

**TEKNIK PERSUASIF DAKWAH MEDIA SOSIAL
(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA FERDUNAND DE-SAUSSURE PADA
AKUN INSTAGRAM @QURANDANSENJA)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor Kiai
Haji Saifuddin Zuhri untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh:

**MAYA SOFIYA DIMYATI
NIM. 1717102019**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maya Sofiya Dimiyati
NIM : 1717102019
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “**Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdinand de-Saussure Pada Akun Instagram @qurandansenja)**”, secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya sendiri dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 23 November 2021

Penulis



Maya Sofiya Dimiyati

1717102019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**TEKNIK PERSUASIF DAKWAH MEDIA SOSIAL
(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE-SAUSSURE PADA
AKUN INSTAGRAM @QURANDANSENJA)**

Yang disusun oleh Saudara: **Maya Sofiya Dimyati**, NIM. 1717102019, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **07 Januari 2022**. dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Turhamudi M.S.I.
NIP. 19870202 201903 1 011

Ageng Widodo, M.A.
NIP. 199306 22201903 1 015

Penguji Utama,

Uus Uswatussolihah, M.A.
NIP. 19770304 200312 2 001

Mengesahkan,
Tanggal, 24 Januari 2022
Dekan,



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka kami sampaikan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Maya Sofiya Dimiyati
NIM : 1717102019
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdinand de-Saussure Pada Akun Instagram @qurandansenja).**
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIn Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 24 Januari 2022

Pembimbing,



Luthamun, M.S.I.
NIP. 19870202 201903 1 011

**TEKNIK PERSUASIF DAKWAH MEDIA SOSIAL (STUDI ANALISIS
SEMIOTIKA FERDINAND DE-SAUSSURE PADA AKUN INSTAGRAM
@QURANDANSENJA)**

MAYA SOFIYA DIMYATI

1717102019

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

e-mail: mayasofiya30@gmail.com

ABSTRAK

Dakwah merupakan suatu ajakan untuk melakukan suatu kebaikan.. Penyampaian dakwah dapat dikatakan luas karena dalam berdakwah bisa dikaitkan dengan berbagai media, salah satunya melalui media instagram. Para aktivis dakwah mulai banyak menggunakan *instagram* sebagai sarana dakwah melihat kemudahan dan menjangkau diseluruh dunia. Teknik persuasif sangat diperlukan dalam mengemas konten menjadi menarik. Persuasif akan lebih berhasil jika dilengkapi dengan teknik yang baik khususnya untuk media dakwah. Akun instagram yang digunakan dalam penelitian adalah akun instagram @qurandansenja.

Rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif apa saja yang digunakan dalam akun instagram @qurandansenja. Teori Ferdinand de Saussure digunakan untuk mengetahui makna yang tersusun dari penanda dan petanda yang muncul pada gambar. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah teknik persuasif yang digunakan dalam akun instagram @qurandansenja meliputi teknik asosiasi menggambarkan pesan dakwah dengan peristiwa menarik perhatian, teknik ganjaran berupa pesan dakwah yang memiliki unsur menjanjikan harapan tertentu, dan teknik tataan yang mempersuasi dengan menyampaikan pesan secara runtut dan gambar yang mudah dipahami.

Kata Kunci: Dakwah, Teknik Persuasif, Instagram, Semiotika Ferdinand de Saussure

MOTTO

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat balasan-Nya”
(Q.S Al-Zalzalah: 7)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah, atas segala rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi meski dengan segala kekurangan dan keterbatasan yang saya miliki. Rasa syukur senantiasa saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah menghadirkan orang-orang hebat dan terbaik dikeliling saya.

Dengan penuh rasa hormat, saya persembahkan karya sederhana ini teruntuk kedua orangtua saya Bapak Hasan Suworo dan (Alm) Ibu Umi Mukromah yang telah mendukung disetiap langkah dengan do'a yang tidak pernah putus dan semangat yang tidak kunjung henti. Terimakasih sudah merawat, mendidik dengan sepenuh hati, memberikan kasih sayang yang tidak pernah tergantikan. Dengan segala harapan yang kalian inginkan semoga anakmu ini wujudkan satu perstu dan membuat kalian bangga. Dan untuk adik saya Lu'luul Ulya Asyarifani Dimiyati dan Muhammad Unggul Ulil Afwa terimakasih sudah menjadi adik yang kuat dan sabar. Terimakasih sudah turut mengiringi do'a disetiap langkah yang saya jalani. Terimakasih sudah menjadi teman bercanda dikala sedang penat. Belajar yang rajin yaa, gapai cita-cita agar dapat membahagiakan bapak dan ibu diesok hari. Semoga tetap menjadi adik yang kuat walaupun banyak halang rintang yang harus dihadapi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadiran Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Ferdinand de-Saussure Pada Akun Instagram @qurandansenja)”. solawat serta salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas atas dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Untuk itu ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag.
3. Ketua Jurusan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Uus Uswatusolihah, M. A.
4. Penasehat Akademik Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto, Agus Sriyanto, M. Si., yang telah memberikan semangat dan arahan bagi mahasiswanya.
5. Dosen Pembimbing, Turhamun, M.S.I., yang telah sabar membimbing dari awal hingga akhir selesainya skripsi penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Dakwah, terimakasih atas semua ilmu, arahan, bantuan dan kemudahan yang diberikan kepada penulis.
7. Terimakasih untuk pemilik akun Instagram @qurandansenja yang menjadi obyek penelitian penulis.
8. Kedua orang tua, Bapak Hasan Suwarno dan (Almh) Ibu Umi Mukromah, yang senantiasa mendoakan anaknya disetiap waktu. Dan berkat kerja keras beliaulah penulis dapat menyelesaikan studi hingga memperoleh gelar sarjana.
9. Kedua adik penulis Lu'luul Ulya Asyarifani Dimiyati dan Muhammad Unggul Ulil Afwa yang senantiasa ada dalam setiap langkah penulis.
10. Keluarga besar Qosim Dimiyati, terimakasih dukungan do'a dan segalanya.

11. Kepada Unuy, terimakasih sudah menjadi teman baik saya dari dulu hingga sekarang. Yang selalu ada dalam kondisi apapun.
12. Untuk yang sangat memahami, mengerti, menemani disaat penulis sedang jatuh, Jessy Krisna Ineike dan Polin Budiarni.
13. Teruntuk Ngaviatun Dwi Agustina, Novia Nurfadilla, Nurfaizi Ramadhan, Yudo Nurcholis, M. Irfan Agiel, terimakasih atas segala warna dan canda tawa yang diberikan, terimakasih sudah menjadi teman baik penulis.
14. Teman-teman KPI A angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah menjadi teman yang mengesankan bagi penulis. Semoga kita semua terus bisa menjalin silaturahmi.
15. Semua orang yang terlibat dalam membantu penulis hingga selesainya skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga dibalas oleh Allah SWT. Penulis masih menyadari banyak kekurangan, hingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk lebih baik kedepanya. Hal ini dikarenakan manusia tidaklah sempurna, kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Purwokerto, 23 November 2021


Maya Sofiya Dimyati
NIM. 1717102019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Tinjauan Tentang Teknik Komunikasi Persuasif.....	20
B. Dakwah Media Sosial	23
1. Dakwah.....	23
2. Komunikasi	24
3. Media Sosial.....	29
C. Instagram	32
D. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Waktu Penelitian.....	41
C. Objek Penelitian.....	42
D. Sumber Data.....	42
E. Metode Pengumpulan Data.....	43
F. Analisis Data.....	43

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Akun Instagram @qurandansenja.....	45
B. Analisis Struktur Tanda dalam Akun Instagram @qurandansenja49	

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
C. Penutup.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belajar merupakan suatu hal yang dilakukan oleh sebagian manusia dari kecil, dewasa hingga tua. Belajar dilakukan ketika seseorang dapat melihat adanya perubahan menurut penagamat dari luar dapat mengamati hal tersebut.¹ Belajar dapat dilakukan dari manapun, tidak hanya pada bangku sekolah, bangku perkuliahan, dan pembelajaran formal lainnya. Ilmu pengetahuan dapat di cari dalam banyak hal misalnya dalam pengalaman yang didapat, orang-orang disekitar yang mempunyai kisah hidup yang dapat memberikan pembelajaran yang berarti, lingkungan sekitar. Ada berbagai hal yang harus dipelajari sejak dini karena sangat penting untuk bekal kehidupan seperti tatakrama sopan santun, cara bersosial, belajar ilmu agama.

Belajar ilmu agama sangat penting bagi kehidupan, tidak hanya untuk diri sendiri namun dapat disalurkan kepada orang lain dengan ilmu yang didapat sehingga menebarkan kebaikan dan ajakan atau sering dijuluki dengan sebutan dakwah. Andy Dermawan menyatakan dakwah adalah undangan atau panggilan untuk menyeru kebaikan kepada individu atau kelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam. Non-Muslim diundang untuk menjadi muslim, dan non-muslim diundang untuk menyempurnakan keislamannya. Sudah hamba-hamba yang mendalam didorong untuk mengamalkan dan menyebarkan.² Pada era modern ini terdapat banyak cara untuk melakukan berdakwah. Manusia dengan pengetahuan teknologi yang tinggi mampu mengajak kebaikan umat muslim dengan cara menarik dan memikat hati manusia. Jika pada zaman dahulu proses berdakwah dilakukan dengan cara pintu ke pintu, mengajak orang untuk berbuat kebaikan. Tidak semudah dengan era sekarang yang diberi kemudahan dalam segala hal. Berbagai proses telah dilakukan,

¹ Gasong, Dina. *Belajar dan Pembelajaran*. (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2018). Hlm. 8

² Syamsudin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. (Jakarta : Kencana, 2016). Hlm 6-7

tantangan rintangan, caci maki dan lain sebagainya telah dirasakan oleh ulama zaman dahulu untuk memegang teguh ajaran agama Islam. Para ulama menimba ilmu melalui pesantren dengan kyai, orang yang dipercaya hanyalah orang yang menyandang status alumni pesantren atau orang tersebut mempunyai keturunan kyai. Tidak semudah itu orang untuk mempercayai untuk dijadikan tuntunan dan panutan. Masyarakat menilai seorang ulama atau da'i dengan tingkah laku, adab, cara bersosialisasi dengan masyarakat lain, dan yang lebih utama adalah pengetahuan tentang keagamaan yang dimilikinya.

Namun pada era *modern* sekarang ini penyampaian dakwah dapat dikatakan luas karena dapat berdakwah dengan berbagai dengan kreatif dan *inovatif* dengan menggunakan media yang tepat, penggunaan media sosial sebagai dakwah sudah sangat *familiar* bagi semua kalangan, Media sosial adalah media online yang menyambungkan orang ke berbagai tujuan.³ Pada era pandemi seperti sekarang ini media sosial sangat melekat pada kehidupan manusia, mereka banyak menghabiskan waktunya untuk membuka media sosial dalam berbagai hal sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Media sosial yang sering digunakan yaitu *Twitter, Facebook, Tiktok, Whatsapp, Telegram, Youtub, Instagram* dan lain sebagainya. Dari berbagai media sosial tersebut kita dapat mengambil banyak informasi yang kita inginkan dengan mengaksesnya lewat internet. Penggunaan media sosial juga mempengaruhi seseorang untuk mengaksesnya tergantung bagaimana orang tersebut cocok dan menikmati informasi yang disajikan lewat media sosial yang dipilih.

Menurut data yang dirilis perusahaan riset aplikasi Sensor Tower bulan Desember 2020 bahwa 10 (sepuluh) aplikasi *non-game* yang paling banyak diunduh baik melalui iOS maupun Android berturut-turut yaitu TikTok, Facebook, WhatsApp, Instagram, Zoom, Sapchat, Massanger, SnackVideo, Telegram, dan Netflix. Aplikasi-aplikasi ini menjadi populer di kalangan

³ Mac Aditiawarman. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. (Tongkok Tuo : Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia, 2019). Hlm 50

remaja dan orang dewasa. Sensor Tower juga menobatkan bahwa TikTok merupakan aplikasi terlaris dengan total unduhan lebih dari 56 juta kali pada periode Desember 2020.⁴ Dari data tersebut instagam masih menjadi salah satu 10 aplikasi *non-game* yang paling banyak diunduh.

Instagram adalah *area lokal* yang berbagi foto mulai dari satu bagian ke bagian berikutnya dari berbagai dunia. Instagram menyerupai pameran di mana semua orang dapat melihat berbagai macam hiburan yang dibuat oleh para penggunanya dan membuat sebuah komunitas.⁵ Sejak tahun 2010 *Instagram* telah mempunyai 300 juta pengguna di seluruh dunia, instagram telah menjadi media sosial paling berpengaruh dalam perkembangan seni dan menjadi wadah bagi pengiat seni untuk menyalurkan kemampuannya dan juga hasil karyanya.⁶

Dalam media sosial khususnya instagram banyak terdapat akun dakwah kreatif untuk mengajak para pengguna *instagram* menuju ke arah yang lebih baik. Salah satunya menggunakan *design virtual vektor* secara menarik dan berbeda. Garis dengan tipe vektor merupakan gambar digital terbentuk dari kumpulan grafis dan kurva yang mengikuti kaidah matematis. Gambar bertipe vektor mempunyai karakteristik hasil cetak kualitas gambar yang tinggi, data yang dihasilkan tergolong berukuran kecil, memiliki tingkat penyuntingan yang tinggi, dan gambar yang dihasilkan masih tergolong kurang nyata (hidup).⁷ terbentuk Ada beberapa pendakwah yang menggunakan *design vektor* untuk menarik perhatian *audience* yang didominasi milenial yaitu @dakwah.id, @sahaba.indonesia, @qurandansenja, @loveshugah. Para penggunanya mengemas sedemikian rupa agar dapat diterima oleh banyak kalangan, oleh karena itu, para aktivis dakwah telah dimulai dan banyak yang

⁴ Tumiwa, Krueger Kristanto., Abdullah, Vera Iriani, dkk. *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*. (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021). Hlm 155.

⁵ Eterprise, Jubilee. *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2012) Hlm 2.

⁶ *Terpenjara Komodifikasi Media*. Hlm 23.

⁷ Wedjo, Silvester Sila. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Hlm 11. https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi_Inf_Kom_SMA_MA_Kls_XII/9YHGOCwuD10C?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+design+virtual+vektor&pg=PA108&printsec=frontcover.

telah menggunakan *instagram* sebagai sarana dakwah melihat kemudahan dan menjangkau diseluruh dunia. Dalam mengemas konten menjadi menarik perlu adanya persuasif yang sesuai dengan isi konten yang akan di sebarluaskan.

Persuasif yaitu mempengaruhi orang lain akibat paparan informasi dari pihak lain. Komunikasi persuasif yang meyakinkan harus terlihat sebagai tingkat kerjasama yang lebih serius daripada komunikasi efektif dan empatik. Komunikasi persuasif yang meyakinkan berarti membuat komunikan memberikan kritik yang hebat yang ditunjukkan dengan umpan balik sesuai keinginan motivator.⁸ Persuasif akan lebih berhasil jika diengkapi dengan teknik yang baik khususnya untuk media dakwah agar para pengikutnya berhasil mengikuti ajakan kebaikan yang dibagikan.

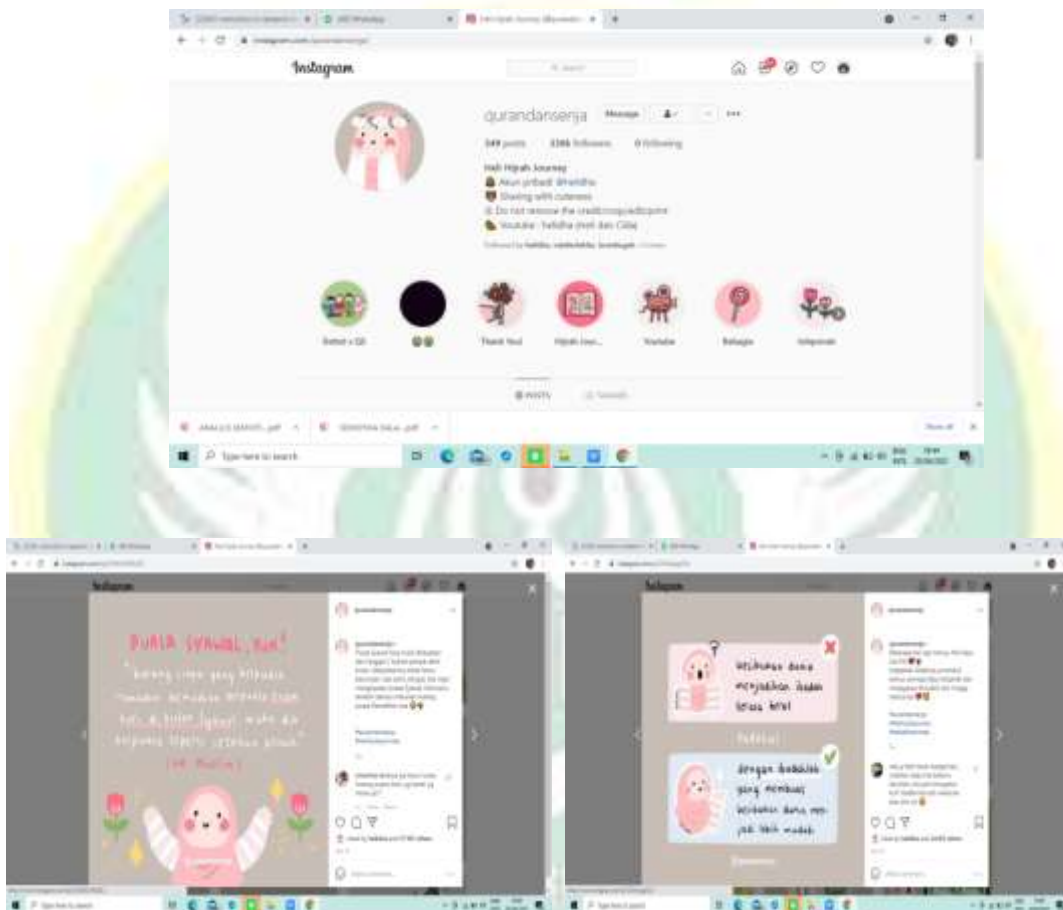
Salah satu *instagram* yang di analisis dari aplikasi *GamGage* menunjukkan aktifitas akun *instagram* @qurandansenja menunjukkan angka 3,22%. Angka tersebut menunjukkan aktifitas dalam *instagram* cukup pesat dari *like*, *follower*, dan lainnya dibandingkan dengan akun lain yang kategorinya sama dengan @qurandansenja. Postingan pertama pada tanggal 3 April 2019, dan pada tanggal 13 Juni 2019 sudah mendapatkan seratus ribu pengikut berdasarkan data dari *postingan* akun tersebut mengadakan *giveaway* untuk merayakan telah mencapai seratus ribu pengikut. Dari data statistik *instagram* mempunyai rata-rata *like* sebanyak 19.500. Interaksi di *instagram* dapat diketahui melalui *like* dan komentar pada setiap unggahannya.

Selain dari data statistik tersebut akun @qurandansenja menarik diteliti karena salah satu akun dakwah *instagram* yang mempunyai tampilan menarik, membuat tertarik para pemilik akun *instagram* yang pertama kali melihat atau mengunjungi laman *instagramnya*. Mengajak menuju jalan kebaikan untuk kaum muda pada umumnya dengan penyampaian yang menarik dan dapat dipahami dengan mudah. Perkembangan grafik dari bulan Desember-April

⁸ Prihatini, Gita Sekar. *Empati Komunikasi*. (Malang : Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2017). Hlm 45.

2021 mengalami jumlah yang stabil tidak menunjukkan angka derastis peningkatan atau penurunan jumlah interaksi *like* dan komentar. Pada akun tersebut juga bekerjasama dengan salah satu produk sabun kesehatan dalam edisi spesial menyambut Bulan Ramadhan.

Berikut ini merupakan sedikit pemaparan tentang *profile* akun *instagram* @qurandansenja



Sumber https://instagram.com/qurandansenja?utm_medium=copy_link

Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji teknik persuasif yang digunakan oleh akun *instagram* @qurandansenja, maka dari itu penulis mengangkat penelitian ini dengan judul “Teknik Persuasif Dakwah Media Sosial (Studi Analisis Semiotik Ferdinand de-Saussure pada Akun Instagram @qurandansenja)”.

B. Penegasan Istilah

Penegasan Istilah dimaksudkan untuk meminimalisir terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan masalah dan untuk memusatkan penelitian sebelum dilakukan analisis, maka penegasan istilah ini adalah :

1. Teknik Persuasif

Membahas pengaruh unsur-unsur data memang tidak bisa lepas dengan pembicaraan tentang persuasif, di mana pengaruh itu sendiri sangat penting untuk prosedur yang terkandung dalam kegiatan komunikasi.⁹ Persuasif adalah himbauan pesan yang didasarkan pada nilai-nilai rasional pragmatis, sesuai dengan tuntutan persoalan konkret yang dihadapi, bersifat netral dan tidak memihak pada nilai primordial.¹⁰

Para ahli komunikasi sering menekankan bahwa persuasi adalah tindakan psikologis. Pernyataan ini diharapkan dapat mengenali pengaruh dan tekanan. Berbeda dengan tekanan, pengaruh diselesaikan tanpa unsur intimidasi, halus, mudah beradaptasi, dan mengandung sifat-sifat manusia, sedangkan paksaan dilakukan dengan tekanan, persetujuan atau bahaya, perintah, paksaan, dan boikot. Terlepas dari kenyataan bahwa tujuannya adalah sesuatu yang sangat mirip, secara spesifik mengubah perspektif, anggapan, atau perilaku orang lain.¹¹

Jika digabungkan dengan komunikasi maka dapat diartikan komunikasi persuasif adalah metode komunikasi yang bertujuan untuk membujuk orang. Biasanya dalam bentuk undangan dengan alasan yang kuat dan prospek yang bagus.¹² Misalnya dengan memotivasi seseorang untuk melakukan hal kebaikan seperti selalu bersikap positif dengan sesuatu hal yang diterima.

⁹ Fatma Laili. "Persuasi dalam Media Sosial". *Jurnal Komunikasi*. (Kudus, STAIN Kudus). Hlm 79.

¹⁰ Uripni, Lia Christina., Sujianto, Untung., Indrawati, Tatik. *Komunikasi Kebidanan*. (Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2003). Hlm 14.

¹¹ Muhammad Tathmainnul Qulub. Komunikasi Persuasif dalam Akun Twitter A. Mustofa Bisri. *Skripsi*. (Yogyakarta : UIN SUKA. http://digilib.uin-suka.ac.id/32704/1/12210136_BAB-I_IV_DAFTARV-PUSTAKA.pdf.

¹² Uripni, Christina Lia. Sujianto, Untung. Indrawati, Tatik. *Komunikasi Kebidanan*. (Jakarta : (Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2003). Hlm 14.

Effendy menyatakan, metode komunikasi persuasif adalah metode di mana orang lain bersedia menerima pemahaman dan keyakinan, dan untuk mengambil tindakan dan aktivitas. Teknik ini merupakan kontak tatap muka yang memungkinkan komunikator mengetahui, memahami, dan mengontrol: (1) *frame of reference* komunikasi selengkapnya, (2) kondisi fisik dan mental komunikasi sepenuhnya, (3) suasana lingkungan pada saat terjadinya komunikasi, dan (4) tanggapan komunikasi secara langsung.¹³

Teknik persuasif dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan apa saja teknik persuasif yang digunakan dalam akun *instagram* @qurandansenja.

2. Dakwah

Dakwah adalah kegiatan yang mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain untuk mengikuti jalan Tuhan berdasarkan *bashira*, Jalan Tuhan, dan *istiqamah*, dan bekerja sama untuk meningkatkan agama Tuhan. Ungkapan "sambut, dorong, dan motivasi" adalah aktivitas dakwah di wilayah tabligh. Kata "*bashira*" dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa dakwah perlu berilmu dan terencana. Ungkapan "menjalani jalan Allah" untuk menunjukkan tujuan dakwah, *madatilla*. Kalimat "istiqamah di jalan" dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa dakwah harus dilaksanakan secara terus menerus. Ada ungkapan "berjuang bersama untuk memuji agama Allah" untuk menunjukkan bahwa dakwah bermaksud untuk menciptakan tidak hanya pengabdian pribadi tetapi juga kesejahteraan sosial.¹⁴

Secara terminologis pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Menurut Muhammad Khidr Husain dalam bukunya "*al-Dakwah*

¹³ Freida Isyana Putri, Triyono Lukmanto, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono. "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)". *Jurnal Komunikasi*. (Semarang : UNDIP, 2015). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10341>.

¹⁴ Ilahi, Wahyu. Munir. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006). Hlm 19

ila al Islah” mengatakan dakwah adalah upaya memotivasi manusia untuk melakukan *amar ma'ruf nahimunkar* dengan tujuan berbuat baik, mengikuti jalan kepemimpinan, dan mencapai kesuksesan dan kebahagiaan masa depan.¹⁵

Syekh Abdullah Ba'lawy al-Hadad menyatakan, dakwah hendaknya mengajak, membimbing, membimbing, berbalik ke jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepada Allah, dan mencegah pertentangan dari kedua hal tersebut, dengan mengajak, membimbing, membimbing, dan mentaati orang-orang yang tidak paham atau menyimpang dari agama yang benar.¹⁶

Dakwah dalam penelitian ini adalah ajakan yang mengarah kepada kebaikan dengan menggunakan *instagram* sebagai medianya.

3. Akun @qurandansenja

@qurandansenja merupakan akun instagram yang bergenre dakwah dengan tampilan *layout* unik yaitu dengan menggunakan vektor. Dalam postingannya terlihat sangat menarik karena audiens mudah memahami dengan apa yang disampaikan. Mempunyai pengikut tiga ratus dua puluh delapan ribu, dan postingannya sudah mencapai 326.

C. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana teknik dakwah persuasif dalam akun *instagram* @qurandansenja?

¹⁵ Ilahi, Wahyu. Munir. *Manajemen Dakwah*. 19

¹⁶ Abdullah, Muhammad Qadarudin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (CV. Penebit Qiara Media, 2019). Hlm 4

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang dan rumusan masalah dapat diketahui tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis apa saja teknik persuasi yang digunakan dalam akun instagram @qurandansenja

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya adalah :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Dapat menambah ilmu yang identikkan dengan komunikasi
- 2) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang komunikasi persuasif dengan teori analisis semiotika Ferdinand de Saussure

b. Manfaat Praktis

- 1) Menjadi referensi bagi para pegiat komunikasi untuk berkonsentrasi pada ide persuasi dalam media sosial.
- 2) Sebagai acuan atau panutan bagi para da'i untuk mempelajari teknik-teknik persuasi dalam konteks dakwah.

E. Kajian Pustaka

1. Telaah Penelitian Terkait

Telaah pustaka ini untuk menghindari perumpamaan dan untuk menghindari pelanggaran hak cipta dengan penelitian lain yang sejenis, diantaranya yaitu:

Pertama, hasil Penelitian Jurnal dari Rahma Maemona dan Mutiara Rahmi Pratiwi yang berjudul Teknik Asosiasi: Sebagai Srstrategi Pesan Dakwah di Instagram. Dari Universitas Dian Nuswantoro dilakukan pada tahun 2020. Penelitian jurnal tersebut membahas teknik asosiasi yang ada dalam akun youtube. Dalam teknik persuasi terdapat beberapa teknik, dalam penelitian ini memilih teknik asosiasi dalam akun instagram @nunuzoo. Hasil penelitian menunjukkan @nunuzoo strategi dakwah dengan menggunakan teknik asosiasi, memperkenalkan orang-orang dekat (orang tua dan teman dekat), memilih warna mencolok untuk konten sampul, menggunakan bahasa yang menarik tidak hanya untuk teks tetapi juga untuk konten video, dan menyesuaikan konten dengan hal-hal yang menarik..¹⁷

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama membahas tentang teknik persuasif dalam media sosial. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu media yang diteliti dengan teknik yang ada dalam persuasif itu sendiri. Jika dalam penelitian tersebut hanya membahas tentang teknik persuasi asosiasi, dalam peneliti penulis membahas tentang teknik persuasif apa saja yang ada dalam akun *instagram* yang berbasis dakwah.

Kedua, hasil penelitian skripsi dari Muhammad Tathmainnul Qulub yang berjudul Komunikasi Persuasif dalam Akun Twitter A. Mustofa Bisri. Dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dilakukan pada tahun 2018. Penelitian ini membahas teknik persuasif yang dilakukan oleh A. Mustofa Bisri dalam *twitter* melalui unggahan status yang diposting, bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku

¹⁷ Rahma Maemona dan Mutiara Rahmi Pratiwi. "Teknik Asosiasi: Sebagai Srstrategi Pesan Dakwah di Instagram". *Jurnal Komunikasi*. Volume 2, no 3. (Universitas Dian Nuswantoro, 2020). Hlm. 254. <http://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/169> .

mad'u sesuai dalam Al-qur'an dan hadits. Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Sebagai hasil dari penelitian ini, ada lima metode komunikasi yang menarik, tergantung pada status yang dipublikasikan. Dari kelimanya, Gus Mus lebih cenderung menggunakan pendekatan terpadu, metode penyatuan dengan khalayak, dengan mengemas pesan dakwah melalui doa.¹⁸

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama dalam membahas teknik persuasif apa saja yang dilakukan oleh pengguna media sosial sebagai *figur* atau panutan bagi manusia. Perbedaan dari penelitian ini yaitu pada media yang digunakan dalam palam penelitian, media yang digunakan dalam penelitian penulis menggunakan *instagram*.

Ketiga, hasil penelitian Jurnal dari Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas, Joyo NS Gono yang berjudul Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube). Dari Universitas Diponegoro Jurusan Ilmu Komunikasi dilakukan pada tahun 2015. Penelitian jurnal ini membahas sebuah proses komunikasi yang menarik membutuhkan komunikator dan komunikator, serta proses komunikasi umum, dan membutuhkan keterampilan yang unik untuk menjadi efektif. Hasil dari jurnal ini adalah teknologi yang digunakan subjek penelitian media sosial: teknologi bukti/bukti, teknologi anekdot/anekdot, teknologi aransemen, teknologi bahasa warna-warni, teknologi generalisasi, teknologi biasr. Teknik kebangkitan, teknik bahasa yang komprehensif, dan lain sebagainya.¹⁹

¹⁸ Muhammad Tathmainnul Qulub. Komunikasi Persuasif dalam Akun Twitter A. Mustofa Bisri. *Skripsi*. (Yogyakarta : UIN SUKA, http://digilib.uin-suka.ac.id/32704/1/12210136_BAB-I_IV_DAFTARV-PUSTAKA.pdf).

¹⁹ Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono. "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)". *Jurnal Komunikasi*. (Semarang : UNDIP, 2015). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10341>.

Persamaan dalam penelitian ini membahas tentang teknik persuasif dalam media sosial, apa saja yang teknik persuasif yang dipakai. Perbedaan penelitian ini yaitu terdapat pada media sosial yang digunakan, penelitian ini menggunakan video untuk dianalisis sedangkan penulis menggunakan gambar untuk dianalisis.

Keempat, hasil penelitian skripsi dari Ismayani yang berjudul Pesan Dakwah dalam Film “Aku kau dan KUA” (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure). Dari Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar Jurusan Ilmu Komunikasi dilakukan pada tahun 2017. Tulisan ini mendeskripsikan pesan dari film “Aku dan KUA”, yang menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Hasil dari penelitian ini adalah penanda dan penanda yang terdapat dalam film “Aku dan KUA”, yang meliputi Ta’aruf (mengenal diri sendiri), nikah adalah sunnah Nabi, shalat sebagai bakti kepada umat Islam, dan pesan mahar lainnya.²⁰

Persamaan dalam penelitian ini adalah teori yang digunakan merupakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang melibatkan penanda dan petanda. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang dianalisis.

Kelima, hasil penelitian skripsi dari Novita Solihatin yang berjudul Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure. Dari UIN Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto Jurusan Komunikasi dilakukan pada tahun 2021. Penelitian skripsi ini membahas arti makna visual poster dalam akun instagram @arielsyafrin dikaitkan dengan semiotika. Hasil dari penelitian ini adalah setiap tanda visual yang merupakan ilustrasi, warna, dan garis, dan tanda verbal (teks) yang tampak memiliki makna yang ditunjukkan oleh latar belakang pesan yang disampaikan.²¹

²⁰ Ismayani. Pesan Dakwah dalam Film “Aku kau dan KUA” (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure). *Skripsi*. (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5374/1/Ismayani.pdf>.

²¹ Novita Solihatin. Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand de Saussure. *Skripsi*. (Purwokerto: UIN Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto, 2021). <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11978/1/upload%20repo-signed.pdf>.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama dalam mengartikan makna dalam sebuah gambar dengan menggunakan semiotika Ferdinand de Saussure. Perbedaan dalam penelitian ini adalah konteks yang dipakai dalam penelitian, penelitian ini menggunakan tanda visual dalam pemaknaan sedangkan penulis menggunakan teknik persuasif dalam mengaitkan dengan makna.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk lebih memudahkan pembaca dalam memahami pembahasan ini, penulis akan membaginya menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

Bab Pertama adalah presentasi yang memuat landasan masalah, di mana landasan pencipta menjelaskan keunggulannya dalam penelitian yang akan dilakukan. Penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penulisan, teknik penelitian, dan sistematika penyusunan.

Bab Kedua, yaitu kerangka teori yang berbicara tentang spekulasi untuk membantu dan memperkuat penelitian penulis. Dalam eksplorasi pencipta menggunakan teori Semiotiks Ferdinand de-Saussure tentang penanda dan petanda.

Bab Ketiga, yaitu pembahasan mengenai metode penelitian, terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu penelitian, sumber pengumpulan data, metode pengumpulan data, analisis data.

Bab Keempat, yaitu penyajian hasil analisis data yang menggambarkan gambaran umum penelitian, penyajian data, analisis data, serta pembahasan tentang teknik persuasif pada media *instagram* pada akun @qurandansenja dengan menggunakan teori semiotik Ferdinand de-Saussure yang dikaitkan dengan teknik persuasif.

Bab kelima, yaitu penutup yang didalamnya berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif adalah metode tertentu yang dapat digunakan untuk persuasi yang efektif. Teknik ini merupakan kombinasi dari rencana dalam hal manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan persuasi. Aspek pengoperasian taksis menjadi penting dan bergantung pada setiap situasi dan kondisi yang dihadapi. Komunikasi persuasif menggunakan teknik untuk menyampaikan pesan untuk membujuk pesan. Dalam lingkungan ilmiah, teknik persuasi sedang menggeser fokus penelitian, terutama dalam konteks komunikasi persuasif dengan saluran media.²²

Mulyana menyebut empat fungsi komunikasi manusia, yakni komunikasi sosial, ekspresif, ritual, dan instrumental. Fungsi terakhir yakni komunikasi instrumental dapat mewakili ketersinggungan antara komunikasi dan persuasi. Mulyana menjelaskan bahwa komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, seperti keinformatifan, pendidikan, dorongan, perubahan sikap/keyakinan, dan perilaku dan penggerak perubahan perilaku.. Dilihat dari fungsi instrumental, semua tujuan komunikasi mengerucut pada satu kesepakatan yakni membujuk (bersifat persuasif). Jadi proses komunikasi manusia yang mengarah pada perubahan sikap dan menggerakkan tindakan merupakan bentuk komunikasi persuasif. Pendapat Mulyana diperkuat Effendy yang mengemukakan komunikasi persuasif adalah salah satu dari empat teknik komunikasi manusia, selain komunikasi informatif, komunikasi koersif, dan hubungan manusia (*human relations*).²³

²² Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Staregi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). Hlm 267.

²³ Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Staregi*. Hlm 66.

Ada beberapa teknik persuasi menurut para ahli, diantaranya:

1. Menurut Charles Larson mengemukakan tujuh teknik persuasi, yakni:²⁴

a. *Don't ask if, ask which*

Persuasi harus dikatakan bukan untuk mengatakan apakah tetapi untuk menghindari penolakan olehasaran. Teknik ini dapat dirusak, tetapi itu sepadan dengan paksaan sementara pemilih keras kepala dan mencoba menghindari keputusan.

b. *Answering a question with question*

Teknik menjawab pertanyaan dengan pertanyaan digunakan untuk menghindari perdebatan dan memperoleh dukungan. Teknik ini dapat dilakukan bila sasaran bertanya sembarangan dan kita punya waktu untuk berpikir.

c. *Getting partical commitment*

Mendapatkan komitmen sebagian. Mempersuasi sasaran untuk menerima pesan secara bertahap dalam jangka waktu tertentu. Teknik ini menggunakan kata dan tindakan untuk mengarahkan saran sampai pada keputusan.

d. *Ask more, so they settle for less*

Bertanyalah lebih banyak, sehingga mereka bertanya lebih sedikit, sehingga mereka menjawab lebih sedikit. Teknik ini, didasari asumsi bahwa orang cenderung menuntut jauh lebih banyak daripada yang mereka harapkan diterima.

e. *Planting*

Teknik penanaman ialah cara mempersuasi sasaran menggunakan pengertian seperti item atau pemikiran yang diiklankan. Teknik penanaman dilakukan melalui indra sasaran, baik penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan, atau pengecapan. Semua indra dikondisikan untuk dapat membuka ingatan tentang suatu objek, pengetahuan, pemikiran, dan lain-lain. Mereka diupayakan mengungat kembali tentang produk, pemikiran, atau

²⁴ Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Staregi*. Hlm 274-279.

calon yang ditawarkan. Teknik ini sangat mengandalkan daya ingat sasaran untuk pesan-pesan yang disampaikan.

f. *Getting on IOU*

Dilakukan dengan cara mengupayakan agar sasaran merasa bahwa dirinya merasa bahwa dirinya berutang budi kepada *persuader*. Asumsinya jika seseorang ingin melakukan sesuatu, maka tentunya anda akan merasa harus dengan senang hati menganggapi permohonan seseorang.

2. Menurut Effendy, ada teknik lain yang juga lumrah digunakan dalam komunikasi persuasif, yaitu:²⁵

a. Teknik Asosiasi

Teknik ini pada dasarnya adalah usaha laten (tidak terlihat atau tidak langsung) mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan. Praktiknya menyajikan pesan dengan menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

b. Teknik Integrasi

Teknik ini adalah menyatukan diri komunikator dengan diri komunikan menggunakan kata-kata verbal yang menyatukan kesatuan. Contoh kata “kita”, bukan “saya” atau “kami”. “Kita” dapat diartikan saya dengan anda. Ini berarti bahwa komunikator tidak berjuang untuk keuntungannya sendiri, tetapi juga kepentingan komunikan.

c. Teknik Ganjaran

Teknik ini adalah usaha mempengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Teknik ini sering dipertentangkan dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*), yakni menakut-nakuti atau menggambarkan konsekuensi yang buruk.

²⁵ Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Staregi*. Hlm 280-282.

d. Teknik *red-herring*

Dalam komunikasi persuasif istilah ini berarti komunikator berusaha memenangi perdebatan menggunakan argumetasi yang lemah kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan.

e. Teknik Tataan

Teknik tataan ialah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, enak dilihat, enak dibaca agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut.

Adapun menurut Illaihi, komunikasi persuasif yang berpengaruh dalam struktur dakwah adalah komunikasi yang terus-menerus diatur ke bagian mental mad'uwwun untuk meningkatkan perhatian mereka untuk mengakui dan melaksanakan ajaran Islam. Untuk komunikasi persuasif yang berpengaruh, seorang komunikator dakwah harus melengkapi dirinya dengan hipotesis yang menarik sehingga mereka dapat menjadi komunikator yang menarik. Penggunaan dakwah yang meyakinkan, yang berarti metode yang terlibat dalam mempengaruhi sudut pandang, cara pandang, dan aktivitas individu dengan memanfaatkan pengendalian mental sehingga individu tersebut melakukan demonstrasi sesuai dengan kehendaknya sendiri..²⁶

B. Dakwah Media Sosial

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah Lughawi berasal dari kata da'a, yad'u dan da'awatan. Ini berarti membuat panggilan, mengundang, dan membuat panggilan. Dalam al-Qur'an, kata dakwah memiliki etimologi yang terdiri dari *dal*, *ain*, dan *wawu*, serta memiliki berbagai bentuk dan makna. Al-Qur'an menyebutkan kata Dakwah dan pengaruhnya sebanyak 198 kali dan tersebar dalam 55 surat (176 ayat). Jumlah kata-kata dakwah dan

²⁶ Masruroh, Lina. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. (Ketintang Baru: Scopindo Media Pustaka, 2020). Hlm 12-13.

pengaruhnya yang disebutkan dalam Al-Qur'an lebih banyak daripada jumlah puisi yang terkandung di dalamnya. Ada 18 ayat dalam banyak kata yang mengandung kata dakwah, dan ada dua ayat yang masing-masing mengandung kata dakwah, tetapi kedua kata itu masing-masing memiliki dua arti sekaligus. Sedangkan makna kata dakwah dan maknanya adalah vertikal (do'a dan ibadah) dan horizontal (panggilan, ajakan, permohonan, harapan, ajakan, dsb).²⁷

Menurut Muhammad Nazir, dakwah adalah pewarisan asal usul Islam kepada manusia dan semua individu dari sudut pandang dan tujuan keberadaan manusia di dunia ini, etika dan komunitas melalui berbagai media. Peri kehidupan yang sangat populer.²⁸

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa latin *communicare*. Ini berarti berpartisipasi dan memberikan informasi. Devito menyatakan bahwa komunikasi adalah perilaku satu orang atau lebih yang terlibat dalam pengiriman dan penerimaan pesan. Distorsi noise dapat terjadi saat mengirim pesan untuk menyimpulkan makna pesan.²⁹

Beberapa pengertian komunikasi menurut para ahli diantaranya:³⁰

- a) Carl. I. Hovland mengatakan bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu yang berkonsentrasi pada pengerahan tenaga yang teratur dalam membentuk secara kokoh standar penyampaian data dan membentuk sentimen dan mentalitas. Untuk situasi ini, melalui siklus untuk mengubah perilaku orang lain. Oleh karena itu, seorang komunikator dalam menyampaikan pesan atau data pada

²⁷ Basit, Abdul. *Dakwah Milenial*. (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2021). Hlm 135.

²⁸ Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (CV. Penerbit Qiara Media, 2019). Hlm 4.

²⁹ Triningtyas, Diana Ariswanti. *Komunikasi Antar Pribadi*. (Magetan: CV. Ae Medika Grafika, 2016). Hlm 12.

³⁰ Caropeboka, Ratu Mutualela. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017). Hlm 2-3.

awalnya harus memahami segi psikologis penerima pesan atau komunikasi.

- b) Harald. D. Lasswell berpendapat bahwa integritas unsur-unsur komunikasi harus disertakan agar proses komunikasi dapat diterima secara efektif. Elemen-elemen ini terdiri dari:
- 1) Komunikator, yaitu individu atau lembaga yang mengirimkan atau mengirimkan pesan secara langsung atau tidak langsung kepada suatu kelompok sasaran/audiens. Komunikator juga berfungsi sebagai sumber informasi dan berita.
 - 2) Pesan, atau materi yang disampaikan, merupakan pokok dari informasi yang dibicarakan.
 - 3) Media (saluran) adalah sarana yang digunakan komunikator untuk menghubungkan atau mengirim dan menerima pesan yang mereka gunakan untuk menyampaikan pesan.
 - 4) Komunikan (*communicant*), yaitu pribadi dan lembaga yang menerima isi pesan, informasi dari komunikator.
 - 5) Efek (*effect*), yaitu akibat yang dapat dilihat sebagai akibat diterima atau ditolaknya isi pesan/informasi.
- c) Wilber Shcram menyatakan bahwa komunikasi adalah *enkapsulasi* kesamaan *signifikansi* antara komunikator dan komunikan. Korespondensi bukan hanya perdagangan penilaian, namun mencakup wilayah yang lebih luas. Yaitu, suatu proses penyampaian pesan di mana seorang individu atau organisasi berusaha untuk mengubah penilaian atau perilaku penerima pesan atau penerima data.
- d) Edward Deparis berpendapat bahwa komunikasi adalah proses mengkomunikasikan ide, harapan, dan pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan melalui tanda tertentu yang bermakna untuk disampaikan kepada penerima pesan.

Dari pengertian komunikasi diatas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan melalui media atau alat dan menghasilkan timbal balik (*feedback*).

b. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah segala bentuk komunikasi, termasuk pesan mahar. Dengan kata lain, berupa ajakan ke jalan yang benar yang diperintahkan oleh Allah SWT, atau ajakan untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan kejahatan. Dalam hubungan antara mahar dan komunikasi, ia berpendapat bahwa mahar memerlukan apa yang disebut proses komunikasi sebagai proses nilai informasi. Isi ajaran Islam yang diberitakan merupakan kumpulan pesan yang disampaikan kepada umat.³¹

Ada beberapa prinsip komunikasi yang dapat dijadikan prinsip dakwah:³²

- 1) Komunikasi adalah proses simbolik. Dalam khutbahnya, da'i harus mampu menyampaikan pesan mahar yang sesuai dengan tingkat kemahiran orang gila.
- 2) Setiap tindakan memiliki potensi untuk komunikasi, dan setiap tindakan Da adalah pesan dari dakwah.
- 3) Komunikasi memiliki aspek isi, dan mahar bukan sekedar pesan mahar. Dakwah juga perlu memperhatikan bagaimana mahar dikomunikasikan. Bisa jadi bahan dakwah. Walau tidak terlalu menarik, tapi cara penyampaian yang disebut juga dakwah ini menarik dan diterima oleh mad'u.
- 4) Komunikasi dilakukan dengan berbagai niat, dan banyak peristiwa dan tindakan mungkin muncul dalam pikiran.

³¹ Ulya Dinillah. Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Komunikasi Sains*. Volume 1 Nomer 1. (Desember, 2019). Hlm 55.

³² Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (CV. Penerbit Qiara Media, 2019). Hlm 6-7.

- 5) Komunikasi berlangsung dalam konteks ruang dan waktu dimana pengkhotbah harus memperhatikan waktu dan tempat. Pesan yang disampaikan mungkin tidak sesuai dengan waktu dan tempat yang dapat ditimbulkan oleh khotbah dalam jangka waktu yang lama di kota. Jama'ah cenderung menyebabkan penurunan karena kota memiliki banyak hal yang harus dilakukan.
- 6) Komunikasi melibatkan prediksi komunikasi, yang memungkinkan mengetahui keadaan mad'u sebelum berkhotbah.
- 7) Komunikasi yang sistematis dan efektivitas dakwah dapat dilihat baik dalam keadaan internal dan internal, serta dalam keadaan gila keadaan eksternal.
- 8) Semakin mirip latar belakang budaya, semakin efektif komunikasi dan semakin baik perencanaan yang diperlukan untuk berdakwah dalam masyarakat yang heterogen. Da'i perlu mengetahui latar belakang budaya mad'u.
- 9) Komunikasi bersifat non-sekuensial, tetapi pada dasarnya diam dan tidurnya mengirim pesan kepada da'i bahwa pendakwah tidak menarik dan akan segera berhenti.
- 10) Komunikasi berlangsung terus menerus, dinamis dan transaksional, dan pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i selalu menjadi bahan perbincangan mad'u.
- 11) Komunikasi berlangsung terus menerus, dinamis, transaksional, dan pesan dakwah tersampaikan, dan pengaruh pesan tidak dapat dihindarkan.
- 12) Komunikasi tidak efektif dalam menyelesaikan berbagai masalah, dan *dakwah bil lisan* bukanlah perubahan sosial, tetapi diperlukan *dakwah bil hal* dan *dakwah bil qolam*.

c. Unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah, diantaranya adalah:³³

1) Da'i (pelaku dakwah)

Kata da'i biasa disebut dengan mubaligh (orang yang menyempurnakan Islam), namun dalam praktiknya sebutan ini sangat banyak karena masyarakat umum cenderung memaknainya sebagai penyebar Islam secara verbal, yang memiliki arti sempit.

2) Mad'u (obyek dakwah)

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah, dengan kata lain orang tersebut secara keseluruhan, sebagai individu atau kelompok, baik muslim maupun bukan.

3) Wasilah (media dakwah)

Alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dari media Wasilah atau Dakwah Mad'u (ajaran Islam). Dakwah dapat menggunakan berbagai washira untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat. Hamzah Ya'qub mengklasifikasikan dakwah washi menjadi lima jenis. Yaitu, lisan, tulisan, lukisan, pendengaran, visual, dan moral.

Asep Muhidin dan Iskandar mengemukakan unsur-unsur dakwah, yaitu da'i, pesan, metode, media, mad'u. Perkembangan unsur dakwah bukan hanya mengenai tiga atau lima unsur, namun ternyata ada salah satu unsur yang belum masuk dalam pandangan Ali 'Aziz. Beliau menjadikan efek sebagai bagian dari unsur dakwah.³⁴

³³ Aminuddin. Media Dakwah. *Jurnal*. Vol. 9 No. 2. November 2016. Hlm 357-360.

³⁴ Pirol, Abdul. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. (Sleman: CV. Budi Utama, 2018). Hlm 11.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media online, memudahkan pengguna untuk bergabung, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Pendapat lain adalah bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial, dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.³⁵

Maulidi berpendapat bahwa media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dari media bersama. Media sosial bukanlah media komunikasi, tetapi media hiburan, karena dapat menyajikan konten berupa teks, gambar, dan video dengan jaringan di internet.³⁶

b. Fungsi dan Tujuan Media Sosial

Media sosial mempunyai beberapa fungsi, antara lain:³⁷

1) Interaksi sosial

Interaksi sosial adalah hubungan sosial yang berbeda khawatir tentang hubungan orang dan orang, orang dan pertemuan, seperti pertemuan dan pertemuan. Klien dapat membuat asosiasi sosial online tanpa masalah.

2) *Personal Branding*

Personal branding adalah metode untuk mempromosikan diri sendiri atau gambar tunggal. Penandaan individu tidak

³⁵ Anang Sugeng Cahyono. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal*. Hlm 142. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>.

³⁶ Aan Mohammad., Yayah Nurhidayah., Ulfa Chaerunnisa. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 10, No. 2, Desember 2019. Hlm 240.

³⁷ Kadarudin. *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum*. (Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2020). Hlm 70-71.

hanya setara dengan promosi dan panggilan mereka, tetapi menekankan bahwa mereka bahkan akan efektif melalui *self-packaging*.

3) Media Komunikasi

Media sosial dapat digunakan untuk media komunikasi dan tempat untuk menjalin hubungan antar klien. Klien individu dapat menyampaikan dari jarak jauh karena media berbasis web memiliki jangkauan di seluruh dunia.

Sedangkan tujuan menggunakan media sosial adalah sebagai berikut:

1) Aktualisasi diri

Banyak orang menggunakan media sosial sebagai topik pemenuhan diri. Aktualisasi diri merupakan keinginan seseorang untuk menunjukkan dan menggunakan segala kemampuannya.

2) Komunitas

Mencari komunitas online di media sosial sangatlah mudah. Beberapa orang menggunakannya sebagai tempat untuk bertemu dan berkomunikasi dengan orang-orang dengan minat dan bakat yang sama.

3) Ciptakan hubungan

Dimungkinkan untuk membangun hubungan antara orang-orang. Sudah ada beberapa pengguna di luar sana yang dapat menemukan pasangan hidup, teman, mitra bisnis, dan sahabat.

4) Media pemasaran

Banyaknya pengguna membuat banyak orang menggunakannya untuk memasarkan sesuatu juga.

c. Peranan Media Sosial dalam Dakwah

Di sisi lain, munculnya media sosial telah membantu banyak orang. Orang-orang di belahan dunia mana pun dapat dengan mudah berinteraksi dan jauh lebih mudah daripada telepon. Keberadaan media sosial juga mempercepat penyebaran informasi. Beberapa keunggulan media sosial lain dibandingkan media tradisional adalah: Pertama: cepat, ringkas, padat, dan sederhana. Kedua, ciptakan hubungan yang lebih kuat. Ketiga, jangkauan global yang luas. Media tradisional digunakan secara global, tetapi perawatannya mahal dan memakan waktu. Sementara itu, siapa pun dapat menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi dengan cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga memiliki peluang besar untuk menyesuaikan konten mereka dengan tujuan dan keinginan lebih banyak pengguna. Keempat, terkendali dan terukur. Media sosial dengan sistem pelacakan yang tersedia memungkinkan pengguna untuk mengontrol dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui umpan balik dan reaksi. Media tradisional, di sisi lain, membutuhkan waktu.³⁸

Menurut Syaikh Mohd Saifuddeen, media sosial menjadi wadah yang bisa mendekatkan para da'i dengan komunitas siber. Rata-rata generasi saat ini adalah generasi yang terdidik secara teknis. Siapa pun yang menemukan grup ini harus menggunakan pendekatan terbaru. Maka kita membutuhkan kelompok da'i yang cerdas dan berdakwah di media sosial. Orang-orang ini belum tentu melek teknologi, tetapi mereka memiliki kemampuan untuk menggunakannya untuk melakukan pekerjaan amar makruf nahimunkar. Setidaknya, mereka bekerja sama dengan 4.444 pakar teknologi media sosial yang akan lebih bermanfaat bagi gerakan Dakuwa Islam. Keberadaan website jejaring sosial seperti Facebook,

³⁸ Eko Sumadi. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *Jurnal*. Vol. 4, No 1, Juni 2016. Hlm 185.

Twitter dan Instagram digunakan di semua lapisan masyarakat, termasuk pelajar, ibu rumah tangga, pegawai negeri dan swasta. Oleh karena itu, kemunculan media baru, khususnya media sosial, dianggap sebagai salah satu wadah penting untuk berdakwah di kalangan masyarakat saat ini. Penggunaan website sosial oleh para da'i dapat menembus benteng para remaja yang menyukai teknologi yang melengkapi interaksi sosial.³⁹

C. Instagram

Instagram berasal dari pemahaman fungsionalitas keseluruhan dari aplikasi ini. Kata "*Insta*" berasal dari kata "*instan*" seperti kamera polaroid, yang pada saat itu dikenal sebagai "fotografi instan". Instagram juga menampilkan foto secara instan. Kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", yang digunakan untuk mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Demikian pula, instagram memungkinkan untuk mengunggah foto melalui internet sehingga dapat dengan cepat menerima informasi yang ingin disampaikan. Karena itulah instagram merupakan gabungan dari kata *instan* dan *telegram*.⁴⁰

Menurut Budiargo, Instagram merupakan media yang memberikan kemudahan untuk berbagi foto, video, dan layanan jejaring sosial secara online, yang dapat digunakan pengguna untuk berbagi dengan teman. Penggunaan fitur Instagram saat ini sangat banyak digunakan oleh para pengguna Instagram, khususnya masyarakat yang menamakan dirinya komunikator Vidgram. Biasanya mereka mengunggah video pribadi, informasi, komedi, fashion, dan apapun yang sedang dibahas. Penikmat video sangat tinggi dan dapat mencapai lebih dari 1 juta tampilan. Hal inilah yang

³⁹ Muhammad Aiman Kamarudin., Muhammad Syakir Mustafa Kamal., Ajmain. Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam. *Jurnal*. Desember 2019. Hlm 136.

⁴⁰ Mutia Puspita Sari. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM* .vol. 4 no. 2 Oktober 2017. Hlm 5-6.

menjadi motivasi para da'i untuk mengenalkan dakwah kepada pengguna Instagram dalam video tersebut.⁴¹

Beberapa fungsi dari instagram sebagai berikut:

1. Interaksi antara pengguna instagram

Merupakan fungsi utama dari setiap aplikasi media sosial. Sebelumnya dinyatakan bahwa interaksi spesifik Instagram dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (DM). Ada juga fitur perekam langsung atau fitur *Insta Story* yang populer, yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman menontonnya.

2. Rekomendasi tempat liburan

Banyak pengguna instagram yang membagikan foto atau video pada saat berlibur kesuatu tempat dengan menampilkan keindahan yang ada pada tempat tersebut. Tidak banyak dari mereka pada pengikut atau follower yang melihat unggahan tersebut dan dapat mengajak dan memberi kesan untuk pergi ke tempat tersebut.

3. Mencari dan berbagai informasi/ilmu pengetahuan

Contohnya termasuk catatan yang berbagi data kesehatan, data lokasi wisatawan, data gelap atau membingungkan, dll. Penggunaan rekaman juga dapat digunakan untuk berbagai latihan instruksional, meskipun waktu terbatas. Tentunya, ini bisa menjadi nilai positif tersendiri jika anda menggunakan Instagram..

4. Sebagai sarana pemasaran

Saat ini sudah banyak pengelola uang atau penjual barang/administrasi yang mulai memanfaatkan promosi atau publikasi berbasis web, Tidak hanya di situs resminya saja, mereka bisa memanfaatkan media online dan dengan semakin maraknya Instagram, tentunya memberikan keuntungan tersendiri ketika barang atau jasa

⁴¹ Muhammad Sidiq. Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi. *Jurnal*. (Parepare: IAIN Parepare 2020).

diiklankan disini, seperti foto yang membagikan highlight yang dapat dengan jelas menggambarkan barang yang diiklankan.⁴²

Saat ini, instagram memang sangat digemari rakyat Indonesia. Hal ini dikarenakan fitur-fitur yg diberikan sangat menarik. Terdapat beberapa fitur-fitur instagram yg tidak selaras menggunakan jejaring sosial lainnya, fitur-fitur tadi ialah:⁴³

1. Followers, kerangka sosial instagram adalah untuk menyetujui akun pengguna lain atau memasang penggemar di akun Instagram. Akibatnya, interaksi pengguna instagram individu terstruktur dengan memprioritaskan dan mengomentari lebih lanjut pada foto yang dikirim oleh penggunayang berbeda.
2. Unggah foto (*upload foto*). Instagram terutama digunakan untuk mengunggah foto dan berbagi foto dengan pengguna lain. Anda dapat mengakses foto yang anda unggah dari jumlah foto yang ada di kamera *iDevice* atau album HP itu sendiri.
3. Efek Foto, Instagram kini memiliki berbagai efek yang berbeda, pengguna instagram dapat menerapkan filter pada foto yang diunggah untuk membuat foto lebih menarik.
4. Setelah judul foto (*caption*) dan foto selesai diedit, foto akan pindah ke halaman berikutnya. Halaman ini memberi opsi untuk menambahkan tempat ke foto Anda dengan memasukkan judul atau keterangan foto, serta opsi untuk mengunggahnya.
5. *Arroba*, Instagram memiliki fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyinggung pengguna lain dengan menambahkan karakter *arroba* (@) di depan nama pengguna yang ditandai atau tersirat dari pengguna lain. Pengguna foto dapat menggunakan fitur *arroba* untuk menyinggung pengguna lain melalui unggahan dan komentar.
6. *Geotag*, fitur ini digunakan untuk mengidentifikasi lokasi upload.

⁴² *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. (Jombang: Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020). Hlm 24-26.

⁴³ Saleh, Akhmad Muwafik., Kuswono, Nur Muhamma Abduh., Sayyid Adelienna Noor. *Communipreneur Model-Model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0*. (Malang: Inteligencia, 2020). Hlm 52-53.

7. Jejaring sosial. Dalam hal berbagi foto, pengguna tidak bisa hanya berbagi foto di Instagram. Foto juga dapat dibagikan melalui jejaring sosial lain seperti *Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr dan Flickr*. Jejaring sosial ini tersedia di halaman Instagram untuk berbagi foto.
8. Tanda suka, foto yang diunggah akan menjadi interaksi favorit bagi pengguna lain. Berdasarkan waktu foto Instagram dan jumlah suka, mungkin ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi terkenal atau tidaknya sebuah foto.
9. Halaman penjelajah (populer). Halaman eksplorasi memiliki beragam foto yang sedang populer saat ini. Foto dalam fungsi pencarian biasanya secara tidak langsung meningkatkan jumlah pengikut.

Ada beberapa fakta yang membuat Instagram populer di seluruh dunia.⁴⁴

1. *User fiendly*

Interface-nya interaktif, atraktif, dan mudah untuk digunakan juga diikuti. Dalam hal ini sebagian orang menyukai instagram karena dimanjakan dengan tampilan yang mudah dimengerti dengan tampilan visual foto-foto yang dapat membuat setiap orang dapat lama-lama bermain instagram,

2. Instagram adalah aplikasi foto pertama

Pada umumnya, orang-orang lakan ebih menyukai informasi dalam bentuk visual daripada informasi yang bersifat membaca kalimat yang bikin mengernyit. Inilah mengapa visual *marketing* (termasuk *influencer marketing*) berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam instagram, foto merupakan peran utama. Faktanya, tambahan informasi pada foto biasanya tidak terlalu diperhatikan saat orang-orang menggeser dari foto ke foto, apalagi dengan adanya keterbatasan jumlah kata. Walaupun *caption* juga penting, tapi tidak memungkinkan sebuah konten dapat berhasil meraih banyak *likes*.

⁴⁴ Afandi, Ranny., Tim Stiletto Book. *How to Win Instagram*. (Yogyakarta: Stiletto Book, 2019). Hlm 3-7.

3. Instagram sangat *mobile fiendly*

Pada era saat ini manusia sangat dimudahkan dengan adanya *gadget* yang memungkinkan jarang menggunakan laptop dalam melakukan kegiatan. Hal ini pun membentuk sebuah *mobile society*.

4. *Platform for popularity*

Instagram adalah platform yang tidak hanya tentang fotografi, dan Anda dapat menemukan berbagai profesi seperti *blogger*, penulis, *stylist*, *desainer*, dan seniman.

5. *New gen marketplace*

Instagram adalah jembatan langsung antara penjual dan pembeli. Di sini, pembeli menerima berbagai informasi tentang produk, mulai dari bahan dan harga hingga format pemesanan.

6. *An amateur can look like a pro*

Instagram tidak bisa lepas dari yang disebut filter. Begitu banyak fitur filter yang ada di instagram bisa membuat foto awalnya *booring* menjadi *beautifull*.

7. *Hastag* untuk *personal branding*

Hal yang dapat diperoleh dari penggunaan tagar adalah menemukan orang-orang dengan *passion* yang sama, juga untuk *personal branding*.

8. *Fullfilment of human 'desire*

Sudah menjadi rahasia umum bahwa di instagram kita bisa menemukan komunitas-komunitas yang sesuai dengan *passion*. Berada di komunitas tersebut bisa memberikan *positive vibe* untuk lebih termotivasi dalam menghasilkan karya.

D. Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Semiotika adalah penyelidikan tanda, aktivitas tanda, dan perkembangan signifikansi. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang menyiratkan sesuatu yang berbeda. Dalam pandangan Zoest, apa pun yang dapat diperhatikan dapat dikenal sebagai tanda. Akibatnya, tanda dibatasi pada objek. Tidak ada kesempatan, tidak ada kesempatan, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, kecenderungan, semua ini bisa disebut tanda.

Tanda-tanda ini menyampaikan informasi yang dapat dikomunikasikan dan dapat menggantikan hal lain yang dapat dipikirkan atau dibayangkan. Disiplin keilmuan ini pertama kali berkembang di bidang bahasa kemudian di bidang seni dan desain komunikasi visual. Sementara itu, Charles Sanders Pearce menekankan bahwa kita hanya bisa memikirkan tanda-tanda. Orang hanya bisa berkomunikasi melalui tanda. Tanda-tanda kehidupan manusia dapat berupa tanda-tanda atau tanda-tanda pergerakan. Gerakan tangan yang dapat diartikan sebagai teriakan, atau anggukan kepala yang dapat diartikan sebagai persetujuan. Peringatan dengan bunyi berikut B. Peluit, terompet, kendang, suara manusia, bel berbunyi. Karakter yang terdiri dari huruf dan angka. Bisa juga berupa rambu bergambar berbentuk rambu lalu lintas, dan variasinya banyak.⁴⁵

Konsep dasar semiotika tentu saja mempelajari tanda-tanda yang bermakna. Tentu saja, tanda itu perlu dikaitkan dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kita tidak bisa begitu saja mengabaikan keberadaan budaya yang sarat dengan nilai, norma, dan segala bentuk aturan tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan penelitian melakukan kajian memahami bahwa tanda tidak berdiri sendiri. Saya butuh bantuan untuk mengatur artinya. Tanda-tanda yang tidak berarti hanyalah objek visual yang tidak masuk akal. Orang-orang hanya menyadari bahwa itu adalah objek yang tidak berarti dan tidak dapat menceritakannya. Hal ini dikarenakan manusia memiliki gambaran tentang objek, peristiwa, dan makna dari peristiwa

⁴⁵ Sri Hesti Herawati. *Semiotika dalam Periklanan*. (Surakarta: Fakultas Seni Rupa dan Desain Interior ISI, 2016). Hlm 5-6.

tersebut, dimulai dengan konsep visualisasi. Kemampuan untuk memvisualisasikan dan merekam ingatan di otak memungkinkan orang untuk memahami berbagai bentuk peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Konsep berpikir tentang orang yang menggunakan tanda dan mengabaikannya untuk arti tertentu atau kepentingan yang ada dalam pikiran seseorang tentang objek yang diasosiasikan dengan tanda.⁴⁶

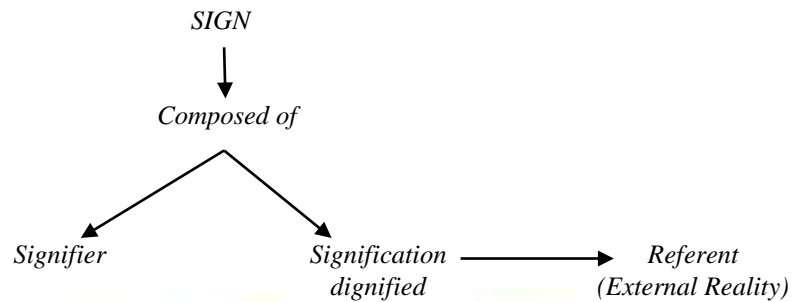
Ferdinand de Saussure dapat dikatakan sebagai bapak Linguistik. Hal ini dikarenakan Saussure mengembangkan dasar-dasar teori linguistik umum. Saussure masih masuk kedalam pandangan strukturalisme. Strukturalisme adalah sebuah metode yang telah diacu oleh banyak ahli semiotik, hal itu didasarkan pada model linguistik struktural de Saussure. Strukturalis mencoba mendeskripsikan sistem tanda sebagai bahasa-bahasa. Awalnya memang strukturalisme berawal dari ilmu linguistik Saussure ini, hingga pada akhirnya berkembang ke ilmu lain.⁴⁷

Saussure menjadi salah satu orang yang menekuni studi semiotika. Terkenal dengan model *signifier* dan *signified*, tokoh ini memperkenalkan konsep penelitian semiotika yang memberikan kontribusi terbesar bagi penelitian ilmiah. Model analitik semiotik Saussure menjadi dasar untuk membentuk beberapa model analitik lainnya, seperti model analitik Roland Barthes. Signifikan dan konsep signifikansi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

⁴⁶ Putra Chaniago. Representasi Pendidikan Karakteristik dalam Film Surau dan Silek (Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure. *Jurnal of Islamic Education Policy*. Vol. 4 No. 2, 2019. Hlm 139.

⁴⁷ Dinda Assalia Avero Pramasheilla. Penerapan Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure dalam Pertunjukkan Kethoprak Ringkes. *Jurnal*. Volume 1, eISSN: 2775-0884, Juli 2021. Hlm 17.

MODEL SEMIOTIK FERDINAND DE SAUSSURE



Gambar 3. Model Analisis Semiotik Saussure

Tanda adalah sesuatu dari bentuk fisik (gambar suara apa pun) yang dapat Anda lihat atau dengar, dan biasanya dikaitkan dengan objek atau aspek realitas yang ingin disampaikan. Objek disebut referensi. Dalam komunikasi, seseorang menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan makna tentang suatu objek, dan orang lain menafsirkan simbol-simbol tersebut. Prasyaratnya adalah bahwa orang yang berkomunikasi dengan komunikator memiliki pengetahuan tentang bahasa atau sistem tanda yang sama.

Dalam model analisis ini, semiotika dibagi menjadi dua bagian (dikotomi): signifier dan signified. Label dipandang sebagai bentuk/bentuk fisik yang dapat dipersepsikan melalui wujud suatu karya arsitektur, sedangkan label dipandang sebagai makna yang diungkapkan melalui konsep, fungsi, dan/atau nilai yang terkandung dalam suatu karya arsitektur. Melalui tahapan-tahapan tersebut, ia mencapai level “*referent*”, yaitu level berpikir yang menafsirkan fenomena (yang bisa disebut makna objek). Eksistensi semiotika Saussure merupakan hubungan berbasis konveksi antar penanda, yang biasa disebut dengan makna. Semotik makna adalah suatu sistem simbol yang mengkaji hubungan-hubungan antara unsur-unsur suatu simbol dalam sistem tersebut berdasarkan suatu kaidah atau kaidah tertentu.⁴⁸

Signifer dan *signified* adalah produksi budaya hubungan antara dua orang (arbiter) meliputi dan didasarkan semata-mata pada adat istiadat, kesepakatan,

⁴⁸ Prasetya, Arif Budi. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. (Malang: Intrans Publishing, 2019). Hlm 9-10.

atau peraturan dari budaya pemakai bahasa. Hubungan antara *signifier* dan *signified* tidak dapat dijelaskan dengan penalaran, baik dengan suara atau dengan keputusan untuk menghubungkan serangkaian suara ke objek atau konsep yang bersangkutan. Karena kita perlu melihat hubungan antara signifikansi dan signifikansi, ada struktur atau kode tertentu yang dapat berguna dalam menafsirkannya.⁴⁹

Bagi Saussure, hubungan antara *penanda* dan *petanda* bersifat *arbiter* (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure, ini tidak berarti “bahwa pemilihan penanda sama sekali meninggalkan pembicara” namun, lebih dari itu, “tak bermotif”, yakni *arbiter*. Dalam arti, pengertian *penanda* tidak mempunyai hubungan alamiah dengan *petanda*.

Menurut Saussure, prinsip-prinsip perintah linguistik tidak dapat diterapkan secara mutlak atau sepenuhnya. Ada tanda-tanda bahwa itu benar-benar wasit, tetapi ada juga yang relatif. Kemampuan bahasa akan dinilai. Selain itu, ada tanda-tanda motivasi yang relatif tidak disengaja.⁵⁰

Saussure menyatakan bahwa yang dimaksud pertanda adalah sesuatu yang ada hubungannya dengan tindakan psikologis penanda individu. Seperti yang ditunjukkan oleh Saussure, tanda-tanda mengungkapkan pikiran atau ide dan menggarisbawahi bahwa ia tidak setuju dengan terjemahan Platonis atau istilah ide, khususnya pikiran sebagai peristiwa mental yang merupakan tujuan dari jiwa manusia. Akibatnya, tanda tentu dianggap sebagai metode untuk komunikatif yang bertempat diantara dua orang manusia yang bermaksud melakukan komunikasi atau mengekspresikan sesuatu satu sama lain.

⁴⁹ Rahmat Hidayat. Analisis Semiotika Makna Motivasi pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji. *eJurnal Komunikasi*. Volume 2, Nomor 1, 2014: 243-258. Hlm 246.

⁵⁰ Rahmat Hidayat. Analisis Semiotika Makna Motivasi pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji. Hlm 245.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif. Selama pendekatan kualitatif dimaksudkan sebagai suatu jenis penelitian, hasil tidak akan diperoleh dengan metode statistik atau bentuk perhitungan lainnya. Contohnya termasuk penelitian tentang peran, gerakan sosial, atau hubungan timbal balik dari suatu organisasi, serta penelitian tentang kehidupan manusia, sejarah, dan perilaku. Beberapa data dapat dihitung sebagai data sensus, tetapi analisisnya bersifat kualitatif. Sebenarnya, istilah penelitian kualitatif dapat membingungkan seperti yang dipahami orang lain. Beberapa peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Berikut adalah dua teknik yang dapat digabungkan dengan metode kualitatif. Namun, kami lebih lanjut mengkarakterisasi data untuk evaluasi statistik. Ini berarti bahwa kita sedang mengkuantifikasi data kualitatif. Proses ini memberikan wawasan dari data yang dikumpulkan dengan berbagai cara. Alat-alat ini tidak hanya mencakup observasi dan wawancara, tetapi juga dokumen, buku, kaset video, dan bahkan data yang dihitung untuk tujuan lain.⁵¹

B. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dilaksanakan sejak Juli 2021 hingga November 2021.

⁵¹ Anselem Strauss & Juliet Corbin. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009). Hlm 4-5.

C. Objek Penelitian

1. Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sifat atau sifat atau nilai orang, benda, atau gerakan, dan ada variasi tertentu yang ditentukan oleh subjek untuk fokus pada mereka dan mencapai kesimpulan.⁵²

Objek dalam penelitian ini adalah teknik persuasif yang dilakukan oleh akun *instagram* @qurandansenja kepada para pengikut atau audiencenya di media sosial khususnya *instagram*.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang peneliti terima atau kumpulan langsung dari sumber data. Data Premier juga dikenal sebagai data asli atau data baru dengan properti saat ini.⁵³

Sumber data dari penelitian ini adalah gambar-gambar yang terdapat pada akun *instagram* @qurandansenja. Gambar yang dianalisis merupakan gambar unggahan pada tahun 2021 dari bulan Januari-November.

Berikut data unggahan pada akun @qurandansenja pada bulan Januari-November 2021:

Tabel 1.

Kategori Konten Dakwah Akun Instagram @qurandansenja pada tahun 2021

No.	Bulan	Keterangan	Judul	Like
0.	Januari			
	03/01/2021	Gambar	Rencana Allah	26.778
	06/01/2021	Gambar	Sabar	20.185
	08/01/2021	Gambar	Rahasia Allah	21.390
	10/01/2021	Gambar	Duka cita	29.793

⁵² Mukhtazzar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. (Yogyakarta : Absolute Media, 2020). Hlm 45.

⁵³ Sitoyo Sandu., Sodik, Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015). Hlm 67-68.

	14/01/2021	Gambar	Duka cita	29.012
	15/01/2021	Gambar	Iman Islam, Al-Qur'an, orang berilmu	24.114
	19/01/2021	Gambar	Istiqamah	27.728
	19/01/2021	Gambar	Berfikir positif	29.452
	23/01/2021	Gambar	Berbuat baik	30.252
	28/01/2021	Gambar	Yakin pada Allah	30.025
	31/01/2021	Gambar	Akhlak	22.320
0.	Februari			
	01/02/2021	Gambar	Bersyukur	20.008
	04/02/2021	Gambar	Kemuliaan memaafkan	21.701
	05/02/2021	Gambar	Sabar	30.098
	09/02/2021	Gambar	Kerukunan	11.722
	13/02/2021	Video	Kasih sayang pada hewan	31.323
	15/02/2021	Gambar	Memuliakan Al-Qur'an	19.841
	17/02/2021	Gambar	Keyakinan kepada Allah	25.272
	23/02/2021	Gambar	Kejar mimpi	22.432
	26/02/2021	3 Gambar	Memaafkan	30.151
0.	Maret			
	03/03/2021	Gambar	Apresiasi diri	22.490
	09/03/2021	Gambar	Bersyukur	23.587
	09/03/2021	Gambar	Fastabuqul khoirot	17.207
	18/03/2021	Gambar	Rencana Allah	28.956
	19/03/2021	Gambar	Do'a Bulan Rajab	20.302
	23/03/2021	Gambar	Percaya kepada Allah	30.030
	25/03/202	Gambar	Kehidupan dengan jalan Allah	20.414
	30/03/2021	Gambar	Percaya kepada Allah	32.852
	31/03/2021	Gambar	Allah mengetahui isi hati	19.570
0.	April			

	06/04/2021	Gambar	Ramadhan	10.000
	08/04/2021	Gambar	Ramadhan	24.688
	13/04/2021	Gambar	Amalan ramadhan	37.378
	15/04/2021	Video	Sedekah “kita bisa”	39.97
	16/04/2021	Gambar	Kerjasama dengan Detol	39.86
	20/04/2021	Gambar	Kerjasama dengan Detol	1.904
0.	Mei			
	03/05/2021	Gambar	Kerjasama dengan Detol	3.039
	04/05/2021	Gambar	Amalan puasa 10 hari terakhir	14.091
	05/05/2021	Gambar	Malam kemuliaan	17.269
	6/05/2021	Gambar	Mudik	9.403
	10/05/2021	Gambar	Ibadah Bulan Ramadhan	25.031
	12/05/2021	Video	Hari kemenangan	49.046
	13/05/2021	Gambar	Hari kemenangan	7.421
	16/05/2021	Gambar	Puasa syawal	17.525
	18/05/2021	Gambar	Allah sebagai pelindung	13.790
	19/05/2021	Gambar	Ridha Allah	19.942
	28/05/2021	Gambar	Donasi untuk Palestina	34.849
	31/05/2021	Gambar	Ujian hidup	26.305
0.	Juni			
	10/06/2021	Gambar	Ujian hidup	26.305
	10/06/2021	Gambar	Kejujuran kesabaran iman dan do'a	27.229
	12/06/2021	Video	Sabar	76.119
	30/06/2021	Gambar	Do'a sebelum tidur	11.139
0.	Juli			
	05/07/2021	Gambar, Video	Akibat hutang yang tidak dibayar	23.669
	09/07/2021	Gambar	Cantik yang dilarang	38.112

	11/07/2021	Gambar	dalam Islam Ucapan kabar	10.756
	16/07/2021	Gambar	Berbuat baik	16.281
	19/07/2021	Gambar	Idul Adha	23.383
	20/07/2021	Gambar	Sabar	14.854
	28/07/2021	Gambar	Cara mempercantik diri dalam Islam	27.505
0.	Agustus			
	03/08/2021	6 Gambar	Sepuluh hal yang menyebabkan do'a tidak makbul	37.329
	12/08/2021	4 Gambar	Enam wanita yang masuk syurga	30.816
	22/08/2021	Video	Do'a dibenci syetan	307.383
0.	September			
	04/09/2021	Gambar	Rosulullah melarang membunuh hewan	25.632
	06/09/2021	Gambar	Ujian hidup	16.939
	20/09/2021	Video	Ucapan kabar	25.369
	21/09/2021	Gambar	Tips merawat diri bagi wanita	14.307
	25/09/2021	5 Gambar	Tujuh kunci kebahagiaan hidup	59.522
0.	Oktober			
	02/11/2021	Gambar	Sabar	18.249
	17/11/2021	Gambar	Ujian hidup	13.191
	22/11/2021	Gambar	Ujian hidup	26.959
	25/11/2021	Gambar	Berfikir positif	19.836
	30/11/2021	Gambar	Berfikir positif	19.193
0.	November			

	09/11/2021	Gambar	Do'a ketika ada petir	19.579
	10/11/2021	Gambar	Ucapan kabar	10.748
	10/11/2021	Gambar	Dua akhlak yang dicintai Allah	33.150
	11/11/2021	Gambar	Amalan Jum'at	9.755

Dari data tersebut, penulis memilih 11 postingan yang dianalisis diambil dari bulan Januari-November yang memiliki jumlah *like* terbanyak. Berikut data yang dimaksud:

Tabel 2.

Data postingan yang diteliti

No	Tanggal	Judul	Like
1	23 Januari 2021	Berbuat baik	30.252
2	26 Februari 2021	Memaafkan	30.151
3	30 Maret 2021	Percaya kepada Allah	32.852
4	13 April 2021	Amalan Ramadhan	37.378
5	28 Mei 2021	Donasi untuk Palestina	34.849
6	12 Juni 2021	Sabar	76.119
7	09 Juli 2021	Cantik yang dilarang dalam Islam	38.112
8	03 Agustus 2021	Sepuluh hal yang menyebabkan do'a tidak makbul	37.329
9	25 September 2021	Tujuh kunci kebahagiaan hidup	59.522
10	22 Oktober 2021	Ujian hidup	26.959
11	10 November 2021	Dua akhlak yang dicintai Allah	33.150

Setelah penulis mencari dan memperoleh data, kemudian penulis mengumpulkan dan menyusun data berupa dokumen gambar-gambar dari postingan @qurandansenja. Dari data yang sudah diperoleh maka penulis hanya meneliti 11 postingan dengan jumlah *like* terbanyak setiap bulannya.

Penulis memilih jumlah *like* terbanyak disetiap bulannya karena jumlah *like* merupakan tanda interaksi dari *followers*. Jika jumlah *like* banyak maka kemungkinan besar *followers* mendapatkan pelajaran yang baik dan pesan tersebut dapat diterima dengan baik.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti (secondhand peneliti) dari berbagai sumber yang ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan dan majalah.⁵⁴

Sumber data dari penelitian ini adalah berbagai macam sumber informasi artikel, jurnal, buku-buku, website, atau literatur lain yang terkait dengan subjek penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data.

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen. Menurut Bugin, dokumenter secara bertahap berbeda dengan sastra, sastra adalah publikasi, dan dokumenter adalah informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai dokumenter.⁵⁵

Dokumen dalam penelitian ini adalah kumpulan gambar dalam akun *instagram* @qurandansenja dan juga beberapa dokumen tertulis lainnya. Dokumen penelitian yang dimaksud adalah gambar dari unggahan akun *instagram* @qurandansenja pada tahun 2021.

⁵⁴ Sitoyo Sandu., Sodik, Ali. *Dasar Metodologi Penelitian* . Hlm 68.

⁵⁵ Anggito, Albi., Setiawan, Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Hlm 153.

F. Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data dengan cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Para peneliti mengklaim bahwa tidak ada orang yang sepenuhnya benar dalam mengatur, menganalisis, dan menafsirkan data. Oleh karena itu, metode analisis data penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.⁵⁶

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis semiotika, dimana semiotika merupakan alat untuk mengartikan sebuah tanda untuk memberi arti dan makna. Tahapan analisis yang dilakukan yaitu:

1. Penulis mengambil gambar berupa *screenshot* pada akun instagram @qurandansenja yang telah dipilih untuk diteliti.
2. Penulis mengamati, menganalisis menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure berupa penanda dan petanda. Penanda petanda membentuk tanda. Penanda dan petanda tidak dapat dipisahkan, hubungan penanda dan petanda bersifat *arbiter* (bebas).
3. Selanjutnya dikaitkan dengan teknik persuasif berupa teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik *red-hirring*, dan teknik tataan.

⁵⁶ Situmorang, Syafizal Helmi. *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. (Medan: USU Press, 2010. Hlm 9.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Akun Instagram @qurandansenja



Sumber: https://instagram.com/qurandansenja?utm_medium=copy_link

Akun Instagram @qurandansenja adalah akun Instagram dengan tampilan *layout* berisi tentang dakwah. Dengan pengikut tiga ratus empat puluh delapan ribu dan postingan lebih dari 200 postingan. Akun ini mempunyai keunikan dalam tampilan *layoutnya* yaitu dengan menggunakan *vektor* senada dalam setiap postingannya sehingga membuat para pengikut atau pengguna Instagram tertarik saat pertama kali melihatnya.

Dalam akun instagram tersebut terdapat gambar kartun dan video ilustrasi yang ditampilkan secara menarik sejak 03 April 2019 hingga sekarang. Dengan demikian peneliti membatasi penelitian hanya pada tahun 2021.

B. Analisis Struktur Tanda dalam Akun Instagram @qurandansenja

Instagram merupakan media baru yang memuat berbagai macam informasi yang dapat ditemukan didalamnya. Ada berbagai macam hal yang dapat dilakukan melalui instagram seperti mengunggah foto/video, berkomentar, membuat konten menarik tentang berbagai macam hal. Dapat berupa ajakan, cara, bahkan pada era saat ini dakwah sudah familiar dalam instagram.

Dalam instagram terdapat berbagai macam unggahan yang disajikan yaitu berupa gambar-gambar yang di disain oleh pengunggahnya dan *caption* yang berkesinambungan dengan gambar tersebut. Hal ini membutuhkan pemahaman khusus untuk mengetahui makna yang terkandung didalam *postingan* tersebut. Alat yang dapat digunakan untuk memaknai sebuah gambar, teks, dan suara yaitu semiotika. Semiotika adalah sebuah cara untuk memaknai sebuah gambar.

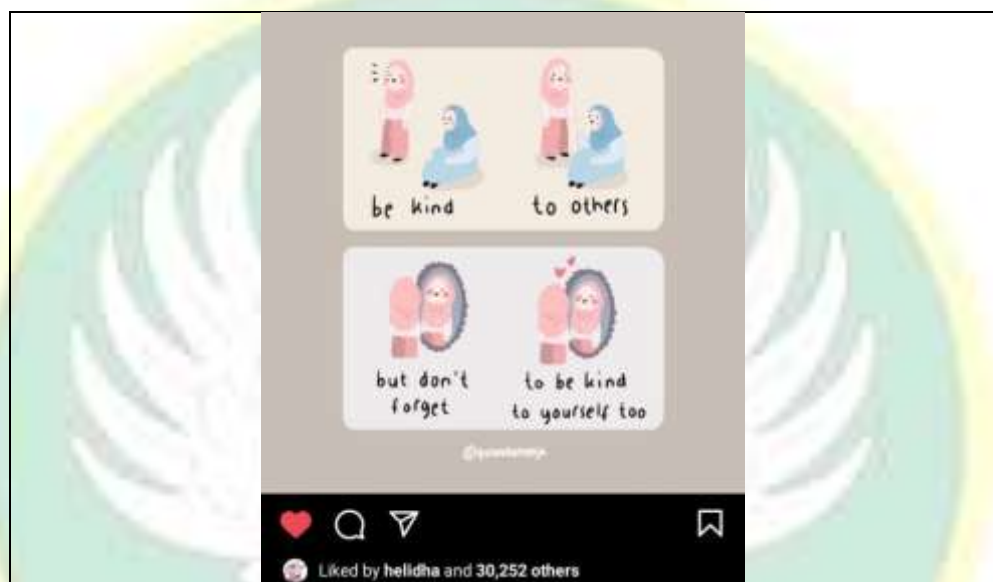
Dalam hal ini penulis menggunakan analisis Semiotik Ferdinand de Saussure untuk membedah makna pada gambar yang ada dalam akun Instagram @qurandansenja dengan menggunakan tanda-tanda kemudian dianalisis melalui penanda, petanda, dan realitas sosial dan dikategorikan kedalam teknik persuasif menurut Effendy, yakni teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik *red herring*, dan teknik tatanan. Dasar pemilihan gambar dijadikan penelitian diantaranya:

- a. Gambar yang digunakan adalah gambar yang berasal dari *postingan* akun instagram @qurandansenja.
- b. Konten diposting pada tahun 2021.
- c. Gambar yang dianalisis merupakan gambar yang memiliki jumlah *like* terbanyak dalam *postingan* setiap bulannya.
- d. Peneliti ditahap berikutnya menganalisis gambar dan pesan yang disampaikan dalam konten tersebut.

Hasil penelitian yang penulis berhasil temukan merupakan data-data yang dikumpulkan melalui pengamatan, dan dokumentasi pada akun instagram @qurandansenja. Berikut hasil penelitian yang peneliti temukan:

1. Tanggal 23 Januari 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 23 Januari 2021 dengan judul “Berbuat baik” dengan jumlah *like* 30.252.



https://www.instagram.com/p/CKZH19rp7Bs/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Gambar dua kartun perempuan yang menghiraukan kemudian berhadapan, kartun perempuan sedang bercermin
Text	Terdapat tulisan <i>be kind, to others, but don't forget, to be kind to yourself too</i>
Penanda	Dua kartun perempuan tidak sengaja bertemu, yang awalnya menghiraukan orang lain yang sedang membutuhkan bantuan lalu tersadar dan membalikkan badannya lalu membantu orang tersebut. Terdapat tulisan “ <i>be kind, to others, but don't forget, to be kind to yourself to</i> ” yang artinya berbuat baiklah kepada

	<p>seseorang dan jangan lupa berbuat baik pada diri sendiri. Dalam hal ini dingatkan untuk selalu berbuat baik kepada semua orang namun jangan lupa berbuat baik pada diri sendiri sesuai dengan gambar seorang perempuan yang sedang bercermin melambangkan untuk ingat kepada diri sendiri.</p>
Petanda	<p>Seorang muslim hendaknya saling membantu muslim satu dan muslim lainnya sesuai dengan hadist rosul dari riwayat HR. Bukhari yang berbunyi “Mukmin yang satu dengan mukmin yang lainnya bagaikan sebuah bangunan yang saling memperkuat antara sebagian dengan sebagian lainnya”.</p>

Dari analisis tersebut dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik tataan (*icing technique*). Dimana dalam hal ini *postingan* pesan tersebut tersusun dengan baik sehingga enak dilihat, enak dibaca agar para pengikut/pembacanya cenderung mengikuti saran pesan tersebut. Didukung dengan susunan dan tatanan gambar yang mudah dipahami dan dibuat secara runtut sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh mad'u.

2. Tanggal 26 Februari 2021

Gambar postingan instagram @qurandansenja di unggah pada tanggal 26 Februari 2021 dengan judul “Memaafkan” dengan jumlah *like* 30.151.



Citra visual

Slide 1, terdapat gambar kartun perempuan sedang menghembuskan nafas dengan ornamen *love* , berlian dan terdapat bunga.

Slide 2, terdapat dua gambar kartun perempuan sedang berjabat tangan sambil tersenyum

Slide 3, terdapat gambar kartun perempuan sedang

	mengangkat tangan dan tersenyum. Dibelakangnya terdapat daun dan bunga.
Text	Orang yang paling cepat melupakan kesalahan orang lain adalah orang yang paling bahagia, orang yang paling cepat minta maaf adalah orang yang paling berani, orang yang paling cepat dalam memaafkan adalah orang yang paling kuat.
Penanda	Dalam kehidupan bersosial yang melibatkan interaksi dengan beberapa orang dan latar belakang yang berbeda terkadang menimbulkan kesalah pahaman. Sebagai seorang muslim tidak baik jika marah kepada seseorang selama lebih dari tiga hari. Oleh karena itu hal yang terbaik yang dilakukan adalah harus mudah memaafkan kesalahan.
Petanda	Islam mengajarkan umatnya untuk saling memaafkan kesalahan, sesuai dengan text yang tertera digambar tersebut yaitu melupakan kesalahan orang lain adalah orang yang paling bahagia, orang yang paling berani, dan orang yang paling kuat.

Gambar dari Instagram @qurandansenja menggunakan teknik ganjaran (*pay of technique*). Pada gambar tersebut memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Dibuktikan melalui perkataan “Orang yang paling cepat melupakan kesalahan orang lain adalah orang yang paling bahagia, orang yang paling cepat minta maaf adalah orang yang paling berani, orang yang paling cepat dalam memaafkan adalah orang yang paling kuat”, sehingga mad’u merasa dengan melakukan hal akan mendapatkan keuntungan berupa pahala.

3. Tanggal 30 Maret 2021

Gambar postingan instagram @qurandansenja di unggah pada tanggal 30 Maret 2021 dengan judul “Percaya kepada Allah” dengan jumlah *like* 32.852.



https://www.instagram.com/p/CNC_fQsJOWh/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Terdapat gambar setangkai bunga, buku berisi tulisan, gambar kartun perempuan sedang mengangkat kedua tangan dengan ekspresi wajah yang sangat gembira disertai tambahan ornamen bunga dan <i>love</i> .
Text	Jika engkau merasa berat menjalani suatu tujuan, ingatlah bahwa: “Allah tidak akan menguji hamba-Nya diluar batas kemampuannya.” jalani hidup dengan keyakinan bahwa Allah bersamamu.
Penanda	Terkadang manusia merasa berat akan musibah yang dihadapinya dengan suudzon kepada Allah. Menganggap bahwa musibah yang ia terima tidak adil dan merasa hanya dia yang mengalaminya. Pada gambar tersebut terdapat bunga yang melambangkan kesejukan

	hati, terdapat gambar perempuan yang mengangkat kedua tangannya dengan ekspresi bahagia melambangkan bahwa niscaya kita harus selalu bersyukur dan yakin bahwa Allah ada sesuai tulisan yang tertera dalam gambar tersebut.
Petanda	Allah sangat dekat dan selalu ada bersama kita. Percaya bahwa apapun cobaan yang diberikan adalah peringatan agar kita harus lebih dekat dengan-Nya.

Dalam analisis tersebut dapat tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu gambar tersebut menggunakan teknik ganjaran (*pay of technique*) dimana teknik ini adalah usaha mempengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Pada gambar tersebut yang menandakan teknik ganjaran yaitu tulisan pada gambar buku yang berbunyi *Jika engkau merasa berat menjalani suatu tujuan, ingatlah bahwa: "Allah tidak akan menguji hamba-Nya diluar batas kemampuannya." jalani hidup dengan keyakinan bahwa Allah bersamamu.* Pada kata tersebut sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan yaitu jika merasa berat ingat bahwa Allah selalu bersamamu.

4. 13 April 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 13 April 2021 dengan judul “Amalan Ramadhan” dengan jumlah like 37.378

	 <p>https://www.instagram.com/p/CNIINExpUyh/?utm_medium=copy_link</p>
Citra visual	Terdapat gambar makanan dan minuman, gambar kartun sedang ibadah sholat, gambar sajadah, gambar kartun perembuan mengaji, gambar kartun perempuan dan gambar kartun laki-laki mengulurkan bingkisan, gambar mengangkat kedua tangan dan tasbih.
Text	Perbanyak amalan: berpuasa, shalat wajib tepat waktu, mengerjakan sholat sunnah, mengaji, bersedekah, do'a dan dzikir.
Penanda	Banyak amalan yang dapat dilakukan ketika bulan Ramadhan diantaranya yang tertera dalam gambar tersebut diantaranya gambar makanan dan minuman menandakan agar menahan diri dari lapar dan dahaga dan dianjurkan untuk berpuasa. Gambar seorang wanita sedang melakukan ibadah shalat menandakan dalam

	Bulan Ramadhan dianjurkan untuk melaksanakan sholat tepat waktu, jika biasanya sering menunda-nunda dalam hal ini dianjurkan untuk tepat waktu. Gambar sajdah mengartikan untuk menjalankan sholat sunnah sesuai dengan keterangan dalam gambar tersebut. Gambar perempuan mengaji, bersedekah, dan berdzikir sesuai dengan gambar dan keterangan pada gambar tersebut.
Petanda	Pada Bulan Ramadhan dianjurkan untuk memperbanyak amalan diantaranya yaitu berpuasa, shalat wajib tepat waktu, mengerjakan sholat sunnah, mengaji, bersedekah, do'a dan dzikir.

Dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu gambar tersebut menggunakan teknik asosiasi, dimana teknik ini menyajikan pesan pada suatu objek yang sedang menarik perhatian khalayak. Hal ini dibuktikan dengan unggahan gambar tersebut pada tanggal 13 April 2021 dan dikuatkan dengan *caption* yang berbunyi “Marhaban ya Ramadhan, selamat menunaikan ibadah puasa hari pertama di bulan ramadhan ini teman-teman semua. Semangat yaa, semoga sehat selalu, lancar segala urusan, puasa dan ibadah lainnya. Mari perbaiki ibadah dan semoga kita dapat menjalankan ibadah puasa dengan khusyuk dan selalu dalam lindungan-Nya. Yuk perbanyak amalan dan jangan bermalas-malasan!”

5. 19 Mei 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 9 Mei 2021 dengan judul “Donasi untuk Palestina” dan jumlah *like* 34.849

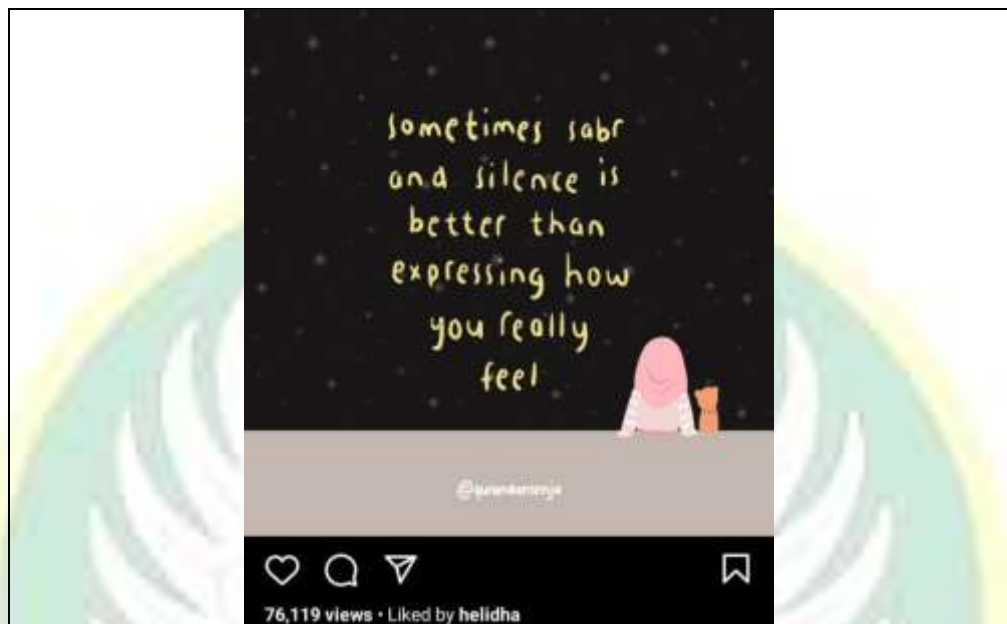
	
https://www.instagram.com/p/CPCHiNxJ9bt/?utm_medium=copy_link	
Citra visual	Terdapat gambar masjid dan dibelakangnya terdapat bendera Palestina. Disekitar masjid terdapat 3 burung yang sedang terbang disertai awan
Text	<i>Don't stop talking Palestine. Pray, donate and share the truth.</i>
Penanda	Pada gambar tersebut terdapat kalimat “ <i>don't stop talking Palestine. Pray, donate and share the truth.</i> ” yang artinya jangan berhenti berkata tentang palestina, donasi, dan terbarkan kebaikan. Pada kalimat tersebut mengandung makna bahwa untuk selalu ingat kepada Palestina yang sedang mengalami musibah dengan menebarkan berita kebaikan dan berdonasi untuk Palestina. Diperkuat dengan gambar burung yang

	mengarah pada bendera Palestina yang melambangkan bahwa bantuan sangat berarti bagi mereka, gambar awan putih menandakan peneduh, dan gambar masjid menandakan rumah yang aman, tentram, dan damai.
Petanda	Sebagai sesama umat muslim niscaya saling membantu kepada muslim yang sedang membutuhkan bantuan dan pertolongan yang sedang dialami oleh Negara Palestina. Bantuan tersebut sangat berarti bagi mereka untuk menunjang kehidupan.

Dari analisis tersebut bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu gambar tersebut menggunakan teknik asosiasi, dimana teknik ini menyajikan pesan pada suatu objek yang sedang menarik perhatian khalayak. Dalam hal ini diperkuat dengan gambar dan tulisan yang menyajikan tentang Negara Palestina yang sedang ramai dibicarakan mengenai pengeboman serangan udara oleh Israel disaat Perayaan Idul Fitri. Peristiwa tersebut menarik perhatian masyarakat khususnya masyarakat muslim yang sedang merayakan Idul Fitri.

6. 12 Juni 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 12 Juni 2021 dengan judul “Sabar” dan jumlah *like* 76.119.



https://www.instagram.com/p/CQBOwYqpsqG/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Terdapat gambar kartun perempuan dan kucing sedang duduk menghadap langit malam yang disertai dengan bintang.
Text	<i>Sometimes sabr and silence is better than expressing how you really feel</i>
Penanda	Sabar merupakan suatu hal yang hendaknya dimiliki oleh seluruh umat manusia. Namun terkadang pengaplikasian sabar tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki. Seperti kalimat yang terdapat pada gambar yang berbunyi “ <i>sometimes sabr and silence is better than expressing how you really feel</i> ” artinya terkadang sabar dan diam lebih baik daripada mengkespresikan apa yang sedang kamu rasakan. Jadi lebih baik untuk

	diam dan sabar daripada untuk mengekspresikan sebuah kemarahan yang pada akhirnya akan sia-sia. Gambar langit malam dan bintang menandakan kenyamanan dan kesunyian, gambar perempuan dan kucing sedang duduk melambangkan orang yang sedang <i>intropeksi</i> pada diri sendiri.
Petanda	Sabar menjadikan kuat dan dapat sebagai penolong seperti yang tertera dalam Q.S Al-Baqarah ayat 153 yang berbunyi “Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar.”

Dari analisis tersebut dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu gambar tersebut menggunakan teknik tataan (*icing technique*) yaitu menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan susunan gambar yang terstruktur sehingga para pengikut dan pembaca mudah memahami pesan yang disampaikan. Didukung dengan *caption* pada unggahan yang meyakinkan yaitu “*Sabar menjadikanmu kuat. Barangsiapa yang berusaha menjaga diri, maka Allah menjaganya, barangsiapa yang berusaha merasa cukup, maka Allah mencukupinya. Barangsiapa yang berusaha bersabar, maka Allah akan menjadikannya bisa bersabar dan tidak ada seorangpun yang dianugerahi sesuatu yang melebihi kesabaran (HR. Al Bukhari).*”

7. 09 Juli 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 09 Juli 2021 dengan judul “Cantik yang dilarang dalam Islam” dan jumlah *like* 38.112.



https://www.instagram.com/p/CRG03RGJvwu/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Terdapat gambar kartun perempuan berbagai macam <i>makeup</i> , gambar kartun perempuan yang sedang tersenyum mengangkat satu tangan dengan menekuk jari tangan, kucing berekspresi menyesal dengan menempelkan tangan ke jidat. Terdapat kalimat yang tersusun rapi.
Text	Cantik yang dilarang dalam islam: sedot lemak, kikir gigi, cukur alis, cukur alis, implan, sulam bibir, sulam alis, operasi plastik, sambung rambut, tanam bulu mata.
Penanda	Wanita umumnya memiliki keinginan untk mempercantik diri, hal tersebut dilakukan untuk kebutuhan, kepuasan untuk diri sendiri, dapat juga merasa tidak cantik dibandingkan dengan teman-temannya. Dalam islam diperbolehkan namun

	tidak boleh sampai merubah bentuk seperti yang dijelaskan dalam gambar tersebut. Gambar makeup mengartikan mempercantik diri dengan sentuhan <i>makeup</i> . Gambar perempuan sedang tersenyum menandakan kejelasan dan meyakinkan larangan tersebut. Gambar kucing menandakan kecewa.
Petanda	Sebagai muslimah wajib untuk menutup aurat dan tidak berlebihan dalam penampilan.

Dari analisis tersebut dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik asosiasi. Teknik asosiasi menyajikan pesan dengan menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Gambar tersebut menandakan peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak yaitu tentang larangan dalam kecantikan. Pada era saat ini cantik dianggap sangat penting sehingga orang berlomba-lomba untuk mempercantik diri. Namun, belum banyak orang yang mengetahui ada beberapa larangan yang tidak boleh dilakukan ketika mempercantik diri. Diantaranya yaitu: sedot lemak, kikir gigi, cukur alis, implan, sulam bibir, sulam alis, operasi plastik, sambung rambut, tanam bulu mata. Boleh mempercantik diri, namun dilarang untuk merubah bentuk yang diciptakan Allah.

8. 03 Agustus 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 03 Agustus 2021 dengan judul “Sepuluh hal yang menyebabkan do’a tidak makbul” dan jumlah *like* 37.329.



 <p>kalian mengadu setan adalah musuh. Namun malah mengikuti langkahnya.</p>	 <p>kalian mengadu adanya neraka. Namun tidak lari dari panas siksaannya.</p>
 <p>kalian mengadu adanya surga. Namun takut melakukan amal-amal untuk menuju ke sana.</p>	 <p>kalian mengadu kematian benar adanya. Namun kalian tidak mempersiapkan diri menghadapnya.</p>
 <p>kalian sibuk dengan hawa/nang orang lain, namun lupa dengan kewajiban diri sendiri.</p>	
 <p>kalian mengadu jannah tetapi tidak mengambil pelajaran dari penelitian ke-matian.</p>	
Citra visual	<p>Slide 1: gambar kartun perempuan tersenyum menunjukkan jarinya, gambar kucing, gambar kartun laki-laki dengan ekspresi kaget.</p> <p>Slide 2: gambar simbol Allah, dan simbol Muhammad</p> <p>Slide 3: gambar kartun laki-laki sedang mengaji, gambar makanan dan minuman</p> <p>Slide 4: gambar kartun perempuan sedang berperang melawan makhluk berwarna merah, gambar kartun perempuan menghadap pintu cahaya terang</p> <p>Slide 5: gambar api, gambar hiruk pikik dunia</p> <p>Slide 6: gambar kartun perempuan membuka mulut berekspresi bahagia, gambar sorang laki-laki berekspresi</p>

https://www.instagram.com/p/CSG5gl4pe7u/?utm_medium=copy_link


	murung, gambar wanita sedang bercermin, gambar keranda dan manusia yang mengangkatnya.
Text	Sepuluh hal yang menyebabkan do'a tak makbul 1) kalian mengenal Allah tetapi tidak menjalankan perintah-Nya 2) Kalian mengaku mencintai Rasul-Nya tetapi kalian meninggalkan sunnahnya 3) kalian membaca Al-Qur'an namun tidak mengamalkannya 4) kalian banyak diberi nikmat namun tidak mensyukurinya 5) kalian mengaku setan adalah musuh. Namun malah mengikuti langkahnya 6) kalian mengaku adanya surga. Namun tidak melakukan amal-amal untuk menuju kesana 7) kalian mengaku adanya neraka. Namun tidak lari dari panas siksa-Nya 8) kalian mengakui kemarian benar adanya. Namun kalian tidak mempersiapkan diri menghadapinya 9) kalian sibuk dengan kekurangan orang lain, namun lupa dengan kekurangan diri sendiri 10) kalian mengubur jenazah tetapi tidak mengambil pelajaran dari peristiwa kematian
Penanda	Gambar kartun perempuan, kucing dan gambar kartun laki laki mengartikan kartun perempuan tersebut akan memberitahu tentang sepuluh hal yang menyebabkan do'a tidak terkabul. Dalam hal ini kartun laki-laki tersebut berekspresi kaget merasa bahwa baru mengetahui hal tersebut. Dengan pemaparan dan teks mengartikan agar kita selalu ingat dengan pesan tersebut yang disampaikan.
Petanda	Manusia seringkali berkeinginan apa yang dipanjatkan dapat segera terkabul. Namun, tidak melihat apa yang dilakukan sehingga do'a yang dipanjatkan belum dikabulkan.

Dari analisis tersebut dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik tataan (*icing technique*). Teknik tataan adalah upaya menyusun pesan sedemikian rupa sehingga enak dilihat, enak dibaca agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut. Hal ini dikuatkan dengan penataan dan penyusunan gambar yang dibuat secara runtut dan mudah dipahami oleh para pembacanya sehingga pada saat menjumpai pesan tersebut secara tidak langsung pembaca/khalayak mengerti apa yang disampaikan.

9. 25 September 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 25 September 2021 dengan judul “7 kunci kebahagiaan hidup Ali bin Abi Thalib” dan jumlah *like* 59.552.



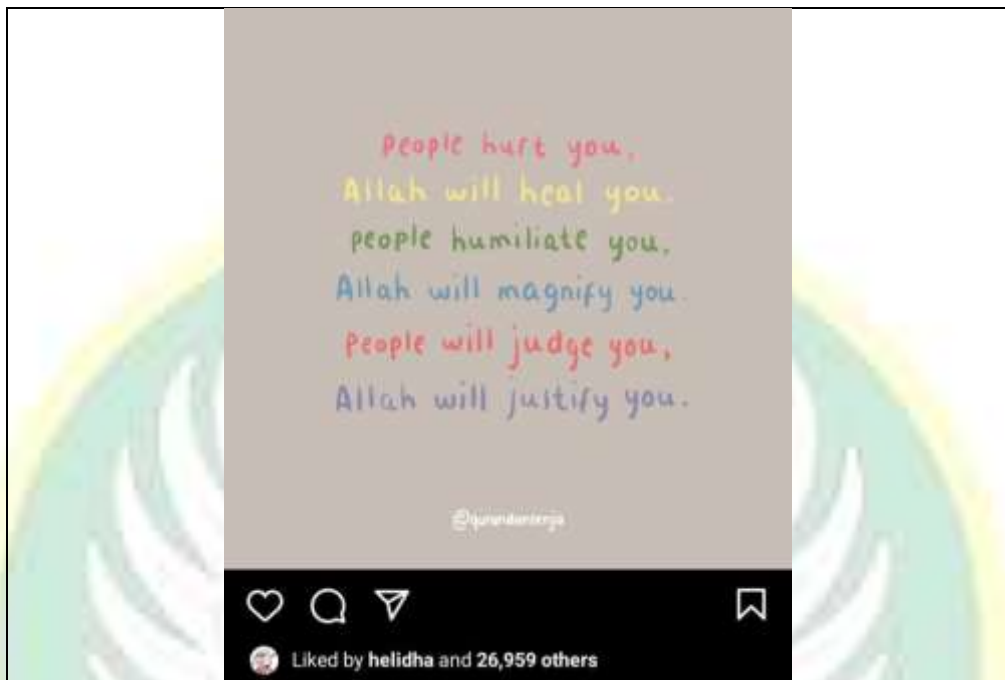
	
https://www.instagram.com/p/CUPJkikpSk5/?utm_medium=copy_link	
Citra visual	<p>Slide 1: gambar kartun laki-laki dan kucing. Keduanya mengangkat tangan dengan gembira</p> <p>Slide 2: gambar kartun perempuan mengikat kedua tangan dengan muka menggerutu, gambar kartun perempuan terjatuh, menangis.</p> <p>Slide 3: gambar kartun perempuan memegang bunga, gambar dua kartun perempuan berjabat tangan</p> <p>Slide 4: gambar kotak amal, gambar kartun perempuan mengangis tapi tersenyum.</p> <p>Slide 5: gambar kartun perempuan sedang beribadah</p>
Text	<p>Tujuh kunci kebahagiaan hidup Ali bin Abi Thalib: 1) Jangan membenci siapapun, walaupun ia mendzalimimu 2) Jangan sedih berlebihan walau masalah memuncak 3) Hiduplah dengan sederhana walaupun serba ada 4) Berbuatlah kebaikan sekalipun banyak musibah 5) Perbanyaklah memberi walaupun sedang susah 6) Tersenyumlah walau hati sedang menangis 7) Jangan memutus do'a untuk sesama muslim</p>
Penanda	<p>Slide 1: gambar kartun laki-laki dan kucing. Keduanya mengangkat tangan dengan gembira. Mengartikan serang laki-laki dan kucing akan memberitau hal baik</p>

	<p>sehingga berekspresi bahagia. Slide 2: gambar kartun perempuan mengikat kedua tangan dengan muka menggerutu mengartikan marah. Gambar kartun perempuan terjatuh, menangis mengartikan jika sedang tertimpa musibah, cemooh, harus tetap melakukan kebaikan.. Slide 3: gambar kartun perempuan memegang bunga menggambarkan kesederhanaan dengan ekspresi wajah tersenyum, gambar dua kartun perempuan berjabat tangan melambangkan kedamaian, kerukunan. Slide 4: gambar kotak amal mengartikan untuk selalu beramal dalam keadaan apapun. Gambar kartun perempuan menangis tapi tersenyum. Mengartikan disaat ada masalah untuk dapat selalu tersenyum Slide 5: gambar kartun perempuan sedang beribadah mengartikan untuk selalu beribadah dalam kondisi dan situasi apapun.</p>
Petanda	<p>Makna kebahagiaan yaitu mendapat rahmat dan ridha Allah sehingga dijauhkan dari adzab hari kiamat dan dimasukkan kedalam syurga.</p>

Dari analisis tersebut dapat penulis katakan bahwa tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik ganjaran (*pay of technique*). Adalah usaha memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “Tujuh kunci kebahagiaan hidup” dalam kalimat tersebut mengandung sesuatu yang menguntungkan yaitu jika ingin memiliki kebahagiaan hidup maka lakukanlah pesan yang disampaikan pada gambar tersebut. Diyakinkan dengan *caption* “Orang bahagia dapat dilihat melalui perilakunya, yaitu taat pada Allah dan Rasul, senang mengajak kepada kebaikan, menghindari diri dari akhlak tercela serta tidak kikir. “

10. 22 Oktober 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 22 Oktober 2021 dengan judul “ujian hidup” dan jumlah *like* 26.959.



https://www.instagram.com/p/CVU7Wo7p0OA/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Terdapat sebuah tulisan
Text	<i>People hard you, Allah will heal you. People humiliate you, Allah will magnify you. People will judge you, Allah will justify you.</i>
Penanda	Apapun yang orang lain lakukan terhadap kita percaya bahawa Allah akan selalu melindungi hambanya sesuai dengan kalimat “Orang menyakitimu, Allah akan menyembuhkanmu. Orang mempermalukanmu, Allah akan memperbesarkanmu. Orang meilai tentang kejelekanmu, Allah akan membenarkan-Nya.”
Petanda	Percaya dan yakin bahwa Allah ada. Allah mengetahui setiap permalahan hambanya. Dan yakin bahwa Allah akan selalu ada dan melindungi hamba-Nya.

Dalam gambar tersebut terdapat tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik ganjaran (*pay of technique*). Adalah usaha memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “*People hard you, Allah will heal you. People humiliate you, Allah will magnify you. People will judge you, Allah will justify you.*” Mempersuasi dengan menjanjikan harapan bahwa Allah selalu ada disaat hamba-Nya membutuhkan.

11. 10 November 2021

Gambar postingan Instagram @qurandansenja diunggah pada tanggal 10 November 2021 dengan judul “miliki 2 akhlak agar dicintai Allah” dan jumlah *like* 33.150.



https://www.instagram.com/p/CWDg3sGJ00B/?utm_medium=copy_link

Citra visual	Gambar kartun perempuan dengan tatapan mata melirik dan tersenyum. Kedua tangan di angkat ke dagu.
Text	Miliki 2 akhlak ini agar dicintai Allah. Rosulullah sallallahu'alaihi wasallam bersabda : ”sesungguhnya kamu mempunyai dua akhlak yang sangat dicintai Allah

	dan Rasul-Nya, yaitu sifat: al-him (mampu menahan emosi), al-anah (tenang dan tidak tergesa-gesa).”
Penanda	Gambar kartun perempuan tersebut manandakan bahwa dia ingin menjadi seorang yang dicintai Rosul dengan ekspresi wajah yang tersenyum membayangkan menjadi seorang yang dicintai Rosul.
Petanda	Rosullullah menganjurkan para hambanya untuk senantiasa memiliki akhlak yang baik. Yang mampu memberi contoh untuk dirinya sendiri dan untuk orang lain.

Pada analisis tersebut tanda yang mengungkapkan mengenai teknik persuasif yaitu menggunakan teknik ganjaran (*pay of technique*). Adalah usaha memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan harapan tertentu. Hal ini dibuktikan dengan kalimat “miliki dua akhlak ini agar dicintai Rosul” dengan kalimat tersebut mempersuasi untuk melakukan hal tersebut, dan khalayak yang terpengaruhi akan merasa mendapatkan keuntungan mendapatkan informasi yang baik sekaligus mendapatkan keuntungan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan temuan data penelitian yang dilakukan terhadap 11 unggahan dakwah pada akun Instagram @qurandansenja periode tahun 2021 menggunakan analisis teori semiotika Ferdinand de Saussure, maka penulis menarik kesimpulan bahwa penyampaian pesan dakwah dalam mempersuasi mad'u menggunakan tiga teknik persuasif, meliputi :

1. Teknik asosiasi adalah usaha laten (tidak terlihat atau tidak langsung) mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan.
2. Teknik ganjaran adalah usaha mempengaruhi oranglain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau menjanjikan.
3. Teknik tataan adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, dilihat, dibaca, agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut.

Teknik yang paling banyak diterapkan yaitu teknik ganjaran, dalam teknik ini *followers* mendapatkan informasi yang bermanfaat dan dapat menjadikan keuntungan untuk dirinya. Didalam menerapkan teknik tersebut @qurandansenja didukung dengan pesan dakwah yang dikemas dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan penampilan gambar yang menarik sehingga mudah diterima oleh mad'u.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran diantaranya pesan dakwah yang disampaikan diperluas dengan kategori lain misalnya dengan hal yang sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, dapat interaktif dengan para pengikutnya dengan membuka QnA agar dapat mengetahui *feedback* yang terjadi dikalangan masyarakat, memperluas isi konten dan ide kreatif, mengetahui teknik persuasif yang digunakan sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai apa yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Mohammad., Yayah Nurhidayah., Ulfa Chaerunnisa. 2019. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 10, No. 2.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Aditiawarman, Mac. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Tonggak Tuo : Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia
- Afandi, Ranny., Tim Stiletto Book. 2019. *How to Win Instagram*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Aminuddin. Media Dakwah. 2016. *Jurnal*. Vol. 9 No. 2.
- Anang Sugeng Cahyono. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal*.
- Anggito, Albi., Setiawan Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : CV. Jejak.
- Anselem Strauss & Juliet Corbin. 2009. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Basit, Abdul. 2021. *Dakwah Milenial*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Caropeboka, Ratu Mutualela. 2017. *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Dinda Assalia Avero Pramasheilla. 2021. Penerapan Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure dalam Pertunjukkan Kethoprak Ringkes. *Jurnal*. Volume 1, eISSN: 2775-0884.
- Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. 2020. Jombang: Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Eko Sumadi. 2016. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *Jurnal*. Vol. 4, No 1.
- Eterprise, Jubilee. 2012. *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Faizah., Effendi, Lalu Muchsin. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Fatma Laili. "Persuasi dalam Media Sosial". *Jurnal Komunikasi*. Kudus, STAIN Kudus.
- Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono. 2015. "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)". *Jurnal Komunikasi*. Semarang : UNDIP.
- Gasong, Dina. 2018. *Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Hakim, Abdul. 2017. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas&Studi Kasus)*. Sukabumi : CV Jejak.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Staregi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Ilahi, Wahyu. Munir.2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ismail, Ilyas,. Hotman, Priyo. 2013. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Kadarudin. 2020. *Cerdas Bermedia Sosial dari Kacamata Hukum*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Mac Aditiawarman. 2019. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Tonggok Tuo : Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia.
- Masruroh, Lina. 2020. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indpnesia*. Ketintang Baru: Scopindo Media Pustaka.
- Muhammad Aiman Kamarudin., Muhammad Syakir Mustafa Kamal., Ajmain. 2019. *Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam*. *Jurnal*
- Muhammad Sidiq. 2020. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi*. *Jurnal*. Parepare: IAIN Parepare.
- Muhammad Tathmainnul Qulub. *Komunikasi Persuasif dalam Akun Twitter A. Mustofa Bisri*. *Skripsi*. Yogyakarta : UIN SUKA.
- Mukhtazzar. 2020. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta : Absolute Media.

- Mutia Puspita Sari. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM* .vol. 4 no. 2.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. 2014. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Persuasi dalam Media Komunikasi Massa. Volume 2 No 2. Kudus : STAIN Kudus.
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Prasetya, Arif Budi.2019. *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Prihatini, Gita Sekar. 2017. *Empati Komunikasi*. Malang : Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putra Chaniago. 2019. Representasi Pendidikan Karakteristik dalam Film Surau dan Silek (Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure. *Jurnal of Islamic Education Policy*. Vol. 4 No. 2
- Rahma Maemona dan Mutiara Rahmi Pratiwi.2020. “Teknik Asosiasi: Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instagram”. *Jurnal Komunikasi*. Volume 2, no 3. Universitas Dian Nuswantoro.
- Rahmat Hidayat. 2014. Analisis Semiotika Makna Motivasi pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji. *eJurnal Komunikasi*. Volume 2, Nomor 1, 243-258.
- Saleh, Akhmad Muwafik., Kuswono, Nur Muhamma Abduh., Sayyid Adelienna Noor. 2020. *Communipreneur Model-Model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0*. Malang: Inteligencia.
- Sitoyo Sandu., Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Situmorang, Syafizal Helmi. 2010. *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Sri Hesti Herawati. 2016. *Semiotika dalam Periklanan*. Surakarta: Fakultas Seni Rupa dan Desain Interior ISI.
- Syamsudin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta : Kencana. *Terpenjara Komodifikasi Media*.
- Triningtyas, Diana Ariswanti. 2016. *Komunikasi Antar Pribadi*. Magetan: CV. Ae Medika Grafika.

- Tumiwa, Krueger Kristanto., Abdullah, Vera Iriani, dkk. 2021. *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Ulya Dinillah. 2019. Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Komunikasi Sains*. Volume 1 Nomer 1.
- Uripni, Lia Christina., Sujianto, Untung., Indrawati, Tatik. 2003. *Komunikasi Kebidanan*. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Wedjo, Silvester Sila. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi_Inf_Kom_SMA_MA_Kls_XII/9YHGOCwuD10C?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+design+virtual+vektor&pg=PA108&printsec=frontcover.



LAMPIRAN



Gambar Postingan Yang Dianalisis





7

kalian mengaku adanya neraka. Namun tidak lari dari panu sikanya.

8

kalian mengaku kematian benar adanya. Namun kalian tidak mempersiapkan diri menghadapinya.

@sundamaya

1

jangan membenci siapapun, walaupun ia mendzalimi mu.

2

jangan lelah berlebihan walau masalah memuncak.

@sundamaya

4

9

kalian sibuk dengan kekurangan orang lain, namun lupa dengan kekurangan diri sendiri.

10

kalian mengukir jenazah tetap tidak mengambil pelajaran dari peristiwa kematian.

@sundamaya

3

hiduplah dengan sederhana walaupun terba ada.

5

berbuatlah kebaikan sekalipun banyak musibah.

@sundamaya

7 kunci kebahagiaan hidup

Ali bin Abi Thalib



@sundamaya

6

perbanyaklah memberi walaupun sedang susah.

8

tersenyumlah walau hati sedang menangis.

@sundamaya



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. INFORMASI DIRI

Nama : Maya Sofiya Dimiyati
Tamoat, tanggal lahir : Banyumas, 30 November 2021
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Kyai Murtadlo Pasir Kulon Rt04/06
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : mayasofiya30@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

MI Ma'arif NU 01 Pasir Kulon
SMPN 4 Purwokerto
SMKN 1 Purwokerto
Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto