

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Teknologi pada jaman sekarang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia karena perkembangnya teknologi saat ini disebabkan oleh dorongan dari manusia yang ingin berinteraksi dan mencari informasi dengan cepat dan mudah seiring dengan kebutuhan manusia, salah satunya jejaring sosial media. Segala bentuk informasi dapat dengan mudahnya diakses karena internet telah memberikan fasilitas yang lengkap dan praktis untuk memudahkan penggunaannya.

Banyak situs internet yang dapat dikunjungi dengan berbagai macam informasi yang disediakan oleh masing-masing pemilik website, aplikasi pencari informasinya pun bermacam-macam misalnya Google, Yahoo, Facebook, Instagram dan lain-lain. Ini tentu peluang besar yang bisa digunakan untuk menjadi perantara dalam berdakwah.

Tantangan dakwah dapat berubah-ubah sesuai dengan zamannya namun secara universal tetap sama, hanya saat ini sudah terpengaruhi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tantangan tersebut muncul dengan bermacam bentuk kegiatan masyarakat yang kekinian terutama remaja yang ingin mendapatkan hiburan (entertainment), kesenangan, dan kepuasan bagi dirinya sendiri sehingga memunculkan kekhawatiran rawan akan etika

dan moral. Kerawanan tersebut secara langsung dipengaruhi oleh kemajuan teknologi seperti jasa internet yang mampu diakses oleh siapa saja tanpa batas. Situs porno yang bebas diakses dimana-mana, berita hoax tersebar dimana-mana, kekerasan yang diperlihatkan begitu saja seakan kemaksiatan tersebar luas dan dapat dengan mudahnya di temukan.

Maka dari itu dakwah sangat dibutuhkan, apalagi di kalangan kaum millennial (remaja) yang masih labil dalam setiap tindakannya. Tentu metode dakwah yang digunakan untuk generasi muda harus kreatif dan inovatif mengikuti perkembangan kemajuan teknologi pada masa sekarang agar kaum remaja tertarik untuk mengikutinya.

Agar dakwah tidak dipandang sebagai suatu hal yang kuno yang rata-rata disampaikan kepada orang dewasa maka bagaimana caranya mengemas dakwah agar dapat tersampaikan pula kepada kaum remaja, dan Instagram adalah salah satu media untuk menyampaikannya. Karena tentu remaja masa kini aktivitasnya pasti tidak terlepas dari media sosial terutama Instagram. Fasilitas Instagram cukup memadai untuk digunakan sebagai media dalam berdakwah, aktivis dakwah bebas memilih dengan visual atau bahkan audio visual untuk menyampaikannya.

Alasan memilih instagram sebagai media yang tepat digunakan untuk berdakwah salah satunya karena instagram tidak hanya digunakan oleh kaum remaja saja, tapi juga tak mengenal batas usia. Banyak ibu-ibu, bapak-bapak, orang dewasa, bahkan anak-anak yang mengenal instagram, jadi dakwah dapat

tersampaikan kepada seluruh kalangan juga. Sudah banyak para aktivis dakwah saat ini yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah seperti ustadz Yusuf Mansur (@yusufmansurnew), ustadz Bachtiar Nasir (@bachtiarnasir), ustadz Felix Siauw (@felixsiauw), ustadz Hanan Attaki (@hanan_attaki), ustadz Abdul Somad (@ustadzabdulsomd) dan masih banyak lagi.

Menurut tekno.kompas.com pengguna Instagram yang aktif pada Juni 2018 lalu mencapai 1 miliar, bahkan menurut beritagar.id aplikasi berbagi foto dan video ini Februari 2019 lalu pengguna harian aktifnya setiap harinya mencapai 500 juta. Ini berarti Instagram merupakan aplikasi yang favorit bagi pengguna nya bahkan sampai saat ini.

Instagram memang merupakan aplikasi yang sangat fenomenal dari saat peluncuran hingga sekarang dan mungkin juga nanti, Instagram memiliki tampilan sederhana, cantik, dan mudah dioperasikan (Atmoko, 2012 : 1). Instagram memiliki banyak fitur, dari mulai filter wajah, boomerang, superzoom, rewind, teks yang bisa memanjakan pengguna nya hingga *Hashtag* atau simbol (#) yang bisa digunakan untuk berbagai macam hal seperti mencari informasi, inspirasi hingga berbisnis juga berbelanja dan kegunaan yang lainnya.

Namun tentu dibalik sebuah aplikasi yang hits ini pasti tidak terlepas dari kekurangan dan kelebihan nya. Menurut Wikipedia kelebihan dari aplikasi Instagram ini salah satunya adalah sebagai alat untuk mempromosikan produk

lewat instagram sehingga konsumen dapat dengan mudah melihat foto produk tersebut, instagram juga dapat mempermudah penggunanya dalam mendapatkan informasi seputar lowongan kerja, make up tutorial, berita terkini, saling bertegur sapa dengan artis papan atas, kuliner, eksplor tempat yang hits dan lain sebagainya. Sedangkan kekurangan dari Instagram sendiri bisa jadi menimbulkan dampak negatif seperti banyaknya pengguna yang menggugah konten yang berbau pornografi, penipuan online shop dan lain sebagainya.

Tetapi dibalik kekurangannya kita tidak bisa melihat dari satu sudut pandang saja, dari kelebihanannya kita bisa memanfaatkan fasilitas yang telah tersedia ini sebagai peluang media untuk berdakwah. Banyak pendakwah yang memanfaatkan media sosial Instagram ini sebagai media dakwahnya, namun tentu harus tetap berhati-hati dalam memberikan informasi yang bermanfaat yang bersifat ajakan ataupun kebenaran agar tidak menimbulkan perpecahan, pertikaian, perdebatan yang dapat merugikan pihak lain.

Dari sekian banyaknya pengguna instagram yang ada, akun @nunuzoo salah satu akun yang menarik untuk diteliti. Nurul Azka atau yang akrab disapa nunuzoo merupakan pengguna instagram seperti biasa pada umumnya, namun karena feeds instagram nya dipenuhi dengan banyak sekali video yang berisi pesan-pesan dakwah bahkan hampir tidak ada unggahan yang menunjukkan aktivitas kesehariannya selain di insta story seperti pengguna instagram yang lainnya. Nurul Azka merupakan mahasiswa dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, nunu

ini bukan seorang ustadzah atau pendakwah yang handal atau aktivis dakwah namun sejak kemunculan video-video nya tersebut cukup dikenal banyak orang maka pengikut instagram nya pun bertambah hingga saat ini followers akun @nunuzoo mencapai 625ribu terhitung sejak ia mulai mengembangkan hobinya membuat video konten dakwah tersebut pada tahun 2015.

Nurul Azka atau yang sering disapa Nunu merupakan mahasiswa yang memanfaatkan fasilitas instagram sebagai media nya untuk berdakwah. Uniknya, dalam video tersebut selain berisi tentang pesan dakwah selalu diselipkan komedi yang bisa membuat penonton menggelitik. Bahasa nya yang mudah dipahami dan membuat orang-orang terhibur maka tak heran jika pengikutnya semakin hari semakin bertambah. Terkadang ia mengangkat tema video sesuai dengan hal/ berita yang sedang viral saat itu juga. Hebatnya lagi yang memerankan video-video dakwah tersebut adalah keluarganya, orangtuanya, kerabat dekatnya dan tentu seringnya ia sendiri yang menjadi pemerannya. Bahkan saat ini Nunu sering diundang untuk menjadi narasumber dalam berbagai acara besar bahkan ia dijuluki sebagai '*Video Maker Of Dakwah Comedy*'.

Adapun alasan peneliti memilih meneliti isi pesan dakwah pada akun Instagram Nurul Azka (@nunuzoo) sebagai media dakwah diantaranya. *Pertama* instagram merupakan pilihan yang tepat untuk dijadikan media dakwah karena menurut tekno.kompas.com pengguna instagram saat Juni lalu tembus sampai 1 miliar. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pendakwah untuk memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah begitupun dengan

pemilik akun @nunuzoo yang menjadikan Instagram sebagai media dakwah melalui video-video konten dakwahnya. *Kedua*, pemilik akun Instagram @nunuzoo ini berbeda dengan selebgram lainnya, dalam akun pribadinya tersebut lebih banyak postingan video konten dakwah dibanding postingan yang bersifat pribadi, di usianya yang bisa dibilang masih belia ia mampu menunjukkan kredibilitasnya. *Ketiga*, pada akun @nunuzoo ini video yang diunggah kontennya selalu berhubungan dengan hal yang sedang viral pada saat itu juga dan selalu menyelipkan sedikit komedi di dalamnya. *Keempat*, akun @nunuzoo banyak di akses sehingga terbukti dalam pencarian / eksplor selalu muncul postingan-postingannya dan terbukti dengan jumlah followersnya yang makin hari makin bertambah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana makna denotasi pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo?
2. Bagaimana makna konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo?
3. Bagaimana makna mitos pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Makna denotasi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @nunuzoo
2. Makna konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @nunuzoo
3. Makna mitos pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @nunuzoo

D. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan keilmuan di bidang ilmu dakwah dan ilmu tabligh dalam melaksanakan aktivitas dakwah melalui Instagram sebagai media dakwah bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi aktivis dakwah yang menggunakan media sosial agar bisa memanfaatkan media sosial sebagai media baru untuk berdakwah.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung dan mempertajam objektivitas penelitian ini, maka penulis sebelumnya telah melakukan observasi dari beberapa literatur terdahulu yang sejenis dan relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu yang Sejenis

NO	PENELITI	JUDUL	PENERBIT	PERBEDAAN& PERSAMAAN	HASIL
1.	Anwar Sidiq	Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)	UIN Raden Intan Lampung	Persamaannya yang digunakan skripsi Anwar ini objek penelitiannya sama-sama meneliti akun Instagram pribadi. Perbedaannya Penelitian Anwar dilakukan dengan menggunakan analisis isi dengan pendekatan metode deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan analisis semiotik teori Roland Barthes.	Hasil penelitian Anwar adalah akun Instagram @fuadbakh menggunakan fitur format video, format gambar, dan fitur caption, mentions, hashtag dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan dakwah secara efektif.
2.	Dwi Nurul Ilmi	Instagram Sebagai Media Dakwah Era Milenial	UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaannya objek yang digunakan sama-sama merupakan akun Instagram	Hasil penelitian Dwi yaitu pada <i>caption</i> Instagram

		(Studi Deskriptif Pesan Dakwah dalam Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017)		pribadi. Perbedaannya Metode yang digunakan oleh Dwi Nurul Ilmi adalah studi deskriptif sedangkan penelitian ini analisis semiotik Roland Barthes.	@felixsiauw Periode Mei-Juli 2017 terdiri dari 50 pesan dakwah yang dikategorikan menjadi pesan dakwah akidah, syari'ah dan akhlak dengan jumlah pesan akidah 24 pesan, pesan syari'ah 10 dan pesan akhlak 16 pesan.
3.	Maulidiani	Pesan Hijrah dalam Iklan Komersil (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan detergen Total Almeera)	UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Persamaannya metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan analisis semiotika. Perbedaannya penelitian maulidiani menggunakan teori Charles Sanders Peirce sedangkan penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes. Dan penelitian Maulidiani meneliti tentang pesan hijrah	Hasil penelitian Maulidiani yakni dibagi menjadi 3 <i>representamen</i> , <i>object</i> , dan <i>interpretant</i> . <i>Representament</i> menunjukkan sosok wanita yang tidak baik berubah menjadi baik. <i>Object</i> yang ada pada iklan Total Almeera terdapat empat yakni ayah, anak kecil, seorang pria muda-tua, remaja. <i>Interpretant</i> proses hijrah terlihat dari

				sedangkan penelitian ini meneliti tentang pesan dakwah.	bakti kepada orangtua, bijaksana, menutup aurat.
--	--	--	--	---	--

Penelitian –penelitian diatas memiliki kaitannya dengan tema yang diangkat penulis. Dari keempat penelitian diatas memiliki karakter masing-masing. Penulis harap penelitian ini dapat menambah referensi penelitian selanjutnya.

F. Landasan Pemikiran

Dakwah pada dasarnya selalu mengandung ide yang dinamis yang terus menerus tumbuh, berkembang, dan tetap eksis dengan berbagai pendekatan baru sesuai dengan tuntutan zaman sehingga berevolusi dalam beragam bentuk yang tak pernah terbayangkan sama sekali sebelumnya, dalam perubahan ruang dan waktu tersebut maka turut berdampak pada perubahan pola, pendekatan, metodologi, dan karakteristik dakwah pada saat ini (Fakhruroji, 2017 : 11).

Dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang dan tradisi manusia yang baru, maka dakwah tidak cukup hanya dengan tradisi dari mulut ke mulut atau berdiri diatas mimbar namun juga harus mengandalkan media-media baru yang dapat dimanfaatkan untuk berdakwah. Tetapi bukan berarti melupakan dakwah tradisional yang hingga saat ini masih tetap digunakan, namun tentu pola pendekatan dakwah yang baru diperlukan sebagai bukti

bahwa Islam sebagai agama yang tetap relevan/ selaras pada setiap waktu dan tempatnya (Fakhruroji, 2017 : 12).

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Banyak media yang digunakan sebagai sarana untuk berdakwah seperti koran, radio, televisi, bulletin, bahkan media sosial Instagram. Dengan banyaknya media yang dapat digunakan untuk berdakwah maka da'i harus bisa memilih media yang lebih efektif untuk mencapai tujuan dakwah karena tentu setiap media mempunyai karakteristik kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Media sosial instagram adalah salah satu pola pendekatan dakwah yang harus digunakan saat ini sebagai media penyampaian pesan kepada mad'u yang cukup efektif terutama kepada anak muda agar tujuan dakwah tetap dapat tersampaikan dengan baik.

Sebagai umat Islam yang wajib untuk menyebarkan agama Islam maka kecanggihan teknologi harus dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang tetap dapat tersampaikan kepada mad'u walaupun dengan menggunakan media berbeda yang lebih populer. Aktivitas dakwah dituntut untuk mengikuti mengatasi perkembangan zaman yang semakin maju.

Kehadiran Instagram jelas sangat bisa membantu dalam penyampaian dakwah dengan fasilitas fitur yang beragam yang bisa digunakan untuk menyampaikannya. Karena tidak dapat dipungkiri masjid pun saat ini kebanyakan diisi oleh jamaah yang sudah lanjut usia, lantas bagaimana

mungkin jika anak remaja tidak tersentuh sama sekali dengan kegiatan dakwah tersebut sedangkan remaja sangat rentan terhadap pengaruh-pengaruh eksternal karena proses pencarian jati dirinya. Mereka akan sangat kesulitan dalam menentukan siapa yang harus diteladani sehingga perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan sulit dihindari apalagi dengan teknologi modern yang semakin berkembang.

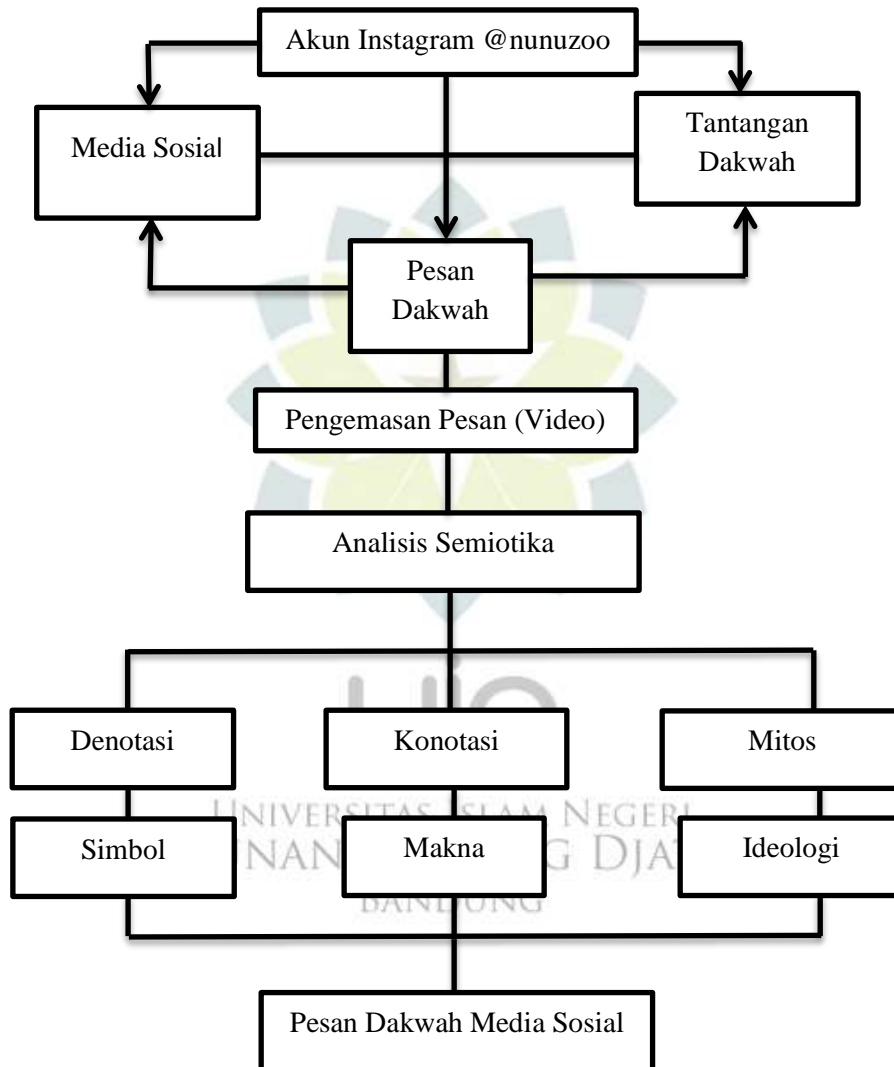
Maka instagram bisa menjadi solusi untuk menyiasatinya, beberapa aktivis dakwah saat ini pun sudah mulai menggunakan instagram sebagai lahan untuk berdakwah salah satunya adalah Nurul Azka atau yang akrab disapa dengan Nunuzoo. Walaupun instagramnya hanya akun pribadi biasa namun *feeds* instagramnya dipenuhi dengan video yang berisi pesan dakwah khususnya untuk kaum *milenial*. Penelitian ini akan mengkaji pesan dakwah yang ada pada video yang diupload dalam instagram @*nunuzoo*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika teori Roland Barthes.

Analisis semiotik berusaha menemukan makna yang terkandung dalam sebuah tanda yang tidak terlihat pada sebuah tanda dalam iklan, teks, berita, media massa, film, komik, kartun, dll (Mudjiyanto & Nur 2013).

Teori yang digunakan dalam analisis ini adalah teori semiotika Roland Barthes yang gagasannya dikenal dengan “*two order of signification*” mencakup *denotasi* (makna sebenarnya) *konotasi* (makna ganda yang berasal dari kultural personal) juga *mitos* (tingkat penandaan kedua).

Karena mempunyai beberapa konsep inti, yakni *denotation*, *konotation*, *metalangue* atau *myth*. Maka dapat digambarkan melalui skema berikut:

Gambar 1.1
Gambaran Penelitian



G. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Subjek dan Objek Penelitian, Paradigma dan Pendekatan Penelitian, Metode Penelitian, Jenis Data, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data,

Teknik Analisis Data (*Panduan Karya Tulis Ilmiah, Bandung; Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2018 hlm 20-22*).

1. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia subjek penelitian merupakan orang, tempat, benda yang dijadikan sasaran sumber informasi penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah akun instagram milik @nunuzoo.

Sedangkan objek penelitian menurut Suharsini Arikunto (1998:15) merupakan variabel yang menjadi titik fokus dalam penelitian. Maka objek dari penelitian ini adalah video pesan dakwah pada konten akun instagram @nunuzoo periode tahun 2018 dengan fokus penelitian pada pesan dakwah yang terdapat dalam video yang diunggah Nurul Azka.

Adapun alasan peneliti memilih judul ini yakni *Pertama*, objek penelitian mudah ditemukan sehingga memudahkan dalam pengumpulan data seperti bahan video untuk penelitian mudah didapatkan dalam akun @nunuzoo itu sendiri. *Kedua*, setelah peneliti mengamati video tersebut ternyata memiliki ciri-ciri tertentu sehingga menarik untuk diteliti.

Adapun yang dimaksud dengan Paradigma Penelitian ini adalah:

2. Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Deddy Mulyana (2003) dalam Tahir (2011:59) merupakan suatu cara berpikir lain yang mengacu pada kelompok

ilmuwan bagi para peneliti untuk melahirkan fenomena dalam mencari fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukan. Disadur dari kaptunenismuh.blogspot.com

Jenis paradigma yang dilakukan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, paradigma konstruktivis adalah realitas sosial yang kebenarannya bersifat relatif dan dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial yang dipandang bagaimana memaknai suatu peristiwa yang terjadi dibuat sehingga akan terlihat nilai yang ada dalam sebuah realitas sosial.

3. Pendekatan Penelitian/ Jenis Data

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe interpretatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu objek yang bersifat induktif dengan teknik pengumpulan data yang digabungkan tetapi masih perlu penafsiran yang lebih untuk memahami makna yang sebenarnya (Sugiyono, 2017: 2).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dari hal yang diteliti menurut pandangan manusia. Penelitian kualitatif berkaitan dengan persepsi, pendapat yang diteliti yang tidak bisa diukur dengan angka. Dasar pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika merupakan suatu cara untuk memaknai dan menganalisis tentang tanda pada sebuah media. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika Roland Barthes karena sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

Model semiotika Roland Barthes mempunyai perangkat semiotika yang jelas seperti makna denotasi, konotasi, dan mitos. Selain itu makna mitos (*myth*) yang ada dalam model semiotika Roland Barthes bisa digunakan untuk memahami kebudayaan dan memahami makna dalam realitas yang ada untuk diterapkan dalam analisis pada penelitian ini.

Adapun jenis data dalam penelitian ini berbentuk tiga pertanyaan yakni yang pertama bagaimana makna denotasi pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo, kedua bagaimana makna konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo, ketiga bagaimana makna mitos pesan dakwah yang terkandung dalam video akun Instagram @nunuzoo.

4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika. Analisis semiotika berusaha menemukan makna yang terkandung dalam sebuah tanda yang tidak terlihat pada sebuah tanda dalam iklan, teks, berita, media massa, film, komik, kartun, dll (Mudjiyanto & Nur 2013).

Metode semiotika digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui makna dari tanda-tanda yang ada dalam teks, gambar, foto, video yang akan diteliti tersebut. Karena tanda-tanda tersebut merupakan pesan yang ditukarkan dalam proses komunikasi.

Teori yang digunakan dalam analisis ini adalah teori semiotik Roland Barthes yang gagasannya dikenal dengan “*two order of signification*” mencakup *denotasi* (makna sebenarnya) *konotasi* (makna ganda yang berasal dari kultural personal) juga *mitos* (tingkat penandaan kedua), dengan menggunakan teori ini diharapkan penulis dapat menganalisis lebih dalam tanda (semiotik) yang terdapat dalam konten video unggahan akun instagram @nunuzoo sehingga dapat menambah rujukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah.

5. Sumber Data

Menurut Arikunto (1998:144) sumber data merupakan subjek darimana suatu data dapat diperoleh. Sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber tangan pertama, bisa responden individu, kelompok fokus, internet dalam bentuk kuisioner yang disebar lewat internet. Data primer tidak berbentuk soft file atau hard file, melainkan data dari narasumber yang berkaitan langsung (Uma Sekaran, 2011).

Adapun sumber data primer yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah menggunakan video yang diposting oleh akun @nunuzoo pada periode 2018 dengan fokus penelitian pada pesan dakwah yang terkandung dalam video yang diposting untuk diteliti

lebih dalam dengan menggunakan analisis semiotika teori Roland Barthes.

- 1) Video 1 yang berjudul (Parodi Karma)
- 2) Video 2 yang berjudul (Pacaran Itu Haram)
- 3) Video 3 yang berjudul (Bosan Menjomblo)
- 4) Video 4 yang berjudul (Kehidupan Setelah Lebaran)
- 5) Video 5 yang berjudul (Ditembak Pas Valentine)
- 6) Video 6 yang berjudul (Parodi Count On Me)
- 7) Video 7 yang berjudul (Jangan Kecanduan Main Mobil Legend)

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diberikan oleh narasumber kepada pengumpul data. Data sekunder sifatnya pendukung keperluan dari data primer buku-buku, literasi yang berkaitan dengan yang diteliti (Sugiono, 2018 : 402)

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain untuk melengkapi data primer seperti artikel, buku-buku dan referensi lainnya yang berkaitan, artikel dan website yang terkait dan menunjang penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

a. Membaca

Membaca mengandung beberapa pengertian, yakni:

1. Melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis;
2. Mengeja atau melafalkan apa yang tertulis;
3. Mengucapkan;
4. Mengetahui; meramalkan
5. Menduga; memperhitungkan; memahami, membaca sambil mempelajari makna kata-kata dari bahan bacaan (Tim Penyusun Kamus, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua. Jakarta: Balai Pustaka, 1994, hal. 72).

Yang dimaksud membaca dalam penelitian ini adalah mengamati pesan dakwah dalam video yang di upload dalam akun Instagram @nunuzoo.

b. Mencatat

Mencatat adalah:

1. Menulis sesuatu untuk peningatan dalam suatu buku;
2. Menulis apa yang sudah ditulis atau diucapkan orang lain; menyalin
3. Memasukkan ke dalam buku (daftar); mendaftarkan.
4. Memperoleh atau mencapai (hasil, kemenangan, rekor).
5. Memasukkan (suara, ujaran) ke dalam pita rekaman; merekam (Ibid, hal. 174).

Yang dimaksud mencatat dalam penelitian ini adalah mencatat hal-hal yang dibutuhkan untuk mendapatkan data yang diperlukan sesuai dengan masalah yang diteliti melalui video yang diupload oleh @nunuzoo untuk diamati.

c. Mengolah

Mengolah adalah:

1. Mengerjakan, mengusahaann sesuatu barang dan sebagainya supaya menjadi lain atau mennjadi lebih sempurna.
2. Laku, ulah, cara melakukan sesuatu; akal (daya, upaya, tipu daya);
3. Perbuatan;
4. Tingkah (Ibid., hal. 701).

Adapun yang dimaksud dengan mengolah dalam penelitian adalah mengolah data melalui video yang ada pada akun Instagram @nunuzoo untuk mengetahui isi pesan dakwah dalam video yang telah diamati tersebut.

d. Kepustakaan

Teknik kepustakaan adalah cara mengumpulkan data melalui bermacam-macam material yang ada pada ruang kepustakaan seperti majalah, koran, buku-buku, dokumen dan lain sebagainya yang relevan dengan penelitian terkait (Koentjaraningrat, 1983: 420).

Maka berdasarkan definisi diatas, penulis mencari sumber-sumber kepustakaan yang diperoleh dari buku, jurnal, hasil-hasil penelitian lainnya (skripsi), internet, dan sumber-sumber lainnya yang relevan

dengan penelitian terkait. Salah satu buku rujukannya yakni buku Semiotika dalam Riset Komunikasi yang ditulis oleh Nawiroh Vera.

7. Analisis Data

Analisis data merupakan cara yang ditempuh untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang telah disusun. Karena penelitian yang menggunakan jenis data kualitatif maka harus sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini menyangkut pembahasan isi pesan dakwah dalam akun instagram @nunuzoo. Menurut Imam Prayogo dan Tabroni (2003: 192-196) analisis data kualitatif dengan menggunakan langkah langkah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan. Semua video dalam akun instagram @nunuzoo yang berisi pesan dakwah dikumpulkan pada periode tahun 2018.
- b. Mengklasifikasi data yang sudah terkumpul menjadi data primer dan sekunder
- c. Menganalisis data sesuai dengan masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Memaparkan video instagram @nunuzoo dengan memisahkan per episode nya untuk dianalisis dan dipisahkan mana saja cuplikan yang memuat pesan dakwah.
- d. Melakukan analisis data yang telah di klasifikasikan kemudian ditafsirkan berdasarkan teori Roland Barthes.
- e. Penarikan kesimpulan data hasil analisis dan pembahasan.