

**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 ditujukan 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 Dimiyati**, 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,

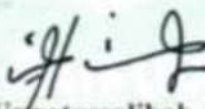


Turhamuda M.S.I.
NIP. 19870202 201903 1 011



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 hadirat 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. 17102019

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 DATA45

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 menyebarkanluaskannya.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.

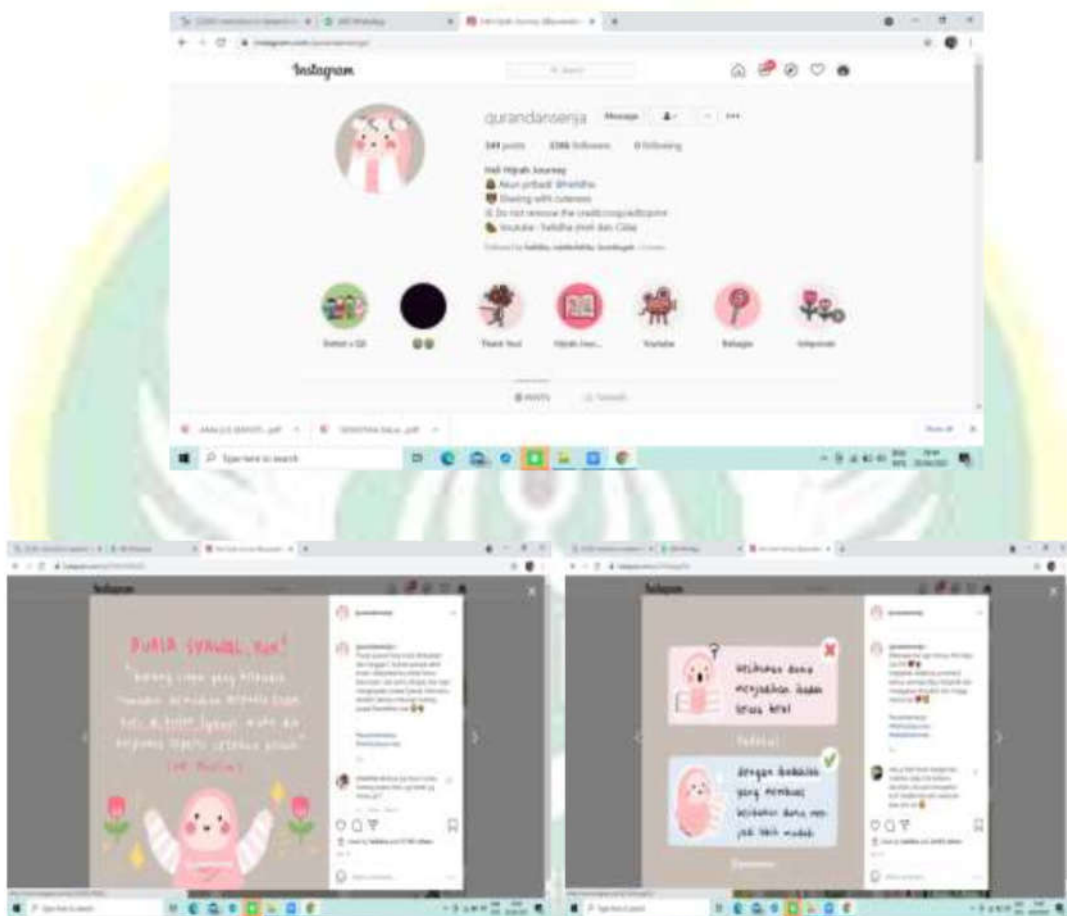
Salah satu *instagram* yang di analisis dari aplikasi *GamGage* menunjukkan aktifitas akun *instagram* @qurandansenja menunjukkan angka 3,22%. Angka tersebut menunjukkan aktifitas dalam *instagram* cukup pesat dari *like*, *follower*, dan lainnya dibandingkan dengan akun lain yang kategorinya sama dengan @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 istiqmah, 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 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>.

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*. (Makasar: 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 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.
- Uriipni, Lia Christina., Sujiyanto, 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.

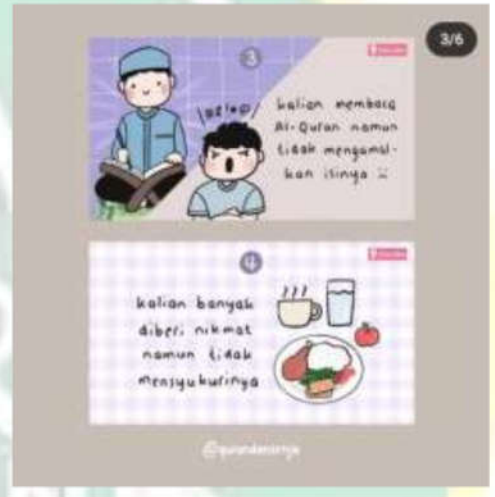
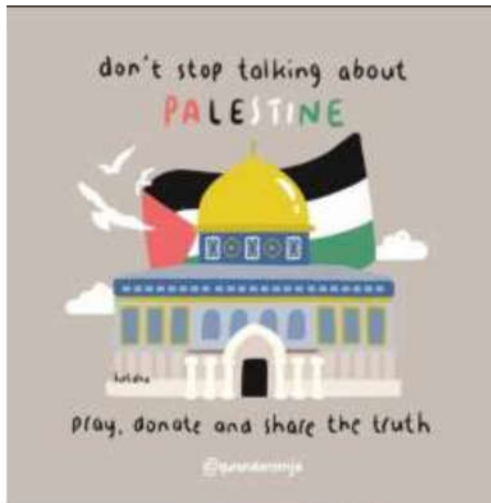


LAMPIRAN



Gambar Postingan Yang Dianalisis





7

balan mengaku adanya neraka. Namun tidak lari dari panu sikanya

8

balan mengaku kematian benar adanya. Namun kalau tidak mem-perlihatkan diri menghidupnya

@sundamaya

1

jangan membenci siapapun, walaupun ia mendzalimi mu

2

jangan leah berlebihan walau masalah memuntak

@sundamaya

4

5

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

10

balan mengukur jenazah tetap tidak mengambil pelajaran dari peristiwa kematian

@sundamaya

3

hiduplah dengan sederhana walaupun terba ada

6

berbuatlah kebaikan sekalipun banyak mudibah

@sundamaya

7 kunci kebahagiaan hidup

Ali bin Abi Thalib



@sundamaya

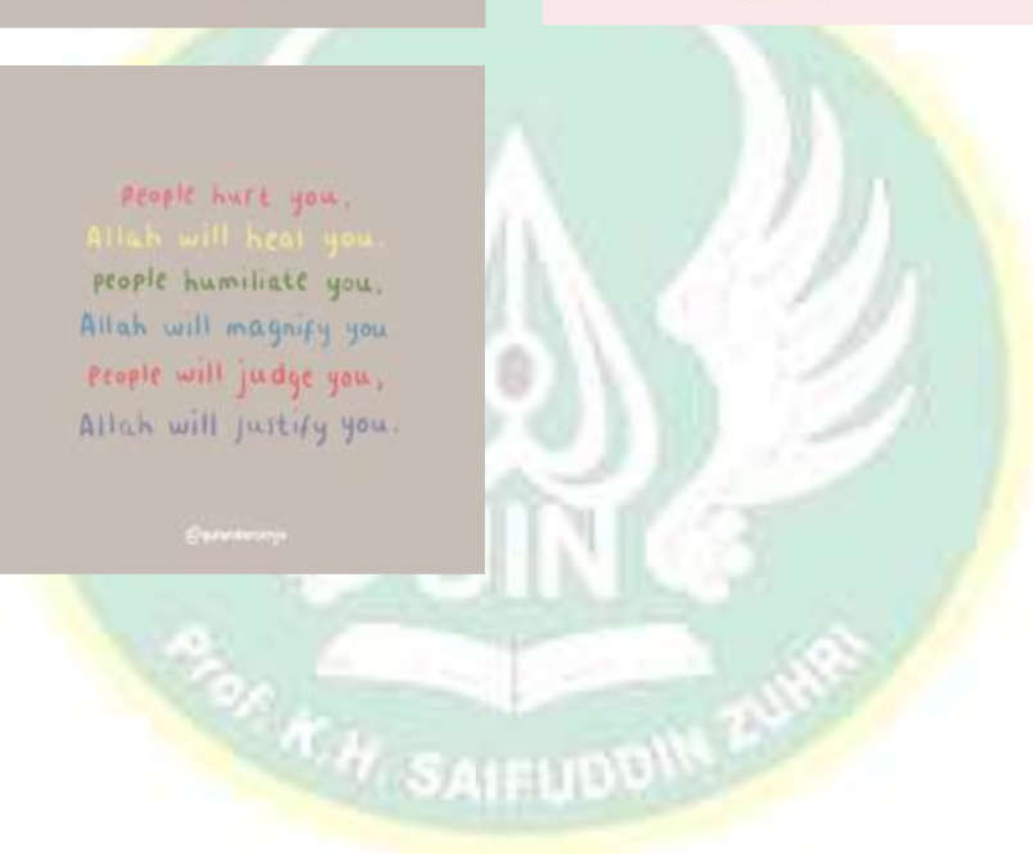
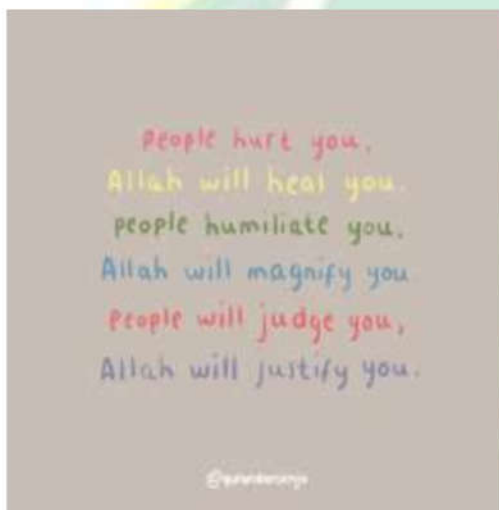
9

perbanyaklah memberi walaupun sedang susah

11

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