

**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN
INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND
BARTHES**

SKRIPSI

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



Oleh:

M. Taustiqul Wafir

NIM. 2042116079

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M Taustiqul Wafir

NIM : 2042116079

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

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

Pekalongan, 22 Maret 2021

Yang menyatakan



M. Taustiqul Wafir

NIM. 2042116079

NOTA PEMBIMBING

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

Perum GTA Jln. Bugenfile 1 Tanjung Tirto Pekalongan

Lamp : 3 (Tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. M. Taustiqul Wafir

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 : M. Taustiqul Wafir

NIM : 2042116079

Judul : **DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES**

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, 22 Maret 2021

Pembimbing,


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

NIP. 197801052003121002



PENGESAHAN

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

Nama : **M TAUSTIQUL WAFIR**
NIM : **2042116079**
Judul : **DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL
ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang
BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES**

Telah diujikan pada hari Jum'at, 9 April 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


Hasan Su'aidi, M.S.I
NIP. 197605202005011006


Teddy Dyatmika, M.I.Kom
NIP. 198702132019031003

Pekalongan, 9 April 2021

Disahkan Oleh

Dekan,




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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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 sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang didalam sistem 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	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)

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	Vokal panjang
أ = A		ā = ā
إ = I	أِي = Ai	ī = ī
أ = U	أُو = Au	ū = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

Ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

Ditulis

fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *rabbanā*

البر Ditulis *al-bir*

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

القمر Ditulis *al-qamar*

البدیع Ditulis *al-badī'*

الجالل Ditulis *al-jalīl*

6. 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 apotrof /'/.
Contoh:

أمرت Ditulis *umirtu*

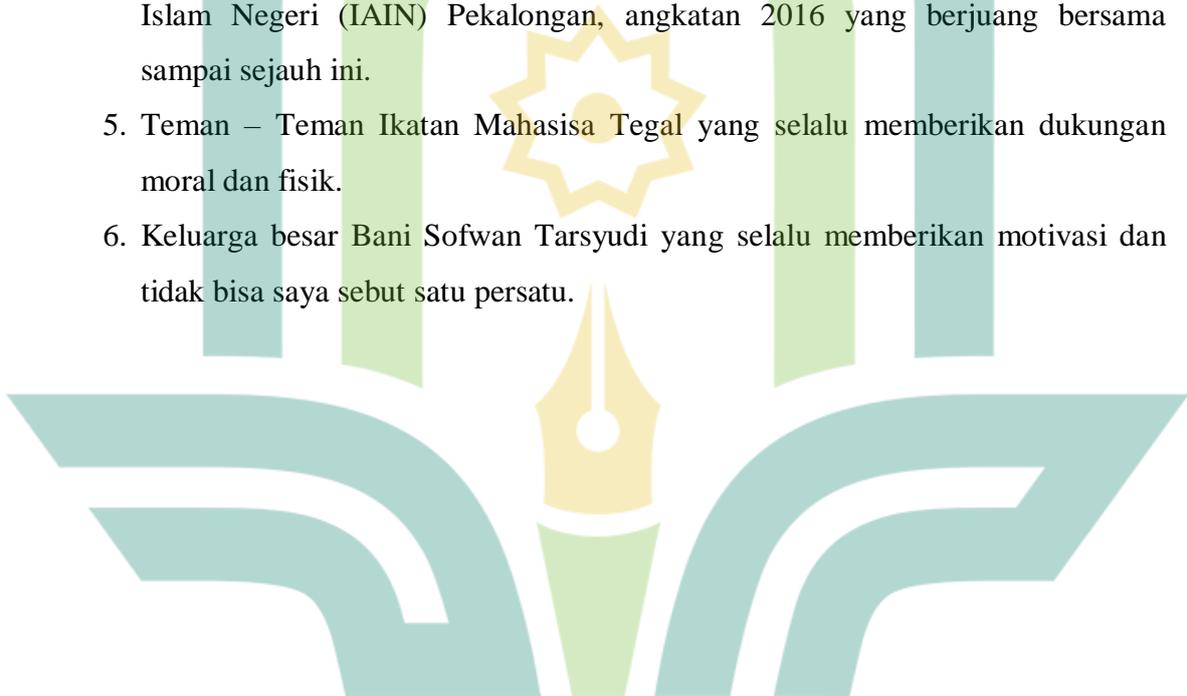
شيء Ditulis syai'un



PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kepa Allah SWT dan segenap ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Orang tua penulis, Bapak Alm. K.H. Sofwan Tarsyudi dan Ibu Nur Azizah, S.Pd.I atas segala kasih sayang, kerja keras dan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kasih sayang dan rizki yang berkah.
2. Paman penulis, Alm. K. H. Moch Nasrudin, S.H. dan Istrinya Ibu Hj. Danilah yang telah mengasuh dan mendidik dengan penuh kasih sayang. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsinya dengan baik.
3. Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. selaku pembimbing yang selalu memberikan dukungan dan arahan sampai selesainya skripsi ini.
4. Teman – teman Jurusan Komunikasi dan Penyeriaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, angkatan 2016 yang berjuang bersama sampai sejauh ini.
5. Teman – Teman Ikatan Mahasiswa Tegal yang selalu memberikan dukungan moral dan fisik.
6. Keluarga besar Bani Sofwan Tarsyudi yang selalu memberikan motivasi dan tidak bisa saya sebut satu persatu.



MOTTO

Tidak ada emas murni yang tidak dilebur

Tidak ada permata berkilau yang tidak diasah

Tidak ada dupa harum yang tidak dibakar

Setiap pencapaian ada harga yang harus dibayar

Orang berhasil selalu kelebihan satu cara

Orang gagal selalu kelebihan satu alasan.



ABSTRAK

Taustiqul Wafir, Muhammad. (2042116079). *DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A.

Kata Kunci: Dakwah Media Sosial, Akun Instagram @santribatang, Analisis Semiotik Roland Barthes.

Skripsi ini membahas tentang Dakwah Melalui Media Sosial Analisis Akun Instagram @santribatang Berbasis Semiotik Roland Barthes. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konten akun Instagram @santribatang, mengetahui hasil analisis semiotik Roland Barthes pada akun Instagram @santribatang dan mengetahui makna denotasi, konotasi serta mitos yang terkandung pada konten akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes, yaitu dengan menjelaskan makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung pada konten akun Instagram @santribatang dibulan Oktober 2020.

Pengumpulan data dengan wawancara kepada pemilik akun Instagram @santribatang, dan dokumentasi yaitu melihat atau mengambil konten Instagram @santribatang dibulan Oktober 2020 sebagai bahan penelitian. Kemudian penulis menganalisis data dan mencari makna denotasi, konotasi dan mitos pada konten Instagram @santribatang dibulan Oktober 2020. Hasil penelitian pada konten akun Instagram @santribatang dibulan Oktober 2020, terdapat makna denotasi seperti bentuk konten persegi, warna konten dan logo, kemudian makna konotasi yang menjelaskan bentuk persegi tersebut dibuat karena menyesuaikan ruang yang disediakan Instagram, dan beberapa warna yang masing – masing mempunyai makna seperti warna putih melambangkan kebersihan, kejahatan.

Warna biru melambangkan pengetahuan dan kesenangan. Kemudian makna konotasi dari kata – kata dakwahnya seperti yang mengenai orang sukses

itu tidak semata – mata karena pintar, tidak semata – mata karena modal banyak tapi lebih karena telaten. Kemudian makna mitosnya mengenai sukses tadi kesuksesan atau keberhasilan tidak datang begitu saja, seseorang yang berhasil dalam usahanya karena memiliki keberanian. Keberanian dalam merealisasikan visi - visinya, keberanian untuk menangkap peluang yang ada, keberanian dalam mencoba segala tantangan dan rintangan yang ada.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis curahkan pada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Mudah – mudahan kita tergolong umat yang akan mendapatkan syafaat di hari kiamat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S.I) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Institut Agama Islam Negeri Pekalongan (IAIN). Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu sepatutnya penulis mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Dr. H. Imam Khanafi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan.
3. Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc, MA. Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Heriyanto, M.S.I. selaku Dosen Wali Studi yang senantiasa membimbing dan memberikan semangat.
5. Segenap dosen dan staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan, atas arahan dan bantuan yang telah diberikan.
6. Teman – teman mahasiswa dan mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan angkatan 2016, yang selalu memberikan dukungan.
7. Umi Nur Azizah dan Alm. Abah K. H. Sofwan Tarsyudi yang tidak pernah lelah memberikan dukungan dan do'anya.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu – persatu yang telah membantu selama proses pembuatan skripsi.

Kepada mereka penulis hanya dapat memberikan ucapan terimakasih. Semoga kebaikan mereka mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Penulis Menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karrena itu dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga Allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua dalam lindungannya, Amin.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ASLI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Landasan Teori.....	14
G. Metode Penelitian	25
H. Sistematika Pembahasan	28
BAB II DAKWAH, MEDIA SOSIAL, INSTAGRAM DAN ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES	30
A. Kajian Pustaka	30
1. Pengertian Dakwah	30
2. Media Dakwah	31
3. Jenis – Jenis Media Dakwah.....	33
4. Media Sosial.....	35
5. Instagram	37
6. Profil Roland Barthes	54
7. Semiotika dan Pemikiran Roland Barthes	58

8. Mitologi Roland Barthes	61
BAB III PROFIL PEMILIK DAN KONTEN INSTAGRAM @santribatang	63
A. Profil Instagram @santribatang.....	63
1. Biografi Achmad Jauhari Umar	63
2. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @santribatang.....	64
3. Proses Pembuatan KontenAkun Instagram @santribatang	70
4. Konten Akun Instagram @santribatang Bulan Oktober.....	72
BAB IV ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES PADA KONTEN AKUN INSTAGRAM @santribatang DI BULAN OKTOBER.....	84
A. Analisis Konten 1	84
B. Analisis Konten 2.....	89
C. Analisis Konten 3.....	95
D. Analisis Konten 4	101
E. Analisis Konten 5.....	107
F. Analisis Konten 6	111
G. Analisis Konten 7	117
H. Analisis Konten 8	123
I. Analisis Konten 9.....	129
J. Analisis Konten 10.....	136
K. Analisis Konten 11	143
L. Analisis Konten 12.....	150
BAB V PENUTUP	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020.....	8
Tabel 2 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	9
Tabel 3 Kerangka Fikir Penelitian	14
Tabel 4 Rancangan Order Of Signification Roland Barthes	23
Tabel 5 Model Semiotika Barthes	55
Tabel 6 Model Semiotika Barthes	56
Tabel 7 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020	72
Tabel 8 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	73
Tabel 9 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 5 Oktober 2020	74
Tabel 10 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 7 Oktober 2020.....	75
Tabel 11 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 11 Oktober 2020	76
Tabel 12 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 13 Oktober 2020	77
Tabel 13 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 14 Oktober 2020	78
Tabel 14 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 15 Oktober 2020	79
Tabel 15 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 20 Oktober 2020	80
Tabel 16 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 22 Oktober 2020	81

Tabel 17 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 28 Oktober 2020	82
Tabel 18 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 29 Oktober 2020	83
Tabel 19 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020	84
Tabel 20 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	89
Tabel 21 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 5 Oktober 2020	95
Tabel 22 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 7 Oktober 2020	101
Tabel 23 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 11 Oktober 2020	107
Tabel 24 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 13 Oktober 2020	111
Tabel 25 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 14 Oktober 2020	117
Tabel 26 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 15 Oktober 2020	123
Tabel 27 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 20 Oktober 2020	129
Tabel 28 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 22 Oktober 2020	136
Tabel 29 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 28 Oktober 2020	143
Tabel 30 Visual dan Teks Konten Instagram @santribatang tanggal 29 Oktober 2020	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020	8
Gambar 2 Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	9
Gambar 3 Profil Akun Instagram @santribatang	64
Gambar 4 Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020	72
Gambar 5 Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	73
Gambar 6 Konten Instagram @santribatang tanggal 5 Oktober 2020	74
Gambar 7 Konten Instagram @santribatang tanggal 7 Oktober 2020	75
Gambar 8 Konten Instagram @santribatang tanggal 11 Oktober 2020	76
Gambar 9 Konten Instagram @santribatang tanggal 13 Oktober 2020	77
Gambar 10 Konten Instagram @santribatang tanggal 14 Oktober 2020	78
Gambar 11 Konten Instagram @santribatang tanggal 15 Oktober 2020	79
Gambar 12 Konten Instagram @santribatang tanggal 20 Oktober 2020	80
Gambar 13 Konten Instagram @santribatang tanggal 22 Oktober 2020	81
Gambar 14 Konten Instagram @santribatang tanggal 28 Oktober 2020	82
Gambar 15 Konten Instagram @santribatang tanggal 29 Oktober 2020	83
Gambar 16 Konten Instagram @santribatang tanggal 1 Oktober 2020	84
Gambar 17 Konten Instagram @santribatang tanggal 2 Oktober 2020	89
Gambar 18 Konten Instagram @santribatang tanggal 5 Oktober 2020	95
Gambar 19 Konten Instagram @santribatang tanggal 7 Oktober 2020	101
Gambar 20 Konten Instagram @santribatang tanggal 11 Oktober 2020	107
Gambar 21 Konten Instagram @santribatang tanggal 13 Oktober 2020	111
Gambar 22 Konten Instagram @santribatang tanggal 14 Oktober 2020	117
Gambar 23 Konten Instagram @santribatang tanggal 15 Oktober 2020	123
Gambar 24 Konten Instagram @santribatang tanggal 20 Oktober 2020	129

Gambar 25 Konten Instagram @santribatang tanggal 22 Oktober 2020 136

Gambar 26 Konten Instagram @santribatang tanggal 28 Oktober 2020 143

Gambar 27 Konten Instagram @santribatang tanggal 29 Oktober 2020.....150



BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dakwah ialah ajakan atau seruan, mengenai agama Islam terhadap orang lain. Substansi dakwah sebenarnya yaitu usaha guna menanamkan kecintaan dan kecanduan untuk mengajak orang lain pada ajaran agama Islam, dan kepada apa yang disampaikan.¹ Dakwah adalah sebuah keharusan untuk semua umat muslim. Dakwah juga salah satu cara untuk mempengaruhi orang lain supaya berperilaku sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Allah memberi keterangan tentang perintah berdakwah dalam Q.S An-Nahl ayat 125 :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ
وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۗ

Artinya : *“Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*.

Berdakwahpun mempunyai banyak macam dan bentuk, ada yang memakai tulisan ataupun lisan, menggunakan media cetak atau elektronik. Dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman, dakwah mulai ada perkembangan, dari mulai yang mendengarkan, pola dakwahnya ataupun gaya berdakwah, dan Da'inya. Dakwah juga sebuah pola berkomunikasi, tetapi bukan seluruhnya pola berkomunikasi itu dakwah. Karena dakwah mempunyai sifat mempengaruhi serta didalamnya mengandung seruan atau ajakan agar seseorang berbuat baik. Berdakwah dapat dilakukan

¹Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*. (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), hal. 13

dimanapun, seperti memanfaatkan media yang yang ramai digunakan di era milenial ini. Pada era modern seperti saat ini, pendakwah dtuntut mampu beradaptasi dengan mempergunakan dan memanfaatkan media.

Media sosial juga dapat didefinisikan semacam media jejaring sosial serupa dengan platform digital, didalamnya tersedia layanan pengiriman pesan, karya yang diciptakan pemakai, seperti video, tulisan, foto, serta audio – video, sebagai bentuk komunikasi, kolaborasi, dan interaksi sesama pengguna media sosial, bertujuan multifungsi. Platform media sosial melingkupi teknologi seperti *web* dan teknologi *mobiles* seperti *web 2.0* yang bisa digunakan untuk berkomunikasi interaktif antar komunitas, organisasi maupun individu. Aplikasi yang digunakan pada media sosial melingkupi jejaring sosial, diantaranya Twitter, WhatsApp, Instagram, Youtube, Facebook dan linkedln, kini merubah secara luas gaya orang bertukar informasi.²

Saat ini media sosial Instagram juga banyak digunakan sebagai media komunikasi untuk berdakwah, bukan hanya dilakukan oleh para ustad atau da'i tetapi hal itu juga dilakukan dikalangan anak muda, mahasiswa dan para aktivis Islam serta siapapun yang memang ingin menggeluti bidang dakwah dengan konsep yang lebih *modern*, mereka memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah yang diisi dengan karya kreatifnya dengan sebuah foto ditambahkan tulisan yang ditempatkan digambar tersebut, biasa disebut dengan *Quote* yang berarti kutipan, memetik dan mengutip. *Quote* dalam kata kerja berarti mengulang atau menyalin sebuah teks atau pidato yang ditulis atau disampaikan oleh orang lain.

Konsep itu dilakukan oleh tim dari akun Instagram @santribatang yang didalamnya diisi oleh para aktivis dakwah, mahasiswa dan anggota

²Rustiana, *Persepsi Digital Dependent Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dan Dampak Sosial Ekonominya*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15, No. 1, DOI: 10.24002/jik.v15i1.1325, diakses 10 Oktober 2020, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2018), hal.20.

organisasi dari sekitar kota Batang, mereka menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah, dengan membuat akun bernama @santribatang yang berisi mengenai pesan keagamaan dalam bentuk gambar dan tulisan (*Quote*). Pesan – pesan nya mengandung ajaran Islam seperti kekuasaan Allah, akhlaq dan anjuran melakukan kebaikan yang bersumber dari Al – Quran, Hadits, pendapat para ulama dan hasil karya dari tim pengelola.

Instagram ialah termasuk media sosial atau aplikasi yang mempunyai fitur untuk membagikan gambar, *photo* dan video, membuat konten dakwah Instagram pun menjadi beragam. Akun Instagram @santribatang dibuat oleh Achmad Jauhari Umar, pemuda asal Gang Blekok, Dracik, Kabupaten Batang, yang merasa resah melihat bahwa keadaan pemuda sekarang ini di era globalisasi itu banyak yang terpengaruh paham - paham radikalisme agama kemudian intoleran dan kaku dalam memahami ajaran agama hal itu akan membuat rapuhnya semangat nasionalisme anak muda.

Keresahan itu membuat Achmad Jauhari, setelah pulang dari Tunisia tahun 2017, membuat rencana untuk membuat *website*. konteksnya adalah ingin belajar agama dengan cara yang lebih moderat, pemahaman yang toleran. Dengan adanya keputusan dari perkumpulan para ulama, yang diadakan oleh Habib Lutfi Bin Yahya, bertepatan dengan perkumpulan sufi sedunia yang membuat semangat dalam membentuk akun santri batang. *Launching websitenya* pada 11 november 2018, baru massif mulai aktif pada tahun 2019 dan saat ini gerakan santri batang fokusnya di dunia religi, *digital religion*, isu isu yang mengenai agama utamanya di dunia digital, di internet.³

Saat ini akun @santribatang sudah memiliki pengikut 2.776 akun ini bisa dikatakan sangat aktif dilihat dari jumlah postingannya sudah mencapai 2.258, bukan hanya itu akun @santribatang juga sering mengadakan acara nonton bareng film, mengadakan kegiatan perkumpulan

³Achmad Jauhari, Pemilik Akun Instagram @santribatang, Wawancara Pribadi, Batang, 16 April 2020.

bertema *share & care* sebagai tempat untuk berdiskusi yang diikuti anak – anak muda batang yang sebagian santri dan mahasiswa, serta ada kegiatan ngaji *on the street* yang juga banyak diikuti para pemuda agar pesan – pesan agamanya bukan hanya disampaikan melalui sosial media tetapi juga pada kegiatan tatap muka dengan para anak muda khususnya pengikut akun @santribatang. Kegiatan perkumpulan tadi biasanya diadakan sebulan sekali. Selain itu tim santri batang juga punya jadwal tertentu dengan radio Pop FM Pekalongan, MFM Batang untuk mengisi tentang kajian Islami.⁴

Tim dari akun @santribatang juga aktif menerima kerjasama jika diperlukan untuk mengisi materi mengenai *leadership* , yang diwakili oleh pemilik akun resmi @santribatang mas jauhari sebagai lulusan dari Tunisia yang tentunya tingkat keilmuan mengenai keagamaan sangat mumpuni. Yang selalu ingin membawa pesan kepada anak muda agar selalu meningkatkan kualitas diri, dan bersikap moderat dalam beragama. Sejalan dengan tujuan pemilik akun Instagram @santribatang konten – konten yang ada pada akun ini sebagian besar tentang pesan keagamaan yang sejuk, mendamaikan sesuai ajaran Ahlusunnah wal jamaah, kutipan pesan dari para ulamanya juga dari para ulama Ahli sunnah wal jamaah, seperti habib lutfi bin yahya, Gus miftah, Gus Dur, Gus baha, Gus muwafik serta ulama Ahli sunnah wal jamaah yang lainnya.⁵

Kemudian yang menjadi daya tarik akun Instagram @santribatang adalah konten yang dibuat menggunakan desain hasil karya tim, dan beberapa terdapat foto ulama yang dibuat lukisan atau seperti kartun, dan juga terdapat kutipan pesan dakwah dari ulama tersebut. Selain itu media yang digunakan adalah Instagram yang saat ini ramai digunakan karena banyaknya fitur yang menarik, jangkauannya yang lebih luas, sehingga pada era ini Instagram mampu bersaing dengan media televisi.

⁴Achmad Jauhari, Pemilik Akun Instagram @santribatang, Wawancara Pribadi, Batang, 16 April 2020.

⁵Achmad Jauhari, Pemilik Akun Instagram @santribatang.

Karena besarnya kemampuan serta efektivitas yang dipunyai internet dalam membuat jejaring dan pemanfaatan dakwah. kemudian dakwahpun bisa melalui media sosial yang muncul dari perkembangan internet. Instagram merupakan bagian dari media sosial, salah satu bagian dari internet yang mempunyai fungsi menyebarkan informasi kepada publik dengan fitur – fitur yang disediakan instagram. Serupa dengan media sosial yang lain, instagram mempunyai beberapa kemampuan sebagai media untuk berkomunikasi dan berdakwah antara lain :

1. Dapat menembus batasan tempat ataupun waktu dengan tenaga dan pembiayaan yang sangat terjangkau.
2. Penggunaan internet selalu mengalami kenaikan setiap tahun, grafiknya sangat tinggi, artinya mempunyai pengaruh pada jumlah penerima dakwah.
3. Para ustad dan kyai yang ada dibelakang media dakwah yang memanfaatkan internet sebagai media dakwah, dapat fokus menanggapi isu dan informasi yang membutuhkan penjelasan dari hukum syar'i.
4. Dakwah dengan menggunakan media internet sudah diminati orang – orang, semua orang mempunyai kebebasan untuk menentukan dakwah yang ingin mereka pilih, akhirnya terhindar dari paksaan.
5. Gaya komunikasi lebih beragam menjadikan dakwah mealalui media internet mampu mencangkup lapisan masyarakat.. Sebenarnya, bukan sekedar ide dakwah konvensional yang bisa dikemas menggunakan internet. Para kaum muslimin dapat menggunakan internet untuk keperluan perdagangan, silaturahmi dan sebagainya.⁶

Semiotik adalah suatu pembahasan yang sering dibahas pada teori komunikasi. “tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda – tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi diluar tanda – tanda itu sendiri”. Semiotik memiliki maksud yaitu agar memahami makna – makna yang ada pada tanda atau

⁶Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*,(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) hal. 172

mengartikan makna itu sehingga mengetahui maksud komunikator mengonstruksi pesan. Rancangan pemaknaan itu tidak lepas dari pemahaman maupun unsur – unsur ideologi tertentu dan konsep kultural yang sudah jadi bagian dari pemahaman orang – orang bagaimana simbol itu dibuat. Kode kultural jadi bagian dari unsur penjelasan makna pada simbol, salah satu bagian yang utama agar memahami konstruksi pesan pada tanda tersebut.

Konstruksi makna yang tercipta itulah setelahnya merupakan awal terciptanya ideologi pada tanda. Semiotik tentunya memandang seperti apa kultur merupakan dasar pemahaman dan terciptanya makna pada sebuah tanda.. “Semiotik mempelajari sistem – sistem, aturan – aturan konveksi – konveksi yang memungkinkan tanda – tanda tersebut mempunyai arti”.⁷

Diantara figur yang membahas mengenai semiotik yaitu Roland Barthes, Berdasarkan teori *two order of signification* Roland Barthes membuat konsep langkah negosiasi, skema pemaknaan dan interaktif. dibagi menjadi tiga bagian diantaranya yaitu :

1. Denotasi

Denotasi adalah gabungan eksplisit antara tanda dan kenyataan dalam pertandaan. Berarti penempatan denotasi sebagaimana makna dasar untuk suatu tanda, gambar, tulisan serta yang lainnya. Proses itu mendefinisikan gabungan antara *signifier* dan *signified* pada suatu tanda serta antara tanda dan objek yang diwakilinya pada kenyataan diluar. Denotasi mengacu dari suatu yang difahami akal sehat (*common sense*) serta makna yang sebenarnya pada suatu tanda.

2. Konotasi

Konotasi adalah bagian dari langkah kedua diantara tiga metode signifikasi tanda. Konotasi mendefinisikan tentang dialog yang terbentuk jika tanda berdampingan dengan perasaan maupun emosi pada pelaku serta unsur kulturalnya dan ideologinya. Barthes

⁷Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, (Malang : Intrans Publishing, 2019), hal. 4

mendefinisikan poin penting pada konotasi yaitu penanda tanda konotasi. Menurut Barthes pada *photo* paling tidak terdapat kelainan pada konotasi dan denotasi tampak terlihat. Berarti denotasi ialah sesuatu yang dipandang diphoto, melainkan konotasi ialah seperti apa langkah pengambilan gambarnya.

3. Mitos

Mitos adalah langkah ketiga diantara metode yang dipakai untuk kata – kata yang menunjukkan ketidakpercayaan pelakunya. Barthes memakai mitos untuk orang - orang yang mempercayainya. Mitos merupakan sebuah dongeng mengenai kultur yang memaknai suatu peristiwa ataupun alam.⁸



⁸ Ardhiba Pratiwi, *Representasi Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018), hal. 22

Contoh konten Instagram @santribatang sebagai berikut :

Visual

Teks
<p>Santri_Batang</p> <p>Barangsiapa yang tidak mau duduk dengan orang yang beruntung. Bagaimana ia akan beruntung dan barangsiapa yang duduk dengan orang beruntung bagaimana mungkin ia tidak beruntung.</p> <p>Habib Ali Zaenal Abidin Al – Hamid.</p> <p>www.santribatang.com, Santri Batang, @santribatang</p>

Visual



Teks

Santri_Batang

Orang sukses itu tidak semata – mata karena pintar, tidak semata – mata karena modal banyak tapi lebih karena telaten.

Quotes

KH. Marzuqi Mustamar.

www.santribatang.com, Santri Batang, @santribatang

Maka peneliti memberi judul “DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES

B. RUMUSAN MASALAH

Berlandaskan penjelasan yang sudah diuraikan pada latar belakang jadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu

1. Bagaimana bentuk konten akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020?
2. Bagaimana analisis semiotik Roland Barthes pada konten akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020?
3. Bagaimana analisis makna denotasi, konotasi dan mitos pada akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020 ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berlandaskan rumusan masalah yang sudah disebutkan jadi tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Mengetahui bentuk konten akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020.
2. Mengetahui analisis semiotik Roland Barthes pada akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020.
3. Mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung pada konten akun Instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Secara teoritis yaitu untuk meningkatkan, menerangkan, mengoptimalkan teori dan menumbuhkan keilmuan dibidang dakwah

yang melalui media sosial terlebih untuk Instagram, serta meningkatkan ilmiah didevisei Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Secara substansi penelitian ini bisa jadi sebagian dari contoh untuk pelaku dakwah, konten kreator dibidang dakwah melalui sosial media khususnya Instagram, dan menjadi bahan masukan serta referensi untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang akan melakukan penelitian mengenai dakwah yang memanfaatkan sosial media khususnya Instagram.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Yang Relevan

Agar tidak terjadi kesamaan dalam segi fokus serta hasil penelitian maka peneliti akan mencoba memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis, seperti berikut :

Pertama, Puji Asmiati tahun 2019 yang berjudul MEME “TUMAN” DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES, UIN Sunan Ampel. Penelitian ini dimaksudkan agar supaya mengerti tentang makna dari meme Tuman dengan teori Roland Barthes seperti denotasi, konotasi serta mitos, jenis penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dan memakai model kepustakaan yang meninjau buku – buku serta literatur, bacaan yang berhubungan dengan problem yang akan diteliti khususnya teori yang menganalisis semioika Roland Barthes

Kedua, Umi Musyarofah tahun 2018 yang berjudul ANALISIS SEMIOTIK PESAN DAKWAH PADA TEKS MEME FILM DILAN, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Tujuan penelitian ini adalah mendeteksi tulisan meme film Dilan yang memiliki pesan dakwah dikelompokkan jadi beberapa bagian antara lain keutamaan sholat, pembatasan tentang pacaran, menutup aurat, perilaku baik,

hijrah. Dilihat dari makna denotasi, konotasi serta mitos. Jenis penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Model penelitian yang dipakai yaitu analisis semiotik Roland Barthes.

Ketiga, Nur Fitriatin Nisa tahun 2019 yang berjudul **SIMBOL KEKERASAN DAN SIMBOL KASIH SAYANG DALAM FILM DILAN 1990 (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES)**, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitiannya yaitu menjelaskan adanya simbol kekejaman serta belas kasih kemudian dijelaskan makna denotasi, konotasi serta mitos yang ada didalamnya. Jenis penelitiannya menggunakan metode analisis teks media, model kajian analisis semiotik Roland Barthes.

Keempat, Adinda Kumara Saraswati tahun 2017 yang berjudul **ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES IKLAN AUDIO VISUAL TOKOPEDIA VERSI RAMADHAN DENGAN JUDUL “BERDEDIKASI ATAU BERBAKTI”**, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos serta pesan dari iklan tokopedia dengan perspektif semiotika Roland Barthes. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotik Roland Barthes.

Kelima, Muhammad Yusuf tahun 2019 yang berjudul **ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DAN NILAI PENDIDIKAN KARAKTER PADA IKLAN MENJADI YANG TERBAIK DENGAN INTERNET TERBAIK TELKOMSEL**, Universitas Maja Pahit Mojokerto. Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai – nilai yang terkandung pada iklan Telkomsel versi menjadi yang terbaik dengan internet terbaik Telkomsel. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif model penelitian yang dipakai menggunakan yaitu analisis semiotik Roland Barthes.

Dari kelima skripsi di atas, ada perbedaan dengan skripsi yang akan saya tulis. Karena dalam penelitian ini saya meneliti tentang konten akun Instagram @santribatang, dan menggunakan analisis semiotik Roland Brathes.

2. Kerangka Berfikir

Dakwah menggunakan internet bisa dimaksimalkan dengan konsep yang terperinci serta devisi yang bertindak mempunyai pengalaman yang baik dibidangnya. Penggunaan media internet mampu membantu kemajuan Islam serta memperkuat unsur – unsur Islam pada kegiatan dakwah yang menyesuaikan zaman. Dakwah mendapati banyak rintangan dikarenakan proses kemajuan zaman yang sering menimbulkan tanda tanya dan pembahasan baru, serta melihat bermacam – macam keperluan ataupun tujuan seseorang yang saat ini semakin kritis. Dengan memanfaatkan internet dakwah bisa menjadi salah satu yang terlihat menjalankan karakternya, baik menjadi penengah, filter ataupun yang memberikan pandangan hidup yang semakin rumit.⁹

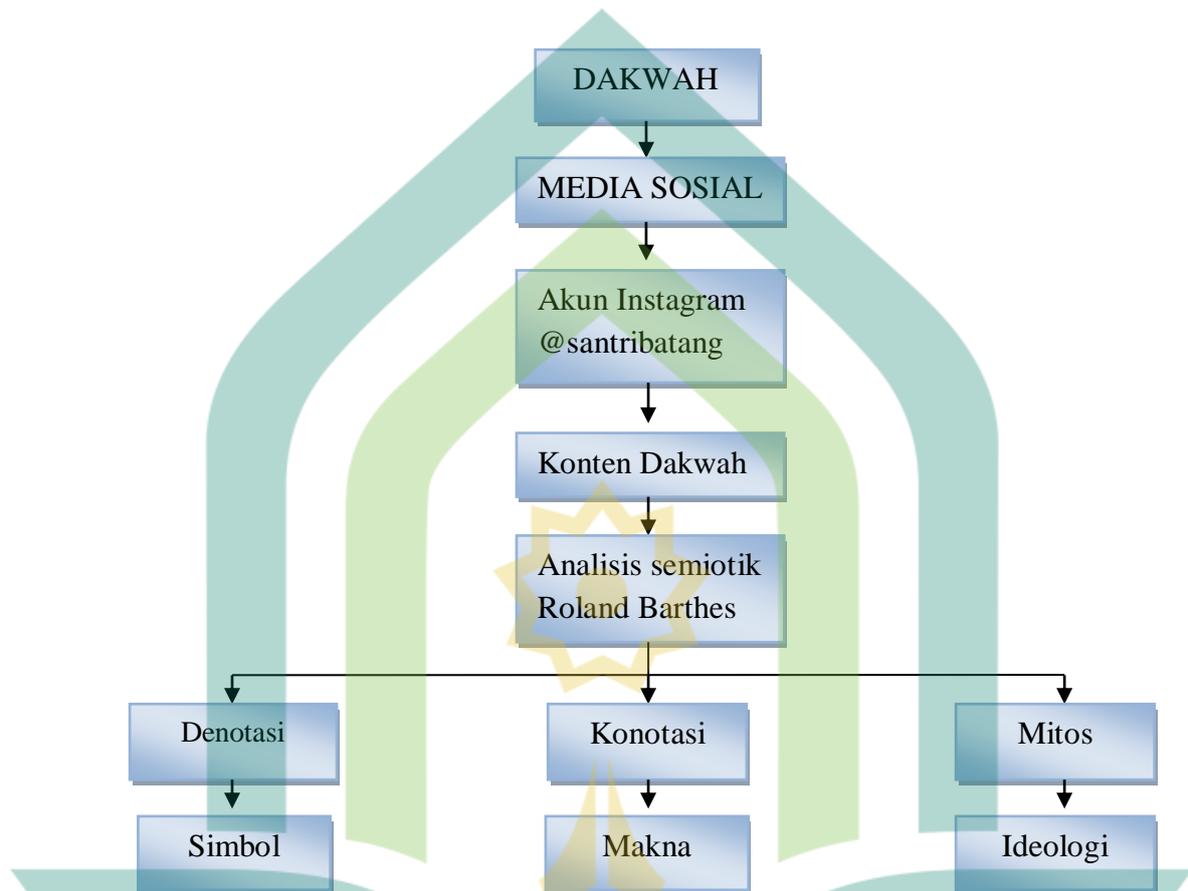
Jadi Instagram dapat menjadi jalan keluar untuk menjelajah, sudah banyak para pendakwah di era ini yang memanfaatkan Instagram untuk berdakwah diantaranya Instagram @santribatang yang berisi kutipan dakwah para ulama atau konten dakwah penelitian ini akan mengkaji makna dari konten dakwah di akun instagram @santribatang pada bulan Oktober 2020. Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotik Roland Barthes.

Analisis semiotik berupaya mencari makna yang ada didalam tanda dan yang tidak tampak didalam tanda pada gambar, tulisan, berita, kartun, komik, film, media massa dan sebagainya. Teori yang dipakai

⁹Azis, *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana 2009), hal. 420.

pada analisis ini yaitu teori semiotika Roland Barthes yang gagasannya dikenal dengan “*two order of signification*” seperti denotasi (makna sesungguhnya) konotasi (makna ganda yang berasal dari budaya personal) serta mitos (tingkat penandaan kedua).¹⁰

Tabel Kerangka fikir penelitian



F. LANDASAN TEORI

1. Pengertian Dakwah

Menurut bahasa (etimologi) kata dakwah berdasar dari bahasa arab “*da’a yad’u da’watan*” yang artinya mengajak, memanggil menyeru, adapun definisi dakwah secara istilah (terminologi) yaitu menyeru manusia menggunakan metode yang bijak atau baik kepada jalan yang sesuai dengan ajaran Islam agar supaya bahagia di dunia

¹⁰Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*, (Malang: Intrans Publishing, 2019), hal. 15

maupun di akhirat. Dalam konteks dakwah istilah “*amar ma’ruf nahi munkar*” selengkapnya ada didalam AL – Qur’an Surah Al – Imran ayat 104.¹¹

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu sekelompok umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.

Ayat tersebut mempunyai beberapa substansi dakwah diantaranya, pertama, “hendaklah ada diantara kamu sekelompok umat”. Kedua, “ yang peran dan kewajibannya mengajak kepada kebaikan. Ketiga, adalah mengarahkan kearah yang ma’ruf serta membendung kepada yang munkar. Keempat, dialah manusia yang beruntung.¹²

Dakwah yaitu menyeru orang lain menggunakan metode yang baik kearah yang lurus sesuai perintah Allah. untuk kebaikan serta kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat.¹³ Pendapat dari Prof. Dr. AG. H. M. Quraish Shihab, Lc., M.A. dakwah yaitu ajakan atau seruan untuk memperbaiki diri ataupun upaya merubah keadaan pada keadaan yang lebih baik kepada diri sendiri maupun orang lain. Aktualisasi dakwah bukan hanya upaya meningkatkan kefahaman pada perilaku serta tujuan hidup saja. Melainkan juga mengarah pada hal yang semakin luas, terlebih pada era seperti ini, mereka juga

¹¹Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 14

¹²Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 15

¹³Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Widjaya, 1985), hal. 1

diharuskan melaksanakan ajaran agama Islam dengan sepenuhnya pada semua hal mengenai kehidupan.¹⁴

Masa perkembangan seperti ini, dakwah bukan hanya mengenai tabligh, melainkan juga dilihat sebagai merawat unsur Islami, serta upaya menumbuhkan metode Islam secara lebih luas pada kehidupan. menurut bahasa, kata dakwah berdasar dari bahasa arab ialah da'wah, termasuk macam mashdar asal kata kerja *da'a* (madi), *yad'u* (Mudhori) yang artinyapanggilan, ajakan atau seruan.¹⁵

Menurut kebanyakan pendapat, dakwah yaitu panggilan atau ajakan kearah yang lebih baik. Dakwah terdapat gagasan dan banyak rintangan, suatu langkah yang berjalan kepada sesuatu yang lebih baik untuk menciptakan target dakwah yang ditentukan. Maka dakwah mengandung gagasan yang berubah – ubah, semakin meningkat karena tuntutan zaman.¹⁶

a. Media Dakwah

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian informasi.

¹⁴M Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan,2007), hal. 304

¹⁵A. Ilyas Ismail, *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub: Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Harakah*, (Jakarta: Penamadani, 2006), hlm. 143-144

¹⁶Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 17.

Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.¹⁷

Menurut Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.¹⁸

Menurut Hamzah Yakub, media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide pada umat yaitu sesuatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah.¹⁹

Sedangkan menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u (penerima dakwah).²⁰

b. Jenis – Jenis Media Dakwah

Hamzah Ya'kub mengelompokan media dakwah menjadi lima macam yaitu sebagai berikut :

1) Lisan

Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

2) Tulisan

Dakwah dengan cara tulisan adalah dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan, seperti buku – buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis dan lain sebagainya.

¹⁷Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 1.

¹⁸Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al- Ikhlas, 1993), hlm. 61.

¹⁹Hamzah Yakub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), hlm. 47.

²⁰M. Munir , Wahyu Ilahi, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 404.

3) Lukisan

Metode seperti ini berupa gambar – gambar hasil seni lukis, foto, cerita dan sebagainya. Media ini memang banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, namun sulit ditemukan isyaratnya dalam al – Qur'an.

4) Audio Visual

Media audio visual adalah alat dakwah yang merangsang indera pendengaran dan penglihatan seperti radio, televisi, film dan *slide*.

5) Ahlak

Ahlak disini adalah media dalam perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran – ajaran Islam dan dapat dimengerti dan dipahami oleh mad'u.²¹

Dari beberapa media macam media yang dijelaskan diatas, bahwa Instagram merupakan media dakwah yang menyampaikan materi dakwah menggunakan lukisan dan audio visual karena konten di dalam Instagram berupa foto atau gambar dan video.

Menurut Asmuni Syukir media dakwah ada beberapa macam seperti, lembaga – lembaga pendidikan formal melalui proses pendidikan dan pengajaran, lingkungan keluarga melalui nasihat dan bimbingan yang baik, organisasi – organisasi Islam yang secara eksplisit menjadi dakwah dan sebagainya, hari – hari besar 1 Muharam, Idul Fitri, Idul Adha, Maulid Nabi, Isra Mi'raj dan Nuzulul Qur'an, media massa, radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya, seni budaya seperti qosidah, wayang kulit, teater dan sebagainya.

²¹Hamzah Yakub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), hlm. 47.

Dari macam – macam media yang dijelaskan, bahwa Instagram merupakan media dakwah yang termasuk sebagai media massa karena aplikasi Instagram bersifat menjangkau banyak orang sehingga fasilitas ini akan dapat menunjang da'i dalam menyebarkan pesan – pesan dakwah karena banyak mad'u yang menjadi objek dakwah. Dalam hal ini media dakwah yang digunakan sangatlah penting bagi terlaksananya dakwah dan tidak dapat dipisahkan dengan pribadi juru dakwah (da'i) dan komponen lainnya. Apabila salah satu tidak mendukung, maka proses dakwah akan sulit dipahami oleh masyarakat (mad'u). Dakwah yang efektif dan mudah diterima masyarakat saat ini termasuk menggunakan aplikasi media sosial Instagram.

2. Pengertian Media Sosial

New media merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactiviy, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*. Munculnya *virtual reality*, komunitas virtual identitas virtual merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dnegan hadirnya *new media*. Fenomena ini muncul karena *new media* memungkinkan penggunaanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di *new media*.²²

Dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. Sebutan media baru atau *new media*

²²Errika Dwi Setya, Jurnal Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media) Volume III, No. 1, DOI: 10.26623/themesenger.v3i2.270, diakses 1 November 2020, (Semarang: Universitas Semarang 2011), hal. 70.

ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama atau *old* media, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru atau *new* media. Sehingga pengistilahan ini bukan lah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja.²³

Pada hakikatnya media sosial adalah kemajuan baru dari teknologi, perkembangan web baru berlandaskan internet, yang mempermudah seseorang dalam berkomunikasi, mudah berbagi serta membuat suatu komunitas secara *online* supaya bisa mengembangkan karyanya. Menurut Zarella media sosial yaitu situs yang dijadikan wadah orang – orang berkomunikasi bersama kawan – kawannya, yang sudah saling mengenali di dunia asli ataupun dunia *online*.²⁴

Berlandaskan pembahasan sebelumnya, bisa diasumsikan bahwa media sosial adalah suatu wujud kemajuan dari internet. dengan media sosial, orang – orang bisa terhubung pada media sosial atau aplikasi yang sama. Untuk mengirimkan kabar serta berkomunikasi. Media sosial mempunyai karakter yang interaktif semisalkan dipadakan dengan karakter media tradisional semacam televisi, ataupun radio. Dengan menggunakan media sosial seseorang bisa dengan langsung berkomunikasi pada orang lain, lewat memberikan komentar di media sosialnya ataupun hanya ikut menyukai di unggahan orang lain.²⁵

- 1) Untuk menjelaskan pengaruh – pengaruh komunikasi massa.

²³Errika Dwi Setya, Jurnal Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media) Volume III, No. 1, DOI: 10.26623/themesenger.v3i2.270, diakses 1 November 2020, (Semarang: Universitas Semarang 2011), hal. 70

²⁴Yeni Yen Pangesti, *Dampak Media Sosial*, (Purwokerto: FKIP UMP,2017), hlm. 9.

²⁵Yeni Yen Pangesti, *Dampak Media Sosial*.

- 2) Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan masyarakat.
- 3) Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa.
- 4) Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan dan nilai di masyarakat.

3. Pengertian Instagram

Instagram yaitu suatu aplikasi yang terkenal di lingkungan pemakai telephone pintar atau *smartphone*. Sebutan Instagram berasal dari kata “Insta” yang berasal dari “Instan” serta “gram” asal kata dari “Telegram”. Maka Instagram adalah sambungan asal kata Instan – Telegram. Dengan asal kata itu bisa disimpulkan bahwa Instagram yaitu sebuah aplikasi yang berguna untuk berbagi kabar atau pesan dengan mudah dan cepat. Yaitu dengan berbentuk gambar atau video serta dapat membagikan ke media sosial yang lain.²⁶

Seseorang yang memiliki hobi di bidang fotografi tentu mempergunakan aplikasi ini. Dengan macam – macamnya keunggulan aplikasi Instagram untuk mengedit foto, Instagram mempunyai daya tarik untuk para pemakainya. Instagram juga sebuah aplikasi yang menyediakan untuk foto serta berbagi dan fasilitas jejaring sosial *online* yang untuk membagikan foto melalui macam – macam sosial media diantaranya Twitter, Facebook dan sebagainya.²⁷

Pemakai aplikasi Instagram bertambah banyak dengan cepat karena memberikan kelebihan yang diberikan seperti banyaknya fitur dalam aplikasi Instagram. Kelebihan itu seperti gampangnya saat sedang memposting foto. Foto yang di posting bisa didapat dari kamera atau galeri telefon. Pada aplikasi Instagram juga tersedia filter

²⁶“Instagram” (on-line), tersedia di : <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 04 Agustus 2020.

²⁷“Instagram” (on-line), tersedia di : <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 04 Agustus 2020.

yang dapat digunakan untuk mengedit warna foto seperti yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang aplikasi khusus untuk tempat berbagi foto, Instagram mempunyai daya tarik seperti batasan foto supaya berbentuk persegi serupa seperti gambar *kodak instamatic* serta *polaroid*, yang mempunyai perbedaan pada ukuran 16:9 seperti saat ini, yang biasa dipakai pada kamera *smartphone*.²⁸ Instagram memiliki dua pendiri, yang pertama Kevin Systrom yang terkenal sebagai orang yang terjun di dunia aplikasi. Yang kedua adalah Mike Krieger adalah ruh dari *App*-nya.

4. Semiotika Roland Barthes

Barthes dilahirkan di Prancis pada 12 November 1915 dan meninggal pada 20 maret 1980. Sebagai filsuf Eropa sekaligus tokoh dalam bidang semiotik, secara mendasar konsep narasi yang diajukan oleh Barthes lebih condong kepada pembuatan suatu makna. Barthes juga mengawali perancangan pemaknaan tanda dengan mengambil pemikiran saussure, tetapi dia melanjutkannya pada memasukkan konsep denotasi dan konotasi. *Denotative sign* (tanda denotasi) lebih menekankan pada pandangan fisik, sesuatu yang timbul, seperti apa wujudnya serta aromanya.²⁹

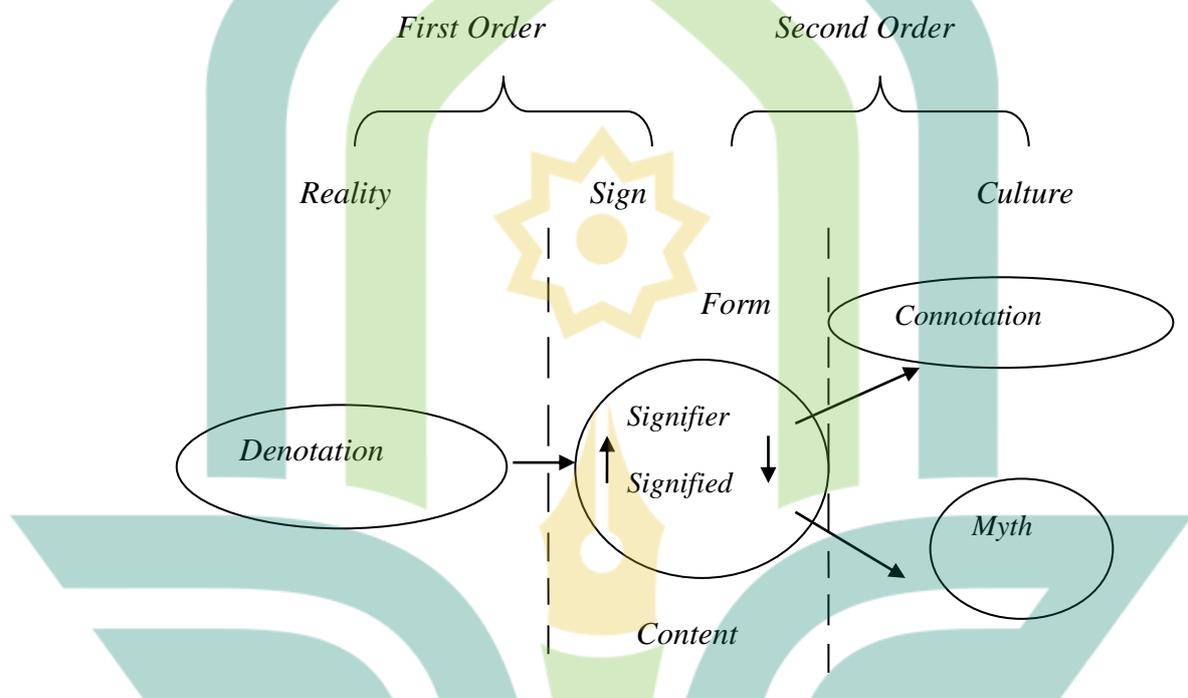
Roland Barthes terkenal dengan salah satu seseorang pemikir strukturalis yang giat mempraktekan metode linguistik dan semiologi Saussurean. Saussure lebih condong kepada sesuatu yang rumit. pembentukkan kalimat serta sistem yang timbul pada kalimat menunjukkan makna, hanya saja tidak tertarik dengan realita seperti halnya kalimat yang serupa bisa memberikan saja makna yang beda

²⁸Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), hlm 47.

²⁹Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, (Malang : Intrans Publishing, 2019), hlm. 12

keadaanya. Roland Barthes melanjutkan pemikiran itu melalui sebutan *order of signification*.³⁰

Rancangan *order of signification* Roland Barthes terdapat *first order of signification* adalah denotasi, serta *second order of signification* adalah konotasi. susunan awalnya seperti petanda yang berwujud tanda. Tanda itulah yang artikan makna denotasi.³¹ Barthes menerangkan signifikasi awal yaitu hubungan diantara *signifier* (ekspresi) serta *signified (content)* didalam suatu tanda pada kenyataan yang ada. Yang dijelaskan barthes mengenai denotasi adalah makna yang paling jelas pada tanda (*sign*).



Signifikasi level awal adalah korelasi *signifier* serta *signified* didalam suatu tanda pada kenyataan yang ada. Barthes menamakan dengan penyebutan denotasi, yaitu makna yang paling nyata dari tanda. Konotasi ialah suatu kata yang dipakai Barthes supaya

³⁰Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006), hlm. 268

³¹M. Antonius Birowo, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Gitanyali, 2004), hlm. 56

menerangkan signifikasi level kedua, perihal ini menerangkan saat terdapat gambar berjumpa dengan perasaan ataupun emosi yang berasal dari pemerhati dan nilai kuluturnya.

Konotasi memiliki makna subjektif ataupun intersubjektif. Pengelompokan kata terkadang menjadi sesuatu opsi pada konotasi, contoh kata “penyuapan” dan “memberi uang pelicin”. Istilah lain, denotasi yaitu sesuatu yang diwujudkan tanda dari suatu objek, lain dengan konotasi yaitu seperti apa mewujudkannya.³² Maka pada rancangan Barthes, konotasi berjalan pada level subjektif, sehingga keberadaanya tidak disangka. Pembaca sangat mudah memahami makna konotatif sebagai bukti nyata denotatif. Maka dari itu, sebagian dari kerangka berfikir supaya menjadi solusi ketika terjadi salah baca.

Selanjutnya signifikasi level kedua yang berkenaan pada isi, tanda bertindak melewati mitos (*myth*). Mitos yaitu seperti kultur menggambarkan atau memberi penjelasan pada hal – hal mengenai kenyataan. Atau pun petanda alami. Mitos adalah karya ragam sosial yang memiliki sebuah pengaruh. Mitos yaitu sebuah sarana munculnya ideologi.³³ Kita mampu mendapatkan ideologi pada tulisan dengan mengerjakan penelitian konotasi yang ada. Sebagian metodenya seperti menggali mitologi pada tulisan seperti itu. Ideologi yaitu sebuah hal seperti sketsa. Mitologi (sekumpulan mitos – mitos yang koheren) menyediakan inkarnasi makna – makna yang memiliki tempat pada ideologi. Ideologi itu bisa dinarasikan. Cerita atau narasi itulah yang dinamai mitos.³⁴

³²Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2004), hlm. 128.

³³Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*.

³⁴Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. hlm. 129.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Untuk memudahkan dalam memperoleh data yang akurat penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Dipenelitian kualitatif ini pembuat memakai metode analisis semiotika Barthes lebih menekankan terhadap pembentukan sebuah makna.

Signifikasi level awal adalah hubungan diantara *signifier* serta *signified* didalam suatu tanda pada kenyataan yang ada. Roland Barthes memberi nama denotasi, ialah makna yang jelas dari tanda. Konotasi yaitu sebutan kata yang pakai Roland Barthes supaya menerangkan signifikasi level kedua, perihal ini menjelaskan jika gambar berhubungan dengan perasaan ataupun emosi pembaca dan unsur kulturalnya.

Konotasi memiliki makna subjektif ataupun intersubjektif. Pengelompokan kata terkadang menjadi sesuatu opsi pada konotasi, contoh kata “penyuapan” dan “memberi uang pelicin”. Istilah lain, denotasi yaitu sesuatu yang diwujudkan tanda dari suatu objek, lain dengan konotasi yaitu seperti apa mewujudkannya.³⁵ Maka pada rancangan Barthes, konotasi berjalan pada level subjektif, sehingga keberadaanya tidak disangka. Pembaca sangat mudah memahami makna konotatif sebagai bukti nyata denotatif. Maka dari itu, sebagian dari kerangka berfikir supaya menjadi solusi ketika terjadi salah baca.

Selanjutnya signifikasi level kedua yang berkenaan pada isi, tanda bertindak melewati mitos (*myth*). Mitos yaitu seperti kultur menggambarkan atau memberi penjelasan pada hal – hal mengenai kenyataan. Atau petanda alami. Mitos adalah karya ragam sosial

³⁵Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT. Rosdakarya, 2004), hlm. 128.

yang memiliki sebuah pengaruh. Mitos yaitu sebuah sarana munculnya ideologi.³⁶

Denzin dan Lincoln berpendapat penelitian kualitatif merujuk pada pencapaian kepehaman yang lebih dalam tentang komunitas ataupun kejadian penting, kemudian menjelaskan tahap awal dari bagian sampel dari sebuah perkembangan. Penelitian ini memfokuskan pada memaparkan sesuatu yang terkandung dalam tahapan, proses dan cara yang luas pada sebuah komunitas pengikut atau partisipan. Penelitian kualitatif dapat dinamakan etno-metodologi ataupun penelitian lapangan. Penelitian ini pula mewujudkan data tentang komunitas orang – orang pada bagian dalam maupun bagian sosial.³⁷

2. Sumber Data

Sumber data yaitu semua hal yang mampu membagikan informasi tentang data, berlandaskan sumbernya. Data dibagi dua pertama data primer kedua data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diciptakan peneliti untuk tujuan tertentu menangani suatu masalah yang dihadapi. Data disusun pribadi oleh peneliti didapat langsung dari sumber pertama ataupun ditempat menelitinya tersebut. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu wawancara secara langsung dengan narasumber yang bersangkutan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari macam – macam sumber seperti internet, literatur yang berhubungan terhadap penelitian yang sedang ditangani. Sumber data sekunder

³⁶Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*.

³⁷Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 7.

pada penelitian ini yaitu sumber buku – buku dakwah, buku tentang komunikasi, maupun jurnal - jurnal yang menurut peneliti menunjang data - data pokok.³⁸

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memproses data yang sudah dikumpulkan pada masalah yang bersangkutan pada penelitian, oleh karena itu penulis menggunakan beberapa teknik berikut :

a. Wawancara,

Stewart dan Cash, berpendapat bahwa wawancara adalah suatu hubungan yang berisi perpindahan dan bermacam – macam tatanan, perasaan, informasi, pesan, dan tanggungan.³⁹ wawancara merupakan teknis yang digunakan oleh peneliti dalam proses mengumpulkan data yang tepat untuk kebutuhan penelitian dan teknik menyelesaikan suatu masalah menggunakan metode tanya jawab yang dilakukan kepada founder akun Instagram @santribatang.

b. Dokumentasi

Adalah suatu metode yang bisa dilaksanakan peneliti kualitatif supaya memperoleh hasil dari perspektif subyek menggunakan media tulisan serta berkas dan sebagainya, yang ditulis ataupun karya dari subyek yang berkaita.⁴⁰ Maka peneliti mengambil postingan dari akun Instagram @santribatang dari bulan Oktober 2020 kemudian mengamati mengenai makna denotasi, konotasi dan mitosnya.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini memakai teknik analisis data menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang menekankan terhadap proses pemaknaan pada tanda, pemaknaan pada tahap awal dinamakan

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta 2009), hlm. 137.

³⁹Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2010), hlm. 118.

⁴⁰Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. hlm. 143.

denotasi. Setelah itu proses pemaknaan kedua yang dinamakan konotasi. selanjutnya yaitu penjelasan mengenai mitos. Langkah – langkah pada tahap analisisnya yaitu :

- a. Menjelaskan makna yang sebenarnya atau suatu peristiwa yang terlihat menggunakan panca indra, bisa juga dinamakan deskripsi dasar disebut sebagai denotasi.⁴¹ Yang terdapat di konten akun Instagram @santribatang.
- b. Menjelaskan hubungan yang terjadi ketika tanda berdampingan bersama emosi pelakunya serta nilai budayanya yang disebut sebagai konotasi.⁴² yang terdapat pada konten akun Instagram @santribatang.
- c. Menjelaskan penafsiran tanda atau makna yang didasarkan pada fenomena yang terjadi di masyarakat, karena adanya suatu kesepakatan, disebut sebagai mitos.⁴³ Yang terdapat pada konten akun Instagram @santribatang.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Pada proses penelitian ini sama dengan proses penyusunan skripsi yang lain.

BAB I Pendahuluan, memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah. Manfaat penelitian, Secara Teoritis dan Secara Substansi. Tinjauan Pustaka, diantaranya penelitian yang relevan dan kerangka berfikir. Landasan Teori, Metode Penelitian, memuat Jenis Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data. dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan Teori berisi Tentang Pengertian Dakwah, Media Dakwah, Jenis – Jenis Media Dakwah, Pengertian Media

⁴¹Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, (Malang : Intrans Publishing, 2019), hlm. 14.

⁴²Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, hlm. 18.

⁴³Arif Budi Prasetya, *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, hlm. 21.

Sosial, Pengertian Instagram, Sejarah Instagram, Fitur – Fitur Instagram, Profil Roland Barthes, Semiotik dan Pemikiran Roland Barthes, Mitologi Roland Barthes.

BAB III Deskripsi Profil Instagram @santribatang, meliputi Biografi Achmad Jauhari Umar, Sejarah Terbentuknya akun Instagram @santribatang, Proses Pembuatan Konten, konten – konten dakwah akun Instagram @santribatang bulan Oktober 2020.

BAB IV Analisis Semiotik Roland Barthes konten – konten dakwah akun Instagram @santribatang dari bulan Oktober 2020.

BAB V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran – saran.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dibuat mengenai dakwah melalui media sosial analisis akun Instagram @santribatang berbasis semiotik Roland Barthes, mempunyai beberapa kesimpulan.

Pertama, konten yang dibuat oleh akun Instagram @santribatang berisi tentang kata – kata yang diambil dari hasil kajian kitab yang dikaji oleh teman – teman dari tim Santri Batang, Bagian itu dikerjakan oleh tim *searching* yang memang bertugas mencari kata – kata yang akan dibuat konten. Tahap selanjutnya yaitu diserahkan kepada tim desain, untuk dicarikan gambar yang cocok dan warna yang sudah ditentukan oleh tim, kemudian didiskusikan sebelum mengedit dan membuat kontennya, ketika desain sudah jadi, kemudian diserahkan tim Penasehat yang bertugas mengoreksi apakah hasil pencarian quote, dan model desain sudah layak untuk diunggah atau belum. Selanjutnya diserahkan ke tim Admin. Tim Admin tugasnya mengunggah konten ke akun Instagram, facebook, santri batang. Itulah mengenai bagaimana konten Instagram @santribatang dibentuk, kemudian dalam penelitian ini juga menganalisis semiotik Roland Barthes pada kontennya.

Kedua, menganalisis konten Instagram @santribatang menggunakan semiotik Roland Barthes yang dikenal dengan istilah *order of signification*, yang membahas mengenai tanda dan penanda, bahwa setiap tanda juga mempunyai makna, Roland Barthes mempunyai tiga istilah untuk membahas tanda dan maknanya yaitu Denotasi, Konotasi dan Mitos. Ketiga istilah tersebut digunakan untuk menganalisis konten akun Instagram @santribatang, untuk menemukan makna tanda pada kontennya. Istilah Denotasi untuk menjelaskan makna yang terlihat seperti

bentuk dan warna dari kontennya. Konotasi digunakan untuk menganalisis makna kultural yang muncul karena adanya konstruksi budaya, sehingga ada sebuah pergeseran, tetapi melekat pada tanda atau simbol tersebut, yang ada pada konten Instagram @santribatang. Selanjutnya mengenai Mitos yang ada pada kontennya. konteks pemaknaan yang didasari oleh budaya.

Ketiga, penerapan untuk mengetahui makna Denotasi, Konotasi dan Mitos pada konten akun Instagram @santribatang. Makna Denotasi sesungguhnya, dalam konten Instagram @santribatang, seperti bentuk, warna, kemudian logo. Konotasinya Seperti makna warna dasar konten yang digunakan, seperti contoh warna biru yang diasosiasikan dengan laut dan langit. Setiap kata – katanya juga mempunyai makna tersendiri.. Selanjutnya mengenai Mitos pada konten Instagram @santribatang, Seperti kata – kata pada konten mengenai “Tuhan tidak bisa didekati dengan arogansi”. Makna mitosnya seperti contoh, penyerahan diri kepada Tuhan dengan Tuhannya bisa dilihat dari implementasi kelima rukun Islam.

Setelah dianalisis dari keseluruhan konten pada bulan Oktober 2020. Dari tanggal 1 sampai 20 Oktober 2020 kata – kata yang disampaikan mengenai bagaimana kita agar mencapai kesuksesan, dari mulai berkumpul dengan orang – orang sukses. Mengerti makna dari sukses itu sendiri, dan proses bagaimana kita memohon kepada Tuhan, cara mendekatinya agar pencapaian dan do’a kita dikabulkan. Pada tanggal 22 sampai 29 Oktober 2020, terdapat konten kata – kata ucapan selamat Hari Santri Nasional dan konten acara ngobrol santri serta konten ucapan selamat memperingati Maulid Nabi.

Warna yang dominan dari konten pada bulan Oktober 2020 yaitu hijau dan biru, kedua warna tersebut menggambarkan persatuan dua organisasi pada komunitas santri batang yaitu NU dan Muhammadiyah, dan logo santri batang dicantumkan pada setiap konten agar menunjukkan

identitas dari pembuat atau karya dari santri batang. Penggunaan karakter tulisan pada warna hijau itu kecil menyesuaikan konsep dari tim desain dan warna biru menggunakan teks besar tujuannya agar lebih terlihat dan memperkuat karakter. Background yang dipakai pada konten, ada yang menggambarkan kata – kata yang disampaikan, tetapi lebih banyak gambar pemandangan tujuannya untuk memperindah desainya. Ulama yang dicantumkan kebanyakan dari kalangan laki – laki karena dari hasil kajian dan pencarian tim, kebanyakan yang muncul pada kitab dan pada publik kebanyakan laki – laki daripada ulama perempuan.

B. Saran

Ada beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan mengenai pembahasan dakwah melalui sosial media dan analisis semiotik Rolan Barthes, yaitu :

1. Untuk para pelaku dakwah seperti akun Instagram @santribatang yang bergerak disosial media, sebaiknya lebih banyak lagi membuat kontennya dengan tema dakwah yang menarik dengan memanfaatkan momen tertentu. agar pesan dakwah lebih sampai kepada banyak muda. Dan banyak yang membagikan disosial media mereka. Dan mengadakan pertemuan dengan *followers* nya entah itu dalam bentuk online atau offline, agar komunikasi terus menyambung, tidak hanya terlihat di dunia maya tapi juga di dunia nyata.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk bisa meneliti konten yang lebih banyak dan lebih menarik lagi serta data – datanya tersusun dengan rapih dan lengkap, bisa juga meneliti pada pesan dakwah yang ada di dalamnya. Ataupun komunikasi yang terjadi dengan tim ataupun followernya.
3. Dari segi akademis, penelitian terhadap konten dakwah adalah hal yang sangat penting, karena untuk membantu menyebarkan pemahaman Islam yang baik. Dan menghalau pemahaman Islam yang berbahaya,

karena dakwah yang dilakukan menggunakan sosial media yang siapapun bisa mengaksesnya dengan cepat, jadi kebaikan yang benar juga harus tetap disampaikan mengikuti perkembangan zaman agar tidak kalah cepat.



DAFTAR PUSTAKA

- Mahmud Ahmad, 2002. *Dakwah Islam*, Bogor: Pustaka Thariqul Izzah.
- Rustiana, 2018. *Persepsi Digital Dependent Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dan Dampak Sosial Ekonominya*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15, No. 1
- Saiful Maarif Bambang, 2010. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetya Arif Budi, 2019. *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*, Malang : Intrans Publishing.
- Pratiwi Ardhina, 2018. *Representasi Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai)*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Azis, 2009. *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana.
- Ilahi Wahyu, 2013. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Omar Toha Yahya, 1985. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Widjaya.
- Shihab M Quraish, 2007. *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan.
- Ismail A. Ilyas, 2006. *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub: Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Harakah*, Jakarta: Penamadani.
- Cengara Hafied, 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syukir Asmuni, 1993. Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al- Ikhlas.
- Yaqub Hamzah, 1981. *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, Bandung: CV. Diponegoro.
- Munir M, Ilahi Wahyu, 2006. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Setya Errika Dwi, 2011. *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)* Jurnal Volume III, No. 1.

Pangesti Yeni Yen, 2017. *Dampak Media Sosial*, Purwokerto: FKIP UMP.

“Instagram” (on-line), tersedia di : <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
diakses 04 Agustus 2020 pukul 10:00.

Salbino Sherief, 2014. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, Jakarta: Kunci Komunikasi.

Kriyantunno Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Predana Media Group.

Birowo M. Antonius, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Yogyakarta: Gitanyali.

Sobur Alex, 2004. *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: PT. Rosdakarya.

Herdiansyah Harris, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Setiawati Rini, 2009. *Ilmu Dakwah*, Fakultas Ilmu Dakwah IAIN Raden Lampung: PUSIKAMLA.

Kafie Jamaludin, 1993. *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Percetakan Ofset Indah.

Ilahi Wahyu, 2012. *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Sukayat Tata, 2015. *Ilmu Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

McQuail Denis, 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1992.

Bambang Mr, 2012. *Instagram Handbook*, Jakarta: PT. Trans Media.

Berger Arthur Asa, 2000. *Tanda – Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta: Tiara Wacana.

Barthes Roland, 2012. *Elemen – Elemen Semiologi*, Terjemahan Kahfie Nazaruddin Yogyakarta: Jalasutra.

Wibowo Wahyu Indiwana Seto, 2013. *Semiotika Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media 2013).

Monica, 2011. *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan*, Jurnal BINUS University, Vol. 2.

Ummah Rohmatul, 2018. *Hubungan Antara Al Fallah (Petani) Dengan Konsep Al Falah Dalam Al - Qur'an*, Jurnal Vol. 13, No. 1.

<https://ercregistry.com/ali-zaenal-abidin-al-hamid/> diakses 01 November 2020 pukul 10:00.

Kementrian Agama RI, 2011. *Al-Qur'an dan Tafsirannya*, Jakarta: Widya Cahaya.

Yunus M., 2014. *Mindset Revolution* Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher.

Sulaiman Agus Suryo, 2010. *The Quantum Success* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Alwi Muhammad, 2011. *Belajar Menjadi Bahagia dan Sukses Sejati*, Jakarta: Media Komputindo.

Aini Musthofa, 2002. *Ensiklopedi Muslim*, Jakarta: Darul Falah.

Al – Kaff Abdullah Zakiy, 2001. *Membentuk Akhlak*, Bandung: Pustaka Setia.

Rasjid Sulaiman, 2004. *Fiqhi Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Hunadar Jonsi, 2016. *kebaikan dan Keburukan*, Jurnal IAIN Bengkulu Vol. 5, No.

Al-Qur'an Surat at-Tin ayat 5, Departemen Agama RI, 2003. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro.

Bakhtiar Amsal, 1999. *filsafat agama* jakarta, : logos.

Nurlaela Andi, 2020. *Optimalisasi Nilai – Nilai Fii-trah Dalam Mendekatkan Diri Kepada Allah*, Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.

Sidabutar Fransisca M, 2008. *Harapan serta Konsep Tuhan Pada Anak Usia Sekolah Menderita Kanker*, Jakarta: Universitas Indonesia.

Danner Victor, 1999. *Mistisisme Ibnu Atha'illah*, Surabaya: Risalah Gusti.

Al – Raqib Said bin Shaleh, 2010. *Positif thinking : rahasia kekuatan berfikir menurut sunah Nabi, terjemah Sony Priyadi Solo*. Qaula.

Nurmalasari, 2020. *Charakter Building*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rofaah, 2016. *Akhlak Keagamaan Kelas XII*, Yogyakarta: Deepublish.

Luthfi Muhammad, 2012. *Menjawab Keluh Kesah Umat*, Malang: Majelis Khoir Publisng.

Azra Azyumardi, 2012. *Ensiklopedia Tasawu, Jilid II*, Bandung: Angkasa.

Karzon Anas Ahmad, 2010. *Tazkiyatun Nafs*, Jakarta Timur: Akbar Media.

Lombard Denis, 1996. *Nusa Jawa 2*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Chalik Abdul, 2016. *Agama dan Politik Dalam Tradisi Perayaan Rebo Wekasan*, Jurnal UIN Sunan Ampel. Vol. 14, No. 1..

Rosyidi Muhammad, 2008. *Ensiklopedi Tasawuf*, Bandung: Angkasa.

As – Sarraj Abu Nashr, 2002. *Al-Luma', Rujukan Lengkap Ilmu Tasawuf, Terj. Wasmukan & Samson Rahman*, Surabaya: Risalah Gusti.

Fitriani Yuliani, 2018. *Islami dan Kerendahan Hati Dengan Pemaafan Pada Mahasiswa*, Jurnal Religiusitas, UIN Sultan Syarif Kasim Riau Vol. 14, No. 2.

<https://bentangpustaka.com/nadirsyah-hosen-perpaduan-santri-kampung-dan-intelektualislammodern/#:~:text=Nadirsyah%20Hosen%20atau%20akrab%20disapa,sebagai%20rahmat%20bagi%20alam%20semesta.> diakses 1 November 2020 pukul 10:00.

Hawwa Said, 2006. *Perjalanan Spiritual*, Terj. Abdul Munip, Yogyakarta: Mitra Pustaka.

Hawwa Said, 2006. *Tazkiyatun Nafs Intisari Ihya Ulumuddin*, Terj. Abdul Amin dkk, Jakarta: Pena PundiAksara.

Aini Adrika Fithrotul, 2014. *Living Hadis Dalam Tradisi Malam Kamis Majelis Shalawat Addba'bil-Musafa*, Ar-Rainiry: Internaional Journal of Islamic Studies Vol. 2, No.1.

Bunganegara Muadilah Hs, 2018. *Pemaknaan Sholawat Pandangan Majelis Dzikir Haqqul Yaqin*, Jurnal UIN Alauddin Makassar, Vol. 9, No. 2.

Al – Shobumi Aly, Muhammad, 1999. *Tafsir Ayat Al-Ahkam min Al-Qur'an*, Jakarta: Darul qutub Al-Islamiyah.

Sinaga Syahrul Syah, 2006. *“fungsi dan ciri khas kesenian rebana di pantura jawa tengah”* Jurnal Pengetahuan Dan Pemikiran Seni semarang: Staf Pengajar Jurusan Sendratasik FBS Universitas Negeri Semarang.

Amzzad Moh. Hairul, 2020. *Pendidikan Islam, Pengaruh Peringatan Hari Santri Nasional Terhadap Sikap Nasionalisme Santri*, Jurnal UNIPDU Jombang Vol. 4, No. 2.

Rahman Kholiur, 2019. *Kebijakan Hari Santri Nasional Dan Inovasi Kebijakan Pendidikan Islam*, Jurnal IAIN Ibrahimy Genteng Banyuwangi Vol. XVII, No. 1.

Muhakamurrohman Ahmad, 2014. *Jurnal Kebudayaan Islam, Pesantren Santri Kiai dan Tradisi*, Jurnal Kebudayaan Islam, Al-Azhar Kairo Vol.12 No. 2.

Dodi Limas, 2019. *membaca pendidikan perdamaian dalam pesantren sebagai antitesis konflik*, Jurnal IAIN Kediri Vol.2.

Shoffiyah Nilna Azizatus, 2019. *Model Pondok Pesantren di Era Milenial*, Jurnal Pendidikan Islam Vol. 4, No. 1.

Ningrum Septiana Purwa, 2019. *Santri Produktif Optimalisasi Peran Santri di Era Disrupsi*, Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang Vol. 2.

Suriadi Ahmad, 2019. *Studi Islam dan Humaniora, Akturasi Budaya Dalam Tradisi Maulid Nabi Muhammad Di Nusantara*, Jurnal UIN Antasari Banjarmasin Vol. 17, No. 1.

Yunus Moch, 2019. *Peringatan Maulid Nabi (Tinjauan Sejarah dan Tradisinya Di Indonesia)*, Jurnal Institut Ilmu Keislaman Zaenul Hasan Genggong Krakasan Probolinggo. Vol. 5, No. 2.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DAFTAR DIRI

Nama : M Taustiqul Wafir
TTL : Brebes, 06 Oktober 1998
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Jl. Jembatan Pager Ayu, Desa Jatirokeh,
Kecamatan Songgom, Kabupaten Brebes
No. Telepon : 0852-2916-0316
Email : wafirahmad03@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

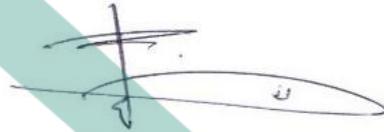
Nama Ayah : K.H. M. Sofwan Tarsyudi
Nama Ibu : Nur Azizah, S.Pd.I
Agama : Islam
Alamat : Jl. Jembatan Pager Ayu, Desa Jatirokeh,
Kecamatan Songgom, Kabupaten Brebes

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI. Islamiyah Jatirokeh lulus tahun 2007
2. MTs. Al – Falah Modern Jatirokeh lulus tahun 2013
3. MA Al – Falah Modern Jatirokeh lulus tahun 2016
4. IAIN Pekalongan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Jurusan
Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-
benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 15 Juni 2021



M. Taustiqul Wafir
2042116014





**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | 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 : M TAUSTIQUL WAFIR
NIM : 2042116079
Fakultas/Jurusan : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
E-mail address : wafirahmad03@gmail.com
No. Hp : 0852-2916-0316

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 :

**“DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN
INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND
BARTHES”**

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, 16 Juni 2021

M TAUSTIQUL WAFIR
NIM. 2042116079



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | 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 : M TAUSTIQUIL WAFIR
NIM : 2042116079
Fakultas/Jurusan : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
E-mail address : wafirahmad03@gmail.com
No. Hp : 0852-2916-0316

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 :

**“DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL ANALISIS AKUN
INSTAGRAM @santribatang BERBASIS SEMIOTIK ROLAND
BARTHES”**

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, 16 Juni 2021



M TAUSTIQUIL WAFIR
NIM. 2042116079