

**SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN
TIKTOK @AMALJARIAH.KU**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

NUR ISKANDAR

NIM. 3417048

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN
TIKTOK @AMALJARIAH.KU**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

NUR ISKANDAR
NIM. 3417048

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nur Iskandar
NIM : 3417048
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN TIKTOK @AMALJARIAH.KU”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Pekalongan, 18 Oktober 2021

Penulis,

METERAI
TEMPEL
D1DAJX501686998
Nur Iskandar
3417048

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc.M.A
Jl. Anggrek No. 3 GTA Tirto Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nur Iskandar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : NUR ISKANDAR

NIM : 3417048

Judul : **SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN
TIKTOK @AMALJARIAH.KU**

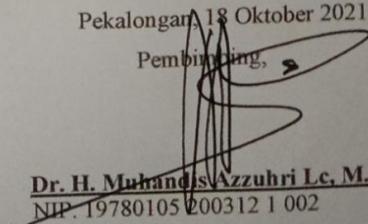
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 18 Oktober 2021

Pembimbing,


Dr. H. Muhandis Azzuhri Lc, M.A.
NIP. 19780105 200312 1 002



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : NUR ISKANDAR
NIM : 3417048
Judul Skripsi : SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN
TIKTOK @AMALJARIAH.KU

Telah diujikan pada hari Jum'at, 29 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

H. Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP.197904022006041003

Penguji II

Ahmad Hidayatullah, M.Sos
NIP.199003102019031013

Pekalongan, 29 Oktober 2021

Disahkan Oleh
Dekan,



Dr. H. Sam'ani M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengan titik diatas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik

			(diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Rangkap Panjang
أ = a	أِي = ai	آ = ā
إ = i	أُو = au	أِي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراجعة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Kata Sandang Artikel

kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرث	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan untuk meraih cita-cita. Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada:

1. Terima kasih untuk diri, sudah mampu berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan. Menyelesaikan dengan baik adalah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. *Good job Kandar.*
2. Kedua orang tuaku, Bapak Mahsun dan Ibu Nasiatun yang telah memberikan dorongan do'a, moril, materil, motivasi, cinta, kasih sayang, aqidah akhlaq sehingga membuat saya optimis menjadi lulus dengan pencapaian sesuai target.
3. Terima kasih kepada ketua jurusan Misbakhudin Lc. M.Ag yang telah membantu semua hal yang berkaitan dengan kelulusan saya,
4. Terima kasih kepada Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi
5. Terima kasih kepada seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengalaman berharga selama perkuliahan
6. Untuk teman teman dari *WhatsApp Group* "Jangan Bct Wacana" yang sudah memberi tawa saat sedang susah dan bingung dalam pengerjaan skripsi ini.

7. Untuk sahabat-sahabat KPI A Angkatan 2017 yang telah mewarnai hari-hari saya, saling menyemangati dan saling berbagi senang maupun sedih.
8. Tak lupa untuk teman-teman tercinta Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan angkatan 2017. Angkatan yang orang-orang bilang angkatan terkompak.
9. Terima kasih untuk organisasi HMJ KPI 2017 mengajari saya bertanggung jawab atas semua hal baik maupun buruk. Orang-orang '*Down to Earth*' yang aku temukan dengan memberi kenyamanan hingga sekarang.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan hingga skripsi saya terselesaikan.

MOTTO

Hidup adalah apa yang terjadi pada Anda, sementara Anda sibuk

membuat rencana lain

(John Lennon)

ABSTRAK

Nur Iskandar. 3417048 Semiotika Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @Amaljariah.Ku. Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, Pembimbing Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A.

Dakwah melalui media sosial mempunyai peluang besar diminati milenial yang cenderung menyukai segala sesuatu yang berbau digital. Tiktok bisa berpotensi menjadi media dakwah untuk membumikan nilai-nilai keislaman yang dikemas secara modern, dengan cara menyajikan postingan yang berbau islami seperti ceramah Ustadz, nasehat islami dan lainnya seperti yang dilakukan oleh akun Tiktok @amaljarah.ku.

Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa semiotika komunikasi dakwah yang ada pada akun Tiktok @amaljarah.ku. Menggunakan metode penelitian *field research*, dan melalui pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Dalam menganalisis data, penulis melakukan pengumpulan data terlebih dahulu, kemudian penulis akan memilih 10 postingan yang ada pada akun Tiktok @amaljarah.ku menggunakan *Purposive Sampling*, kemudian dari data tersebut penulis analisis menggunakan Semiotika Charles Sanders Peirce, yang kemudian penulis dapat menarik kesimpulan dari analisis tersebut.

Dari hasil 10 sampel postingan yang diteliti, nasehat yang dinarasikan oleh Risma yang ada pada potingan akun Tiktok @amaljarah.ku berfungsi sebagai representasi atau tanda. Objeknya adalah apa yang ditampilkan pada postingan tersebut. Selanjutnya terdapat intepretan yang merupakan makna dari postingan tersebut yang muncul.

Kata Kunci: Semiotika, Komunikasi Dakwah, Tiktok.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Sastra Religius Sebagai Media Dakwah (*Content Analysis Terhadap Karya Sujiwo Tejo & M.N. Kamba 'Tuhan Maha Asyik'*). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Dr. Sam'ani, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan.
3. Misbakhudin Lc. M.Ag selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Amat Zuhri, M.Ag. selaku Wali Dosen Penulis.
5. Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. selaku dosen pembimbing
6. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan beserta Staff.
7. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan memotivasi.

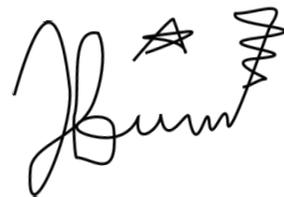
8. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata hanya Allah SWT penulis memanjatkan do'a, Dan semoga segala bentuk bantuan memberikan balasan berupa amal yang berlipat kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya.Aamin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 18 Oktober 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Iskandar', with a star symbol above the 'u' and a decorative flourish at the end.

NUR ISKANDAR

NIM. 3417048

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II KOMUNIKASI DAKWAH DAN DAKWAH MELALUI TIKTOK....	20
A. Komunikasi Dakwah.....	20
B. Dakwah Melalui Tiktok	26
BAB III GAMBARAN UMUM DAM KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN TIKTOK @AMALJARIAH.KU	33
A. Gambaran Umum Akun Tiktok @amaljariah.ku.....	33
B. Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @Amaljariah.Ku.....	36
BAB IV SEMIOTIKA KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN TIKTOK @AMALJARIAH.KU	47
A. Analisis Semiotika Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @amaljariah.ku	47
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA 69
LAMPIRAN..... 73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil <i>screenshoot</i> postingan akun Tiktok @amaljarah.ku.....	6
Gambar 3.1 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	33
Gambar 3.2 Hasil mengunduh logo di akun Tiktok @amaljarah.ku.....	35
Gambar 3.3 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	35
Gambar 3.4 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	37
Gambar 3.5 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	38
Gambar 3.6 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	39
Gambar 3.7 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	40
Gambar 3.8 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	41
Gambar 3.9 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	42
Gambar 3.10 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	43
Gambar 3.11 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	44
Gambar 3.12 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	47
Gambar 4.1 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	49
Gambar 4.2 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	51
Gambar 4.3 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	53
Gambar 4.4 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	55
Gambar 4.5 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	57
Gambar 4.6 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	59
Gambar 4.7 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	61
Gambar 4.8 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	62

Gambar 4.9 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	63
Gambar 4.10 Hasil <i>Screenshoot</i> akun Tiktok @amaljarah.ku.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terciptanya komunikasi yaitu melalui proses penyampaian informasi dari komunikator menuju komunikan melalui media sehingga menghasilkan suatu reaksi tertentu. Islam memandang komunikasi sebagai suatu kegiatan yang memiliki peran cukup penting bagi berlangsungnya hidup manusia sebagai kelompok masyarakat dan sebagai makhluk Allah SWT.¹ Dakwah dan komunikasi merupakan suatu aktivitas yang hampir sama, karena dakwah adalah bagian dari komunikasi. Ciri khas yang membedakannya terletak pada pendekatan yang dilakukan secara persuasif.

Pada awalnya, kegiatan dakwah dilakukan dengan cara berceramah di atas mimbar, di sana orang-orang berkumpul untuk mendengarkannya. Namun, tidak semua orang memiliki kemampuan berbicara di depan khalayak umum seperti seorang penceramah, maka berbagai cara bisa dilakukan untuk berdakwah asalkan sesuai dengan tuntunan Nabi Muhammad SAW dan juga petunjuk Allah, yaitu berdakwah dengan hikmah atau pelajaran yang baik. Dakwah sendiri memiliki prinsip rahmatan lil'amin yaitu menjunjung tinggi nilai-nilai akhlak, tanpa adanya unsur pemaksaan, kekerasan ataupun mengandalkan senjata.² Maka dari itu, setiap individu muslim mempunyai tanggung jawab

¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 14.

² Fadil Ibnu Ahmad, *Dakwah Online*, Cet. Ke-1 (Bandung: Penerbit Mizania, 2014), hlm.

menjadi seorang pendakwah. Sebagaimana perintah dakwah dalam surat At-Taubah ayat 71, yaitu:

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ
 الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

Artinya: “Dan orang-orang beriman, pria dan wanita, sebagian mereka (adalah) menjadi penolong untuk sebagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah serta Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sesungguhnya Allah Maha perkasa lagi Maha bijaksana” (QS At-Taubah: 71)

Tujuan utama dakwah adalah untuk mengubah perilaku manusia yang semula negatif menjadi positif. Untuk mencapai tujuan dakwah tersebut, maka dibutuhkan media yang dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah agar lebih efektif dan efisien. Di era sekarang, berbagai macam media dakwah dapat dijumpai, tidak terbatas hanya sekedar berdakwah di atas mimbar-mimbar lembaga keagamaan atau tempat ibadah seperti masjid atau pesantren, media dakwah juga dapat melalui buku, novel, majalah, film, lagu hingga internet.³

Perkembangan teknologi dan informasi sangatlah pesat hingga masuk dan mempengaruhi hampir disemua lini kehidupan manusia. Salah satu pengaruhnya adalah membuat seseorang bisa dengan mudah menjangkau semua hal tanpa harus keluar dari rumah. Disinilah peran dakwah sangat diperlukan, pendakwah dapat memanfaatkan celah tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan agamanya tanpa harus bertemu secara langsung dengan masyarakat.

³ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. Ke-1 (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hlm.38.

Lewat media cetak memungkinkan untuk pendakwah menulis pesan-pesan agamanya dan kemudian menyebarluaskan ke tempat-tempat tak terbatas kepada para pembaca.⁴ Selain itu, bisa juga melalui media elektronik seperti radio yang berbentuk audio, maupun televisi yang berbentuk audio visual. Atau bahkan bisa melalui internet yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun melalui laptop, komputer hingga telepon pintar.

Kemajuan teknologi mempermudah komunikasi dan interaksi jarak jauh dari perkotaan sampai ke pelosok-pelosok desa. Aneka macam informasi, hiburan, berita, berbelanja, hingga mencari kenalan bisa dengan mudah diakses melalui internet. Sadar atau tidak dengan adanya internet, kita telah melakukan proses perpindahan yang semula di dunia nyata menuju dunia maya.⁵ Hilangnya dimensi waktu, jarak dan tempat pada dunia maya, membuat seseorang yang pendiam menjadi berani berbicara di media sosial untuk menuangkan ide, gagasan maupun komentarnya. Pada dasarnya, apapun pesan yang disebarkan melalui media komunikasi massa, bisa bersifat mencerahkan, memotivasi dan menginspirasi.

Tiktok merupakan alternatif media sosial yang untuk dijadikan sebagai media dakwah. Berdasarkan laporan dari pihak Tiktok, hingga Juli 2020 pengguna aktif Tiktok telah mencapai sebanyak 689,17 juta. Hal itu merupakan sebuah prestasi yang luar biasa untuk aplikasi yang baru diluncurkan pada 2016. Selain itu, jumlah unduhan aplikasi video pendek ini

⁴ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, Cet. Ke-2 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 32.

⁵ Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi* (Makassar: Penerbit Shofia, 2019), hlm. 44.

telah mencapai 2 miliar secara global. Hal tersebut adalah kabar baik untuk para dai jika menjadikan Tiktok sebagai alat untuk dakwah.

Tiktok telah menjelma menjadi salah satu media sosial favorit bagi generasi muda. Beberapa keunikan yang dimiliki Tiktok diantaranya adalah, pengguna bisa melihat video tanpa harus memiliki akun Tiktok. Ini tentu akan sangat bermanfaat untuk pengguna yang malas untuk membuat akun. Keunikan lainnya adalah fitur dari videonya yang terbatas. Fitur video Tiktok ini hanya berdurasi 15 detik dan maksimal adalah 3 menit. Selain itu, keunikan yang dimiliki Tiktok lainnya yaitu istilah *For Your Page* atau FYP, adalah sebutan untuk kolom '*For You*' yang muncul pada beranda TikTok. Istilah ini digunakan dalam bentuk tagar atau *hashtag* dengan tujuan agar video bisa masuk ke dalam kolom FYP. Video yang telah berhasil masuk FYP akan menjadi video viral dengan banyak *likes* dan juga *viewers*.⁶

Akun Tiktok @amaljarah.ku merupakan salah satu contoh akun di Tiktok yang menggunakan Tiktok sebagai media untuk berdakwah dengan menggunakan video-video pendek berupa kajian nasehat atau ceramah dan lagu-lagu sholawat maupun religi yang disajikan secara menarik untuk dilihat oleh para pengikutnya. Selain menggunakan media sosial yang sedang populer, dakwah yang dilakukan oleh akun Tiktok @amaljarah.ku juga mempunyai metode yang unik dan juga menarik. Mayoritas pengguna Tiktok sendiri berasal dari kalangan remaja atau anak muda yang sedang membutuhkan bekal agama maupun penanaman nilai moral. Oleh karena itu, aktivitas dakwah akun

⁶ Yohana Noni Bulele, "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok", (Batam: *Konferensi Bisnis, Ilmu Sosial dan Teknologi Inovasi*, Vol. 1, No. 1, 2020)

@amaljarah.ku yang memanfaatkan media sosial Tiktok diharapkan bisa mempermudah dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah.

Akun Tiktok @amaljarah.ku dibuat pada bulan November 2020 oleh Risma. Hingga saat ini akun Tiktok @amaljarah.ku telah mengunggah 185 video dengan total like mencapai 19 juta serta memiliki 468,5 ribu pengikut. Akun ini berinovasi menjawab berbagai tantangan zaman dalam melakukan dakwah, karena terkadang orang jaman sekarang yang telah mengenal teknologi, merasa malas untuk datang melihat dan mendengarkan dakwah secara langsung melalui mimbar. Oleh karena itu pentingnya melakukan inovasi dalam berdakwah terlebih ditujukan pada kalangan remaja dengan membuat suatu hal yang menarik.⁷

Hubungan antara dakwah dan media sosial seperti Tiktok yang mengandung unsur Islami harus diteliti dan dianalisa. Hal ini bertujuan agar kita mengetahui pesan yang terkandung didalamnya, sehingga membuat kita menjadi manusia yang lebih baik lagi. Untuk mengetahui berbagai macam tanda dalam setiap postingan Tiktok yang memiliki nuansa Islami, maka peneliti akan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Dalam teori semiotika Charles Sanders Peirce, lebih dalam menggali mengenai makna kata dan simbol yang terdapat di dalamnya. Semiotika sendiri merupakan ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda dan semua hal yang berhubungan dengannya.⁸

Teori semiotika Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* dan konsep trikotominya. Peirce berpendapat bahwa tanda merupakan

⁷ <https://vt.tiktok.com/ZGJB1aXKx/> diakses pada 12 Juli 2021

⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 265.

segala sesuatu yang terdapat pada diri seseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Menurutnya, tanda bisa menjadi sesuatu yang berarti bagi seseorang jika diperantarai oleh *interpretan*.⁹ Tiga elemen dasar dari Charles Sander Peirce terdiri atas *representemen*, *Object* dan *Interpretan*. Yang berfungsi sebagai tanda (*sign*) atau bentuk yang diterima oleh tanda disebut *representemen*. Suatu hal yang menyatakan pada tanda disebut *Object*. Dan penafsiran dari sebuah tanda disebut *interpretan*.¹⁰

Dalam postingan akun Tiktok @amaljarah.ku mengandung unsur-unsur dakwah, seperti pada contoh berikut ini:



Gambar 1 Hasil *screenshot* postingan akun Tiktok @amaljarah.ku

⁹ AlexlSobur, *AnalisisTeks Media*, (Bandung: PT.IRemaja Rosdakaty, 2015), hlm. 111.

¹⁰ Vina Rosalina, "Pesan Dakwah Dalam Kisah Abu Nawas Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce", (Jurnal Syntax Fusion, Vol. 1, No. 1, Oktober 2020), hlm. 76.

Pada gambar diatas merupakan postingan dengan judul “Kok Lo Di Fitnah Diam Aja Sih Sekarang”, yang kemudian diisi oleh potongan video Ustadz Hannan Attaki yang memberi nasehat sebagai berikut:

“Banyak orang berbicara untuk membela diri, padahal kalau dia diam Allah yang balas dia. Kita membela diri gak ngaruh, karena pembelaan diri kita itu bersifat subjektif. Tapi kalo Allah yang bela kita, Allah punya banyak cara sebagai pembalasannya”.

Dari postingan tersebut jika kita analisis dengan metode semiotika Charles Sanders Peirce, nasehat dari Risma merupakan sebuah tanda, di mana objeknya adalah Risma selaku pendiri dan admin yang memberikan nasehat untuk bersikap tawakal atau berserah diri kepada Allah. Intepretannya adalah bahwa kita sebagai umat muslim harus bersikap tawakal, seperti hadits Rasulullah yang berbunyi:

لَوْ أَنَّكُمْ تَوَكَّلْتُمْ عَلَى اللَّهِ حَقَّ تَوَكُّلِهِ لَرَزَقَكُمْ كَمَا يَرْزُقُ الطَّيْرَ، تَغْدُوَ إِحْمَاصًا وَتَرُوحُ بِطَانًا

Artinya: *“Apabila kalian benar-benar bertawakal kepada Allah, sungguh Allah akan memberi rezeki sebagaimana Allah memberi rezeki kepada seekor burung yang pergi dalam keadaan lapar dan kembali dalam keadaan kenyang.”* (HR. Tirmidzi).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkatnya menjadi sebuah judul: “Semiotika Komunikasi Dakwah Pada Akun Tiktok @amaljarah.ku”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang tersebut, maka didapat sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis semiotika komunikasi dakwah pada akun Tiktok @amaljarah.ku yang ditinjau dari semiotika Charles Sanders Peirce?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis semiotika komunikasi dakwah yang ditinjau menggunakan semiotika dari Charles Sanders Peirce pada akun Tiktok @amaljarah.ku.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat diangkat sebagai kajian dengan menempatkan media sosial seperti tiktok sebagai media dakwah, juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang komunikasi serta kepenyiaran Islam.

2. Secara Praktis

Diharapkan dengan munculnya penelitian ini bisa menjadi referensi serta membawa wawasan Islam bagi mahasiswa dan masyarakat luas serta para praktisi dakwah untuk dapat mengembangkan tugas dakwah melalui media sosial seperti tiktok.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

- a. Semiotika Komunikasi Dakwah

Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tentang tanda.¹¹

Salah satu tokoh semiotika yang merupakan seorang ahli filsafat

¹¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2017), hlm. 15.

dari Amerika adalah Charles Sanders Peice. Ia mendefinisikan tanda yang terdiri atas *representament* (sesuatu yang melakukan representasi) yang menunjuk kepada objek (yang menjadi perhatian *representament*), yang kemudian menimbulkan *intepretant* (suatu makna tersendiri bagi seseorang). Islam sebagai agama yang meletakkan amal saleh yakni perbuatan yang sesuai dengan dasar-dasar keislaman berupa Al-Qur'an dan Hadits yang sekaligus berkedudukan sebagai akhlak mulia. Tujuan dibalik dakwah adalah untuk mempertahankan ajaran Islam. Sedangkan pada dasarnya tujuan dibalik komunikasi dakwah adalah untuk mencoba mengubah perilaku sasaran dakwah sehingga mereka akan mengakui dan menerima ajaran Islam serta mengamalkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari. Semiotika dan komunikasi dakwah tidak bisa dipisahkan karena semiotika merupakan ilmu yang mempelajari sebuah tanda, sedangkan tanda sendiri merupakan bagian pesan yang ditujukan oleh pendakwah kepada *mad'u*.¹²

b. Tiktok

Tiktok adalah aplikasi media sosial yang mengandalkan video musik. Aplikasi ini dimulai dari China yang dibuat oleh ByteDance yang saat ini merupakan aplikasi yang diunduh paling banyak di dunia ini. Aplikasi Tiktok menawarkan fitur yang bisa

¹² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 63.

membuat pengguna untuk membuat rekaman pendek yang digabungkan dengan alunan musik, membuat *lipsync* video dan mengunggahnya. Anda juga dapat menggunakan aplikasi ini untuk sebuah tontonan. Pada dasarnya ada beberapa keunggulan Tiktok, pertama sebagai media untuk menunjukkan kreatifitas pengguna. Kedua, Tiktok sebagai media untuk para kreator untuk menunjukkan bakat. Ketiga, sebagai tempat untuk menemukan popularitas.¹³

c. Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah

Media sosial bisa dibilang cukup mudah dan praktis bila digunakan untuk media dalam berdakwah jika dibandingkan berdakwah langsung. Selain jangkauannya luas, media sosial bisa menghilangkan batasan golongan, rasisme, serta agama. Lewat media sosial seseorang dapat menuangkan pemikirannya melalui tulisan atau audio visual tanpa adanya batasan waktu. Dewasa ini sudah ada beberapa orang memanfaatkan media sosial seperti Tiktok sebagai wadah untuk berdakwah. Keunggulan dari Tiktok sendiri yaitu karena video yang diposting mempunyai durasi yang tidak terlalu panjang yaitu maksimal 3 menit, sehingga tidak akan membuat timbulnya rasa bosan terhadap informan. Maka dai itu,

¹³ Yohana Noni Bulele, “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok”, (Batam: *Konferensi Bisnis, Ilmu Sosial dan Teknologi Inovasi*, Vol. 1, No. 1, 2020)

dapat disimpulkan bahwa Tiktok cukup efektif jika dijadikan salah satu media dalam berdakwah.¹⁴

2. Penelitian Relevan

Pertama, Penelitian yang berjudul Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers), diteliti oleh mahasiswa KPI IAIN Purwokerto yang bernama Dwi Askinita. Penelitian ini memakai analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce dan juga memakai pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat unsur ikon dan indeks pada akun instagram @xkwavers untuk menginterpretasikan makna dakwah yang ada.¹⁵

Persamaan yang ada dalam penelitian ini yaitu sama-sama memakai analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce serta pendekatanyang dipakai adalah kualitatif. Sementara itu perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.

Kedua, Penelitian yang berjudul Komunikasi Persuasif Dalam Mencegah Zina Melalui Tipografi Pada Akun Instagram Jomblo Mulia, yang diteliti oleh mahasiswa dari prodi KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang bernama Bima Rizky Fatkhurrohman. Penelitian disini memanfaatkan semiotika dari Charles Sanders Peirce

¹⁴ Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang", (Malang: AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 1, 2021)

¹⁵ Dwi Askinita, "Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)", *Skripsi*, (Purwokerto : Perpustakaan IAIN Purwokerto, 2021)

serta menggunakan pendekatan Kualitatif. Peneliti menguak sebuah temuan bahwa yang diposting oleh akun instgaram @JombloMulia berupa tipografi adalah dengan memanfaatkan sebuah teknik komunikasi persuasif dalam hal penyampaian pesan dan juga nilai sebagai pencegahan zina.¹⁶

Persamaan pada penelitian ini yaitu penggunaan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce dan pemakaian pendekatan kualitatif. Sementara itu perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.

Ketiga, Penelitian yang berjudul Fenomena Pengguna Aplikasi Tiktok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung, yang diteliti oleh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan yang bernama Siska Rahmawati. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018, dengan mengkaji tentang adanya sebuah fenomena yang ada pada mahasiswa Universitas Pasundan dalam penggunaan aplikasi Tiktok.¹⁷

Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama-sama memakai analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce dan pendekatan penelitian kualitatif serta tiktok sebagai media sosial yang diteliti. Sementara itu perbedaannya terletak pada pembahasannya.

¹⁶ Bima Rizky Fatkhurrohman, "Komunikasi Persuasif Dalam Mencegah Zina Melalui Tipografi Pada Akun Instagram Jomblo Mulia", *Skripsi* (Yogyakarta: Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2019).

¹⁷ Siska Rahmawati, "Fenomena Pengguna Aplikasi Tiktok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung", *Skripsi*, (Bandung: Perpustakaan Universitas Pasundan Bandung, 2018).

Keempat, Penelitian yang berjudul Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Felix Siauw: Melalui Pendekatan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce, yang diteliti oleh mahasiswa Prodi KPI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang bernama Ikhwan Al Ghifari. Untuk melihat pesan dakwah dibalik instagram tersebut, peneliti disini memakai analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce serta memakai pendekatan kualitatif.¹⁸

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah pada analisis dan pendekatan penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada akun media sosial yang diteliti.

3. Kerangka Berpikir dan Ruang Lingkup Penulisan

Charles Sanders Peirce telah dikenal secara luas dengan membawa teori mengenai tanda. Bagi Peirce, tanda bisa menjadi hal yang mewakili sesuatu yang ada pada seseorang. Kategori teori yang dijeaskan Pierce antara lain ‘*Firstness*’, ‘*Secondness*,’ dan ‘*Thirdness*,’ yang kemudian menghubungkan ide-ide tentang teori tanda-tanda yang terdiri dari ‘*Icon/Ikon*’, ‘*Index/Index*’, dan ‘*Symbol/Simbol*’. Tiga elemen dasar dari Charles Sander Pierce terdiri dari *representemen*, *object* dan *interpretan*. Yang berfungsi sebagai tanda (*sign*) atau bentuk yang diterima oleh tanda disebut *representemen*. Suatu hal

¹⁸ Ikhwan Al Ghifari, “Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Felix Siauw: Melalui Pendekatan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Perpustakaan UMY, 2017).

yang menyatakan pada tanda disebut *Object*. Dan penafsiran dari sebuah tanda disebut *interpretan*.¹⁹

Komunikasi dan Dakwah mempunyai hubungan yang cukup erat jika diakitkan. Dakwah bisa menjadi salah satu cara komunikasi yang dilakukan manusia dan bisa juga menjadi sumber moral dan juga etika dalam komunikasi. Berdakwah melalui media sosial seperti tiktok dapat menjadi solusi bagi kemajuan teknologi yang semakin pesat. Peneliti hendak meneliti bagaimana unsur-unsur dakwah yang ada dalam setiap postingan akun Tiktok @amaljarah.ku.

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu akun Tiktok @amaljarah.ku yang dan akan mengambil 10 postingan sebagai sampelnya. Teknik pengambilan sampelnya sendiri menggunakan metode *Purposive Sampling* (disebut juga selective, judgement atau subjektif sampling) merupakan sebuah cara dalam pengambilan sampel dimana saat memilih anggota populasi dalam penelitian untuk berpartisipasi, peneliti mengandalkan penilaiannya sendiri. Purposive sampling adalah cara pengambilan sampel *non-probabilitas* karena hal itu terjadi ketika komponen yang ditetapkan sebagai sampel untuk memilihnya bersumber dari penilaian peneliti. Para peneliti yakin bahwa mereka bisa mendapatkan sampel yang sesuai dengan memakai penilaian tepat, sehingga bisa menghemat ruang dan waktu.²⁰

¹⁹ Vina Rosalina, "Pesan Dakwah Dalam Kisah Abu Nawas Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce", (Jurnal Syntax Fusion, Vol. 1, No. 1, Oktober 2020), hlm. 76.

²⁰ Moh Kasiram, *Metode Penelitian*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 227.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini mempelajari tentang bagaimana latar belakang suatu keadaan saat ini serta interaksi individu, kelompok, sosial hingga masyarakat secara mendalam. Ide penting dari penelitian ini adalah peneliti turun ke lapangan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap fenomena yang terjadi.²¹ Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada akun tiktok @amaljahiah.ku.

Jenis pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif yang diharapkan agar mampu untuk memahami keadaan subjek penelitian dan menunjukkan data-dat yang diperlukan dalam bentuk deskriptif dengan tujuan data yang diperoleh tidak perlu dikuantifikasikan.²²

2. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data yang didapat adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau sumber data utama dalam penelitian ini yaitu didapat melalui akun tiktok @amaljahiah.ku.

b. Sumber Data Sekunder

²¹ Husaini Usman dkk, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2006), hlm 5.

²² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: IPT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm.16.

Sumber data sekunder pada penelitian ini didapat melalui buku-buku dakwah, buku-buku komunikasi, buku-buku Sastra Religius maupun jurnal-jurnal penelitian yang menurut peneliti bisa menunjang data-data pokok.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode untuk pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan observasi.

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian sosial. Pada dasarnya teknik dokumentasi digunakan untuk mencari data historis. Dokumen adalah catatan dari berbagai peristiwa yang telah lalu dalam bentuk karya tulisan, gambar, dan sebagainya yang luar biasa dari seseorang.²³

Penulis menggunakan metode dokumentasi yaitu suatu penyelidikan dengan menerapkan metode pemecahan ilmiah dengan bersumber pada dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan, selain itu dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah akun tiktok @amaljarah.ku.

b. Observasi

Observasi adalah suatu metode yang ditempuh dengan cara pengamatan secara langsung kemudian melakukan pencatatan

²³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif....*, hlm. 176.

secara sistematis pada obyek yang akan diteliti untuk mengumpulkan data. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan pada akun Tiktok @amaljarah.ku.

c. Wawancara

Digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Pedoman dari pengumpulan data dari metode ini tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, melainkan sebuah garis besar tentang data dan informasi apa saja yang ingin didapatkan dari informan, Metode wawancara dilakukan kepada pemilik akun Tiktok @amaljarah.ku.²⁴

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah memanfaatkan semiotika Charles Sanders Peirce dalam memaknai tanda-tanda yang terdapat pada postingan di akun tiktok @amaljarah.ku. Tujuan dari analisis Data kualitatif adalah agar peneliti mendapatkan sebuah makna yang bisa digunakan dengan baik untuk menjawab suatu masalah yang telah dirumuskan. Peneliti tidak menggunakan sebuah angka-angka seperti halnya

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 145.

pada analisis kuantitatif. Standar utama teknik analisis data kualitatif adalah untuk menyelidiki atau menggambarkan data-data yang dikumpulkan dengan tujuan agar data tersebut terkoordinasi, terorganisir dan memiliki makna.²⁵

Tahapan analisis data pada penelitian ini yaitu dengan model triadic, dimana pada postingan akun Tiktok @amaljahiah.ku peneliti akan mencari sebuah tanda dan objeknya yang kemudian akan diinterpretasikan.²⁶ Untuk menganalisis data yang ada, akan digunakan analisis data kualitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Kemudian menjadi satu kesimpulan mengenai semiotika komunikasi dakwah pada akun tiktok @amaljahiah.ku.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulisannya akan dibagi menjadi beberapa bab dan setiap bab terdapat beberapa sub bab. Berikut sistematika penulisannya:

BAB I menjelaskan mengenai Pendahuluan. Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis), tinjauan pustaka (analisis teori, penelitian relevan, serta kerangka berfikir dan ruang lingkup penelitian), metode penelitian (jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data), serta sistematika penulisan.

²⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2004), hlm. 41.

²⁶ Kahfie Nazaruddin, *Pengantar Semiotika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 11.

BAB II menjelaskan mengenai Semiotika Charles Sanders Peirce, komunikasi dakwah dan dakwah melalui Tiktok. Di dalamnya akan dijelaskan tentang pengertian dari semiotika Charles Sanders Pierce. Selain itu juga akan menjelaskan mengenai komunikasi dakwah (pengertian, unsur-unsur komunikasi dakwah, dan prinsip). Pada bab ini juga akan menjelaskan tentang dakwah melalui tiktok (pengertian Tiktok dan pemanfaatan tiktok sebagai media dakwah)

BAB III berisi gambaran umum dan temuan komunikasi dakwah pada akun @amaljariah.ku

BAB IV ini berisi Hasil Analisis penelitian dan pembahasan. Di dalamnya akan membahas mengenai hasil temuan yang ditemukan oleh penulis dari postingan akun tiktok @amaljariah.ku yang mengandung unsur komunikasi dakwah. Selanjutnya, peneliti akan menganalisisnya dengan semiotika Charles Sanders Pierce dan menggolongkan dalam komunikasi dakwah.

BAB V berisi Penutup, penulis memberikan kesimpulan terhadap apa yang telah diteliti oleh peneliti dalam karya tulis ilmiah ini, serta memberikan saran-saran yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data pada 10 postingan akun Tiktok @amaljarah.ku dengan menggunakan analisis semiotika dari Charles Sander Peirce, maka dapat disimpulkan bahwa Nasehat yang dinarasikan oleh Risma yang ada pada potongan akun Tiktok @amaljarah.ku berfungsi sebagai representasi atau tanda. Kemudian objeknya adalah apa yang ditampilkan pada postingan tersebut seperti contohnya pada postingan 21 Februari 2021 objeknya adalah sebuah nasehat yang dinarasikan oleh Risma yang disajikan dalam bentuk teks disertai *backsound* musik dengan latar belakang video orang berbaju putih yang sedang berlari sambil mengangkat satu tangannya. Kemudian Interpretannya dalam postingan tersebut adalah terdapat orang berbaju putih yang sedang berlari sambil mengangkat satu tangannya. Orang yang berbaju putih menandakan bahwa dia adalah seorang dengan hati bersih karena warna putih identik dengan hal yang bersih. Kemudian orang itu berlari sambil mengangkat tangannya seolah ingin meraih sesuatu. Dalam postingan tersebut komunikasi dakwah yang dapat dimaknai sesuai dengan teks dan tanda di video yang ada dalam postingan adalah bahwa kita seseorang hatinya bisa bersih jika bisa mencari ridhanya Allah, karena sesungguhnya Kita yang butuh Allah,

bukan Allah yang butuh Kita. Hal itu sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Surat Fatir Ayat 15 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Wahai manusia, kamulah yang memerlukan Allah. Hanya Allah Yang Mahakaya lagi Maha Terpuji” (QS Fatir: 15).

B. Saran

1. Untuk pemilik Akun alangkah baiknya hanya menampilkan konten yang milik sendiri agar tidak mengandung *copyright*.
2. Lembaga IAIN Pekalongan selaku penyedia saran-saran yang dibutuhkan oleh mahasiswa agar menunjang penelitian, diharapkan dapat melengkapi kebutuhan referensi mahasiswa khususnya referensi yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan dakwah maupun sastra.
3. Kepada seluruh pembaca secara umum, disarankan agar dapat menyeleksi bacaan-bacaan yang bermanfaat serta dapat menambah ilmu dan mengasah iman, seperti bacaan sastra yang bertajuk religius.
4. Walaupun penelitian ini sudah mendapatkan hasil akhir, disarankan untuk pneliti lain agar hasil penelitian ini bisa ditelaah lebih jauh lebih lanjut dan dikembangkan sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki oleh berbagai perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ansor, Ahidul. 2018. *Paradigma Dakwah*, Yogyakarta: LKIS.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakaarta: Kencana Pranada Media Group.
- H Hoed, Benny. 2014 *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*, Bandung: Komunitas Bambu.
- Ibnu Ahmad, Fadil. 2014 *Dakwah Online*, Cet. Ke-1. Bandung: Penerbit Mizania.
- Ilahi, Wahyu. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metode Penelitian*. Malang: UIN Maliki Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mahyuddin. 2019. *Sosiologi Komunikasi*. Makassar: Penerbit Shofia.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Massa*, Cet. Ke-2. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nazaruddin, Kahfie. 2015. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qadaruddin Abdullah, Muhammad. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. Ke-1. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Saiful Ma'arif, Bambang. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2015. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2017. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Usman dkk, Husaini. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta, PT. Bumi Aksara.

Jurnal

Aji, Wisnu Nugroho. 2012. “Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia”. *Jurnal Proceeding Unikal, IV, NO.7*.

Aprilian, Devri. 2019. “Hubungan antara Pengguna Aplikasi Tik Tok dengan Perilaku Narsisme Siswa Kelas VIII SMP Negeri 8 Bengkulu”, *Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling, II, No.3*.

Farida, Luluk. 2021. “Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang”. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 2, No. 1*.

Aldi fatriadi. 2020. “Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Dimasa Pandemi Covid-19”. *Jurnal Islam Nusantara 3, no. 2*.

Hikmat, 2011. “Pesan-pesan Dakwah dalam Bahasa Tuter”, *Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 5, No. 17*.

Rosalina, Vina. 2020. “Pesan Dakwah Dalam Kisah Abu Nawas (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. *Jurnal Syntax Fusion, Vol. 1, No. 1*

Susilowati. 2018. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram. *Ejournal.Bsi.Ac.Id, 9*.

Wibowo, Adi. 2019. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital,” *Jurnal Islam Nusantara 3, no. 2*.

Skripsi

Al Ghifari, Ikhwan. 2017. “Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Felix Siau: Melalui Pendekatan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce”. UMY.

Askinita, Dwi. 2021. “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)”. IAIN Purwokerto.

Fatkhurrohman, Bima Rizky. 2019. “Komunikasi Persuasif Dalam Mencegah Zina Melalui Tipografi Pada Akun Instagram Jomblo Mulia”. UIN Sunan Kalijaga.

Rahmawati, Siska. 2019. "Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung". Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung.