mad'u yang cukup efektif, terutama kepada kaum muda agar tujuan dakwah tetap bisa tersampaikan dengan baik.

Sudah menjadi kewajiban dari setiap umat Muslim untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman di dunia. Dengan munculnya kecanggihan teknologi masa kini, harus bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman. Walaupun melalui media yang berbeda dari sebelumnya, tetapi aktivitas dakwah memang harus mengikuti perkembangan sesuai dengan jamannya.

Kehadiran media sosial instagram sudah jelas dapat mendukung terwujudnya aktivitas dakwah, dengan beragam fitur yang tersedia, proses penyampaian pesan-pesan dakwah akan sangat mudah diterima oleh kalangan muda. Karena pada kenyataannya, saat ini pun masjid selalu dipenuhi oleh kalangan orang tua hingga yang sudah lanjut usia, oleh karena itu para kaum muda akan sulit tersentuh oleh aktivitas dakwah, padahal pada masa mudalah, masa yang rentan terpapar pengaruh-pengaruh eksternal. Dengan adanya teknologi modern ini, kemungkinan untuk melakukan hal-hal yang bertentangan dengan agama akan sangat besar, sebab mereka tidak memiliki panutan yang harus mereka teladani.

Maka dari itu, instagram dapat menjadi solusi untuk menyiasatinya. Beberapa aktivis dakwah saat ini pun sudah menggunakan instagram sebagai wadah untuk berdakwah, salah satunya ialah @jejakshahabat. Penelitian ini akan mengkaji pesan dakwah yang terkandung pada foto yang diupload oleh @jejakshahabat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika teori Roland Barthes.

### 3. Analisis Semiotika

Analisis semiotika berusaha menentukan makna yang terkandung dalam sebuah tanda yang tidak terlihat pada sebuah tanda dalam iklan, teks, berita, media massa, film, komik, kartun, dll (Mudjiyanto, Nur: 2003).

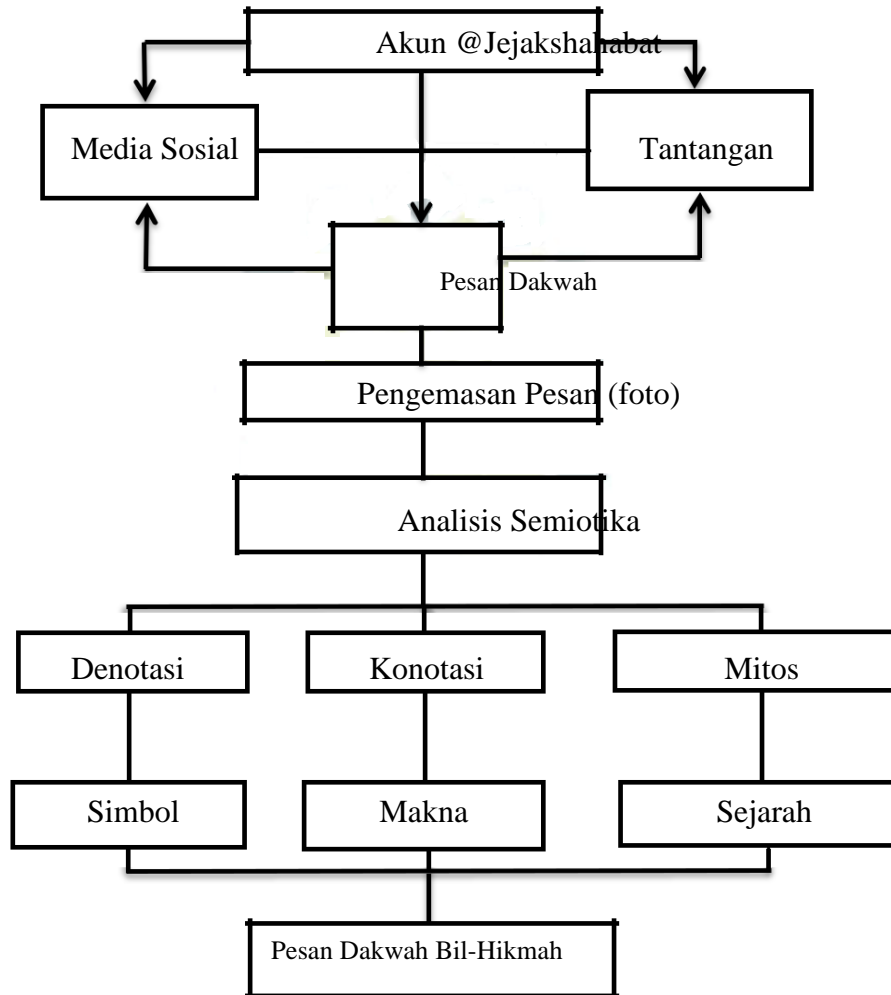
Pesan adalah suatu materi yang dapat berbentuk tulisan, gerak tubuh, isyarat, atau suara yang disampaikan oleh seorang sumber untuk dibagikan kepada orang lain yang bertindak sebagai penerima informasi. Menurut Jalaludin Rakhmat, pesan merupakan sesuatu yang mesti disampaikan hingga berhasil menuju seseorang yang diberi pesan tersebut (penerima), jika seorang penyampai pesan memiliki maksud untuk pengaruhi penerima pesan. pesan dapat berbentuk sebuah gagasan yang lalu dapat diterjemahkan menjadi simbol-simbol, serta dipergunakan untuk menyatakan suatu maksud atau tujuan (Liliweri, 1991). Bila disangkut pautkan dengan kegiatan dakwah, maka pesan tersebut adalah pesan yang memiliki nilai keislaman. Pesan dakwah adalah segala ajaran Islam serta meliputi syariat Islam yang di dalamnya dapat berisi pesan beribadah dan intropeksi diri sendiri terhadap sisi kemanusiannya (Ahmad Subandi, 1994).

Adapun dalam penyampaiannya diperlukan adanya sebuah metode serta strategi yang sudah dipersiapkan. Salah satunya adalah pengembangan metode dakwah melalui media, yakni memakai media yang dapat digunakan dan dinilai efektif dalam proses penyampain pesan dakwah itu sendiri, salah satunya adalah media sosial instagram.

Dakwah melalui media online atau instagram merupakan kegiatan dakwah yang memakai media atau medium dalam bentuk postingan foto maupun video instagram.

Gambar 1.1

Gambaran Penelitian



## F. LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN

### a. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konstruksi semiotika dari foto yang terdapat pada akun instagram @jejakshahabat. Alasan penulis adalah sebab pada foto yang diunggah pada akun ini, dikemas dengan desain yang unik dan sejalan dengan pesan dakwah yang disampaikan. Feeds yang

dimiliki oleh akun @jejakshahabat pun rapih dan enak dilihat, sangat mungkin untuk menarik perhatian kaum muda.

#### b. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan suatu cara berpikir lain yang mengacu kepada kelompok ilmuwan bagi para peneliti untuk melahirkan fenomena dalam mencari fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukan (Tahir, 2011: 59).

Jenis paradigma yang dilakukan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, paradigma konstruktivis ialah realitas sosial yang kebenarannya bersifat relatif dan dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial yang dipandang bagaimana memaknai suatu peristiwa yang terjadi dibuat sehingga akan terlihat nilai yang ada dalam sebuah realitas sosial.

Paradigma ini dipilih dalam penelitian ini karena Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis seperti pada penelitian ini yang menafsirkan simbol-simbol pada foto yang di puload oleh akun @jejakshahabat.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe interpretatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu objek yang bersifat induktif dengan teknik pengumpulan data yang digabungkan tetapi masih perlu penafsiran yang lebih untuk memahami makna yang sebenarnya (Sugiyono, 2017: 2)

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dari hal yang diteliti menurut pandangan manusia. Penelitian kualitatif berkaitan dengan persepsi, pendapat yang diteliti yang tidak bisa diukur dengan angka.

#### c. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika. Analisis semiotika berusaha menemukan makna yang

terkandung dalam sebuah tanda yang tidak terlihat pada sebuah tanda dalam iklan, teks, berita, media massa, film, komik, kartun, dll (Mudjiyanto, Nur: 2003).

Metode analisis semiotika digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui makna dari tanda-tanda yang ada dalam foto yang akan diteliti tersebut. Karena tanda-tanda tersebut merupakan pesan yang ditukarkan dalam proses komunikasi.

Teori yang digunakan dalam analisis ini adalah teori semiotika Roland Barthes yang gagasannya dikenal dengan "*two order of signification*" mencakup *denotasi* (makna sebenarnya) *konotasi* (makna ganda yang berasal dari cultural personal) juga *mitos* (tingkat penandaan kedua), dengan menggunakan teori ini diharapkan penulis dapat menganalisis lebih dalam tanda (semiotik) yang terdapat dalam konten foto unggahan akun instagram @jejakshahabat sehingga dapat menambah rujukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.

#### d. Jenis Data dan Sumber Data

##### 1) Jenis Data

Peneliti mendapatkan jenis data yang berupa data kualitatif. Di mana data ini dapat diperoleh melalui observasi, pengamatan, ataupun tinjauan kepustakaan dengan memeriksa beberapa literature yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini adat yang di observasi ialah foto yang diupload oleh akun @jejaskshahabat

##### 2) Sumber Data

Sumber data merupakan subjek darimana sesuatu dapat diperoleh (Arikunto, 1998). Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini ada 2 macam, yaitu :

##### a) Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari tangan pertama, bisa responden individu, kelompok fokus, internet dalam bentuk kuisioner yang disebar lewat internet. Data primer tidak

berbentuk soft file atau hardfile, melainkan data dari narasumber yang berkaitan langsung (Uma Sekaran, 2011: 242).

Adapun sumber data primer yang menjadi rujukan pada penelitian ini adalah menggunakan foto dan video yang diunggah oleh akun @jejakshahabat pada periode Januari 2020 dengan fokus penelitian pada pesan dakwah yang terkandung dalam foto yang diunggah untuk diteliti lebih dalam dengan menggunakan analisis semiotika teori Roland Barthes.

1. Foto 1 yang berjudul “Menyakiti Malah Tersakiti”
2. Foto 2 yang berjudul “Share Dulu Ahh!”
3. Foto 3 yang berjudul “Seorang Lelaki Sejati ?”
4. Foto 4 yang berjudul “Kakimu Auratmu”
5. Foto 5 yang berjudul “3 Syiar Orang Kafir Di Malam Tahun Baru”
6. Foto 6 yang berjudul “Dear Muslimah”
7. Foto 7 yang berjudul “Belajar Saling Menghargai”
8. Foto 8 yang berjudul “Keluarnya Wanita Untuk Mendapatkan Ilmu”
9. Foto 9 yang berjudul “Menuntu Ilmu”

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diberikan oleh narasumber kepada pengumpul data. Data sekunder sifatnya pendukung keperluan dari data-data primer, seperti buku-buku literasi yang berkaitan dengan yang diteliti (Sugiyono, 2013: 402).

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpul oleh orang atau lembaga lain untuk melengkapi data primer seperti artikel, buku-buku, dan referensi lainnya yang berkaitan, artikel dan website yang terkait dan menunjang penelitian ini.



e. Penentuan Unit Penelitian

**1) Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Dalam pengertian lain, unit analisis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus/komponen yang diteliti. Dikutip dari referensimakalah.com. Unit analisis pada penelitian ini adalah postingan foto pada akun instagarm @jejakshahabat.

f. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karna tujuan pertama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013: 224). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Obervasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan lewat pengamatan langsung. Peneliti melakukan pengamatan di tempat terhadap objek penelitian untuk diamati menggunakan pancaindra. Peneliti diposisikan sebagai pengamat atau orang luar. Dalam mengumpulkan data menggunakan observasi, peneliti dapat menggunakan catatan maupun rekaman.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.

c) Mengolah

Mengolah dalam penelitian adalah mengolah data melalui foto yang ada pada akun instagram @jejakshahabat untuk mengetahui isi pesan dakwah pada foto yang telah diamati tersebut.

#### d) Kepustakaan

Teknik kepastakaan data adalah cara mengumpulkan data melalui bermacam-macam material yang ada pada ruang kepastakaan seperti majalah, Koran, buku-buku, dokumen, dan lain sebagainya yang relevan dengan penelitian terkait (Koentjaraningrat, 1983: 420).

Maka berdasarkan definisi diatas, penulis mencari sumber-sumber kepastakaan yang diperoleh dari buku, jurnal, hasil-hasil penelitian lainnya (skripsi), internet, dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian terkait.

#### g. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Adapun dalam penelitian ini, peneliti memakai beberapa teknik yang berguna sebagai penentu keabsahan data, yaitu:

##### a) Kepercayaan (*Kreadibility*)

Untuk mencapai teknik *kreadibility*, peneliti mesti melakukan beberapa teknik lainnya, seperti; pengamatan yang diperpanjang, menambah ketekunan dalam mengkaji, triangulasi, diskusi dan *check*. Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi pada postingan akun @jejakshahabat.

##### b) Kebergantungan (*depandibility*)

Kesalahan seringkali terjadi pada suatu penelitian, maka mencegah hal tersebut perlu dilakukannya teknik *depandibility* sebagai upaya untuk mencegah terjadinya kekeliruan dalam meneliti. Maka yang dibutuhkan adalah suatu kewaspadaan lebih dari peneliti. Peneliti akan memastikan bahwa data yang diperoleh tidak memiliki kekeliruan.

##### c) Kepastian (*Konfermability*)

Teknik ini berguna sebagai menilai hasil dari penelitian yang telah dilakukan, bisa dilakukan dengan cara kembali memeriksa data serta informasi dari hasil penelitian yang telah didukung beragam materi yang ada. Melakukan re-check setelah selesai mengolah data.

#### h. Teknik Analisi Data

Analisis data merupakan cara yang ditempuh untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang telah disusun. Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Karena penelitian yang menggunakan jenis data kualitatif maka harus sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini menyangkut pembahasan isi pesan dakwah dalam akun instagram @jejakshahabat. Menurut Imam Prayogo dan Tabroni, analisis data kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan. Semua foto dalam akun instagram @jejakshahabat yang berisi pesan dakwah dikumpulkan dalam periode bulan Januari tahun 2020
- b) Mengklasifikasi data yang sudah terkumpul menjadi data primer dan sekunder
- c) Menganalisis data sesuai dengan masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Memaparkan foto instagram @jejakshahabat dengan mengurutkan per foto nya untuk dianalisis gambar dan isi pesan dakwah nya.
- d) Melakukan analisis data yang telah di klasifikasikan kemudian ditafsirkan berdasarkan teori Roland Barthes.
- e) Penarikan kesimpulan data hasil analisis dan pembahasan (Suprayogo, 2003: 192-196)

