

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Islam adalah agama yang sempurna. Bagaimana tidak, berbagai aspek kehidupan diatur dalam islam baik itu yang berkaitan dengan ibadah mahdhah dan ghairu mahdhah maupun hubungan horizontal antar sesama manusia lainnya. Maka dari itu menjadi wajib hukumnya bagi seluruh umat islam dalam menyampaikan dan menyiarkan agama islam agar menata kembali manusia ke jalan Allah Swt.

Kata dakwah sendiri berasal dari akar Bahasa Arab yaitu “*da’a, yad’u, da’watan*” yang memiliki makna seruan, panggilan, undangan atau doa. Dalam pendekatan Qurani, Chatib Saefullah (2018: 1) dasar pemahaman dakwah dilihat pada surah an-Nahl ayat 125 dimana dalam ayat tersebut fi’il amr “*ud’u*” memiliki arti ajakan atau seruan. Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa dakwah sebagai aktivitas mengajak atau mengarahkan manusia agar menata kembali kehidupannya di jalan tuhan melalui tiga pendekatan yaitu dengan hikmah, mawidhah hasanah, dan ahsan al-mujadalah dengan berbasis kebebasan kemanusiaan tanpa adanya paksaan karena sejatinya dalam menempuh jalan tuhan adalah panggilan jiwa, keikhlasan, serta tanggung jawab.

Dalam pendekatan fenomena sosial, Chatib Saefullah (2018: 3 – 4) dakwah sebagai istilah yang digunakan oleh masyarakat guna menunjukkan

suatu perilaku keberagamaan baik individu, kelompok, atau organisasi, meliputi ceramah keagamaan, khotbah, pengajian di majelis taklim atau dimasjid, siaran keagamaan di radio, televisi atau film. Melalui pendekatan ini, dakwah dipahami sebagai perilaku individu atau organisasi dalam mensosialisasikan pesan – pesan keagamaan dengan berbagai cara dan media agar masyarakat mudah menerima dan melaksanakannya.

Dalam pendekatan proses, Syukriadi Sambas (2004: 3) dakwah hakikatnya sebagai proses transmisi, transformasi, dan internalisasi ajaran islam dengan menggunakan metode, media, dan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini Sambas menyatakan bahwa dalam menyampaikan dakwah tentunya tidak luput dari aspek penggunaan metode, media, dan pesan yang disesuaikan dengan situasi serta kondisi masyarakat.

Pesan dakwah berfungsi sebagai pedoman manusia untuk menghadapi realitas kehidupan, sebagai acuan dalam memahami, dasar mengambil keputusan, dan pendorong untuk menghasilkan tindakan serta perilaku dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka, oleh karena itu dalam menyampaikan ajaran islam perlu ditanamkan nilai – nilai kebaikan (Saefullah, 2018: 13).

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, kini masyarakat dapat dengan mudah mengirim dan menerima informasi karena hadirnya media – media dengan cakupan yang lebih luas yaitu melalui internet dan media sosial. Maka dari itu kini dakwah tidak hanya selalu melalui mimbar, ada

beragam media yang dapat dimanfaatkan agar pesan dakwah yang akan disampaikan tersebar lebih luas dan mudah diterima.

Media sosial menurut van Dijk (Nasrullah, 2016: 11) merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Media sosial hadir sebagai salah satu media berbasis online seperti facebook, twitter, line, path, instagram dan sebagainya. Media sosial tersebut memudahkan para penggunanya dalam berinteraksi sosial antara satu dengan yang lainnya dengan memproduksi, saling memberi dan bertukar informasi baik berupa gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual (Feri, 2015: 5).

Instagram merupakan singkatan dari “instant-telegram” artinya mengirimkan berita secara langsung. Disusun dari dua kata, “Insta” dan “Gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat/mudah. Sedangkan kata “Gram” diambil dari “Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat. Sebuah aplikasi gratis yang dapat diakses melalui smartphone ini memungkinkan penggunanya dalam mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke platform tersebut.

Menurut survey (Zahra, 2016: 61) rata – rata pengguna instagram di Indonesia 59 persen ialah anak muda usia berkisar 18-24 tahun. Menurut survey yang dilakukan oleh TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris mengenai studi pengguna instagram di Indonesia, yaitu 88 persen pengguna

menggunakan *filter* dan 97 persen menggunakan fitur *search* untuk mencari informasi yang lebih spesifik, 97 persen menuliskan komentar pada postingan dan menandai (*mention*) teman – teman mereka yang mendorong proses pencarian di instagram, 85 persen pengguna di Indonesia juga memposting di media sosial lainnya langsung dari instagram baik berupa foto, video, ataupun karya dalam bentuk desain grafis.

Dari sekian banyak akun instagram yang menyajikan pesan – pesan dakwah islam, terdapat akun instagram yang memiliki keunikan tersendiri yaitu dengan menggabungkan unsur desain grafis dan isi pesan dakwah. Akun @banggaber merupakan akun instagram milik Rizal Fahmi yang konten didalamnya tidak hanya memposting hal – hal yang bersifat umum, akan tetapi ada beberapa sajian isi pesan dakwah dengan mengangkat tema peristiwa sehari – hari yang mungkin tidak disadari oleh setiap orang. Dengan jumlah followers sekitar 330 ribu lebih dan memposting 1.361 konten per bulan Agustus 2021, hal ini menjadi sebuah respon yang baik dikalangan pengguna media sosial khususnya instagram terhadap konten yang disajikan pada akun instagram @banggaber tersebut.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk menjalankan penelitian secara mendalam terhadap konten akun instagram @banggaber mengenai pesan – pesan dakwah baik itu yang tersirat maupun yang tersurat dan menganalisis makna denotasi, makna konotasi, makna mitos dalam postingan @banggaber.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang sudah diulas penulis pada latar belakang diatas, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana makna denotasi pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber?
2. Bagaimana makna konotasi pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber?
3. Bagaimana makna mitos pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang akan dikaji, maka tujuan penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna denotasi pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber
2. Untuk mengetahui makna konotasi pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber
3. Untuk mengetahui makna mitos pesan dakwah dalam postingan instagram @banggaber

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dibagi kedalam dua bagian yaitu teoritis dan praktis.

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan keilmuan dakwah dalam mengamati komunikasi massa dengan kajian analisis semiotika teori Roland Barthes terkhusus bagi mahasiswa/i civitas akademika Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yaitu dalam penyampaian dakwah tidak hanya dilakukan melalui mimbar. Media sosial khususnya instagram kini diharapkan mampu menjadi suatu media alternatif dalam menyampaikan pesan – pesan dakwah dan mad'u selaku objek dakwah dapat dengan mudah mengaksesnya kapanpun dan dimanapun.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan keilmuan serta motivasi para pegiat dakwah guna memanfaatkan berbagai media dan ide kreatif dalam menyampaikan pesan – pesan dakwah karena kini berdakwah tidak hanya dilakukan melalui mimbar saja.

E. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

Untuk melakukan penelitian terhadap konten instagram @banggaber maka diperlukan analisis semiotika Roland Barthers. Kajian semiotika hingga saat ini terbagi menjadi dua jenis, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (lihat antara lain Eco, 1979: 8-7; Hoed, 2001: 140). Yang pertama berfokus terhadap teori produksi tanda yang mengasumsikan bahwa komunikasi memiliki

enam komponen yaitu pengirim kode, penerima (sistem simbol), pesan, saluran komunikasi, dan landasan (masalah yang sedang dibahas) (Jakobson, 1963, dalam Hoed 2001: 140). Yang kedua menekankan teori tanda dan pemahamannya dalam konteks tertentu.

Semiotika adalah sebuah ilmu atau metode analisis yang digunakan untuk mempelajari sebuah simbol. Simbol merupakan sebuah alat untuk menemukan jalan di tengah – tengah manusia dan bersama manusia di dunia ini. Semiotika, atau yang dikenal sebagai semiologi, adalah sebuah ilmu tentang bagaimana rasa kemanusiaan (humanity) menafsirkan sesuatu (things), menafsirkan (*to signify*) disini tidak dapat disatupadukan dengan hal mengkomunikasikan (*to communicate*). Menafsirkan atau memaknai berarti bahwa tidak hanya mengkomunikasikan suatu informasi, tetapi juga membentuk sistem tanda yang terstruktur (Barthes, 1988: 179; Kurniawan, 2001: 53).

Makna (*meaning*) adalah hubungan antara suatu hal atau ide dan suatu simbol, dan suatu simbol mengarahkan sesuatu selain dirinya sendiri (Littlejohn, 1996: 64). Konsep dasar ini menyatukan beragam teori tentang simbol, bahasa, wacana, dan berbagai bentuk nonverbal, juga berbagai teori yang menjelaskan bagaimana sebuah tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda ditata. Semiotika merupakan istilah ilmu tanda yang lazim di pakai oleh ilmuan Amerika, sementara istilah semiologi lebih banyak digunakan di Eropa.

Semiotik atau semiologi, adalah istilah yang berasal dari kata Yunani *semeion* (Sakri, 2009: 32; Abdullah, 2018: 297).

Semiologi atau semiotika berasal dari kata *semeiotics* (Yunani: *semeiotikos*), memiliki arti *an interpreter of signs* atau dapat diartikan sebuah makna, arti dari tanda. Jadi, semiologi atau semiotika adalah ilmu tentang tafsir tanda, termasuk sistem tanda (Sakri, 2009: 32; Abdullah, 2018: 297).

Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika (Kurniawan, 2001:49). "Tanda" pada masa itu bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api. Semiotika berusaha menjelaskan hubungan tanda atau ilmu tentang tanda; secara sistematis menjelaskan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya. Beberapa tokoh yang mengemukakan konsep semiotika yaitu diantaranya adalah Ferdinand de Saussure, Roman Jakobson, Roland Barthes, dan John Fiske.

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktekkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Menurut Barthes sistem pemaknaan dua tahap signifikasi kunci dari semiotika Barthes yaitu makna denotasi, makna konotasi dan makna mitos (Sobur, 2013: 128; Nurasih Ismail, 2018: 28).

Menurut Barthes (Sobur, 2013: 128) terdapat tiga tahap cara menganalisis yaitu pertama, signifikasi tahap denotasi, makna paling

nyata dari tanda adalah hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), artinya denotasi menunjukkan makna apa yang dilihat oleh mata atau makna sebenarnya. Kedua, signifikasi tahap konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca, artinya tahap konotasi menggambarkan makna apa yang terpendam dalam tanda - tanda. Ketiga, signifikasi tahap mitos atau mitologi, bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Artinya mitos yang dijelaskan Barthes bukanlah mengacu pada apa yang berkembang di masyarakat seperti tahayul atau tidak masuk akal. Namun mitos menurut Barthes merupakan sebuah pesan dan menggambarkan perkembangan dari konotasi. Jadi, jika konotasi tersebut sudah lama terbentuk di masyarakat maka itu menjadi sebuah mitos (Vera, 2014: 28).

b. Kerangka Konseptual

Dakwah secara substansif dapat diartikan sebagai upaya mengingatkan manusia agar manusia kembali dan mengingat perjanjian suci di alam ruh (*primordial covenant* atau *'ahd al – Fitri fi 'alam al – Ruh*) berupa *syahadah al – Ilahiyah* atau pengakuan manusia terhadap eksistensi Allah Swt. sebagai Rabb (Tata Sukayat, 2015: 7 – 8).

Syekh Ali Mahfuz mendefinisikan bahwa dakwah sebagai pendorong (motivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta menyuruh mereka berbuat ma'ruf dan

mencegah dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Mahfuz, 1952: 17; Sukayat, 2015: 8).

Agar proses penyampaian pesan dakwah ada terdapat beberapa unsur –unsur yang harus diperhatikan. menurut kajian ilmu dakwah, terdapat lima unsur dakwah, yakni: (1) Da’i sebagai penyampai dakwah; (2) Mawdu’ al – Da’wah atau pesan dakwah; (3) Wasilah al – Da’wah atau media dakwah; (4) Uslub al – Da’wah atau metode dakwah; (5) Mad’u atau objek dakwah.

Media (wasilah) termasuk salah satu unsur dakwah, wasilah sendiri berasal dari Bahasa arab “*al – Wuslah, al – Ittisal*” yang berarti segala hal yang dapat mengantarkan tercapainya kepada sesuatu yang dimaksud. Menurut Ibn Manzhur al – wasilah berarti singgasana raja, derajat atau dekat.

Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan sampai kepada penerima yang dituju. Secara istilah dapat diartikan bahwa media sebagai segala sesuatu yang dapat mendekatkan kepada sesuatu lainnya. Alat yang digunakan sebagai perantara melaksanakan kegiatan dakwah diantaranya berupa: lisan, tulisan, visual, audio, dan keteladanan. Maka dapat disimpulkan bahwa media dakwah merupakan alat yang bersifat objektif juga sebagai saluran untuk menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen

yang bersifat esensial bagaikan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah.

Seiring arus zaman dan teknologi yang terus – menerus maju, kini dakwah tak hanya dilakukan melalui mimbar, pintu ke pintu, atau rumah ke rumah saja seperti yang dilakukan pada zaman nabi. Hadirnya media sosial seolah angin segar untuk perkembangan metode dakwah. Media sosial seperti facebook, twitter, line, path, instagram dan sebagainya, kini banyak digunakan sebagai media baru dalam mengemas isi pesan – pesan dakwah karena penggunaannya yang tergolong mudah, efektif dan efisien, dapat diakses oleh siapa saja kapanpun dan dimanapun.

Instagram merupakan sebuah aplikasi gratis yang dapat diakses melalui smartphone, fitur instagram memungkinkan penggunanya dalam mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke platform tersebut. Instagram menjadi sebuah media alternatif bagi setiap kalangan, bukan hanya sekedar menampilkan momen – momen berupa foto atau video penggunanya. Kini banyak pengguna instagram memanfaatkan fitur – fitur yang disajikan untuk memberi pesan – pesan dakwah dengan mengemasnya menggunakan desain grafis agar menjadi daya tarik bagi pengguna – pengguna lain.

Berdasarkan uraian kerangka konseptual diatas, penulis mencoba untuk menganalisis isi pesan dakwah melalui konsep

denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat pada konten – konten yang disajikan dalam postingan akun instagram @banggaber.

c. Hasil Penelitian yang Relevan

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian ini maka peneliti menampilkan beberapa penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian peneliti, diantaranya:

1. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Nurasisah Ismail (2017) yang berjudul : PESAN DAKWAH TENTANG NIKAH DI MEDIA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian diatas sama dengan penulis teliti menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes.
2. Penelitian selanjutnya oleh Wirda Tri Hasfi (2017) yang berjudul : REPRESENTASI SIMBOL KEISLAMAN DALAM FILM. Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Alauddin Makasar. Penelitian ini sama dengan penulis teliti yaitu menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes.
3. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Moch. Chalid Firdaus (2018) dengan judul : MAKNA KECANTIKAN DALAM IKLAN

- (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Citra Sakura Fair UV Versi Febby Rastanty). Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Sunan Ampel Surabaya.
4. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Fibi Aulia Asegaf (2020) dengan judul: PESAN AKHLAK DALAM KOMIK STRIP ISLAMI DI INSTAGRAM (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @Si Bendil). Komunikasi dan Penyiaran Islam. IAIN Salatiga.
 5. Penelitian selanjutnya yaitu Jurnal oleh Ulfa Fauziah Zahra (2016) yang berjudul : MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Akun Instagram Islamiposter). Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
 6. Penelitian selanjutnya yaitu jurnal oleh Abdullah (2018) dengan judul : KONSTRUKSI DAKWAH DALAM KARYA FOTOGRAFI. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

F. Langkah – Langkah Penelitian

a. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 10 konten instagram @banggaber. Konten – konten ini mudah untuk ditemukan sehingga mudah dalam pengumpulan data, dengan mendownload konten tersebut pada postingan instagram @banggaber.

b. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori semiotika dalam menganalisis konten instagram @banggaber guna mengungkap pesan dakwah baik itu yang tersirat ataupun yang tersurat pada setiap konten – konten instagram @banggaber.

c. Sumber Data

1) Data Primer

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yaitu berupa konten poster atau komik yang sudah terlelah dipilih berdasarkan tema. Konten – konten tersebut bersumber dari postingan Instagram yang diunggah oleh akun instagram @Banggaber.

2) Data Sekunder

Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber data sekunder sebagai penunjang penelitian. Data tersebut berupa wawancara pada pemilik akun instagram @banggaber.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan obeservasi. Data primer yang didapat dalam postingan instagram @banggaber kemudian diteliti sekiranya mana yang mengandung makna sesuai dengan rumusan masalah yang diambil.

1. Dokumentasi

Dalam mendapatkan data – data yang dibutuhkan, penulis menggunakan metode dokumentasi berupa konten – konten instagram @banggaber. Dokumentasi pada penelitian ini didapatkan melalui postingan instagram @banggaber dan penulis mengunduhnya didalam laptop. Kemudian objek penelitian diteliti sekiranya mana yang mengandung makna sesuai dengan rumusan masalah yang diambil.

2. Observasi

Penulis menggunakan metode observasi agar data – data yang sudah didapatkan diklasifikasikan kembali sesuai dengan fokus penelitian. Postingan instagram @banggaber yang sudah diunduh kemudian diaamati lebih dalam menggunakan analisis yang sesuai dengan penelitian.

e. Teknik Analisis Data

Beberapa permasalahan yang dikemukakan pada rumusan masalah akan dipecahkan dengan menggunakan metode analisis semiotika

Roland Barthes dengan menafsirkan tanda – tanda syang terdapat pada postingan @banggaber. Pesan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pesan dakwah islam yang dikemas dalam berbentuk desain grafis pada postingan akun Instagram @banggaber. Berikut adalah tahapan – tahapan dalam proses analisis data yang akan dilakukan :

1. Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan. Semua postingan instagram @banggaber yang berisi pesan dakwah islam dikumpulkan pada periode tahun 2019 – 2020.
2. Mengklasifikasi dan kategorisasi data yang sudah terkumpul menjadi sumber data primer.
3. Menafsirkan makna tanda yang terkandung dalam postingan tersebut dengan menggunakan analisis semiotika yaitu dengan menguraikan makna denotasi, makna konotasi, dan mitos.
4. Menjelaskan pemaknaan yang berkaitan dengan tanda – tanda yang didalamnya terdapat pesan dakwah islam.
5. Menarik kesimpulan pada masing – masing postingan.