

**ANALISIS SEMIOTIK DAKWAH HUMANIS
DALAM AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANA MILLATUL AZKA
NIM. 2042116006

**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 : Ana Millatul Azka
NIM : 2042116006
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS SEMIOTIK DAKWAH HUMANIS DALAM AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU”** 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, 22 Oktober 2021

Penulis,


Ana Millatul Azka
NIM. 2042116006

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc. M.A

Jl. Bugenvil 1, Perum Graha Tirto Asri Pekalongan

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ana Millatul Azka

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 : Ana Millatul Azka

NIM : 2042116006

Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul : **“ANALISIS SEMIOTIK HUMOR DAKWAH DALAM
AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU”**

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

Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 7 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 : ANA MILLATUL AZKA
NIM : 2042116006
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIK DAKWAH HUMANIS DALAM AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU

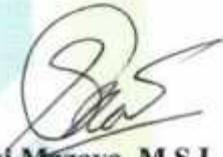
Telah diujikan pada hari Jum'at, 22 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd
NIP. 198501132015031003

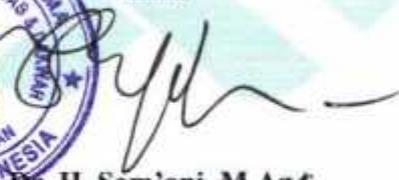

Vyki Mazaya, M.S.I
NIP. 199001312018012002

Pekalongan, 22 Oktober 2021

Disahkan Oleh

Dekan,




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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan adalah berdasar pada, hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543 b / U / 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

A. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	šā'	š	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ح	ḥā'	Ḥ	h (dengan titik dibawahnya)
خ	khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Ḍal	Ḍ	z (dengan titik diatasnya)
ر	rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Ṣād	ṣ	s (dengan titik dibawahnya)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik dibawahnya)
ط	ṭā'	ṭ	t (dengan titik dibawahnya)
ظ	ẓā'	ẓ	z (dengan titik dibawahnya)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
ف	fā'	F	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
هـ	Hā'	H	-
ء	Hamzah	`	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā'	Y	-

B. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أَي = ai	أ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أ = u		أَوْ = ū

1. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

فاطمة = fātimah

2. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربّنا = rabbanā

البرّ = al-birr

3. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang di ikutioleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandangitu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجل = ar-rajulu

السيدة = as-syyidah

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

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = al-jalāl

4. Huruf Hamzah

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

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai`un

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahillobbil ‘alamin, Bismillahirrohmanirrohim,

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad Saw, seluruh sahabat, keluarga, dan seluruh pengikutnya yang senantiasa mengamalkan sunah-sunahnya. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi: Analisis Semiotik Humor Dakwah dalam Akun Instagram NU Garis Lucu. Semoga ikhtiar ini dapat menjadikan perantara hadirnya kebahagiaan dan aliran do'a restu. Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu mendo'akan, memberi motivasi dan mendampingi penulis :

1. Bapak dan Ibu, yang telah mendidik, memberikan kasih sayang sekaligus do'a yang tak pernah berhenti mereka panjatkan untuk anak-anaknya, semoga dapat mengantarkan kepada kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Untuk semua sahabat-sahabatku KPI angkatan 2016, terutama temen "rewo-rewo". Serta sahabat rumahku, terimakasih telah menjadi support systemku untuk mengerjakan karya tulis ini.
3. Untuk seseorang yang sangat berarti dalam hidup saya dan insyaAllah menjadi teman hidup saya, terimakasih selalu ada, untuk menghibur, membantu, menyemangati dan juga yang mengingatkan agar karya tulis ini segera diselesaikan.
4. Dan terimakasih untuk diriku sendiri yang sudah bertahan dan mau berkolaborasi dengan karya tulis ini. Semoga sehat selalu dan dipermudahkan segala urusannya.
5. Almamater tercintaku, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan.

Penulis menyadari tak ada persembahan yang mampu membalas jasa-jasa mereka kepada penulis. Dan berharap semoga karya ini dapat memberikan keberkahan dan kemanfaatan bagi kita semua. Amiin.

MOTTO

لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ

“Tiada daya dan upaya kecuali dengan kekuatan Allah yang Maha Tinggi lagi
Maha Agung.”

ABSTRAK

Ana Milatul Azka, 2021. Analisis Semiotik Humor Dakwah dalam Akun Instagram NU Garis Lucu. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc. MA.

Kata kunci: *Analisis Semiotik, Dakwah Humanis, Instagram*

Berdakwah memiliki beragam media, sarana dakwah menjadi penting dalam memudahkan penyampaian pesan dakwah berupa nilai-nilai kebaikan. Diantara sekian banyak media, internet (media sosial) menjadi media dakwah yang tetap eksis. Internet khususnya instagram dapat digunakan sebagai dakwah *bil qalam* bagi da'i untuk menyampaikan pesan dakwah. Sebagai salah satu media dakwah, instagram dinilai cukup efektif dan relevan untuk digunakan berdakwah. Banyaknya akun dakwah di media instagram, salah satunya akun @nugarislucu. Dalam akun tersebut bertema kehidupan sosial dan kemasyarakatan dengan nuansa pesan dakwah humanis.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana analisis semiotik dakwah humanis dalam akun Nu Garis Lucu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis kajian *field research* serta menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan dilakukan observasi virtual secara mendalam oleh peneliti untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Hasil penelitian pada postingan akun instagram NU Garis Lucu mengandung dakwah humanis seperti ajakan untuk saling bertoleransi (menghargai), hidup dengan kerukunan, perdamaian, berbuat baik terhadap siapapun, anjuran untuk menjaga tali silaturahmi, mengajarkan untuk beribadah dengan khusyuk dan ikhlas, patuh terhadap semua perintah Allah, ajakan untuk selalu berikhtiar (menjaga kesehatan dan kebersihan), dan anjuran untuk selalu bersyukur kepada Allah SWT .

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Selanjutnya tak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah memberikan kesempatan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Misbakhudin, Lc. M.Ag, selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc. M.A, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan motivasi, semangat, saran, serta bersedia memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Amat Zuhri, M.Ag, selaku Wali Dosen selama belajar di bangku perkuliahan yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan inspirasi.

6. Teman-teman seperjuangan keluarga besar KPI angkatan 2016 yang luar biasa baik.

Semoga amal baik dan jasa yang diberikan kepada penulis mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati, karya ini penulis persembahkan, disertai harapan semoga kehadirannya membawa manfaat bagi semua pembaca yang budiman.

Pekalongan, 7 Oktober 2021

Penulis,



Ana Millatul Azka
NIM. 2042116006

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	v
PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Kegunaan penelitian.....	6
E. Tinjauan pustaka	7
F. Metode penelitian	15
G. Sistematika penulisan.....	20
BAB II ANALISIS SIMIOTIK DAKWAH HUMANIS	22
A. Dakwah	22
B. Pengertian Humanisme	41
C. Jenis – jenis Humanisme.....	42
D. Prinsip-prinsip Humanisme dalam Islam.....	43
E. Dakwah Humanis	44
F. Pengertian Media Sosial	45
G. Pengertian Instagram	46
H. Pengertian Semiotik	47

BAB III AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU	51
A. Sejarah NU	51
B. Profil NU Garis Lucu	57
C. Penyajian Data	62
BAB IV ANALISIS SEMIOTIK DAKWAH HUMANIS DALAM	
AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU	62
A. Analisis Data Pesan Dakwah Akun Instagram NU Garis Lucu	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	104
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penelitian Relevan.....	11
Tabel 3.1 : Setingan data yang diperoleh	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Gambar profil dan postingan akun @nugarislucu	5
Gambar 1.2	: Kerangka berfikir	15
Gambar 4.1	: Penyajian Data Postingan 1	62
Gambar 4.2	: Penyajian Data Postingan 2	66
Gambar 4.3	: Penyajian Data Postingan 3	70
Gambar 4.4	: Penyajian Data Postingan 4	74
Gambar 4.5	: Penyajian Data Postingan 5	78
Gambar 4.6	: Penyajian Data Postingan 6	82
Gambar 4.7	: Penyajian Data Postingan 7	86
Gambar 4.8	: Penyajian Data Postingan 8	89
Gambar 4.9	: Penyajian Data Postingan 9	93
Gambar 4.10	: Penyajian Data Postingan 10	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah dalam penyiaran Islam sangat sentral dan strategis. Berdakwah berarti mengkomunikasikan ajaran Islam kepada masyarakat, sebagaimana da'i menyampaikan pesan ajaran Islam kepada mad'u, dan mad'u menerima pesan yang disampaikan, mengolahnya dan kemudian meresponnya. Dalam hal ini terjadi proses keterkaitan antara da'i dengan mad'u, dan kemudian mad'u menerapkan pesan tersebut. Dari proses ini di diharapkan mampu memberikan dampak perubahan kepercayaan, sikap dan tingkahlaku mad'u ke arah yang lebih baik atau lebih Islami.¹

Dakwah merupakan kegiatan rutinitas keseharian dan memiliki kekuatan besar dalam mewujudkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan manusia. Dakwah pada dasarnya memiliki dua fungsi yang utama, yaitu fungsi risalah dan kerahmatan. Fungsi risalah yaitu, dakwah merupakan proses pembangunan dan perubahan sosial menuju kehidupan yang lebih baik. Sedangkan dakwah dalam fungsi kerahmatan adalah upaya menjadikan Islam sebagai konsep bagi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Untuk mewujudkan fungsi tersebut para da'i dituntut untuk berusaha menyentuh dan menyejukkan hati manusia, sehingga dakwah Islamiyah akan senantiasa diterima ditengah-tengah masyarakat. Inilah

¹ Amrullah, Achmad. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. (Yogyakarta: Prima Duta, 2003). Hlm.117

tantangan bagi da'i sebagai agen perubahan sosial sekaligus penyampai risalah kenabian bagi umat Islam²

Dalam menyampaikan pesan kerisalahan dan kerahmatan harus disadari bahwa dakwah hadir ditengah-tengah masyarakat yang terus mengalami perkembangan. Masyarakat sasaran dakwah bukan hanya dari satu kalangan saja, melainkan dari berbagai kalangan dan dari berbagai suku, ras, dan budaya. Dalam perbedaan tersebut, praktik dakwah harus mampu memberikan kesejukan bagi siapa saja yang mendengarkannya, karena ajaran Islam yang di bawa oleh Nabi Muhammad SAW bersifat universal.³

Masyarakat saat ini yang terus mengalami perkembangan, memerlukan satu panggilan dakwah yang mengarah pada penyelamatan pada eksistensi kemanusiaan. Sebagaimana dikutip pada Mawardi Siregar, yang menjelaskan bahwa pemahaman terhadap kemajemukan masyarakat sasaran dakwah, dan dengan kecenderungannya menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan tujuan dakwah.⁴

Dakwah yang membebaskan, mencerdaskan dan mencerahkan ini disebut dengan dakwah humanis. Dakwah humanis menjadi sebuah tuntutan mutlak, terutama melihat fenomena sekarang adanya kesenjangan ekonomi umat, masalah akhlak, keberagaman simbolik, serta pendidikan umat yang masih terbelakang dibandingkan umat-umat lain. Dalam konteks ini, Kuntowijoyo

² Amrullah, Achmad. Hlm.120

³ Keuniversalan ajaran agama Islam, dapat dilihat dalam surah *Saba'* ayat 28, yang menjelaskan bahwa Rasulullah SAW diutus untuk sekalian alam.

⁴ Siregar, Mawardi. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Dakwah* (Kajian dari Sudut Pandang Psikologi) dalam Jurnal Al Hikma: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan, Vol. I No. 1 Tahun 2010 (STAIN Kala Langsa)

menganjurkan adanya pergeseran paradigma dakwah ke arah yang lebih konkret namun tetap santai.⁵

Media yang semakin beragam jenis dan karakternya, dengan jangkauan yang semakin luas dan mudah. Hal ini membuat masyarakat umum dunia khususnya umat Islam, kini semakin memiliki banyak alternative dalam mengakses berbagai informasi tanpa ada hambatan. Melalui fasilitas internet umat Islam kini semakin mudah membuka semua pintu informasi tanpa terkecuali. Pada sisi lain ketika kekuatan mediamulai menyentuh hal-hal yang dinilai bersebrangan dengan norma-norma yang berlaku, media pun tak jarang manuai kritikan bahkan penolakan.⁶

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang paling diminati oleh mayoritas warga Negara Indonesia bahkan dunia. Akhir-akhir ini kegiatan dakwah yang dilakukan pada media sosial memiliki porsi yang lebih besar dikarenakan akses yang banyak dilakukan oleh masyarakat saat ini. Keadaan ini yang menjadi pencetus munculnya akun-akun dakwah baik yang berkonten provokasi, santai maupun humanis.⁷

Menurut hasil survey We Are Social dan Hootsuite per Januari 2021, pengguna aktif medsos bertambah 10 juta pengguna dibandingkan pada Januari 2020. Pengguna internet Indonesia terkini mencapai 202,6 juta. Instagram

⁵ Basri, Fenomena Dakwah Radikal: Penyikapan Akademisi Stain SAS Babl Terhadap Model dan Pendekatan dalam Berdakwah. Jurnal awaizh, Vol. 1 No. 7, Juni 2016

⁶ Saeful, Asep. *Komunikasi Dakwah Teori Pendekatan, dan Aplikasi*. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2012) hlm. 58

⁷ Hidayatullah Ahmad dan Tri Darmaningrum Khaerunnisa. *Inklusifitas Dahwah Akun @NUgarislucu Di Media Sosial*, (Islamic Communication Jurnal), Volume 4, Nomer 2, Juli-Desember 2019. Hlm 184 diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 13.20 di <https://core.ac.uk/download/pdf/276262748.pdf>

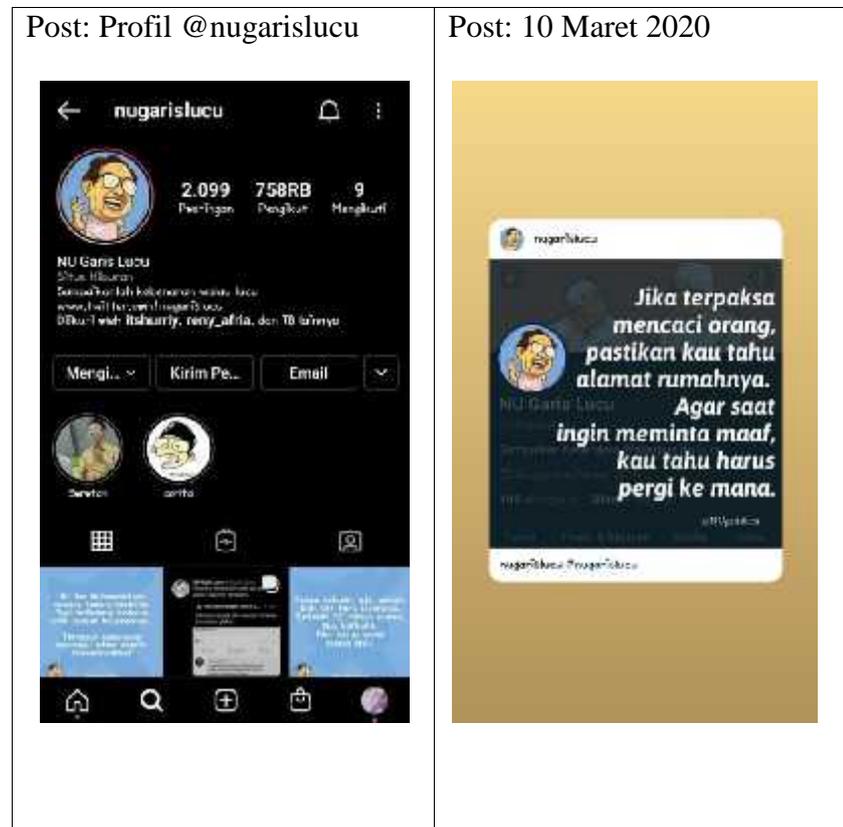
merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tiga di Indonesia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram juga digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di Indonesia mencapai angka 85 juta pada Januari 2021.⁸

Dakwah di jaman sekarang ini bukan hanya dimimbar (lisan) saja, namun juga bisa dilakukan melalui tulisan. Dakwah dengan tulisan dalam bentuk surat kabar, koran, majalah, cerita pendek, novel, artikel dan ada juga *meme* ataupun *quotes*. Seiring berkembangnya zaman banyak yang berdakwah melalui tulisan di media sosial, seperti pada akun instagram @nugarislucu. Ada beberapa akun dakwah yang aktif menggunakan instagram sebagai media dakwah seperti akun @cewehijrah @kiai_ku @dawuhguru @abbasy_islamicdesign dan masih banyak lainnya. Salah satu akun yang sering membuat konten dakwah humanis adalah @nugarislucu yang bergabung dengan instagram pada tanggal 29 Juli 2015 dengan 792 ribu pengikut.⁹ Salah satu contoh konten dalam akun instagram @nugarislucu yang didalamnya mengandung unsur dakwah humanis yaitu:

⁸ <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari> (diakses pada 08/04/2021 pada pukul 22.05

⁹ www.instagram.com diakses pada tanggal 28 November 2021

Gambar 1.1 Gambar profil dan postingan akun @nugarislucu



Pemilihan akun instagram @nugarislucu ini, terfokuskan dengan bagaimana cara menyampaikan ajaran Islam dengan santai, humor, memotivasi, membimbing, menjalin hubungan sosial, tidak provokasi dan sebagainya.¹⁰ Hal ini bertujuan agar yang disampaikan nya bisa diterima dengan baik dari kalangan manapun, dan tetap berpedoman pada dakwah amar ma'ruf nahi munkar yang dibawa oleh Rosulullah SAW. Untuk itu peneliti berharap agar bisa memberi referensi dalam berdakwah yang masakini dan mengikuti perkembangan jaman. Peneliti tertarik untuk meneliti akun instagram

¹⁰ Rosyid, Moh. Paradigma dan Strategi Dakwah Humanis. Jurnal Analisis, Vol. XII, No. 2, Tahun 2015.

@nugarislucu secara mendalam dan mengambil contoh pada periode 1 Maret 2020 sampai 31 Maret 2020. Selama bulan Maret terdapat 42 postingan di akun instagram @nugarislucu, namun peneliti hanya mengambil 5-10 postingan yang didalamnya terdapat unsur dakwah humanis.

Penulis tertarik dengan menggunakan analisa semiotik, karena analisis ini bersifat semiotik yang strukturalis. Dan di instagram terdapat tiga macam tanda, yaitu lambang, ikon, dan Indeks. Maka penulis memilih menggunakan model analisis teori charles sander peirce ini karena cocok untuk menganalisa bahasa (tulisan) dan gambar pada postingan-postingannya dan mempunyai sifat yang kompleks.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka masalah pokok yang dibahas dalam proposal ini adalah:

Bagaimana analisis semiotik dakwah humanis dalam akun instagram @nugarislucu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui:

Untuk mengetahui pesan dakwah humanis yang terdapat dalam postingan akun instagram @nugarislucu.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka kegunaan yang dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini bersifat akademis, diharapkan dapat berguna bagi semua kalangan akademisi dalam menyumbangkan sautu pemikiran mengenai teknik dalam berdakwah dengan menggunakan media Instagram.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai analisis strategi dakwah, mampu memperkaya khasanah ilmu komunikasi dan dakwah melalui media sosial instagram dalam menyajikan konten dakwah yang menarik perhatian kalangan anak muda masa kini khususnya mahasiswa IAIN Pekalongan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi para pegiat dakwah di media sosial dan sebagai persyaratan akademisi penulis untuk meraih kelulusan strata 1.
- b. Penelitian ini mampu menjadi bahan rujukan terkait pengembangan dakwah Islam dengan media Instagram sebagai sebagai media dakwah dan mampu menambah pengetahuan terkait perkembangan teknologi internet sebagai media berdakwah bagi para pengguna media sosial, lebih tepatnya pada akun-akun Instagram dakwah Islam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

Dalam hal ini, peneliti akan menguraikan tentang analisis semiotik dan dakwah humanis secara umum yang akan dijadikan kerangka acuan dalam

penelitian secara konseptual yang dianggap relevan dengan pembahasan penelitian ini.

a. Teori Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya hubungannya dengan tanda-tanda lain, dan penerimanya oleh mereka yang menggunakannya.¹¹

Model analisis semiotik Charles Sanders Peirce, semiotika berangkat dari tiga elemen utama, atau biasa disebut Peirce teori segitiga makna.

- 1) Tanda yaitu sesuatu yang berbentuk fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain diluar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini berupa objek.
- 2) Acuan tanda (Objek) yaitu konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk oleh tanda tersebut.
- 3) Pengguna Tanda (*Interpretant*) yaitu konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya kesuatu makna atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.¹²

¹¹ Vera Nawiroh, *Semiotika dalam riset komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2014) hlm.

¹²Kriyantono Rahmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Group 2006) hlm. 267

b. Pengertian Analisis Semiotik

Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu semiotik atau semiologi merupakan ilmu yang membahas atau mengkaji tentang pemaknaan dari sebuah tanda. Studi tentang tanda-tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut bermakna atau mempunyai arti.¹³ Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengontruksi pesan.¹⁴

Analisi semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk di dalam hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, gambar, iklan, dll). Karena system tanda sifatnya sangat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai kontruksi sosial di mana pengguna tanda tersebut berada.¹⁵

Yang dimaksud “tanda” ini sangat luas, Peirce membedakan tanda atas lambang (*symbol*), ikon (*ikon*), dan indeks (*index*). Dapat dijelaskan sebagai berikut:

¹³Kriyantono Rahmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 265

¹⁴ Prasetya Arif Budi, *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang: Intrans Publishing 2008) hlm. 5

¹⁵ Kriyantono Rahmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 266

- 1) **Lambang** adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya consensus bagi para pengguna tanda. Misal, warna merah di Indonesia berarti lambang berani, namun di Amerika belum tentu memiliki arti lambang yang sama.
- 2) **Ikon** adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa merupakan hubungan berupa kemiripan. Jadi, ikon merupakan bentuk dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut. Misal, patung kuda adalah ikon dari seekor kuda.
- 3) **Indeks** adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya timbul karena adanya kedekatan eksistensi. Jadi, indeks merupakan suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya. Misal, asap merupakan indeks dari adanya api.¹⁶

c. Dakwah Humanis

Prof. Dr. M. Quraish Shihab mengatakan, dakwah adalah seruan atau ajakan menuju keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.¹⁷ Selanjutnya humanisme dapat diartikan sebagai kesetiaan kepada manusia atau kebudayaan.¹⁸

¹⁶ Kriyantono Rahmat, hlm. 266

¹⁷ Safri, hlm.3

¹⁸ Mas'ud Mukhtar, *Islamisasi Negara dan Islamisasi Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm. 17

Dakwah humanis adalah dakwah yang mencerdaskan dan mencerahkan umat, bukan dakwah yang membodohi masyarakat, bukan menghardik dan membinasakan. Dakwah yang sifatnya persuasif bukan provokatif.¹⁹ Dakwah humanis yang dijadikan standar dalam penelitian ini, terletak pada aspek dakwah yang mendidik dan mendewasakan masyarakat dengan ciri khas sifat persuasif dalam aplikasinya. Hal ini yang menjadikan standar dalam menetapkan analisis pada postingan akun instagram @nugarislucu dengan mengambil 10 postingan yang akan dianalisis. Dai adanya batasan terhadap fokus kajian penelitian ini, diharapkan mampu mendapatkan hasil yang komprehensif dalam penelitian ini.

2. Penelitian Relevan

Untuk menyatakan keaslian penelitian ini, maka perlu adanya kajian pustaka yang Perbedaan relevan dengan penelitian yang penulis kaji:

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

Skripsi/Jurnal	Persamaan	Perbedaan
Ahmad Hidayatullah dan Khaerunnisa Tri Darmaningrum (2019), yang berjudul "INKLUSIFITAS DAKWAH AKUN	Persamaandari penelitian ini menggunakan objek yang sama,yaitu akun @NUgarislucu	Perbedaandari penelitian ini yaitu peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian study kasus, sedangkan peneliti

¹⁹ Wahab Abdul, (2012)

@Nugarislucu DI MEDIA SOSIAL”. ²⁰		sekarang menggunakan metode analisis data semiotic.
Saida Nafisah Abdullah, Yayah Nurhidayah (2019), yang berjudul “ANALISIS SEMIOTIK STRATEGI DAKWAH HUMOR AKUN INSTAGRAM NUNUZO”. ²¹	Letak kesamaan dari penelitian ini terletak pada garis besar tema Analisis Semiotik.	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang berbeda, di penelitian sebelumnya menggunakan objek akun @nunuzo dan di penelitian sekarang menggunakan objek akun @nugarislucu.
Ulfa Fauzia Zahra, DKK (2016), yang berjudul “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA	Letak persamaan dari penelitian ini terletak pada media objek yang sedang diteliti, yaitu menggunakan	Perbedaan penelitiannya yaitu penelitian terdahulu meneliti dengan menggunakan teori makna model

²⁰Hidayatullah Ahmad dan Tri Darmaningrum Khaerunnisa. *Inklusifitas Dakwah Akun @Nugarislucu Di Media Sosial*, (Islamic Communication Jurnal), Volume 4, Nomer 2, Juli-Desember 2019 diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 13.20 di <https://core.ac.uk/download/pdf/276262748.pdf>

²¹ Abdullah Saida Nafisa, Nurhidayah Yayah. *Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzo*, (Jurnal Dakwah dan Komunikasi), Volume 10, Nomer 1, Juli 2019 diakses pada tanggal 10 November 2020 di <http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5145>

<p>DAKWAH”.²² Penelitian ini membahas tentang bagaimana tema pokok dan kategorisasi pesan dalam postingan akun instagram islamiposter serta makna pesan dakwah yang terkandung didalamnya.</p>	<p>media sosial <i>instagram</i>.</p>	<p>Alston yaitu berupa teori acuan, teori idealis, dan teori tingkah laku. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan teori semiotik Charles Sanders Peirce.</p>
<p>Imas Mutiawati (2018), “DAKWAH DI MEDIA SOSIAL (STUDY FENOMOLOGI DAKWAH DI INSTAGRAM)”.²³ Penelitian ini mendapatkan pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dapat menjembatani kemajuan teknologi dengan proses dakwah, dimana pengguna dapat mengakses informasi</p>	<p>Persaman dari penelitian ini terletak pada pendekatan penelitiannya, yaitu dengan pendekatan kualitatif dan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan media sosial instagram sebagai media penelitiannya.</p>	<p>Penelitian sebelumnya menggunakan teori fenomologi Alfred Schutz dan pada penelitian sekarang menggunakan teori semiotik.</p>

²²Zahra Ulfa Fauziah, dkk. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*, (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam), Volume 1, Nomer 2, Juni 2016 diakses pada tanggal 20 November pukul 15.10 di <https://doi.org/10.15575/tabligh.v2i1.30>

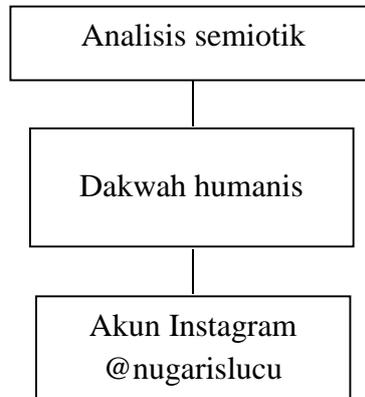
²³ Mutiawati Imas, *Dakwah di Media Sosial (study fenomologi dakwah di instagram)*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri walisongo Semarang 2018

seputar Islam tanpa kendala waktu, biaya dan tempat.		
Anwar Sidiq (2017), “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDY KASUS AKUN @Fuadbakh). ²⁴ Penelitian untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun instagram @Fuadbakh. Hasilnya penelitiannya menjelaskan bahwa akun @Fuadbakh menggunakan fitur format video, gambar, <i>caption</i> , <i>mention</i> , <i>hashtag</i> dan <i>comments</i> dalam pemanfaatan Instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan Islamiyah secara efektif.	Persamaannya terletak pada penggunaan jenis penelitiannya, yaitu penelitian pustaka (<i>library research</i>) yang bersifat kualitatif dengan sumber data primer berupa konten instagram.	Letak pebedaanya berada pada fokus penelitiannya, yaitu penelitian sebelumnya berfokus ke akun @fuadbakh dan penelitian yang sekarang berfokus pada akun @nugarislucu.

²⁴ Sidiq Anwar, Pemanfaatan *Instagram Sebagai Media Dakwah (study kasus akun @Fuadbakh)*. Universitas Islam Raden Intan Lampung 2017

3. Kerangka Berfikir

Gambar 1.2 Kerangka berfikir



Dakwah di zaman sekarang harus mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi ataupun medianya. Selain itu, dakwah juga dituntut harus efektif agar mudah dipahami dan membuat banyak orang tertarik untuk melihatnya, membacanya, ataupun lainnya. Misalnya dakwah di sampaikan dengan menggunakan media sosial seperti instagram yang berbentuk konten yang menarik. Terlebih di era milenial sekarang ini, masyarakat banyak bergantung dengan internet. Bahkan media sosial menjadi media atau alat untuk komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Maka para *da'i* ataupun konten kreator dakwah perlu adanya inovasi kreatifitas dalam menyebarkan ajaran agama Islam.

F. Metode Penelitian

Metode merupakan aspek terpenting dalam melakukan sebuah penelitian, dalam hal ini akan dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Yaitu:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada masyarakat.²⁵ Peneliti akan melakukan penelitian dengan meneliti data-data yang bersumber dari literature yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti secara sistematis, kritis, dan analisis.²⁶

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya dan menggunakan media sosial instagram sebagai media penelitiannya. Pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari objek yang sedang diamati. Penelitian kualitatif dari sisi penulis lainnya memaparkan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Sehingga penelitian yang menggunakan metode ini, mampu menyajikan data berupa pernyataan-pernyataan tulisan maupun abjad dan bukan disajikan dalam bentuk angka-angka.²⁷

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. Ke-15, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013). Hlm. 121

²⁶ Farkhan, M. *Proposal Penelitian Bahasa dan Sastra*, (Jakarta: Cella 2017), hlm. 18

²⁷ Meleong, Lexy J, *Metodoilogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hlm. 4

3. Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan oleh peneliti. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu data primer dan sekunder: Pertama, data primer merupakan sumber data secara langsung tanpa melalui perantara, seperti kegiatan yang diamati langsung, pengamatan langsung. Sementara dalam penelitian ini data primer didapat dari akun @nugarislucu. Yang kedua, sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan data secara tidak langsung yaitu melalui orang lain atau lewat dokumen²⁸ atau data yang diperoleh dari data-data pendukung. Seperti buku-buku tentang dakwah, tentang media, dll. Serta jurnal yang berkaitan dengan materi yang dibahas dan diteliti.²⁹

4. Metode Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah proses penelitian dan sesuai dengan objek yang sedang dikaji. Untuk dokumentasi berupa gambar yang didalamnya mengandung unsur dakwah dan humor, dan juga sesuai waktu yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dengan tujuan untuk menggali data-data secara sistematis.³⁰ Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menganalisis

²⁸ Helaluddin Hengki W, Analisis Data Kualitatif Sebuah Tainjauan Teori dan Praktik, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffaray 2019) hlm. 74

²⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 2006) hlm.236

akun Instagram @nugarislucu untuk kemudian memilah dan memilihnya sesuai dengan tema besar yang peneliti angkat.

b. Observasi

Metode observasi bertujuan sebagai sarana peneliti untuk masuk kedalam kehidupan subyek penelitiannya. Peneliti akan berusaha menemukan dan memahami data dari postingan akun @nugarislucu yang akan diteliti. Karena peneliti akan melakukan penelitian secara virtual, maka observasi pun akan dilakukan dengan metode virtual. Data yang akan didapatkan dari observasi adalah dengan melihat apa saja konten yang diposting pada akun instagram @nugarislucu dan mengambil sesuai dengan tema yang peneliti angkat.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis semiotik, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan dilakukan secara terus-menerus. Analisis data kualitatif adalah bersifat deskriptif, yaitu memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana pada saat penelitian.³¹ Peneliti berusaha mendeskripsikan dan membandingkan kejadian atau peristiwa yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut, setelah data diperoleh dan diolah, kemudian dibandingkan dengan teori yang berkaitan sehingga dapat

³¹ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana 2012) hlm. 34-35

membantu peneliti memecahkan masalah penelitian sampai tujuan akhir penelitian.

Dalam metode kualitatif, proses analisis dilakukan selama proses pengumpulan data dilakukan sampai laporan selesai dikerjakan. Pada penelitian dengan metode ini, fokus masalah penelitian menuntut peneliti melakukan pengkajian secara sistematis, mendalam, dan peneliti menfokuskan diri pada permasalahan yang sedang dikaji.³²

Dalam penelitian kualitatif proses deskripsi dilakukan penelitian dengan paparan atau uraian yang disusun secara terstruktur berdasarkan data yang diperoleh dan sudah diolah terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mempermudah orang dalam memahami dan bisa merekonstruksi untuk setting tempat yang berbeda untuk karakteristik yang sama.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan ilmu semiotik komunikasi, yaitu semiotik yang memperhatikan sistem tanda-tanda yang dapat dialami oleh setiap orang. Misalnya pada kualitas makna hanya dapat diungkapkan melalui kata-kata atau bahasa.³³ Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik model Charles Sanders Peirce, yaitu semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial untuk memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar disebut tanda. Dalam melakukan penelitiannya, peneliti akan melakukan pemetaan pada tipe-tipe tanda yang terdapat pada teori segitiga makna

³² Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, (UIN Antasari Banjarmasin), Volume 17, Nomer 33 Januari – Juni 2018. hlm 84 diakses pada tanggal 11 Oktober 2020 di <https://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

³³Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015) hlm. 82

Charles Sanders Peirce. Yaitu tipe-tipe yang akan dibedakan menjadi tanda, acuan tanda (objek), pengguna tanda (*Interprenant*).³⁴

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami penulisan skripsi ini, penulis akan menguraikan isi pembahasan, diantara sistematikan pembahasan skripsi ini terdapat lima bab yang terasusun atas sub bab sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Memaparkan tahapan rencanapenelitian yang akan diteliti, meliputi: Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian (jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data), dan Sistematika Pembahasan.

BAB II: Membahas tentang landasan teori yang membuat kajian kajian Analisis semiotik, dakwah humanis dalam media instagram, Dakw

BAB III: Membahas mengenai gambaran umum akun instagram @nugarislucu, penjelasan mengenai akun tersebut berupa profil dan gambar postingan dari akun Instagram @nugarislucu.

BAB IV: Membahas analisis semiotik dakwah humanis dalam akun instagram @nugarislucu periode Maret 2020 dengan menggunakan model

³⁴Prasetya Arif Budi, *Analisi Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang: Intrans Publishing, 2018) hlm. 16

analisis semiotik Charles Sanders Peirce yang meliputi deskripsi tanda (representasment), acuan tanda (objek), dan interpretant.

BAB V: Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis semiotik yang telah dilakukan pada postingan akun instagram @Nugarislucu dengan menggunakan model analisis Charles Sanders Peirce, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam postingan akun instagram @Nugarislucu mengandung dakwah humanis, seperti ajakan untuk saling bertoleransi (menghargai), hidup dengan kerukunan, perdamaian, berbuat baik terhadap siapapun, anjuran untuk menjaga tali silaturahmi, mengajarkan agar bisa beribadah dengan khusyuk dan ikhlas, patuh terhadap semua perintah Allah, ajakan untuk selalu berikhtiar (menjaga kesehatan dan kebersihan), dan anjuran untuk selalu bersyukur kepada Allah SWT .

B. Saran

Setelah peneliti melakukan analisis terhadap pesan dakwah pada akun instagram @Nugarislucu yang memuat pesan dakwah akhlak, syariah dan aqidah, maka peneliti bermaksud memberikan saran yang semoga dapat bermanfaat bagi pembaca ataupun akademk.

1. Kepada Konten kreator dan Penulis

Peneliti berharap kepada konten kreator ataupun penulis dapat memikirkan dampak jangka panjang sebelum mengunggah sebuah postingan atau konten, untuk selalu meningkatkan materi dakwahnya dan juga tidak meninggalkan cirikhasnya dalam

berdakwah dengan tujuan untuk menarik daya tarik masyarakat luas terutama di dunia maya.

2. Kepada Para Pendakwah

Peneliti berharap untuk para pendakwah agar terus melakukan dakwahnya (mensyi'arkan) dalam hal-hal baik kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan media teknologi atau media sosial sekarang seperti instagram, twitter, youtube, facebook, tiktok, maupun yang lainnya.

3. Kepada Para Akademis

Peneliti berharap kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dari berbagai sisi. Dan untuk menggunakan analisis model Charles Sanders Peirce supaya lebih memahami *Representamen*, *Object*, dan *Interpretant* dalam penelitian yang akan datang karena penggunaannya yang sangat relevan dan berkaitan dengan Ilmu Dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- AB, Syamsudin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Abdul Aziz Dahlan, ed. 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam* Jilid 1, Jakarta.
- Abdullah, M. Qomaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Pasuruan: CV Penerbit Qirana Media.
- Ali, Aziz Moh. 2004. *Ilmu Dakwah (edisi Revisi)*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Anastasya, Sicilia. 2013. *Teknik-Teknik Humor dalam Program Komedi di Televisi Swasta Nasional Indonesia*, Jurnal E-Komunikasi 1, no.1 2013 diakses pada tanggal 11 Juni 2021.
- Anshari, Endang Saefuddin. 2004. *Wawasan Islam (Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan sistem Islam)*, Jakarta: Gema Inshani Press.
- Bambang, 2012. *Instagram Handbook*, Jakarta: Media Kita.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiman, kris. 2011. *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Smiotika Media*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Daniel. Rusyad. 2020. *Ilmu Dakwah: Sautu Pengantar*, Bandung: el Abqorie.
- Etta, Mamang Sangadji dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Farkhan, M. 2017. *Proposal Penelitian Bahasa dan Sastra*, Jakarta: Cella.
- Gunawan, I. 2015. *Metode Peneloitian Kualitatif*, Jakarta: Bumi Aksara.
- H.A.W. Widjaja, 1998. *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Haidar, M. Ali. 1998. *Nahdlatul Ulama dan Islam di Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Hidayat, Komaruddin. 2012. *Agama Punya Seribu Nyawa*, Jakarta: Noura Book.
- Hilmi, Mustofa. 2018. *Humor Dalam Pesan Dakwah*, (Jurnal Ilmu Dakwah), Volume 38, Nomer 1, Januari- Juni 2018.
- Kamil, R. 2014. *Aku Kamu Media Sosial*, Bandung: Sugma Creative.
- Kementrian Agama RI. 2011. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Edisi yang di sempurnakan), Jakarta: Widya Cahay.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Kustadi, Suhandang. 2014. *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lopez, Shane J. 2011. *The Encyclopedia of Positive Psychology*, John Wiley & Sons.
- Meleong, Lexy J. 2008. *Metodoilogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mutiawati, Imas. 2018. *Dakwah di Media Sosial (study fenomologi dakwah di instagram)*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri walisongo Semarang.
- Nafisah, Siti. 2000. *Hembing Pemenang The Star of Asia Award: Pertama di Asia Ketiga di Dunia*, Jakarta: Perstasi.
- Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Noor, J. 2012. *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah)*, Jakarta: Kencana.
- Nufus, Hayati Dkk. 2018. *Nilai Pendidikan Multicultural (Kajian Tafsir Al-Qur'an surat Al Hujurat ayat 9-13)*, Pendidikan agama Islam (IAIN Ambon, 2018), diakses pada tanggal 6 Juli pukul 22.00 WIB
- Prasetya, Arif Budi, 2018. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, Malang: Intrans Publishing.
- Ridwan, Aang. 2010. *Humor dalam Tabligh Sisipan yang Sarat Estetika*, Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 15 (2010): 921-56 diakses pada 11 Juni 2021.

- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soeleiman, Fadeli. 2007. *Ontologi Sejarah Istilah Amaliah Uswah NU*, Khalista, Lajnah Ta'lif Wan Nasyr (LTNU) Jawa Timur.
- Suharsimi, A. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Syukur, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Islam*, Surabaya: Al-Ikhlhas.
- Tarsyad, Taman Effendi. 2010. *Teori dan Kajian Semiotik*, Banjarmasin: CV Indah.
- Taufik, M. Tata. 2013. *Dakwah di Era Digital, Seri Komunikasi Islam*, Pustaka Al-Ikhlhas.
- Tim Review M K D. Pengantar Studi Islam.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Toto Tasmorom, 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Vera, N. 2014. *Semiotika dalam riset komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahidin, Ade. 2021. *Konsep Ulama Menurut Al-Qur'an (Studi Analitis atas Surat Fathir Ayat 28)*, At-Tadbur Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, STAI Al
- Wibowo, Indiwani S.W. 2011. *Semiotika Komunikasi (Aplikasi Praktis dan Skripsi Komunikasi)*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yaqub, Hamzah. 1992. *Politik Islam*, Bandung: Diponegoro.
- Yayasan Penyelenggara Penterjemahan/Pentafsir Al-Qur'an, 1996. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Departemen Agama.
- Yunahar Ilyas, 2006. *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset).
- Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Zahra, Ulfa Fauziah, Dkk. 2016. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*, (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam).

Zaidan, Abdul Karim. 1983. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Media Dakwah.

JURNAL

Abdullah, Saida Nafisah, Nurhidayah Yayah. 2019. *Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzo*, (Jurnal Dakwah dan Komunikasi), Volume 10, Nomer 1, Juli 2019 diakses pada tanggal 12 November 2020 di <http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i1.5145>

Ahmad, Nur. 2013. *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi*, (AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam) - Volume 1, Nomer 1, Januari - Juni 2013. diakses pada 2 November 2020 <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/1319>

Ahmad, Rijali. 2018. *Analisis Data Kualitatif*, (UIN Antasari Banjarmasin), Volume 17, Nomer 33 Januari – Juni 2018 diakses pada tanggal 11 Oktober 2020 di <https://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

di akses pada 3 Juli 2021 pukul 10.00 WIB

Hidayah Bogor. Vol 1, No 01 2014. <http://dx.doi.org/10.30868/at.v1i01.168> Diakses pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 5.30 WIB

Hidayatullah, Ahmad dan Tri Darmaningrum Khaerunnisa. 2019. *Inklusifitas Dakwah Akun @NUgarislucu Di Media Sosial*, (Islamic Communication Jurnal), Volume 4, Nomer 2, Juli-Desember 2019. diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 13.20 di <https://core.ac.uk/download/pdf/276262748.pdf>

<http://kumparan.com/@kumparannews/dakwah-garis-lucu-nu-muhammadiyah-1547175616360531881> diakses pada 9 Juli 2021 pukul 9.55 WIB

<http://trends.google.co.id/trends/explore?q=Nu%20garis%20lucu&geo=ID>

Irawati dan Nohammad Ithof. 2020. *Al-Qur'an Gaya Hidup Halal, dan Fasion Of Horizons (studi QS Al Baqarah (2): 168*.Revelatia: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Vol. 1, No. 2, November 2020 <https://doi.org/10.19105/revelatia.v1i2.3811> diakses pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 9.35 WIB

Ismail, Nurasih, dkk. 2018. *Pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram*, (Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam) Volume 3,

Nomer 1, 2018. di akses pada tanggal 11 November pukul 10.30 di <https://doi.org/10.15575/tabligh.v2i1.30>

Muchtin, M. Saekhan. 2015. *Membangun Komunikasi Edukatif*, At-Tabsyir STAIN Kudus 3, no. 1 (2015): 163-84 diakses pada 11 Juni 2021 <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/486>

Muklis. 2018. *Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)*, (Islamic Communication Jurnal), Volume 3, nomor 1, Januari-Juni 2018. diakses pada tanggal 10 November 2020 pukul 13.20 di <http://www.journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/2679>

Setiawan, Agus. 2015. *Pendidikan Toleransi Dalam Hadits Nabi SAW*, *Jurnal Pendidikan dalam Islam*. UIN Sunan Kaliojaga Yogyakarta <https://doi.org/10.14421/jpai.2015.122-07> diakses pada tanggal 6 Juli pukul 22.00 WIB

www.instagram.com, diakses pada tanggal 1 Juli 2021 pukul 10.00 WIB



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ANA MILLATUL AZKA
NIM : 2042116006
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : Anamillatula72@gmail.com
No. Hp : 081328986227

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **ANALISIS SEMIOTIK DAKWAH HUMANIS DALAM AKUN INSTAGRAM NU GARIS LUCU**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 1 November 2021



ANA MILLATUL AZKA
NIM: 2042116006

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.