

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada perkembangan teknologi yang semakin masif ini, memudahkan seseorang dalam memenuhi kehidupannya sehari-hari. Mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, ini menandakan bahwa teknologi bagian sesuatu yang menyatu secara erat dengan kehidupan manusia dikarenakan mampu menawarkan kemudahan yang sangat beragam. Penggunaan teknologi mengalami tumbuh kembang yang sangat pesat apa lagi pada era saat ini, terkhusus dalam teknologi informasi dan komunikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi.

Penyebaran informasi dalam era digital ini sudah sangat berkembang, bukan hanya sebagai pertukaran informasi dan komunikasi. Tetapi sebagai bagian dari penggunaan internet pada saat ini, menurut data dari APJII menyebutkan bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67 persen dibandingkan periode sebelumnya yang sebanyak 201,03 juta pengguna, yang terdiri dari media sosial dan juga penggunaan internet lainnya. Berbagai macam media yang dapat digunakan oleh khalayak umum untuk menerima

dan menemukan suatu informasi dan sekedar untuk berkomunikasi didalamnya juga sebagai hiburan bagi penggunanya.

TikTok adalah platform media sosial yang cukup terkenal di Indonesia, awal perkembangannya sangat pesat dalam kurun waktu delapan tahun, mulai dari berdirinya pada tahun 2016 hingga kini. TikTok telah menjadi aplikasi yang diunduh oleh penggunanya diberbagai belahan dunia. Pada bulan Januari 2024, Amerika Serikat merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak hingga saat ini, dengan hampir 150 juta pengguna yang aktif menggunakan platform video sosial yang populer tersebut. Diikuti oleh Indonesia, yang memiliki sekitar 126 juta pengguna TikTok. Fitur utama TikTok melibatkan pembuatan video pendek, biasanya dalam rentang waktu 15 hingga 60 detik. Pengguna dapat menggunakan berbagai efek kreatif, filter, dan musik latar yang tersedia di aplikasi untuk membuat video yang menarik dan menghibur. TikTok dikenal dengan kontennya yang beragam, termasuk tarian, tantangan, komedi, lip-sync, dan berbagai bentuk kreativitas lainnya.

Namun tak hanya itu saja, TikTok, sebagai sarana media sosial berbasis video pendek, telah efektif digunakan oleh para dai dan ustadz untuk menyampaikan pesan dakwah. Dengan kombinasi format kreatif dan jangkauan audiens yang luas, TikTok menjadi alat yang relevan untuk mencapai generasi digital. Keunggulan TikTok sebagai media dakwah terletak

pada durasi video yang singkat. Dalam beberapa detik, seorang dai dapat menyampaikan pesan yang padat dan mudah dipahami oleh pemirsa, sesuai dengan kecepatan konsumsi konten generasi muda yang cenderung menyukai informasi yang langsung, ringkas, dan menarik. Fitur duet dan lip sync di TikTok juga memberikan peluang kolaborasi antar-dai atau ustaz, memungkinkan terbentuknya komunitas yang mendukung dan memperluas jangkauan pesan dakwah. Pengguna dapat aktif berpartisipasi dengan menyuarakan pesan keagamaan melalui kreativitas mereka.

Daya tarik TikTok sebagai media dakwah juga terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang luas. Dengan jumlah pengguna mencapai jutaan, pesan dakwah dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat dan lintas budaya, memberikan peluang untuk menyampaikan nilai-nilai agama kepada mereka yang mungkin sulit dijangkau melalui metode konvensional. Meskipun demikian, seperti halnya media sosial lainnya, penggunaan TikTok sebagai media dakwah juga menimbulkan pertanyaan terkait dengan konten yang dibagikan. Oleh karena itu, dibutuhkan kehati-hatian dan pemilihan kata yang tepat untuk memastikan pesan dakwah tetap sesuai dengan prinsip-prinsip agama dan tidak menimbulkan kontroversi.

Dengan mempertimbangkan semua hal tersebut, TikTok telah terbukti sebagai platform yang dinamis dan efektif dalam menyebarkan pesan dakwah di era digital. Keberhasilannya terletak pada kemampuannya untuk

beradaptasi dengan kebutuhan generasi muda serta memberikan ruang kreativitas bagi para dai dan ustadz untuk menjangkau audiens mereka. Namun tak hanya seorang dai dan ustadz saja yang dapat menyebarkan pesan dakwah akan tetapi umat Islam dibelahan dunia juga bisa membuat konten yang memiliki pesan dakwah, salah satunya ada pada akun Tiktok @bagussuhar atau yang biasa dikenal dengan KakekTiktok yang biasa membuat konten animasi yang memiliki pesan tersirat khususnya dalam hal dakwah tersebut.

Konten dari akun @bagussuhar memuat suatu konten yang memiliki suatu pesan dakwah secara tersirat sehingga banyak informasi yang berkaitan dengan suatu bentuk kebaikan didalamnya, dengan menggunakan gaya Bahasa yang satire menjadi suatu ciri khas tersendiri bagi para pengikutnya di Tiktok. Ini yang menjadi bentuk pesan dakwah yang dapat tersampaikan oleh para pengikutnya diplatform Tiktok, dengan menggunakan kreativitas menggunakan perangkat editing akun tersebut membuat suatu konten animasi yang terkesan ringan namun memiliki suatu dampak yang sangat signifikan dalam menyampaikan bentuk pesan dan dapat mempengaruhi seseorang. Menurut Sanaky (2003:100), konten animasi memiliki potensi besar untuk memengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Hal ini disebabkan karena animasi merupakan salah satu bentuk media grafis yang mengandung gambar interpretatif dengan menggunakan simbol-simbol untuk menarik perhatian

dan menyampaikan pesan secara singkat dan efektif terhadap individu, situasi, atau peristiwa tertentu (Sanaky:2012).

Akun @bagussuhar merupakan salah satu akun di platform media sosial Tiktok yang memiliki karakteristik khusus, terutama dari segi gambar ilustrasi kartunnya, karena menggunakan tokoh seorang kakek yang diibaratkan sebagai seseorang yang memiliki suatu pengalaman yang lebih banyak dan sosok yang memberikan nasihat bijak, sehingga pengambilan karakter tersebut mampu menjadi simbol yang dalam animasi konten tersebut. Pada Tahun 2024 akun Tiktok @bagussuhar telah berhasil menarik lebih dari 498.800 pengikut, dengan tingkat interaksi pada postingannya mencapai lebih dari 12.400.000 suka. Keberhasilan ini dicapai melalui media visual berupa gambar ilustrasi dengan goresan yang menarik, yang disukai terutama oleh kalangan muda. Akun ini mampu bersaing dengan kartun-kartun non-Islam yang populer, meskipun memiliki dampak yang merugikan terhadap generasi muda Indonesia.

Hingga saat ini, akun Tiktok @bagussuhar tetap konsisten dalam memposting gambar yang mengandung pesan dakwah di dalamnya. Motivasi dari akun ini adalah untuk memberdayakan kemampuan seni dengan tujuan menyebarkan kebaikan. Selain mampu bersaing dengan karya seni ilustrasi non-Islam, dakwah melalui media sosial dalam bentuk gambar ilustrasi kartun dianggap relevan, terutama bagi generasi muda. Mulai dari coretan, warna,

hingga topik yang diangkat, akun ini memiliki daya tarik tersendiri karena materinya diambil dari Alquran, sejarah, dan hadis bahkan dalam kehidupan sehari-hari yang kemudian diinterpretasikan dalam bentuk ilustrasi komik.

Contoh salah satu konten animasi yang dibuat adalah salah satu survei: jumlah laki-laki yang tidak merokok tersisa 5% di Indonesia, pada tanggal bulan april 2024. Dalam konten animasi tersebut ada seorang kakek dalam gambaran animasi menjelaskan seseorang yang tiba-tiba merasa keren dan spesial karena menjadi bagian laki-laki yang tidak merokok namun dikalimat terakhirnya kakek tersebut menegaskan bahwa memang keren manjadi bagian dari 5% laki-laki yang tidak merokok. Adapun respon dari berbagai akun pengikut @bagussuhar diantaranya mereka bangga menjadi bagian dari 5% tersebut dan tak lain ada juga merasa dengan kalimat yang berbau humor misalnya dari akun @denayz12 yang berpendapat “gw salah satu investor gudang garam, hampir setiap hari gw beli sahamnya dengan membeli produknya” ini menandakan banyak pesan yang tersirat dan kritikan bagi seseorang yang memahami sebuah pesan yang disampaikan oleh akun tersebut.

Ditengah banyaknya ilustrasi kartun dan komik dengan makna serta nilai-nilai yang tidak sesuai dengan dakwah Islam, akun Tiktok @bagussuhar hadir dengan pesan edukatif yang berbasis Islam. Saat ilustrasi lain cenderung kontradiktif, hal ini menjadi ciri khas menarik dari akun ini dalam mengajak

kepada kebaikan melalui animasi. Mengingat hal tersebut, kartun dapat menjadi salah satu media efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Dengan menyatukan intisari ajaran Islam ke dalam gambar kartun, kartun dapat membantu para pembacanya untuk lebih menarik dan memahami ajaran Islam. Terlebih lagi, hal ini dapat membantu mencapai generasi muda sebagai penerus Islam dan meminimalisir konsumsi konten kartun yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian lebih lanjut tentang akun Tiktok @bagussuhar/KakekTiktok, dengan fokus pada analisis isi pesan dalam bentuk semiotik yang berjudul "DAKWAH SATIRE MELALUI KONTEN ANIMASI: (Analisis Semiotika pada Akun Tiktok @bagussuhar)" menjadi hal yang menarik bagi peneliti.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga fokus poin dan pertanyaan penelitian yang akan dijelaskan, yaitu:

1. Bagaimana makna denotasi pesan dakwah satire yang terdapat pada akun Tiktok @Bagussuhar? \
2. Bagaimana makna konotasi pesan dakwah satire yang diunggah pada akun tiktok @Bagussuhar?
3. Bagaimana mitos pesan dakwah satire yang terdapat pada akun tiktok @Bagussuhar?

C. Tujuan Penelitian

Dalam konteks tujuan penelitian, terdapat tiga fokus poin dan pertanyaan penelitian yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk memahami makna denotasi pesan dakwah satire yang disampaikan oleh akun Tiktok @bagussuhar.
2. Untuk mengidentifikasi makna konotasi pesan dakwah satire yang diunggah oleh akun Tiktok @bagussuhar.
3. Untuk meneliti dan memahami mitos yang mendasari pesan dakwah satire yang terdapat pada akun Tiktok @bagussuhar.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menciptakan sumber referensi yang bernilai dan berguna dalam mengevaluasi serta memperluas pemahaman dalam bidang dakwah. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi prinsip-prinsip dakwah yang dapat berfungsi sebagai pedoman dalam program studi Komunikasi Penyiaran Islam. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga untuk pembaruan dan pengembangan lebih lanjut dalam disiplin ilmu dakwah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dampak positif dalam pengembangan strategi dakwah, terutama di lingkungan Kampus UIN Bandung. Diharapkan bahwa hasil penelitian akan memberikan ide-ide berharga yang dapat meningkatkan efektivitas kegiatan dakwah dan menyesuaikan prinsip-prinsip dakwah dengan kebutuhan dan harapan dalam konteks dakwah yang ada. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan merangsang inovasi dalam praktik dakwah yang dapat memberikan dampak positif pada komunitas Kampus UIN Bandung dan masyarakat secara luas.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Sebelum menjalankan penelitian ini, penulis melakukan kajian literatur sebagai dasar untuk merinci penelitian sebelumnya sebagai referensi yang masih relevan dan terkait dengan penelitian penulis. Beberapa penelitian sebelumnya dapat dijadikan sebagai dasar untuk penelitian penulis, antara lain:

1. Dilansir dalam Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah E-Jurnal IAIN Pare yang ditulis oleh Sunaryanto¹, Ahmad Rofi Syamsuri tahun 2022 dengan judul “Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat”. Hasil dari penelitian ini memuat suatu penggunaan meme sebagai bagian dari dakwah digital menggunakan suatu teori semiotika sehingga

memiliki kesamaan dalam penelitian penulis. Jenis penelitian ini menggunakan Teori yang sama namun berbeda pada objek penelitian sehingga menjadi kajian penelitian yang relevan.

2. Ditulis oleh Ali Ma'sum Mahasiswa UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam 2023 dalam Skripsinya yang berjudul "Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @bagussuhar". Hasil dari penelitian ini memuat suatu kreatifitas pendakwah dalam menyiarkan pesan dakwah dalam media sosial. Penelitian yang dilakukannya memiliki kesamaan pada Objek Penelitian sehingga menjadi acuan bagi peneliti namun ada juga perbedaannya yaitu pada subjek dan Teori penelitian.
3. Ditulis oleh Nani Yulianti Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Jurusan Jurnalistik 2019 dalam Skripsinya yang berjudul "Satire sabagai Praktik Jurnalisme Komesi Analisis Semiotika Artikel Berlabel #2019Ganti Presiden pada Mojok.co)". berdasarkan hasil penelitian tersebut ia melihat bahwa pesan satire bisa tersirat dalam segala jenis media masa dengan menggunakan pendekatan semiotika atau pesan yang tersirat yang dapat dipahami bagi audiens. Penelitian yang dilakukannya memiliki kesamaan pada Teori Penelitian dan Metode Penelitian

sehingga menjadi acuan bagi peneliti namun ada juga perbedaannya yaitu pada subjek dan objek Penelitian.

4. Dilansir dalam Jurnal Koneksi: Ilmu Komunikasi E-Jurnal UNTAR yang ditulis oleh Stephen Jaufarry, Lusya Savitri Setyo Utami tahun 2022 dengan judul “Makna Satire Tersembunyi dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan A Mild Versi Bukan Main)”. Dalam Jurnal tersebut penelitiannya berusaha mengungkapkan suatu isi pesan yang disampaikan dalam sebuah iklan dengan menggunakan pendekatan teori semiotika roland bartes yang mengungkapkan isi pesan yang dapat disampaikan terhadap audiens. Jenis penelitian ini menggunakan Teori yang sama namun berbeda pada objek penelitian sehinggakan menjadi kajian penelitian yang relevan.
5. Ditulis oleh Elma Muflihatul Zanah Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam 2021 dalam Skripsinya yang berjudul “Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika pada Postingan Komunitas Facebook “Meme Dakwah Islam”)”. Hasil dari penelitian yang dilakukannya memiliki kesamaan pada Teori Penelitian dan Metode Penelitian sehingga menjadi acuan bagi peneliti namun ada juga perbedaannya yaitu pada subjek dan objek Penelitian.

Tabel 1. Kajian Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat	Sunaryanto1, Ahmad Rofi Syamsuri Jurnal 2022	Teori Penelitian Dan Metode penelitian	Objek Penelitian Dan Fokus penelitian
2.	Strategi Dakwah Kreatif pada Akun Tiktok @bagussuhar	Ali Ma'sum Skripsi 2023	Objek Penelitian, Metode Penelitian	Teori Penelitian
3.	Satire sabagai Praktik Jurnalisme Komesi Analisis Ssemiotika Artikel Berlabel #2019Ganti Presiden pada Mojok.co	Nani Yulianti Skripsi 2019	Teori penelitian dan Metode penelitian	Subjek penelitian dan Fokus Penelitian

4.	Makna Satire Tersembunyi dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan A Mild Versi Bukan Main)	Stephen Jaufarry, Lusia Savitri Setyo Utami Jurnal 2022	Teori penelitian dan Metode penelitian	Subjek penelitian dan Fokus Penelitian
5.	Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika pada Postingan Komunitas Facebook “Meme Dakwah Islam”)	Elma Muflihatul Zanah Skripsi 2021	Teori Penelitian dan metode Penelitian	Subjek Penelitian dan Fokus Penelitian

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini mengambil teori Semiotika yang merupakan bidang kajian yang sangat erat hubungannya dengan ilmu disiplin komunikasi. Secara etimologi semiologi atau semiotika berasal dari kata *semeiotics* dalam Bahasa Yunani *semeiotikos*, dalam Bahasa Inggris *an interpreter of signs* yang dapat

diartikan sebagai sebuah makna, atau tanda. Namun secara terminologi semiologi atau semiotika merupakan ilmu yang menafsirkan tanda, termasuk sistem tanda yang ada.

Seorang tokoh yang meneruskan sebuah pemikiran Saussure yaitu Roland Barthes, ia memainkan peran penting dalam pengembangan teori semiotika, terutama melalui karyanya "*Elements of Semiology*" yang diterbitkan pada tahun 1964. Dalam karya ini, Barthes menguraikan prinsip-prinsip dasar semiotika, yang merupakan studi tentang tanda dan sistem tanda.

Semiotika merupakan suatu kerangka kerja dalam ilmu pengetahuan sosial yang mengkaji 'tanda' sebagai sarana untuk memahami dunia dan jaringan sistem hubungan yang terdapat di dalamnya (Sobur, 2006: 87). Menurut konsep semiotika Roland Barthes, analisis semiotika terdiri dari tiga aspek utama, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda pada suatu realitas. Denotasi menghasilkan makna eksplisit, yang merupakan makna langsung, pasti, atau paling nyata dari suatu tanda. Dengan kata lain, denotasi mencerminkan apa yang secara konkret digambarkan oleh tanda.

Disisi lain, konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang beroperasi di dalamnya. Konotasi menghasilkan makna yang tidak eksplisit atau tidak langsung, dan Barthes

menggunakan istilah ini untuk menunjukkan signifikasi pada tahap kedua. Konotasi mencerminkan interaksi antara tanda dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai dalam suatu kebudayaan.

Dalam ranah semiotika, mitos merupakan hasil lanjutan dari makna konotasi. Ketika makna konotasi telah mengadopsi ideologi yang berlaku dalam masyarakat, itulah yang disebut sebagai mitos (Vera, Nawiroh: 2014). Menurut John Fikse, pada tingkat signifikasi kedua yang terkait dengan konten, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah cara di mana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami aspek-aspek tertentu tentang realitas atau fenomena alam. Mitos merupakan produk sosial yang memiliki dominasi tertentu yang tertanam dalam pandangan manusia terhadap apa yang ia lihat di kehidupannya. Contohnya, mitos dapat mencakup cerita tentang kehidupan dan kematian manusia, dewa, dan sebagainya.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis dapat memanfaatkan tiga jenis analisis semiotika, yakni analisis makna denotasi, konotasi, dan mitos. Penggunaan analisis semiotika dipilih oleh penulis karena objek penelitian berfokus pada konten animasi yang memiliki suatu mimik wajah, kata dan perbuatan yang dibuat oleh si pembuat konten pada akun Tiktok @bagussuhar.

2. Kerangka Konseptual

Dalam rangka penelitian ini, diperlukan adanya suatu teori atau konsep yang mendukung serta memiliki relevansi dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa konsep yang berhubungan dengan Media Dakwah, Satire dan Animasi.

Pertama, media dakwah Berdasarkan asal katanya dalam bahasa Latin, yakni "*medium*" (jamak: "media"), kata "media" memiliki makna sebagai perantara atau saluran (Arsyad, 2006:3). Pada abad ke-19, kata ini diadopsi ke dalam bahasa Inggris dengan arti serupa. Dalam konteks umum, media mengacu pada berbagai jenis saluran atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, atau hiburan kepada audiens.

Perkembangan penggunaan kata "media" sejalan dengan kemajuan teknologi dan komunikasi. Pada awalnya, media merujuk kepada bentuk tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Namun, Melihat suatu bentuk perkembangan yang semakin menjadi, media juga ikut berkembang sebagaimana mestinya. Seiring dengan perkembangan teknologi, istilah ini juga melibatkan media digital seperti situs web, platform media sosial, podcast, dan berbagai jenis konten digital lainnya. Melihat suatu bentuk perkembangan yang semakin menjadi, media juga ikut berkembang sebagaimana mestinya.

Dilihat dari segi bahasa, istilah "Dakwah" memiliki makna panggilan, seruan, atau ajakan. Dalam bahasa Arab, bentuk kata tersebut disebut *masdhar*, sementara bentuk kata kerjanya (*Fi'il*) adalah: Memanggil, menyeru, atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Dalam konteks pengertian istilah dakwah dijelaskan sebagai berikut: Menurut Prof. Toha Yahya Oemar, dakwah merujuk pada usaha mengajak umat dengan cara yang bijaksana, sesuai dengan petunjuk Tuhan, untuk kebaikan dunia dan akhirat.

Sejalan dengan definisi dakwah, Syaikh Ali Mahfudz mengartikan dakwah sebagai upaya untuk memotivasi manusia agar berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintah kebajikan, dan mencegah kemungkaran sehingga mereka dapat mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Selain itu, Sulthon (2003: 9) menjelaskan dakwah sebagai segala usaha atau aktivitas, baik secara lisan, tulisan, atau bentuk lainnya, yang bertujuan untuk menyeru, mengajak, dan memanggil manusia agar beriman dan mentaati Allah SWT, sesuai dengan aqidah, syari'ah, dan akhlak Islamiyah.

Peneliti, disisi lain, mendefinisikan dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam kepada pihak lainnya, baik melalui ucapan maupun tindakan, dengan tujuan amar ma'ruf nahi munkar, menggunakan media tertentu sesuai dengan petunjuk Al-Qur'an dan Hadits, demi mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Jika diperhatikan secara cermat, pengertian dakwah pada dasarnya adalah suatu bentuk komunikasi. Perbedaannya dengan bentuk komunikasi lainnya terletak pada cara dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam dakwah, seorang mubaligh sebagai komunikator berharap adanya partisipasi dari pihak komunikan, dengan harapan bahwa komunikan dapat mengambil sikap dan tindakan yang sesuai dengan pesan yang disampaikan. Karakteristik khususnya terletak pada pendekatan persuasif yang digunakan, serta tujuan untuk menciptakan perubahan atau pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama Islam (Tasmara, 1997: 39).

Dalam implementasinya, seorang da'i perlu menetapkan media dakwah berdasarkan beberapa kriteria, seperti kesesuaian dengan tujuan dakwah, faktor biaya, kesesuaian dengan metode, karakteristik mad'u, pertimbangan praktis, dan ketersediaan media tersebut. Hal ini akan sangat memengaruhi kesuksesan suatu dakwah, karena esensinya adalah bahwa media berfungsi sebagai jembatan yang memudahkan pesan dakwah disampaikan dari da'i kepada mad'u.

Kedua, Secara etimologis, asal-usul kata "satire" berasal dari bahasa Latin yaitu '*satura*', yang memiliki makna penuh atau berbuah, dan berkaitan dengan kata '*lanx*', yang berarti mangkuk. Kata ini kemudian berkembang menjadi istilah '*satura lanx*', yang mengacu pada mangkuk yang penuh dengan berbagai jenis buah (Highet, 1962). Menurut definisi dari Kamus

Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online tahun 2023, satire dapat diartikan sebagai gaya bahasa dalam karya sastra yang digunakan untuk menyampaikan sindiran terhadap suatu keadaan atau individu.

Dalam terminologi, satire dijelaskan sebagai bentuk sindiran atau kritikan terhadap suatu situasi yang diungkapkan melalui tulisan atau karya sastra. Penting untuk dicatat bahwa sindiran ini hanya mencerminkan atau mengungkapkan kondisi yang dikritik tanpa memberikan solusi terhadap permasalahan yang disoroti.

Ketiga, kata "animasi" berasal dari bahasa Latin, yaitu '*anima*' yang memiliki arti jiwa, hidup, nyawa, dan semangat. Animasi merupakan serangkaian gambar bergerak yang dipresentasikan dengan cepat dan memiliki keterkaitan satu sama lain. Dalam animasi memiliki suatu proses membuat gambar atau objek bergerak di layar atau media lainnya dengan cara menampilkan serangkaian gambar secara berurutan dengan kecepatan tertentu. Ini menciptakan ilusi gerak atau perubahan dalam bentuk, posisi, warna, atau sifat lainnya yang menyebabkan gambar atau objek tampak hidup dan bergerak.

Menurut Suciadi (2003), animasi didefinisikan sebagai objek atau beberapa objek yang mengalami pergerakan melintasi panggung atau mengalami perubahan bentuk, ukuran, warna, rotasi, atau properti lainnya. Sementara menurut Bustaman (2001), animasi diartikan sebagai suatu proses

untuk menciptakan efek gerakan atau perubahan dalam periode waktu tertentu. Pendapat lain dari Sibero (2009:7) menyebutkan bahwa animasi adalah bentuk karya grafis yang bergerak yang banyak digunakan dalam pembuatan film, iklan, video profil, dan sebagainya. Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa animasi merupakan suatu proses pembuatan objek yang muncul dalam bentuk gerakan di atas panggung dalam suatu periode waktu tertentu, dengan mengalami perubahan bentuk, ukuran, warna, rotasi, atau properti lainnya.

Penggunaan konten animasi sebagai sarana dakwah memerlukan animasi yang menarik dan materi pesan yang disampaikan harus sederhana agar dapat dipahami dengan mudah oleh penonton. Penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diartikan dengan benar, sehingga kesalahpahaman dapat dihindari, dan keberhasilan dalam upaya berdakwah melalui konten animasi dapat tercapai. Keempat, Kata atau istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin, yakni "communiatio" yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Dalam konteks kamus bahasa, komunikasi merujuk pada usaha untuk mencapai kebersamaan (Riswandi, 2009: 1).

Agar memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, peneliti menyajikan suatu bentuk struktur kerangka berpikir sebagai berikut:

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Menurut Hamid Darmadi, lokasi penelitian merujuk pada tempat di mana proses studi dilaksanakan untuk mencari solusi terhadap permasalahan penelitian (Darmadi, 2011: 52). Sementara itu, dalam perspektif Wiratna Sujarweni, lokasi penelitian didefinisikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian itu sendiri (Sujarweni, 2014: 73). Lokasi penelitian adalah tempat di mana peneliti melakukan pengumpulan data yang relevan dengan topik penelitian. Lokasi ini bisa berupa tempat fisik, seperti sekolah, kantor, desa, kota, atau institusi tertentu, maupun tempat virtual, seperti platform online, forum, atau komunitas digital. Pemilihan lokasi penelitian harus didasarkan pada tujuan penelitian dan ketersediaan data yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian

. Lokasi penelitian harus mendukung tujuan penelitian. Peneliti harus memastikan bahwa lokasi tersebut menyediakan data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Selain itu Lokasi penelitian harus memiliki sumber daya yang memadai untuk mendukung proses penelitian, termasuk akses ke responden, fasilitas, dan peralatan yang dibutuhkan.

Lokasi yang sedang diteliti oleh penulis pada Akun Tiktok @bagussuhar berada di Jl Cempaka Putih Tengah IV No 7a, Kelurahan

Cempaka Putih Timur Jakarta Pusat. Sebagai tempat yang akan saya teliti dengan alasan tempat tersebut bisa dijadikan penelitian saya.

2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut Prof. Kasiram, paradigma merujuk pada acuan longgar dalam penelitian, berupa asumsi, dalil, aksioma, potsulat, atau konsep yang digunakan sebagai panduan penelitian. Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif, juga dikenal sebagai paradigma fenomenologi atau naturalistik (Rahardjo, 2018). Paradigma ini sejalan dengan metode deskriptif kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian, karena berupaya untuk mendapatkan informasi tentang suatu kejadian, baik yang bersifat sosial maupun budaya.

Penelitian memanfaatkan suatu paradigma sebagai panduan untuk mengarahkan penelitian tersebut, sehingga penelitian tetap sesuai dengan prinsip-prinsip yang seharusnya diterapkan dalam penelitian. Paradigma ini mengacu pada cara seseorang memahami diri dan lingkungannya, yang pada akhirnya akan mempengaruhi cara berpikir dan bertindak individu tersebut. Dalam konteks penelitian ini, paradigma digunakan sebagai alat untuk membantu peneliti dalam memahami suatu fenomena. Paradigma merupakan kumpulan asumsi, ide, dan konsep yang membentuk landasan pemikiran penelitian.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian tentang dakwah satire di akun TikTok @bagussuhar adalah kritis, dengan mengadopsi teori semiotika Roland Barthes. Paradigma ini menekankan bahwa makna tidaklah tetap, tetapi terus-menerus dibentuk melalui produksi, konsumsi, dan reproduksi tanda-tanda dalam budaya kontemporer. Dalam konteks dakwah satire, pendekatan postmodernisme memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana makna dibangun, dipertentangkan, dan diulang melalui konten animasi di TikTok @bagussuhar.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, berdasarkan teori Roland Barthes. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana tanda-tanda dalam konten animasi merepresentasikan makna dan bagaimana makna tersebut ditafsirkan oleh audiens. Metode yang digunakan mencakup analisis semiotik, dekonstruksi makna, interpretasi audiens, dan analisis intertekstual. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang representasi, interpretasi, dan penerimaan dakwah satire melalui konten animasi di TikTok @bagussuhar.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan tipe penelitian analisis isi yang bertujuan untuk merinci dan memahami makna dari fakta-fakta yang ditemukan dalam situasi lapangan terkait dengan penerapan dakwah satire melalui konten

animasi pada akun TikTok @bagussuhar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan temuan yang terkait dengan praktik dakwah menggunakan pesan satire melalui konten animasi, dengan menggunakan pendekatan teori semiotika untuk menginterpretasikan tanda dan simbol yang muncul dalam konten tersebut.

Penelitian analisis isi adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menganalisis isi komunikasi secara sistematis dan objektif, untuk mengungkap makna yang tersembunyi dan pola-pola yang terdapat dalam suatu teks, gambar, atau media lainnya. Penelitian ini berbeda dengan penelitian deskriptif yang lebih berfokus pada pemaparan fakta-fakta, karena analisis isi berupaya untuk mengungkap dan menginterpretasikan pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut (Krippendorff, 2004: 18).

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis isi digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pesan dakwah satire dikomunikasikan melalui konten animasi. Pendekatan ini melibatkan analisis mendalam terhadap tanda dan simbol yang terdapat dalam konten animasi di TikTok, untuk memahami bagaimana pesan-pesan satire disampaikan kepada audiens. Proses analisis ini mencakup identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi dari berbagai elemen yang muncul dalam konten tersebut, serta konteks di mana pesan itu disampaikan.

Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana dakwah satire berfungsi dalam media digital, serta bagaimana audiens merespon pesan-pesan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang fenomena yang sedang terjadi, tetapi juga menginterpretasikan makna di balik penggunaan pesan satire dalam dakwah melalui konten animasi di TikTok.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini dirancang berdasarkan jenis data dan sumber data sebagai berikut:

a. Jenis Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini harus bersifat kualitatif, yang berarti data tersebut berfokus pada pengamatan dan pencatatan fenomena. Jenis data kualitatif yang relevan mencakup data wawancara, data observasi, dan catatan-catatan terkait masalah yang diteliti selama proses penelitian. Adapun jenis data yang diperlukan oleh penulis adalah:

- Data observasi konten animasi:
 - a. Deskripsi visual konten animasi, termasuk karakter, latar belakang, dan objek yang digunakan.

- b. Identifikasi kode-kode budaya dan sosial yang muncul dalam konten animasi, seperti simbol-simbol atau metafora yang digunakan.
 - c. Analisis naratif konten animasi, meliputi struktur cerita, plot, dan pengembangan karakter.
- Data wawancara dengan pembuat konten:
 - a. Motivasi di balik pembuatan konten animasi dengan tema dakwah satire.
 - b. Proses kreatif dalam menciptakan konten animasi, termasuk pemilihan topic, pembuatan skrip, dan proses animasi.
 - Catatan-catatan dari permasalahan yang dihadapi:
 - a. Reaksi dan komentar dari pemirsa terhadap konten animasi, termasuk kesuksesan dalam menyampaikan pesan dakwah satire.
 - b. Tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah satire melalui konten animasi, seperti risiko kontroversi atau kesulitan dalam menghindari stereotip.

Data kualitatif ini akan membantu dalam memahami secara mendalam bagaimana dakwah satire diwujudkan dalam konten animasi @bagussuhar dan bagaimana konten tersebut diterima

oleh pemirsa. Dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, data ini akan dianalisis untuk mengungkap makna-makna yang terkandung dalam konten animasi tersebut.

b. Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Data primer berasal dari konten animasi

Video yang diposting oleh akun @bagussuhar di TikTok menjadi sumber utama untuk analisis. Ini termasuk karakter, narasi, visual, dan pesan yang disampaikan dalam setiap video.

2. Data sekunder merujuk pada wawancara dengan pembuat konten

Melakukan wawancara langsung dengan pembuat konten untuk memahami motivasi di balik pembuatan konten, proses kreatif, dan tujuan dari dakwah satire yang diwujudkan.

5. Informan atau Unit Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan informan penelitian. Menurut Moleong L, informan penelitian merujuk kepada individu yang

dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi, kondisi, dan latar belakang penelitian, dan mereka adalah orang-orang yang memiliki pemahaman menyeluruh terkait permasalahan yang sedang diteliti.

Dalam konteks penelitian ini penulis memfokuskan pada akun tiktok @bagussuhar sebagai informan yang menjadi fokus dari penelitian penulis. Mereka adalah individu atau tim yang bertanggung jawab atas pembuatan, penulisan skrip, dan produksi konten animasi yang diposting di akun tersebut. Wawancara dengan mereka dapat memberikan wawasan tentang motivasi, tujuan, dan strategi di balik pembuatan konten dakwah satire.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik atau cara pengumpulan data dapat dilakukan melalui interview (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan kombinasi dari ketiganya (Sugiyono, 2017: 194). Dalam kerangka penelitian ini, penulis mengadopsi teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Sugiyono menjelaskan bahwa observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki ciri khas tertentu dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan, di lokasi penelitian yang telah dipilih (Sugiyono, 2017: 203). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan pada

akun Tiktok @bagussuhar. Tujuan observasi adalah untuk memberikan informasi langsung dan akurat, dan peneliti dapat mencatat data yang diperlukan secara sistematis.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan jika peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari responden yang jumlahnya sedikit (Sugiyono, 2017: 194). Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber atau informan yang telah ditentukan. Pendekatan wawancara dilakukan secara mendalam untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam. Untuk memastikan data yang akurat dan valid, wawancara akan dilakukan langsung setelah menentukan jadwal pertemuan dengan informan terkait.

c. Dokumentasi

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa dokumentasi berasal dari kata dokumen yang merujuk pada barang-barang tertulis. Dalam metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2006: 158). Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan cara peneliti mengamati secara langsung dan mengumpulkan

dokumen-dokumen yang terkait dengan kegiatan Pondok Pesantren Raudlatul Ulum. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa foto, catatan, atau tulisan lainnya yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Strategi penjamin keabsahan data tingkat keaslian data yang diperoleh dalam penelitian dipengaruhi oleh sejauh mana temuan penelitian tersebut dan validitas data yang digunakan. Untuk mencapai kesimpulan penelitian yang berkualitas tinggi, peneliti menerapkan beberapa strategi evaluasi keandalan data sebagai berikut:

a. Observasi yang Teliti

Penelitian ini dilaksanakan dengan teliti dalam melakukan telaah mendalam terhadap buku. Data yang relevan dengan kebutuhan penelitian ditemukan melalui proses observasi yang cermat dan teliti.

1. Melakukan pengamatan mendalam terhadap konten animasi yang dipublikasikan di akun TikTok @bagussuhar.
2. Memperhatikan dengan seksama elemen-elemen visual, seperti karakter, latar belakang, dan objek-objek yang digunakan dalam setiap video.

3. Mengamati naratif yang disajikan dalam konten animasi, termasuk struktur cerita, plot, dan pengembangan karakter.
4. Mencatat secara rinci penggunaan simbol, metafora, dan elemen-elemen semiotik lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah satire.

b. Diversifikasi

Sumber Referensi Dalam usaha meningkatkan validitas temuan penelitian, peneliti berusaha memperluas jumlah referensi yang tersedia. Hal ini dilakukan untuk menguji dan memperbaiki hasil penelitian, serta meningkatkan keandalan data yang dihasilkan.

1. Memastikan keabsahan temuan dengan mencocokkannya dengan data dari sumber yang relevan, seperti hasil wawancara dengan pembuat konten atau tanggapan dari pemirsa.
2. Melakukan verifikasi dengan membandingkan temuan observasi dengan konten animasi serupa di platform TikTok atau platform media sosial lainnya.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data, menurut Sugiyono, adalah suatu proses sistematis untuk mengumpulkan dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan

lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, penjabaran menjadi unit-unit, sintesis, penyusunan pola, pemilihan informasi yang relevan, dan pembuatan kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain (Sugiyono, 2018: 482).

Dalam penelitian ini, tahapan teknis analisis data akan dilakukan dengan cermat pada akun Tiktok @bagussuhar yang memiliki konten dakwah satire tersebut. Namun, untuk meningkatkan efisiensi waktu, penulis akan menerapkan teknik analisis data dengan langkah-langkah berikut:

- a. Seleksi data atau reduksi data, yaitu pengelompokan data dan penempatannya pada bagian yang relevan untuk memberikan hasil yang lebih jelas.

Data dari observasi konten animasi, wawancara dengan pembuat konten, dan tanggapan pemirsa disajikan secara rinci dan terstruktur. Ini bisa berupa transkripsi wawancara, catatan observasi, kutipan dari komentar pemirsa, atau cuplikan video konten animasi. Penyajian data harus menunjukkan variasi konten animasi yang diamati dan bagaimana elemen semiotiknya digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah satire.

- b. Penyajian data atau display data, melibatkan penyajian data dalam bentuk informasi singkat, diagram, jaringan, dan sejenisnya.

Berdasarkan analisis data, peneliti menarik kesimpulan tentang bagaimana dakwah satire diwujudkan dalam konten animasi di akun TikTok @bagussuhar dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Kesimpulan didasarkan pada temuan dari observasi konten animasi, hasil wawancara, dan tanggapan pemirsa, serta dianalisis dalam konteks konsep semiotic Barthes.

- c. Penarikan kesimpulan sebagai tahap akhir penelitian, yang memberikan gambaran keabsahan penelitian yang sudah jelas.

Berdasarkan analisis data, peneliti menarik kesimpulan tentang bagaimana dakwah satire diwujudkan dalam konten animasi di akun TikTok @bagussuhar dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Kesimpulan didasarkan pada temuan dari observasi konten animasi, hasil wawancara, dan tanggapan pemirsa, serta dianalisis dalam konteks konsep semiotik Barthes.

- d. Verifikasi, suatu peninjauan kembali terhadap keabsahan penelitian yang seluruhnya telah dilakukan.

Langkah terakhir adalah verifikasi temuan dan kesimpulan dengan membandingkannya dengan data lain atau sumber yang relevan. Ini dapat melibatkan meminta tanggapan dari ahli teori semiotika atau orang-orang yang terlibat dalam pembuatan atau konsumsi konten animasi. Verifikasi juga bisa dilakukan dengan

membandingkan temuan penelitian dengan konten animasi serupa dari akun TikTok lain atau platform media sosial lainnya.

Akhir dari penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan melalui interpretasi, bertujuan untuk menjelaskan makna dari data yang telah disiapkan. Data yang telah dianalisis akan dijelaskan lebih lanjut, memberikan makna melalui deskripsi fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Semua tahapan ini akan dilakukan oleh penulis dengan menggunakan data yang relevan dari sumber yang telah difokuskan dari akun Tiktok @bagussuhar.

