

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Berdakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah, baik dimana, kapan dan kepada siapa pun. Namun kekhususan melakukan dakwah Islam ini lebih memprioritaskan kepada mereka yang memang memiliki keilmuan, wawasan dan pemahaman agama yang baik supaya pesan-pesan agama yang disampaikan tersebut sesuai dengan ajaran dari hadits nabi Muhammad Saw.

Dakwah tidak hanya tampil di atas podium, namun dakwah mencakup segala aspek kehidupan, baik itu dakwah yang dilakukan dengan perkataan, perbuatan maupun dalam bentuk contoh yang baik. Adapun aspek yang terkait dengan dakwah adalah adanya da'i, mad'u, materi, media dan metode. Kelima poin tersebut selalu berkaitan dan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Da'i sebagai orang yang menyeru atau orang yang membawa pesan dakwah, baik dengan lisan maupun tulisan ataupun dalam bentuk perbuatan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi dan lembaga. Mad'u sebagai objek atau orang yang menerima pesan dakwah dari da'i, baik sebagai individu ataupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam ataupun tidak. Sedangkan materi merupakan isi dari pesan dakwah yang akan disampaikan, dan adapun media adalah alat objektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide (materi) dengan umat atau mad'u, media

juga merupakan suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah.<sup>1</sup>

Apabila ditelusuri perkembangan dakwah dan keilmuan dengan berdasarkan informasi al-Qur'an, hal itu tentu tidak terlepas dari perkembangan dakwah pada era sebelum Rasulullah. Dakwah dilakukan sejak zaman Nabi Nuh a.s., dimana ketika dakwah yang dilakukan yaitu mengajak kaumnya untuk mengesakan Allah dan beribadah kepada-Nya. Ajakan ini hanya diikuti sebagian kecil kaumnya, bahkan istri dan anaknya tidak mau mengikuti dalam ajakan tersebut. Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Nabi Nuh, dilakukan oleh Rasul-Rasul sesudah Nabi Nuh a.s., yaitu Nabi Ibrahim a.s., Nabi Musa a.s., Nabi Isa a.s., hingga Rasul terakhir Nabi Muhammad Saw. (Q.S As-Syura: 13, Q.S Yusuf :108)

Berdakwah menggunakan media tradisional yang dilakukan oleh para Wali Songo dengan memanfaatkan gamelan, wayang dan berkumpulnya umat Islam seperti di masjid, balai rakyat dan rumah-rumah ulama. Kemudian berlanjut ke media yang sifatnya bisa diakses dimana saja dan kapan saja seperti radio, rekaman-rekaman yang berisi ceramah agama sampai dengan tayangan ceramah di Televisi, media *Youtube*, maupun media lainnya. Khalayak tidak harus datang menyaksikan para pendakwah berceramah secara langsung, tetapi bisa mendengarkan ceramah pendakwah sambil beraktivitas di rumah masing-masing. Saat ini, media telah bergeser ke era informasi.

---

<sup>1</sup> Mubasyaroh, *DAKWAH DAN KOMUNIKASI (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)*, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol. 4, No. 1 Juni 2016, hlm. 96

Dengan berbagai kemudahan yang disediakan oleh media, membuat da'i dalam menyampaikan pesan dakwah dapat dilakukan dengan mudah. Sehingga pemanfaatan media tidak hanya untuk berkomunikasi, berkolaborasi, berjualan ataupun menyampaikan suatu informasi. Seiring berjalannya waktu, media memiliki berjuta fungsi, salah satunya yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebuah media yang penggunaannya begitu banyak. Salah satu media yang digunakan yaitu media sosial pada aplikasi Tiktok. media sosial sebagai media berdakwah. Dakwah sendiri merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik.<sup>2</sup> Dakwah tidak hanya dilakukan oleh tokoh agama atau ulama, setiap umat muslim dapat melakukan dakwah karena dakwah tidak hanya dalam ranah ceramah agama.<sup>3</sup>

Umat Islam sangat dimanjakan dengan adanya suguhan pengetahuan agama yang beragam dari media sosial, sehingga mereka dibuat terlena dengan beragam pilihan informasi keagamaan dalam mengaksesnya. Padahal pesan dakwah yang diperoleh dari media sosial maupun yang *dishare* orang lain belum tentu akurat dan valid beritanya, ada juga yang perlu dikaji ulang kebenarannya karena terdapat sebuah ajaran yang tidak sesuai dari Al-Qur'an dan Hadits.

Pola dakwah konvensional, seperti halnya tatap muka dalam ceramah, pengajian, khotbah tidak lagi menjadi dominan. Dakwah melalui media sosial melahirkan pelaku dakwah (ustaz ataupun ustadzah) viral yang pernyataannya

---

<sup>2</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 157

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 2

menjadi dasar *hujat* walaupun sepotong-potong (setengah-setengah). Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat, dimana aktivitas umat juga semakin tinggi intensitas nya. Oleh sebab itu kesempatan berdakwah yang dilakukan oleh juru dakwah tentunya diimbangi dengan berdakwah melalui media. Hal ini dilakukan untuk mengimbangi kesibukan aktivitas duniawi masyarakat muslim, sehingga dapat membantu pada saat diperlukan untuk menjawab *problem* kehidupan keagamaan maupun sosial kemasyarakatan yang mereka hadapi.

Pada zaman ini dakwah tak cukup disampaikan dengan lisan tanpa bantuan alat-alat modern yang sekarang ini terkenal dengan sebutan alat-alat komunikasi massa, yaitu media cetak maupun elektronik. Kata-kata terucapkan dari manusia hanya dapat menjangkau jarak yang sangat terbatas, sedang dengan alat-alat komunikasi massa itu jangkauan dakwah tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu.

Berbagai media yang digunakan di antaranya yaitu media cetak, media elektronik, serta beberapa media lain, yang dapat dijadikan sebagai sarana penghubung antara da'i kepada mad'u. Sebagaimana diketahui bahwa, media adalah sebuah alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan, salah satunya yaitu pesan dakwah. Jadi, substansi dari media merupakan bentuk saluran, yang digunakan untuk menyalurkan pesan, informasi atau materi dakwah kepada penerima pesan dakwah atau yang dikatakan sebagai mad'u. Dapat juga dikatakan bahwa media dakwah adalah berbagai jenis komponen dalam dakwah yang membantu penyelenggaraan atau aktifitas dakwah.

Media massa bersifat umum komunikasi massa yang disampaikan menggunakan media massa bersifat umum dan terbuka untuk semua orang.<sup>4</sup> Dengan kata lain media massa terbuka dan ditujukan kepada masyarakat luas. Begitu dengan isi yang ada didalam media massa tersebut bersifat umum. Dengan demikian media massa tidak dapat dipergunakan untuk kepentingan pribadi. Namun masyarakat dapat memanfaatkannya sebagai media ekspresi diri melalui bentuk karya tulisan seperti opini, berita, artikel dan lainnya.

Dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital kini menjadi tren di kalangan masyarakat, salah satunya adalah aktivitas dakwah digital yaitu kegiatan oleh para praktisi dakwah atau da'i serta audien atau mad'u pada media digital. Dakwah digital yang kini menjadi tren dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah terpaan informasi di berbagai media digital, inofasi dalam berdakwah yang disampaikan oleh da'i, dan perubahan pada masyarakat dalam mengakses media dakwah.

Intensitas penggunaan media teknologi (*gadget*) bagi umat Islam merupakan hal wajar bahkan terkesan menjadi *style* hidup bagi sebagian orang. Fenomena seperti ini tidak bisa dimungkiri khususnya bagi pelaku dakwah, disebabkan kemajuan zaman yang semakin cepat sebagai imbas dari penggunaan teknologi itu sendiri. Banyak pesan-pesan dakwah yang berkeliaran di media sosial yang didapatkan seseorang kemudian di *share* ke grup *Whatsaap*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, dan lain sebagainya.

---

<sup>4</sup> Onong Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi Yang Efektif*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakri, 1993), hlm. 81

Pengaruh dan kemajuan industri berdampak terhadap aktivitas keagamaan menjadi salah satu fenomena dan realitas umat Islam terutama pemuda-pemuda umat Islam. Sebab pemuda-pemuda Islam merupakan salah satu ujung tombak peradaban Islam pada masa era informasi, sehingga pada era saat ini menyediakan peluang dan tantangan bagi para pemuda-pemuda Islam yang harus di jernihkan ke Islamannya.<sup>5</sup> Pada saat ini, ulama bukanlah satu-satunya sumber otoritas orang belajar untuk mendapatkan pemahaman agama. Karena ada juga masyarakat muslim lainnya yang mencari pemahaman agama melalui media informasi seperti mencari pemahaman melalui *Google*, *Youtube* maupun situs *online* lainnya. Belajar agama melalui situs-situs *online* di internet yang sangat bebas, bahkan ada yang tidak jelas sumbernya. Dakwah dengan menggunakan media sosial merupakan salah satu cara dalam menyampaikan pesan dakwah di era informasi.

Era ini adalah puncak dimana semuanya yang serba instan dan banyak dinikmati oleh masyarakat. Seorang da'I pun bisa berdakwah atau menyampaikan pesan dakwahnya melalui berbagai macam media informasi. Era informasi saat ini, telah menyentuh seluruh segi kehidupan baik individu, kelompok maupun organisasi. Pada tingkat individu aneka ragam informasi yang dibutuhkan seperti pendidikan, layanan kesehatan, lapangan pekerjaan, maupun jenis produk atau jasa lainnya. Informasi yang beredar di era informasi saat ini semakin mudah diperoleh, bahkan bentuk informasinya bervariasi.

---

<sup>5</sup> Cawidu Harifuddin, *Dakwah dan Tantangan Global Memasuki Millenium*, (Jakarta: Jurnal Tabliq, 2016), hlm. 45-47

Perkembangan dan kemajuan era informasi, mengharuskan masyarakat untuk berdialektika dengan sosial media. Oleh karena itu perjalanan dakwah pada era informasi dapat dilihat dari sebuah keadaan yang terjadi di sekitar kita, mulai dari kalangan anak muda hingga dewasa telah menggunakan media sebagai salah satu aktifitas untuk mencari informasi. Mulai dari materi dakwah yang di sampaikan unik dan menarik, sehingga sesuatu yang sedang menjadi trending topik.<sup>6</sup> Dapat di ketahui bahwa saat ini banyak pesan-pesan dakwah yang disampaikan di media informasi, baik itu dalam bentuk poster maupun video-video.

Era informasi memberi dampak pada banyak hal, tak terkecuali pada dakwah. Dakwah merupakan bagian dari aktivitas yang mempunyai tujuan penyampaian pesan keagamaan dari pendakwah kepada mitra dakwah.<sup>7</sup> Pada masa sekarang ini, dakwah tidak hanya mempunyai misi keagamaan, lebih jauh dari itu dakwah dibungkus dengan kepentingan-kepentingan politik, ekonomi, transfer nilai.<sup>8</sup> Bahkan era informasi saat ini begitu banyak ustaz maupun ustadzah yang di besarkan di media. Salah satu contoh ustadz Abdul Somad, yang dakwahnya di wilayah Riau, namun dengan adanya era informasi maka prosesi dakwahnya mencapai berbagai wilayah Indonesia bahkan sampai ke negara tetangga seperti Malaysia.

---

<sup>6</sup> Syamsudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: PT Kharisma Putra UtamaTitus, 2016), hlm. 148-149

<sup>7</sup> Moh. Ali Aziz, *op cit*, Hlm. 10

<sup>8</sup> A. Muttaqin, *Agama dalam Representasi Ideologi Media Massa*, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 6(2), 2012. Hlm. 1-9. <https://doi.org/10.24090/KOMUNIKA.V6I2.349>. Di akses pada 20 Maret 2022 pukul 22: 01

Salah satu media yang digunakan *da'i* dalam berdakwah saat ini adalah media yang sedang populer di kalangan remaja dan diminati banyak orang karena menyediakan fitur-fitur yang menarik sehingga memudahkan penggunaannya untuk membuat berbagai macam konten, seperti konten pendidikan, kesehatan, hiburan dan tentunya konten Keagamaan yang berwujud dakwah melalui konten. Media tersebut adalah TikTok, yang merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati masyarakat luas terutama kalangan anak muda.

Media informasi yang dimaksud adalah alat yang menghubungkan pesan dari komunikasi yang disampaikan oleh seorang pendakwah, dalam hal ini yaitu pemilik akun Tiktok kepada *followersnya*. Oleh sebab itu, dengan lahirnya media sosial seorang *da'i* memiliki banyak ruang untuk memperluas penyampaian pesan dakwahnya yang dikemas menyesuaikan *trend* yang sedang viral, agar lebih mudah diterima oleh pendengar atau *followersnya*.

Berbagai macam jenis media informasi, salah satunya yaitu dalam media sosial yang dimanfaatkan oleh pendakwah, salah satunya adalah aplikasi TikTok. Tiktok menjadi aplikasi media sosial yang banyak digemari setiap kalangan. Bahkan TikTok sendiri dapat mengkreasikan video-video menggunakan musik dan fitur yang ada pada aplikasi. Sehingga video tersebut dapat dibagikan kepada orang lain.

Dengan adanya TikTok dapat dijadikan salah satu media terampuh dalam menyebarkan dakwah, dengan berdakwah melalui TikTok jangkanya akan lebih luas. Mengingat penggunaan tiktok ini dari berbagai



kalangan usia. Dengan adanya dakwah melalui TikTok juga bisa membantu siapa saja yang masih belajar dalam memperdalam agama.

TikTok adalah layanan jejaring sosial berbagi video Tiongkok yang dimiliki oleh ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Beijing, didirikan pada 2012 oleh Zhang Yiming. TikTok bagi sebagian orang merupakan sebuah aplikasi hiburan semata yang diciptakan untuk semua kalangan dan tidak ada batasan dalam penggunaannya. Pada dasarnya, hiburan berasal dari element dalam sebuah aplikasi. Dalam al-Qur'an, hal ini tidak hanya melihat tujuannya semata sebagai hiburan, akan tetapi bagaimana cara olah dan prakteknya lebih diperhatikan, karena pekerjaan atau perbuatan harus berlandaskan dengan syari'at Islam dan tidak melewati batas syari'at.<sup>9</sup>

Pengguna TikTok terbanyak di Indonesia adalah usia remaja, rentang penggunaannya rata-rata 18-24 tahun dengan persentase 40%, sementara usia 25-34 tahun 37% di antaranya masih mengakses Tiktok. Dengan demikian, ada sebanyak 76% masyarakat Indonesia berusia 18-34 tahun mengakses TikTok. Dari data pengguna TikTok di Indonesia pada tahun 2021 adalah Jakarta dengan persentase 22%, disusul oleh Jawa Timur dengan persentase 18%, dan Jawa Barat dengan persentase 13%.<sup>10</sup>

Pengguna TikTok terbanyak adalah usia remaja, dikarenakan tidak adanya batasan usia dan juga peraturan khusus terkait konten yang *diupload* pada aplikasi tersebut, pada tahun 2019 pemerintah India memblokir aplikasi

<sup>9</sup> Niswatul Malihah. Tiktok Dalam perspektif Al-Qur'an, *Jurnal At-Tahfidz : Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Vol.1 No.01 Juli-Desember 2019*, (Indrayala : STTI Al-Qur'an Al-Ittifaqiah, 2019), Hlm. 45, diambil dari TIKTOK DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN | Malihah | Jurnal AT TAHFIZH (stitqi.ac.id), diakses pada 22 Maret 2022 pukul 19:46 WIB

<sup>10</sup> <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok>. di akses 23 maret 2022 pukul 10:00 WIB

ini karena alasan tidak amannya akun pengguna sehingga memungkinkan bocornya data pribadi dari para pengguna. Hal ini langsung ditanggapi perusahaan TikTok dengan melakukan perbaikan sistem keamanannya sehingga menjamin data pribadi penggunanya. Disisi negatif aplikasi ini juga bisa memberikan potensi positif hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan positif seperti konten pendidikan, konten kesehatan dan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu konten video dakwah pada TikTok.

Kegiatan berdakwah di era informasi ini, dapat dilakukan dengan pemanfaatan teknologi media sosial. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp* dan TikTok. Beragam media ini sangat lah baik dan efisien jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah atau menyebarkan kebaikan. Untuk menebarkan kebaikan bukanlah sesuatu hal yang sulit meskipun hanya melalui postingan berupa kata-kata melalui pamflet, maupun video-video di berbagai media sosial.

Fenomena ini, tentunya menjadi salah satu peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku dakwah dalam menyebarkan dakwah Islam di media sosial. Karena dapat dimanfaatkan sebagaimana yang dapat di fungsikan salah satunya yaitu menyebarkan dakwah syiar Islam. Jika di tinjau dari konten-konten Tiktok, banyak sekali konten-konten yang kurang berfaedah yang digunakan sebagai penghibur belaka. Artinya hanya sebagai penghibur yang kurang bermanfaat.

Berdasarkan uraian di atas, dalam berdakwah tidak hanya dilakukan secara langsung atau tatap muka, melainkan dapat memanfaatkan media sebagai sarana dalam penyampaian pesan dakwah kepada khalayak banyak. Dalam hal ini, dakwah yang dilakukan oleh salah satu pemilik akun Tiktok yang aktif membagikan postingan dakwah ialah akun @sahabatuasbatam, merupakan akun yang memiliki 1.4M pengikut, 96.3M yang menyukainya dan memiliki 300 lebih video pada bulan Juli 2022. Akun yang memiliki 1.4M pengikut ini banyak diminati dan banyak ditonton masyarakat Indonesia disemua kalangan usia hingga anak-anak remaja lebih mendominasi hal ini bisa dilihat dari komentar-komentar postingan vidionya, dalam video-video dakwahnya yang diunggah menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta pembahasan yang ringan.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah dengan menggunakan media TikTok ini merupakan alternatif baru serta inovasi dalam dunia dakwah. Karena pada dasarnya dakwah adalah mengajak pada kebaikan sesuai dengan ajaran agama Islam, hal tersebut bisa dilakukan dengan tidak bertatap muka dengan objek dakwahnya.

Prosesi dakwah sangat membutuhkan kekuatan dan kemauan serta yang paling penting adalah keistiqomahan dalam berdakwah, karena dengan begitu dakwah yang disampaikan bisa bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai contoh bagi penontonnya. Allah berfirman dalam QS. Hud ayat ke-112 yang berbunyi:

فَأَسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتُ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ وَلَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

*“Maka tetaplah (istiqamahlah) kamu pada jalan yang benar, sebagaimana diperintahkan kepadamu dan (juga) orang yang telah taubat beserta kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”*

Melihat perkembangan media yang semakin maju dan posisi dakwah sangat penting. Seperti yang di ketahui bahwasannya dakwah tidak hanya dalam ruang lingkup mimbar ataupun ceramah-ceramah di masjid, melainkan bisa juga melalui media. Ketika da'i tidak ikut serta dalam berdakwah di media, maka dalam penyampaian pesan dakwah tidak tersebar luas dan hanya dalam ruanglingkup yang kecil. Pada era informasi, ketika berdakwah tidak tepat sasaran maka pesan dakwah sulit untuk diterima pada kalangan umat Islam. Dengan begitu maka menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan menggunakan konten-konten video menjadi salah satu alternatif. Berdasarkan uraian dan permasalahan di atas penulis ingin meneliti dengan judul “Pesan Dakwah Era Informasi (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Tiktok @Sahabatuasbatam Bulan Ramadhan 2022)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini yaitu bagaimana Pesan Dakwah Era Informasi (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun @Sahabatuasbatam Bulan Ramadhan 2022) Berdasarkan teori Roland Barthes, adapun sub fokus dalam penelitian ini adalah :

- a) Bagaimana makna denotasi pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*?
- b) Bagaimana makna konotasi pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*?
- c) Bagaimana makna mitos pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*?
- d) Bagaimana karakteristik pesan dakwah era informasi di media TikTok?
- e) Bagaimana cara membuat pesan dakwah era informasi di TikTok?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui:

- a) Makna denotasi pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*.
- b) Makna konotasi pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*.
- c) Makna mitos pesan dakwah dalam akun TikTok *@sahabatuasbatam*.
- d) karakteristik pesan dakwah era informasi di media TikTok.
- e) cara membuat pesan dakwah era informasi di TikTok.

### **D. Manfaat Penelitian**

- a) Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian-penelitian lainnya mengenai pesan dakwah era informasi dengan menggunakan analisis semiotika.

- b) Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan kepada pelaku dakwah dalam menjalankan dakwahnya di era informasi dengan menggunakan berbagaimacam media baru sebagai penunjang dakwah.
- c) Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan bagi perguruan tinggi berbasis Islam sebagai lembaga yang menghasilkan calon-calon ilmuan dakwah dan aktivis dakwah, untuk meningkatkan mutu lulusannya.

#### **E. Landasan Pemikiran**

Landasan pemikiran dalam penelitian ini diuraian di bawah ini sebagai berikut:

##### **1. Pesan Dakwah**

Dakwah, Menurut Syekh Muhammad al-Khadir Husaini adalah menyeru manusia pada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebaikan dan melarang kemungkarannya agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan demikian, yang dimaksudkan atas pesan dakwah secara singkat ialah: semua pernyataan yang bersumberkan Al-Qur'an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.<sup>11</sup>

Pesan dakwah adalah segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam kitabullah maupun dalam sunnah rasulnya. Dakwah dalam literatur Islam, yaitu upaya dalam menyampaikan pesan dakwah yang berfungsi

---

<sup>11</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta:Radar Jaya Pratama,1997), hlm. 43

untuk mengajak manusia kepada jalan Tuhan dan mengajak dalam kebaikan berdasarkan ayat Al-Quran surat Al-Isra' ayat 7:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُوءَ  
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتَّبِرًا

*Artinya: Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. Kebaikan untuk orang lain akan mendatangkan kebaikan untuk diri sendiri. Sebaliknya, perbuatan buruk kepada orang lain juga akan mendatangkan keburukan bagi siapapun yang melakukannya.*

Menurut ayat tersebut dikatakan bahwasannya cara seorang da'i saat menyampaikan pesan dakwah dengan menggunakan tata cara yang baik. Perkembangan zaman yang semakin pesat menjadikan media untuk berkomunikasi menjadi semakin beragam. Begitu halnya dengan pesan dakwah yang disampaikan pada kalangan masyarakat saat ini. Dalam menyampaikan pesan dakwah dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini.

Semakin canggihnya teknologi maka semakin beragam media yang digunakan. Metode penyampaian dakwah pun melakukan adaptasi terhadap kemajuan tersebut. Komunikasi dakwah merupakan salah satu

bagian dari kajian ilmu komunikasi yang unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah itu sendiri.

Konten materi dakwah yang berasumsi bahwa secara personal mad'u terdiri dari berbagai macam masalah dalam hidup. Dalam menyampaikan materi dakwah membutuhkan kompetensi dan kredibilitas yang tinggi untuk sampai pada pesan-pesan yang mengandung *power* dan *spirit* pencerahan di tengah masyarakat.

## 2. Era Informasi

Aktifitas dakwah Islam saat ini telah bergeser dari media konvensional ke *platform* digital, dari realitas nyata ke dunia maya. Pergeseran tersebut diakibatkan karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat pada zaman modern seperti saat ini. Mahzar (1999) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia bergerak dari dominasi teknologi materi (pertanian dan pembangunan) ke dominasi teknologi energi (industri dan transportasi) menuju dominasi teknologi informasi (komunikasi dan komputasi).

Era informasi, era dimana semua informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah dengan berbagai cara bahkan sangat mudah di temuinya. Sebagai seorang muslim mempunyai peranan penting di dunia informasi sebagai bentuk memanfaatkan kemajuan teknologi dalam penyampaian pesan dakwah. Dalam perkembangan zaman yang tidak dapat dibendung, tantangan dan hambatan dakwah terus mengalami perkembangan dan



perubahan. Era informasi yang ditandai dengan semakin sentralnya peran teknologi cyber dalam kehidupan manusia sehingga menuntut masyarakat untuk memiliki kemampuan spesialisasi secara tajam untuk mendapatkan informasi yang baik, bahkan tuntunan tersebut pada gilirannya akan menyeret masyarakat kepada pola hidup materealistis yang mengakibatkan hilangnya makna hidup secara hakiki.

Informasi bagi masyarakat sangat penting dalam memberdayakan kehidupan agar lebih meningkat atau lebih baik. Dengan adanya sebuah informasi bagi masyarakat maka bertambahnya juga ilmu dan pengetahuan yang biasanya hanya dimiliki oleh beberapa kelompok orang atau segelintir orang profesional. Oleh sebab itu dengan adanya informasi, masyarakat luas dapat mempelajari sesuai dengan apa yang di butuhkan.

Keberadaan Islam menjadi tonggak penting dalam dunia dakwah dan Islam dapat memasuki semua ranah perkembangan dunia, seperti halnya dalam bidang teknologi, perekonomian, maupun pendidikan pendidikan. Salah satu contoh dalam bidang teknologi yaitu menyebarkan pesan dakwah melalui teknologi *handphone* (HP) yang di salurkan melalui media informasi seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan media sosial lainnya. Islam dapat memunculkan dirinya sebagai sebuah keunggulan ditengah-tengah keanekaragaman global, tak terkecuali dalam dunia informasi. Media dan teknologi informasi adalah sarana berbagi untuk mendapatkan informasi baik dan bermanfaat. Kerap kali bilamana tanpa adanya penyeimbangan sisi religiusnya maka informasi-informasi yang

beredar akan kurang bernilai. Dapat dilihat dari konten penyayangan oleh media informasi sekarang lebih banyak menampilkan hal-hal negatif di dalam iklan, film, serta produk-produk hiburan lainnya. Dalam hal ini pentingnya pengembangan budaya kritis dan pemahaman dakwah Islam yang tetap bisa memenuhi kebutuhan hiburan dan selera estetik dalam perkembangan media-media era sekarang.

### 3. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes adalah salah satu tokoh semiotika komunikasi yang menganut aliran semiotika komunikasi strukturalisme Ferdinand de Saussure. Roland dikenal sebagai salah satu seorang pemikir strukturalis yang tekun dalam mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure, ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama. Ia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Barthes menjelaskan dua tingkat dalam pertandaan, yaitu Denotasi dan Konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran). Selain itu, Barthes juga melihat makna dalam tingkatanya, tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sesuatu yang dianggap ilmiah.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebutkan sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem yang telah ada sebelumnya. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan Konotatif, yang di dalam *Mythologies*-nya ia bedakan dari Denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah (sesungguhnya), bahkan terkadang juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikan yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi dalam semiotika Barthes denotasi merupakan sistem signifikan tingkat pertama, sementara konotasi merupakan sistem tingkat kedua.

Konsep Mitos Menurut Roland Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai *social* (yang sebenarnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Sebaliknya, makna mitos tidak arbitrer, selalu ada motivasi dan analogi. Penafsir dapat menyeleksi motivasi dari beberapa kemungkinan motivasi. Mitos adalah cara penandaan (*signification*), sebuah bentuk, dalam penggunaan mitos memberikan

batasan historis, syarat penggunaan mitos dan mengembalikan masyarakat kepada mitos, pertama-tama mendeskripsikannya sebagai bentuk.<sup>12</sup>



---

<sup>12</sup> Roland Barthes, *Mitologi*, New York, (Penerjemah Nurhadi A. Shihabul Millah, PT Kreasi Wacana, 2004), hlm. 153.