

**NILAI –NILAI DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @dakwahvisual.id
(ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:
SUPRIYATIN
NIM.1717102040

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Supriyatin
NIM : 1717102040
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **Nila-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Roland Barthes)** ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda *footnote* dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Prof. K.H Saefuddin Zuhri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dipernyataan saya, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Purwokerto, 5 Desember 2021
Penulis,



Supriyatin
NIM.1717102040



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

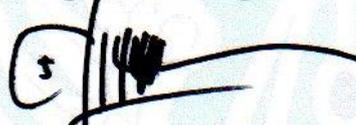
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

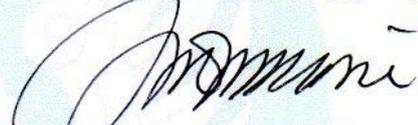
Skripsi Berjudul:

Nilai-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Roland Barthes) yang disusun oleh Saudara: **Supriyatn** , NIM. **1717102040**, Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof K.H Syaifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **06 Januari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

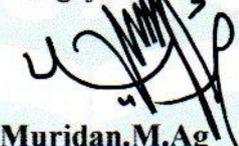
Ketua Sidang/Bembimbing,


Siti Nurmahvati S.Sos.I, M.S.I
NIP. DOS-036

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Imam Alfi, M.S.I
NIP.19860606 201801 1 001

Penguji Utama,


Muridan.M.Ag
NIP. 19740718 200501 1 006

Tanggal, ... **31-1-22** ...

Mengesahkan

Dekan



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 19691219 199803 1 001



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

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

TANDA TERIMA SKRIPSI

Telah diterima 1 (satu) eksemplar Skripsi dengan judul:

Nila-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwavisual.id (Analisis Semiotika Roland Bhartes

)Dari mahasiswa/ mahasiswi Program S1 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saefuddin Zuhri

Nama : Supriyatin
NIM : 1717102040
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

NO	NAMA	JABATAN	BERUPA	TANDA TANGAN
1	Siti Nurmahyati S.Sos.,I.M.S.I	Ketua Sidang/ Pembimbing		
2	Muridan M.Ag.	Penguji 1		
3	Imam Alfi M.S.I	Sekretaris Sidang/Penguji II		
4		Perpustakaan		
5		Fakultas Dakwah		

* Ket: CD berisi skripsi secara lengkap, termasuk halaman pengesahan yang telah ditanda tangani dan distempel (di scan dalam bentuk file PDF/ JPG)

Purwokerto, 17 Januari 2022

Yang menyerahkan/ Mahasiswa tersebut diatas,

Supriyatin
NIM. 1717102040

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof K.H Saefuddin Zuhri purwokerto
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nam : Supriyatin
NIM : 1717102040
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Nila-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id. (Analisis Semiotika Roland Bhartes).**

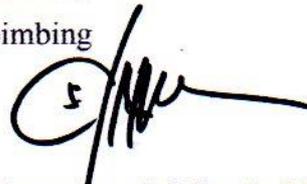
Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam memperoleh gelar Sarjana dalam Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 16 Desember 2021

Pembimbing



Siti Nurmahyati, S.Sos.I., M.S.I
NIP. DOS-36

**Nilai-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**Supriyatin
NIM.1717102040**

Di era komunikasi dan informasi sekarang ini yang ditandai dengan maraknya media massa sebagai sarana komunikasi massa dan alat pembentuk opini publik, para mubalig dan aktivis dakwah telah memanfaatkan media massa sebagai sarana untuk berdakwah. Dakwah tidak hanya dilakukan dengan cara lisan saja, namun dapat dilakukan dengan media tulisan seperti buku, novel, cerpen, dan komik.

Penelitian ini berusaha menjawab rumusan masalah yang terdiri dari: 1) Apa nilai dakwah denotatif 2) Apa makna konotatif 3) Apa makna mitos yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di Instagram berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes? Untuk mendeskripsikan persoalan ini, peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif teks media yaitu analisis semiotika model Roland Barthes. Data yang diperoleh melalui hasil dokumentasi.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah makna denotasi yang dihasilkan dalam akun “*dakwahvisual.id*” adalah *desainer* kebanyakan menggunakan font *handwriting* berupa jenis huruf Sans Serif Comic Sans MS, penggunaan ilustrasi kartun sebagai penguat dan latar warna mayoritas abu-abu, ungu dan coklat. Makna konotasi dari ilustrasi dan teks secara keseluruhan diambil dari simbol atau tanda yang familiar di masyarakat. Sedangkan makna mitos kebanyakan mengangkat realitas sosial yang disertai ajakan untuk kembali mendekat kepada Allah Swt. Serta terdapat pesan dakwah yang terkandung di dalamnya, yang terdiri dari pesan aqidah (meningkatkan iman pada Allah dan iman kepada kitab Allah), akhlak (menunggu dalam taat) dan syariah (mengingat kematian dan bersedekah).

Kata Kunci : Nilai Dakwah, Desain Komunikasi Visual, Sosial Media Instagram

ABSTRACT

In the current era of communication and information which is marked by the proliferation of mass media as a means of mass communication and a tool for forming public opinion, missionaries and da'wah activists have used mass media as a means to preach. Da'wah is not only done verbally, but can be done with written media such as books, novels, short stories, and comics.

This study seeks to answer the problem formulation which consists of: 1) What is the denotative value of da'wah 2) What is the connotative meaning 3) What is the meaning of the myth contained in the post "dakwahvisual.id" on Instagram based on Roland Barthes' semiotic analysis? To describe this problem, the researcher uses descriptive qualitative analysis with a qualitative approach to media texts, namely the semiotic analysis of Roland Barthes' model. The data obtained through the results of the documentation.

The results of the analysis of this study are the denotation meanings generated in the "dakwahvisual.id" account are that designers mostly use handwriting fonts in the form of Sans Serif Comic Sans MS font, use cartoon illustrations as reinforcement and the majority of the background colors are gray, purple and brown. The connotative meaning of the illustration and the text as a whole is taken from symbols or signs that are familiar to the community. Meanwhile, the meaning of myth mostly raises social reality which is accompanied by an invitation to come back closer to Allah SWT. And there are da'wah messages contained in it, which consist of messages of aqidah (increasing faith in Allah and faith in Allah's book), morality (waiting in obedience) and sharia (remembering death and giving charity).

Keywords: Da'wah Value, Visual Communication Design, Instagram Social Media

MOTO

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

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”
(QS. Ali 'Imran 3: Ayat 104).*



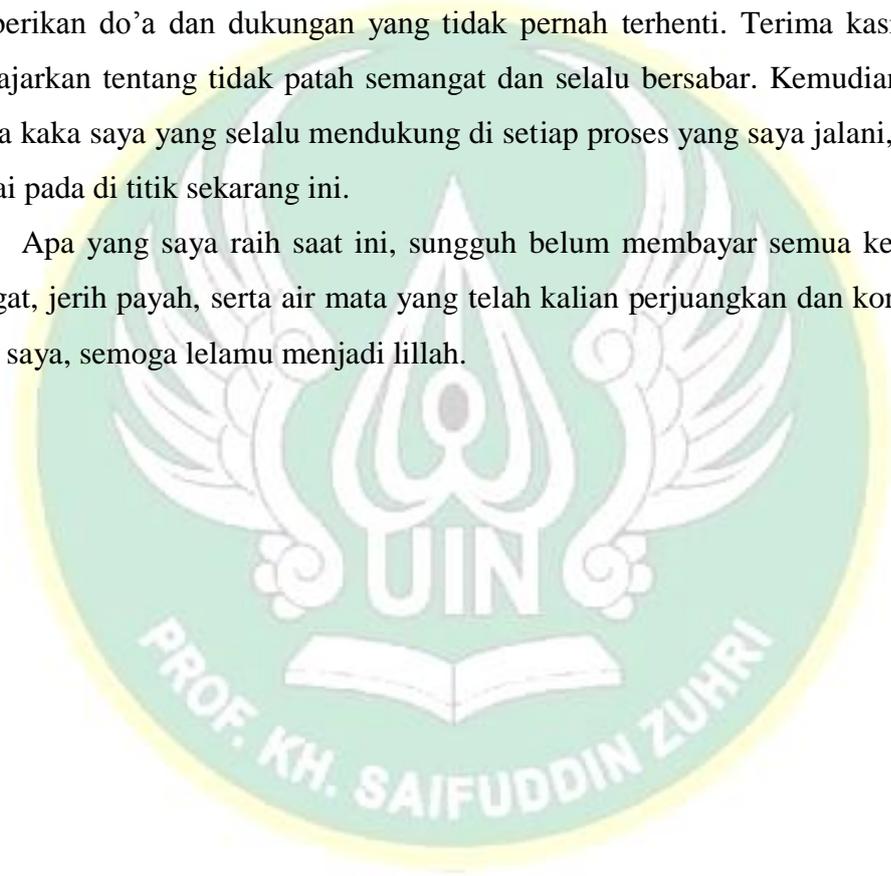
* Al-Qur'an, 3:104

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT. yang Maha pengasih lagi maha penyayang, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan banyak nikmatnya yang tidak terbatas sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini meskipun dengan banyak kekurangan.

Dengan penuh rasa haru dan bangga saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang tua yang sangat saya cintai Ibu saniyem yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan yang tidak pernah terhenti. Terima kasih telah mengajarkan tentang tidak patah semangat dan selalu bersabar. Kemudian untuk ke tiga kaka saya yang selalu mendukung di setiap proses yang saya jalani, hingga sampai pada di titik sekarang ini.

Apa yang saya raih saat ini, sungguh belum membayar semua kebaikan, keringat, jerih payah, serta air mata yang telah kalian perjuangkan dan korbakan untuk saya, semoga lelamu menjadi lillah.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Puji dan syukur mari kita panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga kita dapat melakukan tugas kita sebagai makhluk yang diciptakan Allah untuk selalu berfikir dan bersyukur atas segala nikmat yang diberikan-Nya. Dengan penuh rasa syukur, berkat kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Nilai-Nilai dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Roland Bhartes)**

Dengan selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan saya hanya dapat menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Rektor UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Uus Uswatusolihah, M. A., Ketua Jurusan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
4. Dr. Abdul Wachid B.S., S.S., M.Hum selaku dosen pembimbing akademik, yang telah memberikan banyak arahan bagi mahasiswa dan penulis secara khusus.
5. Siti Nurmahyati, S.Sos.,I. M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah sabar dalam membimbing sedari awal hingga akhir selesainya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Dakwah, terima kasih atas ilmu yang telah diajarkan, arahan, bantuan dan kemudahan yang diberikan kepada diri penulis.
7. Penasihat Akademik angkatan 2017 UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

8. Segenap Dosen, Karyawan, dan seluruh civitas akademik UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh di Fakultas Dakwah UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Orang Tua penulis, Bapak Nasrun dan Ibu Saniyem yang penulis cintai serta sayangi, yang telah merawat, mendidik, mendukung baik materiil maupun moril dan tak hentinya mendoakan selama ini sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
10. Kakak tersayang penulis, Riyani, Dwi Astuti, Rosiatun yang telah menemani perjalanan penulis hingga saat ini.
11. Teman-Teman seperjuangan KPI A angkatan 2017, yang telah memberikan banyak kenangan di hidup penulis, terima kasih, semoga kita semua dapat terus menjalin silaturahmi. selama ini, tanpa kalian hidup penulis kurang berwarna. Terima kasih telah menjadi pelangi di langit penulis yang kelabu. Semoga kesehatan dan keselamatan selalu menyertai kalian dan persahabatan ini dapat selalu terjalin hingga Jannah-Nya.
12. Pengasuh Pondok Pesantren Darul Abror, Abah Taufiqurrohman dan Ibu Wasilatul Karomah yang telah menjadi orang tua kedua dan telah membimbing dan memberi banyak ilmu yang sangat berarti bagi kehidupan saya duni dan akhirat.
13. Teman terdekatku Ai Syahidah, terimakasih sudah kebersamaan selama menempuh kuliah ini. Semoga silaturahmi tetap terjalin selamanya.
14. Untuk bunda-bundaku Teman saya dan yang selalu mendukung dan menghibur penulis sampai akhirnya skripsi ini bisa penulis selesaikan. Terima kasih.
15. Terimakasih untuk Warga Fatimah atas khususnya kamar 1,2,3, dan Aula yang seringkali penulis jadikan tempat untuk mengeluh dan bercerita, terima kasih atas doa dan dukungannya.

16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung kalian ikut memberikan semangat dan bantuan yang membuat skripsi ini dapat selesai.

Tiada yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya doa yang telah diberikan oleh penulis. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan.

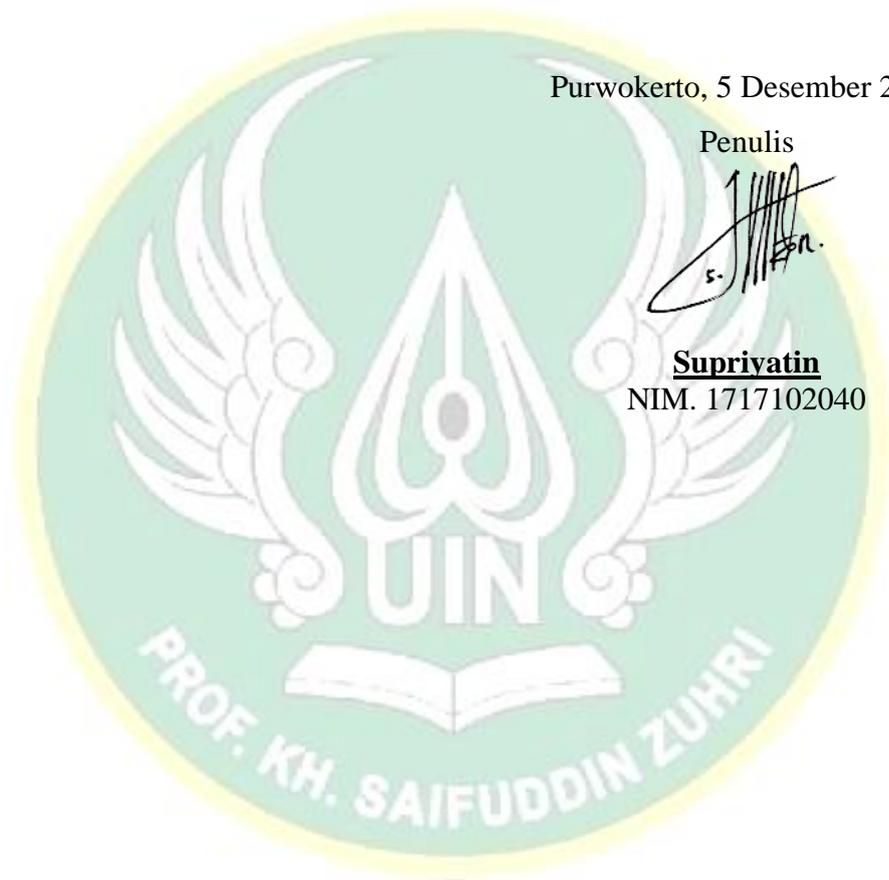
Purwokerto, 5 Desember 2021

Penulis



Suprivatin

NIM. 1717102040



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
TANDA TERIMA SKRIPSI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	4
1. Nilai dakwah.....	5
2. Intagram.....	8
3. Semiotika Roland Bhartes	8
4. Akun Instagram Dakwahvisual.id	9
C. Rumusan Masalah.....	<u>10</u>
D. Tujuan Penelitian.....	<u>10</u>
E. Manfaat Penelitian.....	<u>10</u>
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis.....	11
F. Kajian Pustaka	<u>11</u>
G. Sistematika Penulisan.....	<u>14</u>
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Nilai-Nilai Dakwah.....	16

B. Instagram	20
C. Semiotik	23
D. Semiotika Roland Barthes	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	31
B. Waktu Penelitian.....	32
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Visualisasi Media	33
2. Dokumentasi.....	33
F. Teknik Analisis Data	34
1. Tahap Pemilihan Gambar	34
2. Tahap Memaknai Teks	34
3. Meenarik Simpulan dan Verifikasi.....	34
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Akun Instagram Dakwahvisual.id.....	35
1. Sejarah Berdirinya	35
2. Tentang Instagram Dakwahvisual.id	35
B. Nila-nilai Dalam Akun Instagram Dakwahvisual.id	41
1. Nilai Denotatif Akun Instagram Dakwahvisual.id	41
2. Nilai Konotatif Akun Instagram Dakwahvisual.id.....	44
3. Mitos yang terkandung dalam Akun Instagram Dakwahvisual.id	46
C. Pembahasan Komunikasi Pesan Dakwah Dakwahvisual.id	49
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Screenshot Instagram @*dakwahvisual.id*, Tema selalu berbuat baik

Gambar 2 Screenshot @*dakwahvisual.id*, Tema Sedekah

Gambar 3 Screenshot @*dakwahvisual.id*, Tema selalu percaya keada Allah

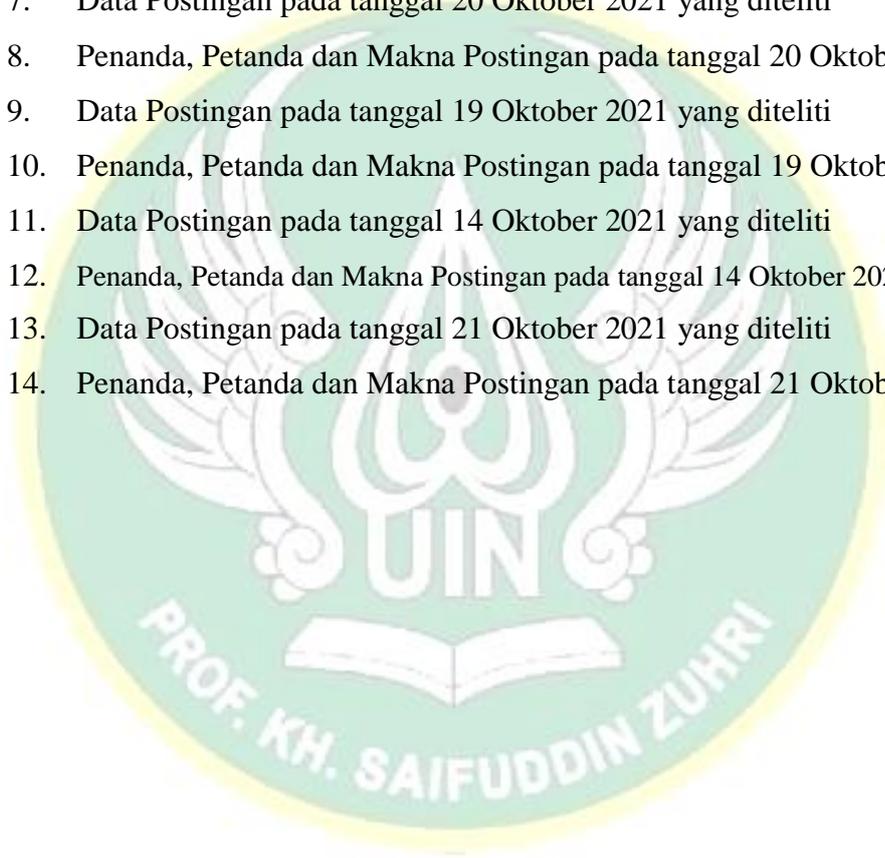
Gambar 4 Screenshot @*dakwahvisual.id*, Tema Orang tua yang bahagia

Gambar 5 Screenshot @*dakwahvisual.id*, Tema jodoh dunia Akhirat



DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Jadwal Penelitian
- Tabel 2. Postingan yang di-*upload* akun Instagram Dakwahvisual.id,
- Tabel 3. Data Postingan pada tanggal 19 Oktober 202 yang diteliti
- Tabel 4. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021
- Tabel 5. Data Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021 yang diteliti
- Tabel 6. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021
- Tabel 7. Data Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021 yang diteliti
- Tabel 8. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021
- Tabel 9. Data Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021 yang diteliti
- Tabel 10. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021
- Tabel 11. Data Postingan pada tanggal 14 Oktober 2021 yang diteliti
- Tabel 12. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 14 Oktober 2021
- Tabel 13. Data Postingan pada tanggal 21 Oktober 2021 yang diteliti
- Tabel 14. Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 21 Oktober 2021



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang memberi perintah kepada umatnya supaya menyebarkan dan menyiarkan agama Islam pada seluruh umat sebagai *rahmatan li'alamina*. Semua manusia yang mempunyai kewajiban sebagai pemimpin ataupun pengelola alam semesta dan menghimbau manusia supaya tidak tersesat. Dakwah adalah upaya dalam memanggil, menyeru, maupun mengajak seluruh umat agar beribadah kepada Allah SWT. Pada dasarnya, dakwah adalah kegiatan menyampaikan suatu ajaran Islam pada banyak orang yang memiliki cakupan yang luas. Dakwah itu mempunyai arti, yaitu upaya pada pengadaan kecenderungan atau ketertarikan menghimbau khalayak agar mematuhi semua yang diperintahkan².

Di zaman digitalisasi seperti yang sekarang ini ataupun yang cenderung dikenal zaman milenial tidak sedikit mengalami perubahan yakni berdasarkan sudut pemikiran ataupun teknologi. Melalui adanya layanan internet yang efisien dan lengkap, di mana seluruh macam dan bentuk informasi bisa diperoleh secara murah dan mudah yang maka sangatlah memengaruhi dakwah dengan cara kreatif. Teknologi bisa mengembangkan jangkauan dan kualitas jika dipergunakan dengan cara yang tepat dalam melakukan dakwah di mana semakin berat dan kompleks jika semakin lama, sebabnya berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan cara berpikir, sikap, dan perilaku manusia³

Ketika media komunikasi belum tersalurkan dengan cara menyeluruh, kondisi dakwah di Indonesia belum mengalami kemajuan. Dakwah masih berjalan pada kalangan masyarakat dan belum mengalami perkembangan. Walaupun ada perkembangan tata sistem teori, namun hal itu tidak memberi alternatif supaya dakwah dapat mengalami perkembangan. Sehingga

² Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), h. 13

³ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 41

kemajuan ataupun mundurnya aktivitas dakwah tentu saja dipengaruhi oleh motivasi yang tinggi supaya bisa mengalami perkembangan mengikuti zaman.

Pada zaman yang semakin mengalami perkembangan, internet mempunyai beberapa layanan ataupun fitur. Sehingga tidak sedikit orang yang memiliki antusias pada pengembangan media maupun sarana yang memudahkan untuk berkomunikasi maupun yang biasanya dinamakan media sosial, seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Twitter. Kehadiran hal itu disertai adanya gadget yang dapat membuat seseorang menjelajah ke mana saja.

Di masa modern ini, bumi seakan-akan dipengaruhi oleh adanya internet. Seakan-akan menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan pada kehidupan sehari-hari. Lahirnya beberapa media cetak, media baru, dan media online telah berkembang. Komik adalah media yang mudah disebarkan karena ditunjang adanya media sosial. Beberapa konten yang kreatif tentu saja menimbulkan ketertarikan pada khalayak, terutama dalam lingkup remaja.

Konten media sosial yang mengalami perkembangan berpengaruh pada berkembangnya zaman. Beberapa karyanya dapat diunggah di media sosial media dalam bentuk tulisan, gambar, musik, dan film. Komik menjadi sarana untuk melakukan komunikasi. Dengan adanya karya itu, dengan demikian sejumlah informasi yang hendak diutarakan dapat diterima secara tepat karena sejumlah kumpulan gambar yang ada dalam sebuah kesatuan yang menciptakan rangkaian kisah.

Pada masa ini, Instagram kerap dipergunakan komikus untuk memberikan informasi tentang berdakwah berdasarkan karya yang dibuatnya. Dalam menyalurkan informasi dari pembuat komik di Indonesia dalam menyampaikan informasi-informasi dakwah dari komik-komiknya. Pada penyampaian informasi-informasi dakwah, pembuat komik menggambarkannya melalui balon-balon yang disampaikan tokoh komik berupa kata-kata maupun gambar-gambar dialog yang sedemikian rupa menciptakan suatu pesan yang memiliki makna.

Di tahun 2010, Burbn.Inc telah membuat Instagram, instagram merupakan media sosial yang banyak dipergunakan masyarakat, terutama dalam lingkup kaum muda, karena fitur media sosial itu yang mengunggah foto maupun di mana seluruh pengguna yang lainnya dapat melihat foto maupun video yang sudah diupload pengguna lainnya. Kelebihan Instagram tidak hanya pada pembagian foto ataupun video, namun dapat digunakan untuk mengedit sebuah foto berdasarkan layanan yan ada. Foto-foto tersebut dapat diunggah di media sosial manapun, misalnya *foursquare*, *flickr*, *facebook*, *twitter*, dan *posterous*. Karena instagram mempunyai pengguna yang tidak sedikit, aplikasi itu dipergunakan pada kebutuhan berbisnis yaitu menyampaikan informasi berdasarkan unggahan foto maupu video. Beberapa informasi yang memuat larangan, ajakan, larangan, dan hanya sekedar pesan akun yang mengiploadnya.

Pada aplikasi tersebut, terdapat sejumlah akun yang dipergunakan demi kebutuhan postingan, video hiburan, komik, meme, dan berbisnis online shop. Pada aplikasi itu tentu saa banyak ditemui hiburan yang dapat meminimalisir rasa bosan, yaitu misalnya komik, banyak pembuat komik (komikus) yang menggunakan Instagram sebagai alat pameran kreativitas, agar karya yang dibuatnya dapat diketahui siapapun. Komik merupakan suatu seni yang menggunakan ilustrasi-illustrasi tidak bergerak dan disusun dengan baik dengan demikian dapat jadi membentuk suatu cerita. Media sosial *Instagram* memberikan pengaruh negatif dan positif untuk pengguna sejumlah 700 pengguna aktif, hal itu bisa dinyatakan memiliki pengguna yang sangat banyak. *Instagram* dipergunakan sebagai media untuk berbisnis online, misalnya mengenalkan media dakwah, hiburan, endorsment, dan *product*.⁴

Arti dari Media dakwah di Indonesia yang berkontribusi dalam menggunakan aplikasi *Instagram*, yaitu *dakwahvisual.id*. *Dakwahvisual.id* adalah media dakwah yang menginformasikan pesan-pesan media sosial media yang saat ini sedang populer. Memiliki metode dakwah yang unik daripada media yang lain pada dasarnya menjadikannya mempunyai ciri khas

⁴ Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012) h. 10

pada *dakwahvisual.id* berdasarkan terdapatnya media sosial itulah *dakwahvisual.id* berdakwah melalui Instagram dari potingannya yang membuat ilustrasi dan mempunyai arti di dalamnya.

Beberapa aspek yang membuat *dakwahvisual.id* menarik daripada yang lain ialah *dakwahvisual.id* memiliki tema-tema yang kekinian ataupun baru setiap hari ketika menyampaikan dakwah *Quotes*. *Quotes* dakwah yang diupload selalu menitikberatkan terhadap permasalahan aktual mengenai pekerjaan, pernikahan, adab jodoh, dan investasi dengan sasaran pembaca yakni kalangan muda sebaiknya terjaga dari segi mana pun pada hidup. Informasi-informasi yang simpel tapi berarti itu tentu saja mudah diterima kalangan muda. Dari literasi yang berupa *quotes* dan visual yang tidak terlalu banyak menjadikankomik dan *Quotesnya* senantiasa dinantikan yang maka sangatlah memungkinkan *followers-nya* jadi banyak dan sekarang telah memiliki jumlah 60 ribu sejumlah 550 posts.

Sesuai dengan latar belakang tersebut, maka sangatlah tidak sedikit akun instagram yang didaftarkan untuk mendapatkan informasi, dengan demikian *user* yang bernama *dakwahvisual.id* memberikan pesan yang tentu saja berguna pada user sesuai perkembangan zaman, media sosial yang menggunakan layanan untuk menyampaikan pesan dakwah, hal itu memiliki tujuan agar pembacanya dapat memperoleh hiburan melalui terdapatnya ilustrasi-illustrasi yang digambarkan dan memperoleh pesan maupun informasi dari dakwah. Mengarah terhadap hal tersebut, peneliti memiliki minat untuk melakukan analisis akun instagram *dakwahvisual.id*.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kekeliruan dalam menafsirkan penelitian yang berjudul, “Nila-nilai Dakwah Pada Akun Instagram *dakwahvisual.id* (Kajian Kode Semiotika Roland Barthes)”. Ada pula pada penelitian ini definisi operasional yang digunakan sebagai berikut:

Istilah-istilah yang penulis anggap perlu ditegaskan adalah sebagai berikut:

1. Nilai Dakwah

Dalam kamus Bahasa Indonesia, nilai dapat diartikan sebagai harga atau jika dikaitkan dengan budaya berarti konsep abstrak yang mendasar, sangat penting dan bernilai bagi kehidupan manusia.⁵ Nilai adalah sesuatu yang abstrak, bukan konkrit. Nilai hanya bisa difikirkan, difahami, dihayati, dan hal-hal yang bersifat batiniyah terhadap perilaku manusia dan mempunyai dampak luas terhadap hampir semua aspek perilaku manusia dalam konteks sosialnya.

Menurut Dadi Gulo, nilai adalah sesuatu yang di anggap penting yang di pertahankan.⁶ Sedangkan menurut Widjaya, nilai dapat dirumuskan sebagai obyek dari keinginan manusia, nilai menjadi pendorong utama bagi tindakan manusia.

Dakwah, secara bahasa berasal dari kata دعا يدعو دعوة yang berarti memanggil, mengundang, minta tolong kepada, berdo'a memohon, mengajak kepada sesuatu, merubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.⁷ Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridlai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.⁸⁹

Jika pengertian nilai tersebut diatas dikaitkan dengan dakwah, maka akan dikenal dengan nilai dakwah, yakni nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan al-hadits.

Dalam bukunya Dr. Abdul Basit, M.Ag ada beberapa nilai-nilai dakwah universal yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan umat, diantaranya:

⁵ Hizair M A, "*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*", hlm. 421.

⁶ Dadi Gulo, *Kamus Psikologi*, (Bandung: Pionir Jaya, 1987), hlm. 533.

⁷ A.W. Munawwir, "*Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*", hlm. 407.

⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm.

⁹

a. Nilai Kedisiplinan

Disiplin bukan hanya milik tentara atau polisi saja, tetapi menjadi milik semua orang yang ingin sukses. Kedisiplinan tidak diartikan dengan kehidupan yang kaku dan susah tersenyum. Kedisiplinan terkait erat dengan manajemen waktu. Bagaimana waktu yang diberikan oleh Tuhan selama 24 jam dalam sehari dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

b. Nilai Kejujuran

Ada tiga hal penting yang bisa diterapkan dalam kehidupan kita untuk memberantas ketidakjujuran dan kejahatan lainnya yaitu: *pertama*, pelurusan akidah dengan meyakini dan mengikhlaskan ibadah hanya kepada Allah semata. *Kedua*, berperilaku jujur dan jangan menyakiti orang lain. *Ketiga*, jangan merusak bumi. Maksudnya bisa diperluas bukan hanya arti yaang sebenarnya, tetapi bisa dimaksudkan jangan merusak sistem yang sudah dibangun dengan baik, akibat dari perilaku individu yang tidak jujur.

c. Nilai Kerja keras

Siapa yang sungguh-sungguh dialah yang pasti dapat. (man jadda wajada). Pepatah Arab tersebut merupakan hukum sosial yang berlaku universal bagi masyarakat, tidak mengenal etnis, agama maupun bahasa. Orang cina yang rajin dan bekerja keras, pasti akan mendapatkan hasil dari kerja kerasnya. Sebaliknya, umat Islam yang malas, pasti akan menerima hasil yang sedikit karena kemalasannya.

d. Nilai Kebersihan

Umat Islam seringkali diperkenalkan dan dianjurkan untuk menjaga kebersihan. Setiap bahasan pertama tentang Fiqh Islam diawali dengan pembahasan tentang kebersihan seperti menghilangkan hadast besar dan kecil, menggunakan air yang bersih lagi mensucikan, berwudlu, dan lain sebagainya. Menjaga kebersihan merupakan nilai dakwah universal yang dapat dilakukan oleh siapa

saja, apalagi umat Islam yang jelas-selas memiliki dasar kuat untuk menjaga kebersihan.

e. Nilai Kompetisi

Islam tidak melarang umatnya untuk berkompetisi, karena kompetisi merupakan salah satu motivasi psikologis yang sangat umum dimiliki oleh setiap manusia. Setiap mahasiswa akan memiliki motivasi untuk berkompetisi di antara teman-temannya.

Masih banyak nilai-nilai dakwah yang bisa dikembangkan atau diturunkan dari sumber ajaran Islam, yakni al-Qur'an dan al-Hadist. Abdul Basit hanya mencontohkan sebagian kecil dari nilai-nilai dakwah yang ada. Nilai-nilai dakwah yang berlaku universal tersebut senantiasa disosialisasikan kepada masyarakat sehingga nilai-nilai tersebut menjadi kebiasaan, tradisi, atau norma yang berlaku di masyarakat.¹⁰

Sesuai dengan bahasa "Da'wah" dengan arti panggilan, ajakan, dan seruan. Verb (fi'il) adalah: menyeru, mengajak, dan memanggil (Yad'u,, Da'watan (Da'a,). Individu yang berdakwah dinamakan Da'i kemudian orang yang menerima dakwah disebut Mad'u.

Sesuai dengan pengertian dakwah dimaknai yakni:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah adalah upaya penyeruan kaum dari kebijakan yang mengantarkan pada jalan sesuai perintah Allah SWT untuk kebaikan akhirat dan dunia.¹¹
- b. Amrulah Ahmad, dakwah adalah kegiatan yang dilaksanakan umat Islam untuk memerintahkan ataupun mengajar umat Islam supaya senantiasa di jalan Allah SWT dalam semua segi kehidupan, sehingga kehidupan jamaan, usrah, dan fardiyah dapat dicapai.¹²

¹⁰ Abdul Basit, "*Filsafat Dakwah*", hlm. 257-277.

¹¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, cetakan ke-2 2012), hlm. 1

¹² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) hlm. 50

Dakwah dalam penelitian ini meliputi semua konten yang dimuat pada akun instagram *Dakwahvisual.id* yang menyerukan ajakan untuk berbuat kebaikan melalui komik

2. Instagram

Instagram adalah sebuah media sosial yang digunakan untuk membagikan foto maupun video. Instagram itu merupakan bagian *Facebook* yang kemungkinan pengguna yang berteman pun mengikuti di Instagram. Instagram yang makin populer sebagai media sosial yang digunakan dalam mengunggah foto maupun video tidak sedikit memengaruhi pengguna dalam mengawali usaha *online* yang turut mempromosikan barangnya dari instagram¹³.

Dalam penelitian ini Instagram yang diteliti adalah akun *Dakwahvisual.id* yang merupakan media sosial media dalam membagikan gambar maupun video yang digunakan penggunanya sebagai sarana untuk menyebarkan komik dakwah, terutama konten tentang dakwah. Pada aplikasi Instagram pun meliputi fitur *profile, new fees, explore, homepage,* dan *comments*.

3. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes melakukan pengembangan semiotika ke dalam dua tingkat tanda, yakni tingkatan konotasi dan denotasi. Denotasi merupakan tingkatan pertandaan yang memaparkan korelasi petanda dan penanda terhadap realita, pasti, langsung, dan memperoleh arti eksplisit. Konotasi merupakan tingkatan pertandaan yang memaparkan korelasi petanda dan penanda yang terkandung arti tidak pasti, tidak eksplisit, dan tidak langsung.¹⁴

Dalam penelitian ini kode semiotika roland barthes bukan sebagai topik kajian utama namun hanya sebagai alat analisis dalam

¹³ M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial @wisatadawahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal FISIP* Volume. 4. No.2, Oktotober 2017. (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau). Hlm. 7

¹⁴Lelyana Septianti Soetarjo, Kajian Semiotika Konotasi Roland Barthes Pada Foto Wanita Jawa Pada Kartu Pos Tahun 1900-1910, *Jurnal Deskovi : Art And Design Journal Online* Volume 1, Nomor 1, Desember 2018.Hlm, 9-16

menerjemahkan isi komunikasi dakwah pada akun instagram *Dakwahvisual.id*

4. Akun Instagram *Dakwahvisual.id*

Akun *Dakwahvisual.id* adalah akun *official* dakwah secara visual melalui pembagian spirit dan inspirasi dakwah dengan *followers* yang memiliki jumlah kurang lebih 60 ribu, *following* berjumlah 28, dan ada kurang lebih 971 postingan yang tentu saja tiap hari mengalami pertambahan. Di akun instagram tersebut terdapat 971 komik dari 10 Maret 2016 sehingga 2020. *Dakwahvisual.id* memakai media sosial Instagram sebagai perantara untuk berdakwah dan mengajak remaja-remaja supaya berhijrah pada sebuah yang buruk supaya senantiasa belajar menjadi lebih baik.



Gambar 1. Akun dakwahvisual.id

Konten komik yang diunggah pada akun *Dakwahvisual.id* meliputi ilustrasi sehari-hari manusia modern dan pesan-pesan religius pada tiap-tiap tindakan menggunakan quotes-quotes pendek menggunakan visual dakwah melalui ilustrasi komik.

Terdapat pula penelitian yang dilaksanakan peneliti memberikan batas-batas pada konten dakwah yang ingin diteliti yaitu konten dakwah dalam bentuk komik yang diupload ketika tahun 2020 sebanyak 14 komik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan itu, tentu saja ada suatu hal yang menarik diamati, namun peneliti membuat rumusan masalah ialah:

1. Apa nilai dakwah denotatif yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di Instagram?
2. Apa makna konotatif yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di instagram berdasarkan analisis semiotika roland barthes?
3. Apa makna mitos yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di Instagram ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui nilai dakwah denotative yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di Instagram
2. Untuk mengetahui nilai konotatif yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di instagram sesuai dengan analisis semiotika roland barthes.
3. Untuk mengetahui mitos yang terkandung dalam postingan “*dakwahvisual.id*” di instagram.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengungkapkan konten dakwah terhadap komik pada akun instagram “*dakwahvisual.id*”
 - b. Memperkaya wawasan dan pemahaman mahasiswa mengenai konten dakwah dengan mempergunakan analisis semiotika

- c. Menambah wawasan dan pemahaman mahasiswa mengenai konten dakwah.
 - d. Memperkaya kajian ilmu komunikasi, terlebih mengenai dakwah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Selaku sumbangan pemikiran pada kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, terutama Fakultas Dakwah.
 - b. Selaku bahan referensi rujukan mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya tentang instagram.

F. Kajian Pustaka

Penelitian ini sesuai dengan kemampuan penulis dalam meneliti penelitian-penelitian yang sudah dilaksanakan lebih dalam. Ada pula penelitian yang berkaitan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hikmatulloh mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul Nilai-nilai Dakwah Dalam Kumpulan Cerpen “Mata Yang Enak Dipandang” Karya Ahmad Tohari.
Fokus penelitian ini tentang nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam tulisan karya sastra dengan menggunakan pendekatan analisis Semiotik model Ferdinand De Saussure, yaitu sebuah kajian yang menelaah bagaimana struktur kebahasaan yang dibangun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya nilai-nilai dakwah yang tersaji dengan ragam struktur bahasa yang dibangun dalam kumpulan cerpen tersebut.¹⁵
2. Al Siti Subaengah pernah melakukan penelitian tentang “*Nilai-Nilai Dakwah dalam Karya Sastra Ahmad Tohari*” dengan sifat penelitian kualitatif. Sastra dalam perkembangannya sekarang ini dijadikan sebagai media dakwah yang relevan dengan fenomena-fenomena dan

¹⁵ Hikmatulloh, *Nilai-nilai Dakwah Dalam Kumpulan Cerpen “Mata Yang Enak Dipandang” Karya Ahmad Tohari*. Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah).

permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan dengan penulis terdapat pada objek penelitian.¹⁶

3. Penelitian Romario & Lisda Aisyah tahun 2019, yang berjudul “Komik Islam di Media Sosial Instagram” Penelitian itu melaksanakan penelitian terhadap akun dakwah @iqomic dengan penggagas Sandy Priyo Utomo sejak Agustus 2015. Sampai dengan saat ini, pengguna itu merupakan akun yang sangat populer di mana isinya terkandung pesan dalam berdakwah. Sesuai dengan metodologinya, penelitian itu didasarkan akun @iqomic dan beberapa referensi dokumentasi yang berhubungan terhadap dakwah. Data itu diamati berdasarkan literatur yang berkaitan terhadap yang diamati. Penelitian itu memperlihatkan bahwasannya akun @iqomic, yang berdasarkan hadist ‘walau hanya satu ayat sampaikanlah’ senantiasa menayangkan ataupun mengunggah konten islami yang diunggah kembali oleh banyak komikus dan disertai caption mengenai trend “hijrah” serta membuat banyak remaja ataupun semua kalangan jadi tertarik. Persamaan penelitian yang dilakukan ialah terletak pada objek penelitian yang memakai Instagram. Sementara yang membedakan ialah teknik dalam mengumpulkan data yang tidak menggunakan Teknik wawancara.
4. Penelitian yang dilakukan Dina Tria Faradita di tahun 2018 berjudul “Komunikasi Dakwah Melalui Komik di Instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram “@Komik_ajah”)”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Yang memiliki tujuan dalam memahami informasi yang disampaikan terhadap konteks dakwah serta sebesar apa munculnya di tiap-tiap kategori. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan dasar penelitian analisis isi kuantitatif. Ruang lingkupnya ialah tulisan ataupun gambar mengenai informasi dakwah yang disalurkan kemudian dihubungkan pada makna-makna yang disampaikan berdasarkan struktur kategori. Hasil analisis data serta uji reabilitasnya memperlihatkan

¹⁶ Siti Subaengah, “Nilai-Nilai Dakwah dalam Karya Sastra Ahmad Tohari”, skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto, 2008.

bahwasannya kategori penyampaian dakwah terhadap Akhlaq memiliki frekuensi munculnya rata-rata yakni sejumlah 27 konten ataupun muncul sebanyak 57%. Frekuensi rata-rata keduanya yakni Aqidah sejumlah 15 unggahan ataupun muncul sebanyak 31,7%. Terakhir, kategori Ibadah yang berfrekuensi muncul terendah yakni sejumlah 5 unggahan ataupun muncul sebanyak 10,5%. Dapat ditarik kesimpulannya yakni frekuensi modusnya pada pengguna @komikin_ajah dalam periode 28 Januari hingga 16 Maret 2017 kebanyakan yang ingin disampaikan dari komik ialah pesan akhlak.

Kesamaan pada penepitian ini terletak pada obyek penlitian yang memakai akun instagram. Sementara yang membedakan ialah pendekatan penelitian yang dipakai, yakni penelitian tersebut memakai pendekatan deskriptif kuantitatif.

5. Penelitian Santi Anindya Apsari, dengan judul “Penyiaran Media Dakwah Akun @Dakwahmuslimahid” Penelitian tersebut memakai metode kualitatif deskriptif yakni melaksanakan penelitian dan memperoleh data deksriptif dalam bentu kata-kata lisan ataupun tertulis berdasarkan individu yang bisa diteliti. Sementara teknik dalam mengumpulkan datanya dokumentasi. wawancara, serta observasi sesuai dengan penelitian mengenai kontek berdakwah di akun *dakwahmuslimahid* bisa didapatkan kesimpulan, bahwa @*dakwahmuslimahid* memberi opsi untuk akun-akun Instagram yang lain. Pesan yang ingin disalurkan @*dakwahmuslimahid* pada tiap unggahannya memuat informasi mengenai akhlak, syariah, serta aqidah. Serta dapat menginspirasi umat muslim untuk berdakwah menggunakan sosial media Instagram yang sungguh tepat dalam melakukan aktivitas dakwah kaum remaja, serta kelebihan aplikasi tersebut ialah terdapatnya layanan feed serta *instastory*.

Persamaan penelitian yang dilakukan ialah terletak pada objek penelitian yang memakai Instagram.

6. Skripsi Nia Saniyah (2012), dengan judul “Dakwah Islam Melalui Facebook (Studi Terhadap Materi Dakwah Update Status dan Comment

Facebook pada Group (Komunitas Muslim Indonesia)”. Penelitian tersebut memakai metodologi penelitan diskriptif serta jenis penelitian content analysis. Aktivitas pada Facebook di grup “Komunitas Muslim Indonesia” yang memiliki tujuan dalam menggambarkan konten yang diungg’”ah, sebab bukan tidak mungkin facebook pun bisa menjadi wadah dalam menyelewengkan agama, dari adanya konten berdakwah diinginkan bisa tukar pikiran mengenai agama yang menuju kebaikan. Hal tersebut memiliki tujuan dalam mengurangi ketidakpahaman ataupun kesalahan yang bisa disingkirkan yang maka bisa dipahami. Keasamaan pada penelitim ini ialah aspek media yang dipakai, yakni memekaia sosial media. Sementara yang membedakan ialah fokus penelitiannya yakni menyampaikan dakwahnya melalui komentar serta update status.

Adapun hal yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah pada analisis pesan dalam media dakwahnya. Dimana penelitian ini akan menggunakan pendekatan semiotika roland barthes untuk menganalisa pesan dakwah yang tersaji dalam postingan akun dakwah “*dakwahvisual.id*”

G. Sistematika Penulisan

Guna memberi kemudahan terhadap bahasan untuk penulisan penelitian, adapun sistematika penelitian yang dirumuskan peneliti dan dikategorikan ke dalam 5 bab, yang mana penyusunan bab-bab tersebut berdasarkan urutannya antara lain :

Bagian Pertama: Pendahuluan, terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, serta Sistematika Penulisan.

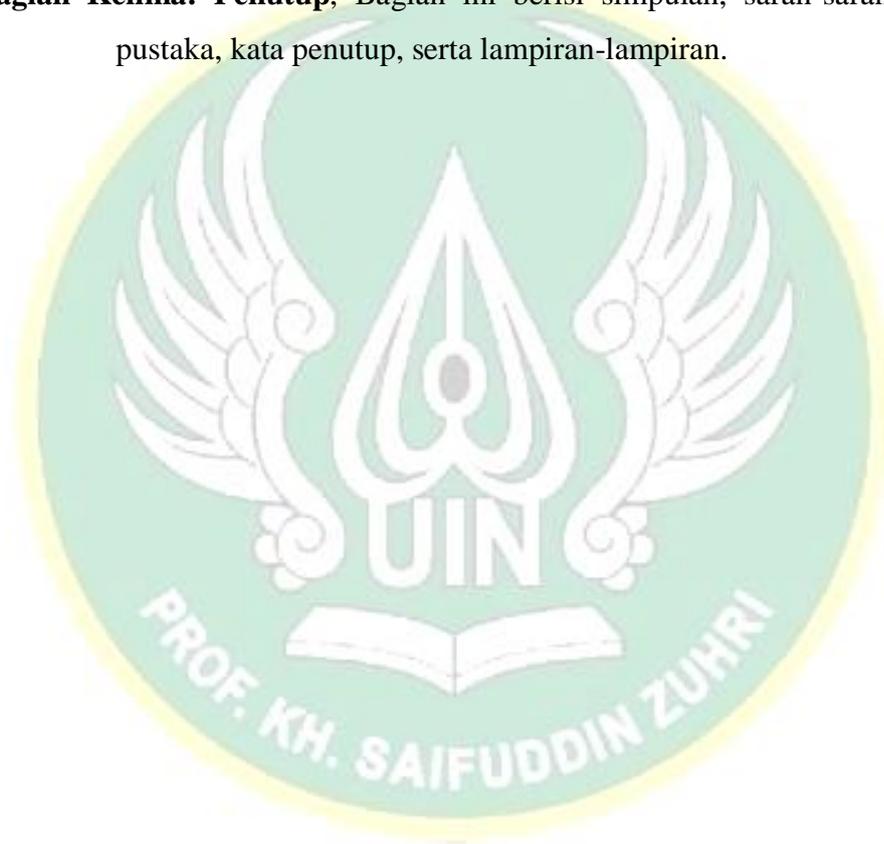
Bagian Kedua: Kajian Teori. Bagian ini memuat perihal landasan teori yang mencakup 3 subbab, yakni mengenai unggahan islami untuk berdakwah antara lain definisi dakwah, tujuan dan fungsi dakwah, serta unsur-unsur dakwah,. Kedua, menjelaskan tentang cakupan

komik yang meliputi definisi komik serta ciri-cirinya. Ketiga, aplikasi instagram, mencakup: definisi instagram.

Bagian Ketiga: Metode Penelitian, Bagian ini memuat jenis serta pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, sumber data penelitian, serta analisis data.

Bagian Keempat: Penyajian data dan analisis data, Bab ini merupakan hasil penelitian yang mencakup 1) Profil akun dakwahvisual.id. 2) Analisis hasil penelitian. 3) Pembahasan.

Bagian Kelima: Penutup, Bagian ini berisi simpulan, saran-saran, daftar pustaka, kata penutup, serta lampiran-lampiran.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengertian Nilai Dakwah

Dalam kamus Bahasa Indonesia, nilai dapat diartikan sebagai harga, angka kepandaian, potensi, biji, banyak sedikitnya isi, kadar, mutu, sifat-sifat yang penting bagi kemanusiaan.¹⁷

Nilai adalah suatu kumpulan norma yang diakui oleh masyarakat, dan digunakan sebagai pedoman dalam menentukan realitas yang ada di sekelilingnya, dan dalam menentukan sikap selanjutnya.¹⁸

Nilai juga dapat diartikan sebagai suatu perangkat keyakinan, perasaan (sentimen) dan identitas yang memberikan corak khusus kepada pola pemikiran, keterkaitan dan perilaku individu, masyarakat atau bangsa. Kalau nilai merupakan keyakinan, sentimen dan identitas yang bersifat umum atau strategik, maka penjabarannya dalam bentuk formula; peraturan atau ketentuan dan petunjuk pelaksanaannya disebut norma. Norma adalah penjabaran nilai. Sesuai dengan ta'rif di atas, sumber nilai dan norma bagi manusia seutuhnya yang Muslim adalah sebagai berikut: (1) Nilai yang Illahi: Al-Qur'an dan Sunnah, (2) Nilai yang duniawi atau mondial, yaitu pikiran (ra'yu), adat istiadat, dan kenyataan lain.¹⁹

Selain dituntut mengenal sumber nilai dan melaksanakannya, kita juga memperhatikan kondisi manusia dan masyarakat kini, tatkala kita berkehendak mengembangkan atau membangun masyarakat manusia seutuhnya yang akan diwujudkan secara ideal. Sebagai langkah penghampiran terhadap pengembangan manusia ini, kita beranjak dari konfigurasi nilai hidup manusia berdasarkan tugas hidupnya, yakni trilogi iman-ilmu-amal. konfigurasi nilai

¹⁷ Hizair MA, "*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*", hlm. 421.

¹⁸ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 56.

¹⁹ Nanih Machendrawaty dan Agus Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam Dari Ideologi, Strategi, sampai Tradisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 163.

iman, ilmu dan amal ini selanjutnya kita lengkapi pembahasannya dalam konfigurasi nilai budaya yang terdiri dari: *nilai teori* (pengetahuan), *nilai ekonomi* yang disebut dengan aspek progresif dari kebudayaan, *nilai agama*, *nilai seni* yang disebut dengan aspek ekspresif dari kebudayaan, *nilai kuasa*, dan *nilai solidaritas* yang disebut nilai organisasi dalam kebudayaan.²⁰

Secara fundamental sistem nilai terbagi dalam kategori: (a) nilai etis, yang mendasarkan orientasinya pada baik atau buruk, (b) nilai pragmatis, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran berhasil atau gagal, (c) nilai affek sensoris, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran menyenangkan atau menyedihkan, (d) nilai religius, yang mendasarkan orientasinya pada ukuran halal atau haram, dosa atau tidak dosa.²¹

Dalam praktek di lapangan, ada tiga macam nilai yang perlu di kembangkan karena ketiga nilai tersebut memengaruhi kita dan jika kita tidak akui keberadaannya, maka kita akan mengalami konflik dalam diri kita. *Pertama*, nilai universal. Nilai universal berlaku untuk semua manusia. Faktanya kita semua mempunyai jiwa kemanusiaan dan jiwa spiritual. Nilai universal adalah aspek-aspek kesadaran atau kualitas jiwa yang memancar dari diri kita. Nilai universal ini tidak mudah diwujudkan secara konsisten karena lebih bersifat pribadi. Nilai universal berlawanan dengan nilai budaya. Beberapa contoh nilai universal adalah kebenaran, kecantikan, kebaikan, kerjasama, kesatuan, kebahagiaan, kedamaian, cinta, keadilan, keberanian, penerimaan dan respek. *Kedua*, nilai budaya. Nilai budaya adalah nilai-nilai yang ada di masyarakat atau budaya yang dimiliki oleh masyarakat. Nilai budaya bersifat universal dan tidak bersifat personal, melainkan bersifat kolektif. Keberadaannya bukan karena kesadaran melainkan karena pengaruh orang. *Ketiga*, nilai personal adalah hasil dari pengkondisian dan tingkat kesadaran kita. Nilai personal dapat dinilai dari kepribadian atau dari jiwa

²⁰ *Ibid.*, hlm. 164.

²¹ Samsul Munir Amin, "Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam", hlm. 57.

seseorang. Nilai personal dapat menjadi egois, terbatas dan sangat kondisional.²²

Kata dakwah, walaupun dilihat dari segi kosa katanya berbentuk kata benda (*ism*), dalam pengertiannya, karena termasuk diambill (*musytaq*) dari *fi''il muta''adi*, mengandung nilai dinamika, yakni ajakan, seruan, panggilan, permohonan. Makna-makna tersebut mengandung unsur usaha atau upaya yang dinamis. Apalagi kalau merujuk pada Al-Qur'an sebagai *mashdar addakwah*, hampir yang semua ada kaitannya dengan dakwah diekspresikan dengan kata kerja (*fi''il madhi, mudhari, dan amr*).²³

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan.²⁴

Dakwah juga bisa diartikan sebagai proses penyampaian agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha peyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking, way of feeling, dan way of life* manusia
 “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”. (QS. Ali-Imran, 4: 104)²⁵

Pada dasarnya dakwah Islam itu dapat dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu sebagai berikut:

²² Abdul Basit, “*Filsafat Dakwah*”, hlm. 268.

²³ Asep Muhyiddin, Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 27.

²⁴ M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), hlm. 6.

²⁵ Usman el-Qurtuby, *Al-Qur''anulkarim: Terjemah dan Tajwid Berwarna*, (Bandung: Cordoba, 2014), hlm. 205.

1. Dakwah bil lisan

Dakwah bil lisan, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan seramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Dalam metode perkembangan berikutnya dakwah bil lisan dapat menggunakan teori komunikasi modern dengan mengembangkan melalui publikasi penyiaran (*broadcasting publication*) antara lain melalui radio penyiaran, dan lain-lain.

2. Dakwah bil hal

Dakwah bil hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan dengan melalui keteladanan dan tindakan amal nyata. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata tersebut hasilnya bisa dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.

Dakwah bil hal dilakukan oleh Rasulullah SAW, terbukti bahwa pertama kali tiba di Madinah yang dilakukan Nabi adalah membangun Masjid Quba, mempersatukan kaum Anshar dan Muhajirin. Kedua hal ini adalah dakwah nyata yang bisa dilakukan sebagai *dakwah bil hal*.

Dakwah bil hal saat ini bisa dilakukan dengan karya nyata sebagai solusi kebutuhan masyarakat banyak, misalnya membangun sekolah-sekolah Islam, perguruan-perguruan tinggi Islam, membangun pesantren, membangun rumah sakit Islam, membangun poliklinik, dan kebutuhan-kebutuhan masyarakat lainnya.

3. Dakwah bil qalam

Dakwah bil qalam, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bil qalam* ini lebih luas dari pada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan di mana saja *mad'u* atau objek dakwah dapat menikmati sajian *dakwah bil qalam*.

Demikian macam-macam dakwah, yang pada dasarnya merupakan suatu kewajiban kolektif bagi segolongan umat Islam, dan juga merupakan kewajiban individual bagi setiap umat Islam.²⁶

Jika pengertian nilai tersebut diatas dikaitkan dengan dakwah, maka akan dikenal dengan nilai dakwah, yakni nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan al-hadits. Nilai-nilai dakwah bukanlah suatu "barang yang mati", melainkan nilai dinamis yang disesuaikan dengan semangat zaman dan perkembangan ilmu pengetahuan yang ada di masyarakat.

B. Instagram Sebagai Media Interaktif Untuk Komunikasi Dakwah

Dalam segi *etimologis*, istilah "media" adalah bentuk jamak "medium", yang bersumber dari Bahasa Latin "*medius*" dengan arti tengah. Sementara pada Bahasa Indonesia, istilah "medium" bisa dimaknai selaku "sedang" ataupun "antara", dengan demikian definisi media bisa merujuk terhadap suatu hal yang meneruskan ataupun mengantarkan pesan (informasi) pada penerima pesan dan sumber (pemberi pesan). Media bisa dimaknai selaku sebuah saluran yang bisa dipergunakan pada sebuah tahap dalam menyajikan pesan.²⁷

Dakwah adalah suatu kewajiban untuk umat Islam, di mana menggambarkan gerakan dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Masa yang senantiasa mengalami perkembangan secara cepat membutuhkan teknologi yang sejalan pada media komunikasi dakwah bagi *da'i*. Media dakwah yang dipergunakan pada aktivitas berdakwah ialah media komunikasi. Media komunikasi contohnya audio visual, visual, audio, tulisan, dan lisan dipergunakan untuk melakukan dakwah. Selaras terhadap berkembangnya masa, teknologi informasi dan komunikasi yang kian canggih, maka dalam berdakwah juga perlu mengikuti perkembangan masa. Aktivitas berdakwah konvensional contohnya ceramah, bukan lagi hanya dapat dinikmati dengan

²⁶ *Ibid.*, hlm. 10-12.

²⁷ Muhammad Sidiq, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi", Jurnal Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020. Hlm 3

langsung melalui mimbar-mimbar, namun dapat pula dilihat dari TV, didengarkan dari radio, dan dapat diakses langsung di internet.

Sangat mudah untuk publik dalam memperoleh informasi melalui canggihnya teknologi, dengan demikian dakwah pun wajib memberi jawaban terhadap tantangan tersebut. Sosial media instagram merupakan satu di antara alat media dakwah yang mengikuti perkembangan zaman. Instagram memiliki layanan untuk dipergunakan mengunggah informasi berupa video maupun foto, dengan demikian pendakwah bisa memakai instagram selaku wujud mengikuti zaman yang kian berkembang sebab *user* sosial media instagram kebanyakan ialah anak remaja. Pesan dakwah yang diinformasikan dari Instagram bisa dilihat dengan cara langsung pada berandanya pada saat mem-*follow* akun pendakwah itu.²⁸

Instagram yang menjadi suatu fitur ataupun aplikasi sosial media yang lahir saat Oktober 2010, aplikasi itu dapat di-*download* dengan cara otomatis dari App Store untuk *user* i-Phone dan Google Play untuk android, adalah suatu fitur di mana pengguna bisa mengunggah ataupun memposting video, foto, ataupun gambar. Di mana memberi kemungkinan pengguna bisa menerapkan filter digital mengambil foto, dan membagikan fotonya pada sejumlah pelayanan sosial media yang lain, contohnya tumblr, twitter, facebook, dan lain-lain yang dimiliki selaku komplemen dalam melakukan komunikasi secara global²⁹

Instagram adalah media yang memberilah efisiensi bagaimana membagikan video dan foto dengan cara daring serta sosial media yang bisa dipergunakan *user* dalam memfoto dan membagikan fotonya pada *followers*. Pemakaian layanan-layanan Instagram hingga sekarang sangatlah sering digunakan akun Instagram di mana umumnya mengupload fashion, komedi, informasi, video-video pribadi, dan isu yang tengah hangat dibicarakan. Orang

²⁸ Ulya Dinillah, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @Tentangislam Dan @Harakahislamiyah)", Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Desember 2019 Hlm 56

²⁹ Ulya Dinillah, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @Tentangislam Dan @Harakahislamiyah)", Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Desember 2019 Hlm 56

yang melihat video-video mereka sangat banyak, dapat menangkau lebih dari 1 juta penayangan yang maka sangatlah bernilai selaku media komunikasi dengan cara visual.³⁰

Komunikasi dakwah adalah seluruh enis komunikasi yang memuat dan menginformasikan pesan dakwah, yaitu dalam bentuk ajakan pada jalan yang benar sesuai perintah Allah SWT ataupun seruan agar berbuat baik dan meninlgalkan yang buruk. Pada hubungan komunikasi dan dakwah, Saputra berasumsi bahwasannya dakwah selaku tahap informasi nilai-nilai meerlukan sesuatu yang disebut tahap komunikasi.

Pesan ajaran Islam yang disampaikan adalah serangkaian informasi-informasi yang diberikan pada seluruh insan. Tahap dakwah jika diteliti hingga tahap tanggapa mad'u ataupun partisipasi, dan melaksanakan ajaran agama selaku wujud terhadap tahap berdakwah, dengan demikian bisa diketahui bahwasannya terdapat keseimbangan pada proses dakwah dan proses komunikasi. Dengan demikian, wajar apabila tidak sedikit orang yang menyebutkan bahwasannya proses dakwah merupakan komunikasi terebut³¹

Dalam segi visual, komunikasi dakwah merupakan komunikasi yang dipadukan pada ilustrasi, sketsa warna, tipografi, seni, dan lambang. Dengan demikian untuk menggunakan sosial media dapat dijadikan masukan untuk da;i pada zaman sekarang. Instagram merupakan suatu aplikasi yang bisa dipergunakan pada zaman sekarang, sebab instagram adalah fitur yang dapat dibagikan suatu pesan maupun momen berupa foto dan video, lalu disebarakan pada publik terhadap akun yang telah dibuat dengan demikian hal itu berpotensi selaku media dakwah.³²

³⁰Ulya Dinillah," *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @Tentangislam Dan @Harakahislamiyah)* ", Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Desember 2019 Hlm 56

³¹ Ulya Dinillah," *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @Tentangislam Dan @Harakahislamiyah)* ", Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Desember 2019 Hlm 56

³² Muhammad Sidiq," *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi* ", Jurnal Institut Agama Islam Negeri Parepare ,2020. Hlm 4

C. Semiotika

Semiotika ialah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggali makna yang terdapat dalam sebuah tanda. Menurut Susanne Langer “menilai simbol atau tanda merupakan sesuatu yang penting, kehidupan binatang diperantarai melalui perasaan (*feeling*), tetapi perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol, dan bahasa.”³³ Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari cara untuk memberikan makna pada suatu tanda. Semiotika dapat diartikan juga sebagai konsep pengajaran pada manusia untuk memaknai tanda yang ada pada suatu objek tertentu.

Tanda juga menunjukkan pada suatu hal lainnya, sesuatu yang tersembunyi dibalik dari tanda itu sendiri. Seperti contohnya asap maka tanda dibaliknya merujuk pada api. Semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semion* yang berarti tanda. Tanda dapat mewakili suatu hal lainnya yang masih berkaitan dengan objek tertentu. Objek – objek inilah yang membawa informasi dan mengkomunikasikannya dalam bentuk tanda. Menurut Komaruddin Hidayat, “kajian semiologi ialah bidang yang mempelajari tentang fungsi teks.

Teks berperan menuntun pembacanya agar bisa memahami pesan yang terdapat didalamnya. Pembaca ibarat pemburu harta karun yang membawa peta, untuk memahami sandi yang terdapat dalam tanda-tanda yang menunjukkan makna sebenarnya.”³⁴ Tetapi semiologi tidak hanya terbatas pada teks. Kajian tentang semiologi dapat berupa tanda dan makna dalam bahasa yang terdapat pada seni, media massa, musik dan segala hal yang diproduksi untuk ditunjukkan kepada orang lain.³⁵

³³ Morissan, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2013), 135.

³⁴ Alex Sobur, M.Si., *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006),107.

³⁵ Roland Barthes, *Elemen – Elemen Semiologi : Sistem Tanda Bahasa, Hermeutika, dan Strukturalis*,”terj”. M Ardiansyah, (Jogjakarta : IRCiSoD, 2012), 13.

D. Semiotika Roland Barthes

Semiotika diambil berdasarkan kata Yunani : semeion, memiliki arti tanda. Pada perspektif Piliang seperti halnya yang dinukil Nilnan Nikmah, penjelajahan semiotika selaku metode analisis pada berbagai disiplin ilmu tersebut mungkin dikarenakan terdapatnya kemungkinan dalam menilai berbagai wacana sosial selaku fenomena bahasa. Dapat dikatakan juga, bahasa menjadi model pada sejumlah wacana sosial. Sesuai dengan perspektif semiotika, jika semua praktek sosial bisa dinilai selaku fenomena bahasa, dengan demikian seluruhnya bisa pula dinilai selaku tanda³⁶.

Pada komunikasi, bidang terapan semiotika pun tidak terbatas. Ada pun sejumlah contoh aplikasi semiotika dari banyaknya opsi kajian semiotika terhadap domain komunikasi yakni: musik, sastra, komik-katun-karikatur, film, non verbal, iklan, dan media. Semiotika pada penelitian media massa bukan saja sekadar selaku kerangka teori, tapi juga dapat menjadi metode analisis. Semiotika komunikasi berfokus terhadap teori mengenai produksi tanda di sama salah satunya memberi asumsi terdapatnya 6 faktor pada komunikasi, yakni acuan (sesuatu yang dibahas), saluran komunikasi, pesan, penerima kode (system tanda), dan pengirim, dan menekankan terhadap teori tanda dan pemahaman pada sebuah konteks. Semiotika signifikasi bukan mempermasalahkan terdapatnya tujuan komunikasi. Hal yang menjadi prioritas yakni sisi pemahaman sebuah tanda yang maka tahap kognisi terhadap penerima tanda cenderung menjadi perhatian daripada proses komunikasi. Visual semiotics (semiotika visual) secara umum adalah suatu bidang studi semiotika yang dengan spesifik berfokus untuk menyelidik seluruh bentuk arti yang diinformasikan dari visual senses (indera penglihatan)³⁷

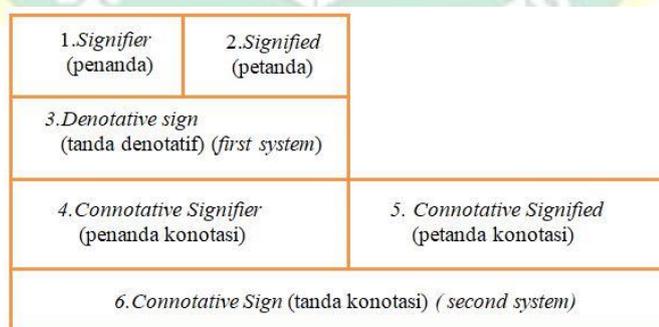
³⁶ Nilnan Ni'mah," *Dakwah Komunikasi Visual*", Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016, Hlm. 114

³⁷ Bambang Mudjiyanto," *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi* ", Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 t April 2013,Hlm 74

Semiotika berdasarkan pendapat Berger, mempunyai 2 tokoh, yaitu *Charles Sander Pierce* dan *Ferdinand de Saussure*. Latar belakang ilmu *Saussure* ialah linguistik, sementara *Pierce* filsafat. *Saussure* menyebutkan studi yang dikembangkan *semiology* (semiologi). Semiologi berdasarkan pendapat *Saussure* didasari oleh asumsi bahwasannya sepanjang tingkah laku dan perbuatan manusia memberi arti ataupun sepanjang berfungsinya sebuah tanda, di belakangnya wajib terdapat sistem konvensi dan perbedaan yang memberi kemungkinan tanda tersebut. Di mana terdapat tanda, di sana terdapat sistem.³⁸

Roland Barthes dikenali selaku pemikir strukturalis pengikut *Saussure*. Beliau mengintrodusirkan sebutan *signified* dan *signifier* berhubungan terhadap teks ataupun lambang-lambang pada sebuah paket pesan, dengan demikian Barthes memakai sebutan konotasi dan denotasi dalam memperlihatkan tingkat-tingkat maknanya.

Denotation (Denotasi) merupakan korelasi eksplisit terhadap referensi dan tanda ataupun realita pada pertandaan, sementara *connotation* (konotasi) merupakan arti yang berhubungan terhadap ideologi, nilai-nilai kebudayaan, emosi, dan perasaan. Di dalam semiologi Barthes dan pengikutnya, denotasi adalah sistem signifikansi tingkatan pertama, sedangkan konotasi adalah tingkatan kedua.³⁹ Semiotika roland Barthes apabila dijabarkan dari bagan antara lain :



Gambar 2. Teori Semiotika Roland Barthes

³⁸ Nilnan Ni'mah, " *Dakwah Komunikasi Visual*", Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016, Hlm. 114

³⁹ Nilnan Ni'mah, " *Dakwah Komunikasi Visual*", Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016, Hlm. 114

Sesuai dengan bagan di atas bisa dipahami bahwasannya berdasarkan pendapat Roland Barthes untuk mengkaji tanda, bisa dibedakan pada 2 tahapan.

1. Untuk tahapan pertama, tandanya bisa diketahui latar belakang dalam (1) penanda dan (2) petanda. Tahapan tersebut cenderung memandangi tanda dengan cara denotatif. Tahapan denotasi tersebut baru mengkaji tanda dengan cara bahasa. Berdasarkan pendapat Barthes penanda (*signifier*) ialah teks, sementara *signified* (petanda) adalah *sign* (konteks tanda).
2. Berdasarkan definisi bahasa ini, kita bisa memasuki tahapan selanjutnya, yaitu mengkaji tanda dengan cara konotatif. Hal ini meskipun adalah sifat asli tanda, memerlukan keaktifan pembaca supaya bisa menjalankan fungsinya. Barthes dengan logis menggali sesuatu yang kerap dinamakan selaku sistem penafsiran tataran kedua, yang dibentuk di atas sistem lainnya yang sudah ada lebih dulu. Arti konotatif berdasarkan sejumlah tanda dapat menjadi sejenis petunjuk mitos ataupun mitos (yang memberi tekanan pada arti-arti itu) dengan demikian pada sejumlah makna (hal) konotasi merupakan wujud mitos yang sangatlah memengaruhi jika konotasi adalah penafsiran tataran dua berdasarkan penanda, mitos adalah penafsiran tataran dua petanda.⁴⁰

Pemakaian semiotika selaku metode pembacaan komunikasi dakwah dengan cara visual diakibatkan kemungkinan dalam melihat sejumlah hal contohnya desain komunikasi visual, sosial, budaya, seni, dan selaku fenomena tanda dan bahasa. Metode Semiotika, secara umum melakukan operasi terhadap 2 tingkat analisis. **Pertama**, analisis tanda dengan cara individual. Meliputi: makna tanda, kode, struktur, dan jenis. **Kedua**, analisis tanda selaku suatu kombinasi ataupun kelompok. yaitu kompilasi tanda-tanda yang menciptakan teks sementara teks didefinisikan selaku perpaduan tanda-tanda. Sehingga karya desain komunikasi visual yang berupa komik pun bisa

⁴⁰ Bambang Mudjiyanto, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi", Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 April 2013, Hlm 74

dipandang selaku suatu teks. Dengan demikian, eksistensinya adalah perpaduan tanda-tanda dan harus menggunakan analisis *Semiotika*.⁴¹

Dakwah dengan cara visual menggunakan pendekatan teori Semiotika, dapat digolongkan sesuai dengan *makna*, *tanda*, dan *kode* yang terdapat di dalam. Sehingga bisa ditemui penjelasan tentang hal-hal estetik yang dipertimbangkan dalam iklan dinilai berdasarkan korelasi pada pesan dan tanda. Melalui hal tersebut, diinginkan bisa dipahami basis keseimbangan pada tanda visual dan tanda verbal dalam menunjang integrasi penampilan dan mengetahui korelasi pada jumlah isi pesan (visual dan verbal) pada jenjang kreativitas membuat desai.⁴²Unsur semiotik di atas dijabarkan pada pemaparan di bawah ini⁴³:

1. Tanda

Tanda-tanda pada gambar bisa diketahui berdasarkan jenis tanda yang dikategorikan pada semiotik yakni: simbol, ikon, dan indeks

- a. Ikon merupakan tanda yang menyerupai obyek yang diwakilkannya. Bisa disebut pula, tanda yang mempunyai karakteristik yang sama terhadap sesuatu yang dimaksud.
- b. Indeks adalah tanda yang mempunyai korelasi klausul terhadap sesuatu yang diwakilkannya. Ataupun dinamakan pula tanda selaku pembuktia. Misalnya: *Signature* (tanda tangan) merupakan indikator terhadap eksistensi suatu individu yang memberikan tanda tangan tersebut.
- c. Simbol adalah tanda sesuai dengan perjanjian, konvensi, ataupun peraturan sesuai kesepakatan bersama. Simbol baru bisa dimengerti

⁴¹ Sri Hesti Heriwati," *Semiotika Dalam Periklanan*", Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 (2010).Hlm 4

⁴² Sri Hesti Heriwati," *Semiotika Dalam Periklanan*", Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 (2010).Hlm 5

⁴³ Sri Hesti Heriwati," *Semiotika Dalam Periklanan*", Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 (2010).Hlm 4

apabila suatu individu telah memahami mengenai makna yang sudah menjadi kesepakatan.⁴⁴

2. Kode

Roland Barthes pada buku miliknya menggolongkan kode-kode itu ke dalam 5 kisi-kisi kode, yaitu kode kebudayaan ataupun kode kultural, kode narasi, kode simbolik, kode semantik, dan kode hermeneutik.⁴⁵

- a. Kode *Hermeneutik* yakni artikulasi sejumlah tanggung jawab, respons, teka-teki, cara pertanyaan, dan kemudian merujuk terhadap jawaban. Dapat dikatakan juga, Kode Hermeneutik berkaitan pada teka-teki yang muncul pada suatu wacana. Siapakah mereka? Apa yang dialami? Halangan apakah yang muncul? Apa tujuan hal tersebut? Jawaban yang satu menunda jawaban lainnya.
- b. Kode *Semantik* yakni kode yang terdapat konotasi dalam tingkat penandanya. Contohnya konotasi maskulinitas, feminitas, ataupun dapat dikatakan juga Kode Semantik merupakan tanda-tanda yang disusun yang maka memberi sebuah konotasi loyalitas, kesukaan, kebangsaan, feminim, dan maskulin.
- c. Kode Simbolik, yakni kode yang berhubungan terhadap *skizofrenia*, pertentangan dua unsur, *antitesis*, dan *psikoanalisis*.
- d. Kode Narasi yakni kode yang terdapat antinarasi, narasi, urutan, ataupun cerita.
- e. Kode Kultural ataupun Kebudayaan, yakni suara-suara memiliki sifat legenda, seni, sastra, psikologi, moral, sejarah, pengetahuan kebijaksanaan, mitos, bawah sadar, anomin, dan kolektif.

3. Makna

Gagasan Barthes mengenai makna tersebut diketahui selaku tatanan pertandaan (*Order of Significations*), meliputi⁴⁶:

⁴⁴ Sri Hesti Heriwati, "Semiotika Dalam Periklanan", Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 (2010).Hlm 4

^{45 45} Sri Hesti Heriwati, "Semiotika Dalam Periklanan", Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 (2010).Hlm 6

- a. *Denotasi*. Arti kamus berdasarkan suatu objek, terminologi ataupun kata (*literal meaning of a term or object*);
- b. *Konotasi*. Aarti-arti kebudayaan yang terdapat dalam suatu istilah (*the cultural meanings that become attached to a term*). Hal tersebut mendeskripsikan interaksi yang dialami pada saat tanda berjumpa pada emosi dan perasaan pembacanya dan nilai-nilai berdasarkan kebudayaannya. Konotasi memiliki arti yang subyektif ataupun setidaknya tidak intersubyektif. Dapat dikatakan juga, denotasi merupakan suatu hal yang dideskripsikan tanda pada suatu obyek, sementara arti konotasi ialah seperti apa cara mendeskripsikannya. Konotasi berfungsi pada tingkatan subyektif dengan demikian eksistensinya tidak diketahui. Pembaca tidak sulit menafsirkan arti konotatif selaku fakta denotatif. Dengan demikian, suatu tujuan analisis semiotika ialah agar mengadakan kerangka berpikir dan metode analisis dan menanggulangi timbulnya (salah baca) ataupun keliru ketika menafsirkan arti suatu tanda;
- c. *Metafora*. Mengkomunikasikan menggunakan analogi;
- d. *Simile*. Subkategori metafor memakai kata- kata “seperti”;
- e. *Metonimi*. Mengkomunikasikan menggunakan asosiasi. Asosiasi dibuat melalui penghubungan suatu hal yang diketahui terhadap suatu hal lainnya. Misalny Mobil *Roll-Royce* digolongkan pada “kekayaan”, dikarenakan harga mobil itu murah;
- f. *Synecdoche*. Sub kategori metonimi yang memberi makna “menyeluruh” ataupun “kebalikannya”. Maka suatu komponen dipergunakan dalam menggolongkan seluruh elemen itu. Contohnya Pentagon identik dengan “Kemiliteran Amerika” dan Gedung Putih identik dengan “Kepresidenan Amerika”;

⁴⁶ Bambang Mudjiyanto, ” *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi* “, Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 April 2013,Hlm 74

- g. *Intertextual*. Hubungan antar teks (tanda) dan digunakan dalam menunjukkan bagaimana teks bertukar satu sama lain, sadar maupun tidak.
- h. Parodi adalah contoh intertextual di mana suatu teks (contohnya tingkah laku suatu individu) meniru tingkah laku orang lain yang bermaksud bercanda.⁴⁷



⁴⁷ Bambang Mudjiyanto, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi", Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 April 2013, Hlm 74

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan penelitian yang sesuai, dengan demikian perlu memakai metode yang efektif serta cocok untuk subjek serta data yang hendak diolah. Berdasarkan hal tersebut dirumuskan sejumlah sumber data serta metode yang berhubungan, yakni:

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis akan mengarah pada penelitian literer dengan pendekatan teori semiotika. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan tehnik pengumpulan data yang selengkap-lengkapnyanya dan digali sedalam-dalamnya serta tidak mengutamakan jumlah populasi atau *sampling*. Hal tersebut sesuai dalam Krisyantono (2009 : 56) yang mengatakan bahwa disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) dan bukan banyaknya (kuantitas) data.

Metode semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif (*interpretation*), yaitu sebuah metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode (*decoding*) dibalik tanda dan teks tersebut. Metode analisis teks (*textual analysis*) adalah salah satu dari metode interpretative tersebut.⁴⁸ Dalam penelitian ini lebih difokuskan kepada jenis metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of significations*).

⁴⁸ Piliang, Amir Yasraf. 2003. Hipersemiotika' Tafsir Cultural studies atas matinya makna.

B. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai bulan juli-november 2021 yang dpaparkan pada tabel di bawah

Tabel 1.
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Juli				Agustus				September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul																				
Menyusun proposal																				
Konsultasi dan bimbingan																				
Waktu Penelitian																				
Pelaksanaan pengambilan data																				
Penyusunan Bab I – III																				
Bimbingan Bab I – III																				
Penyusunan Bab IV – V																				
Bimbingan Bab IV – V																				
Revisi Hasil Bimbingan																				
Penyusunan skripsi																				
Persetujuan Ujian																				

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian pada akun Instagram *@dakwahvisual.id* adalah Sigit Setiawan sang pemilik akun dan followers-nya. dan objek penelitian ini yakni makna, tanda, dan kode pada komik di akun Instagram *@dakwahvisual.id* selaku media dalam berkomunikasi dakwah.

D. Sumber Data

Sesuai dengan asalnya, sumber data dapat digolongkan menjadi dua macam, antara lain:

1. Data primer,

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara langsung pada objek yang diteliti, data diperoleh sesuai dengan konten materi dakwah pada instagram @dakwahvisual.id ,

2. Data sekunder,

Data sekunder merupakan data yang didapatkan berdasarkan luar konten misalnya dokumentasi, buku-buku, dan pusat statistik.

E. Tehnik Pengumpulan Data

1. Visualisasi Media

Visualisasi adalah pemberian gambar pada sesuatu, tentang penjelasan tentang sesuatu yang diberikan dengan bantuan alat peraga supaya dapat dilihat. media adalah perantara : penghubung : yang terletak diantara dua pihak (orang, golongan, dan sebagainya).⁴⁹

Data Visualisasi dalam penelitian ini diambil dari beberapa gambar pada postingan akun Instagram @dakwahvisual.id.⁵⁰

2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah suatu metode pada pengumpulan data terhadap penelitian kualitatif dari analisis data-data yang telah terdapat pada dokumen-dokumen yang sudah dibuat subyek-subyek maupun orang lain tentang subjek. Dipergunakannya teknik pada pengumpulan data dari dokumentasi adalah pembuktian konkrit penelitian dan data pendukung penelitian ini. Dokumentasi yang dipergunakan berupa konten pada akun instagram @dakwahvisual.id.

⁴⁹ Dendy Sugono, Tim Redaksi. *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: pusat Bahasa, 2008). Hlm,1609.

⁵⁰ Dendy Sugono ,... hlm.931

F. Teknik Analisis Data

1. Tahap Pemilihan Gambar

Dalam penelitian ini, peneliti melihat gambar yang di upload di Instagram @dakwahvisual.id. Pada tahap awal, peneliti mengambil gambar yang akan di analisis. Secara keseluruhan gambar yang ada sebanyak 995 gambar. Namun dipilih lagi menjadi 5 gambar yang hanya memuat tanda- tanda dominan saja. Kemudian peneliti akan melakukan pengamatan serta analisis terhadap gambar tersebut dengan melihat adanya nilai konotatif ,denotative dan mitos pada gambar yang telah dipilih. Jadi dalam penelitian ini,

2. Tahap Memaknai Teks

Setelah dipilih gambar-gambar yang memuat tanda- tanda yang dominan, yaitu sebanyak 5 gambar ,kemudian penulis akan menganalisis gambar gambar tersebut melalui teks yang tertulis pada gambar tersebut yang akan melahirkan makna denotati,konotatif dan mitos.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Kegiatan itu bertujuan untuk memperoleh makna informasu yang dikumpulkan sehingga mudah mengenai persamaan dan perbedaan. Kesimpulan yang diperoleh dilakukan dengan membandingkan melalui penyesuaian informasi subjek yang diamati dan makna yang terkandung. Verifikasi memiliki tujuan agar evaluasi tentang keseimbangan informasi yang terkandung menjadi lebih tepat dan obyektif.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Akun Instagram Dakwahvisual.id

1. Sejarah Akun Instagram Dakwahvisual.id

Akun ini pertama kali dibuat sekitar pertengahan tahun 2016. Namun, akun ini aktif kembali pada tahun 2019 hingga sekarang. Sigit Setyawan, sang pemilik akun mengatakan bahwa tujuan Beliau membuat akun ini adalah untuk menjadi ruang bersama dalam memposting karya-karya kreator akun dakwah, sehingga postingan yang diunggah rata-rata merupakan *repost* walaupun akun Instagram @Dakwahvisual.id juga mempunyai karya sendiri.

Akun Instagram Dakwahvisual.id ingin menjadi penyebar dakwah secara visual melalui kreator-kreator kreatif seluruh Indonesia. Akun Instagram Dakwahvisual.id juga ingin merangkul dan mengajak pemuda-pemudi di Indonesia agar berdakwah secara interaktif di zaman digitalisasi ini. Oleh karena itu, Akun Instagram Dakwahvisual.id menjadi sarana yang *friendly* untuk kebersamaan kreator-kreator kreatif maupun pemuda-pemudi di Indonesia yang suka membaca *quotes* mengenai Islami. Pemilik dan pengurus Akun Instagram Dakwahvisual.id sangat ingin akun ini dapat menjadi renungan kehidupan untuk semua orang. Dengan demikian, Akun Instagram Dakwahvisual.id ini dapat bermanfaat dan berguna untuk semua orang agar menjadi manusia yang lebih baik lagi

2. Gambaran Follower Dakwahvisual.id

Follower atau pengikut adalah akun-akun yang dapat menerima atau melihat kiriman dan unggahan dari akun yang diikuti. Follower menjadi salah satu unsur yang penting dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat memengaruhi apakah kiriman tersebut dapat menjadi sebuah kiriman yang menarik atau tidak.

Akun *Dakwahvisual.id* merupakan akun *official* dakwah dengan cara visual dengan membagikan inspirasi dan semangat berdakwah pada *followers* yang mempunyai jumlah sekitar 112 ribu, *following* memiliki jumlah 35, dan ada kurang lebih 1.453 postingan yang tentu saja tiap hari mengalami penambahan. Di akun instagram tersebut terdapat sejumlah komik dari tahun 2016 hingga sekarang. *Dakwahvisual.id* memakai media sosial Instagram sebagai perantara untuk berdakwah dan mengajak remaja-remaja supaya berhijrah pada sebuah yang buruk supaya senantiasa belajar menjadi lebih baik.



Gambar 3. Logo Dakwahvisual.id

Berdasarkan logo yang terdapat pada akun Instagram Dakwahvisual.id, dapat diketahui bahwa di balik logo tersebut terdapat kompilasi konten maupun ilustrasi yang bernuansa islami. Hal itu mencirikan bahwa dalam akun tersebut mengandung sejuta informasi dan pesan yang harus disampaikan kepada banyak orang, terutama mengenai kehidupan, renungan, pelajaran, motivasi, dan sebagainya.

Pemilik akun ini bernama Sigit Setyawan. Di mana Beliau juga mengatakan bahwa postingan-postingan yang diunggahnya merupakan *repost* dari postingan akun Instagram dakwah lain, yakni @maulart8, @muhammadnurunshofi, @qomikin, @fatuurr__, @cartoon_qu, dan lain-lain. Namun begitupun, akun Instagram @Dakwahvisual.id juga memiliki

karya sendiri. berikut beberapa postingan pada Akun Instagram @dakwahvisual.id.

Tabel 2
Postingan yang di-*upload* akun Instagram Dakwahvisual.id,

Gambar yang diunggah	Suka	Komentar
 <p>TERKADANG YANG MEMBUATMU GELISAH BUKANLAH MUSIBAH YANG MENGUJI, TETAPI BAHASA RINDU ALLAH YANG GAGAL KAU PAHAMI.</p>	2.846	10
 <p>"Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba itu menolong saudaranya." (HR. Muslim)</p>	2.081	5
 <p>"Andai seorang hamba tau maksud indah dibalik takdirnya, dia akan menangis malu karena prasangka buruknya pada Allah."</p>	3.845	8

	1.170	4
	4.636	24
<p>Andiansah S.</p> <p>Jika kamu tidak bertarung melawan hawa nafsumu, ketahuilah bahwa saat itu hawa nafsumu telah memenangkan pertarungan. - Yasmin Mogahed</p> 	3.536	23
	3.983	11

	<p>2.708</p>	<p>8</p>
	<p>756</p>	<p>1</p>
	<p>1.350</p>	<p>0</p>
	<p>1.375</p>	<p>7</p>

<p>UNTUK MASA-MASA SULITMU, BIARLAH ALLAH YANG MENGUATKANMU</p> <p>TUGASMU HANYA MEMASTIKAN BAHWA JARAK ANTARA KAMU DAN ALLAH TIDAK PERNAH JAUH</p>  <p>Instagram @hijrah.king</p>	2.329	3
<p>MINTA YANG TERBAIK</p> <p><i>Jika ingin mendapatkan jodoh yang terbaik, jadilah pribadi yang baik terlebih dahulu. Jika memang kamu memilih seseorang sebelum baik, tentu bereslah di pertemukan dengan jodoh yang baik agar dia bisa membimbingmu jadi pribadi yang lebih baik</i></p>  <p>Revisi Grafik</p>	1.930	12
<p>Apapun itu, tidak akan terasa sulit jika kita mau berusaha dan menyerahkan segalanya kepada Yang Maha Kuasa</p> 	672	2
<p>"Semoga sifat mulia Rasulullah SAW selalu menjadi contoh dan pedoman umat muslim sampai diterapkan di kehidupan nyata"</p>  <p>Revisi by 2021</p>	2.433	8

B. Nila-nilai Dakwah Dalam Akun Instagram @dakwavisual.id

Menurut Roland Bhartes, Semiotika memiliki beberapa konsep inti, yaitu *Signification*, *Denotation* dan *Connotation*, dan *Metalinguage* atau *Myth*.⁵¹ Melalui tahap tersebut, peneliti melakukan analisis nilai/pesan dakwah visual pada akun instagram @dakwavisual.id menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam penelitian ini aka menganalisis 6 postingan yang terdapat pada akun Instagram @dakwavisual.id yang memfokuskan pada Aqidah Akhlak dan Syariat.

1. Nilai Denotatif Akun Instagram Dakwahvisual.id

Tabel 3
Data Postingan pada tanggal 19 Oktober 202 yang diteliti

Tanggal Upload dan Gambar	Deskripsi
<p>19 Oktober 2021 (tentang Akhlak) like terbanyak.</p> 	<p>Dalam unggahan tersebut, terdapat ilustrasi yang menggambarkan seorang pria dengan tangan yang memegang pecinya di atas kepala. Pada tersebut postingan terdapat tulisan “Andai seorang hamba tau di balik takdirnya, dia akan menangis malu karena prasangka buruknya pada Allah.” Tulisan tersebut memiliki arti dan pesan dakwah bahwa seharusnya sebagai manusia kita tidak boleh memiliki prasangka buruk kepada Allah, karena sesungguhnya Allah Maha Baik. Jika seseorang mengalami suatu hal yang buruk yang terjadi dalam hidupnya,</p>

⁵¹<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/teori-semiotika-roland-barthes/amp> diakses pada tanggal 11 Februari 2021 pukul 12:23

	<p>ketahuilah bahwa di baliknya ada hikmah dan rencana Allah yang lebih baik daripada itu. Sebagai manusia, kita harus perlu berdoa dan berusaha, selebihnya Allah yang mengatur semuanya. Postingan ini merupakan <i>repost</i> ulang dari akun Instagram @pakdiyaa.</p>
--	---

Tabel 4
Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021

Penanda	Petanda	Makna
<p>Postingan dengan ilustrasi yang menggambarkan seorang pria dengan tangan yang memegang pecinya di atas kepala. Pada tersebut postingan terdapat tulisan “Andai seorang hamba tau di balik takdirnya, dia akan menangis malu karena prasangka buruknya pada Allah.”</p>	<p>Orang yang sedang memikirkan takdirnya. dengan tulisan “Andai seorang hamba tau di balik takdirnya, dia akan menangis malu karena prasangka buruknya pada Allah.”</p>	<p>Orang yang sedang berfikir tentang takdir</p>

Makna denotasi yang terdapat pada karya visual di atas terletak pada kalimat yang bertuliskan “Andai seorang hamba tau maksud indah dibalik takdirnya, dia akan menangis malu karena prasangka buruknya kepada Allah “ Yang artinya ketika musibah atau takdir yang disangka

buruk datang, manusia sering berprasangka buruk pada Allah SWT sehingga lupa bahwa justru saat itulah dapat dimanfaatkan untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan selalu berprasangka baik terhadap Allah. Jenis font yang digunakan pada teks di atas menggunakan font Comic Sans MS yang termasuk dalam kategori tipografi Sans Serif (huruf tidak berkait).

Selain itu dilengkapi dengan ilustrasi seorang laki-laki dengan mengenakan kaos dan peci yang tengah memegang pecinya seperti sedang menyesali sesuatu. Makna objek laki-laki di atas bahwa seorang muslim sedang menyesali prasangka buruknya ke Allah. Adapun background pada karya visual di atas adalah dinding dengan warna kuning merupakan warna yang bersifat netral.

Interpretasi Pesan Dakwah

Pada gambar karya visual di atas termasuk dalam pesan akidah, yaitu beriman kepada Allah. Bahwasannya ketika takdir ditetapkan Allah Maka, sesungguhnya disitulah terdapat kemudahan bagi kita untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dan barang siapa yang mendekatkan diri kepada Allah untuk lepas dari kesulitan, maka InshaAllah ia akan selamat. Sebagaimana dalam surat Al-Insyirah ayat 5 yang berbunyi:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya di setiap kesulitan, selalu ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah: 5)

2. Nilai Konotatif Akun Instagram Dakwahvisual.id

Tabel 5
Data Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021 yang diteliti

Tanggal Upload dan Gambar	Deskripsi
<p data-bbox="408 573 743 607">Tanggal 20 Oktober 2021</p> 	<p data-bbox="847 573 1353 887">Dalam postingan tersebut terdapat tulisan yang menyebutkan sabda Nabi SAW mengenai 1 dari 5 hal yang akan dipertanyakan oleh Allah SWT, yakni: “Tentang masa mudanya dengan apa ia habiskan?”</p> <p data-bbox="847 902 1353 1599">Dalam postingan tersebut terkandung suatu renungan tentang apa sajakah yang kita lakukan selama hidup di dunia ini, terutama saat masih muda. Apakah kita menghabiskan waktu untuk bersantai-santai, bermalasan, beribadah, ataupun berbuat baik. Postingan ini mengingatkan umat manusia agar senantiasa merenungi kehidupan dan berbuat sesuai perintah Allah SWT. Postingan ini merupakan <i>repost</i> ulang dari akun Instagram @randrianry</p>

Tabel 6
Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021

Penanda	Petanda	Makna
<p>Postingan dengan gambar seorang pemuda yang sedang duduk dan membaca Al-Qur'an Dengan tulisan "Nabi SAW bersabda 1 dari 5 hal yang akan ditanya Allah SWT dihari kiamat adalah 'tentang masa mudanya dengan apa ia habiskan"</p>	<p>Di lihat dari teks tersebut kurangnya iman seseorang mengingat akhirat</p>	<p>Orang yang sedang melantunkan Ayat Suci Al-Qur'an.</p>

Makna konotasi pada karya visual di atas adalah dilihat dari teks tersebut tentang kurangnya iman seseorang untuk mengingat kehidupan akhirat. Salah satu tanda kurangnya iman seseorang adalah ketika kita menghabiskan masa muda kita pada hal hal yang jauh dari ibadah sementara tidak demikian saat kita jarang membaca atau jauh dari Al-Qur'an. Padahal sejatinya Al-Qur'an adalah penyembuh segala penyakit dalam dada dan penawar segala luka. Begitupun tipografi yang terdapat pada teks karya visual tersebut memiliki makna sederhana dan mudah dibaca. Aspek ilustrasi yang disampaikan di atas, terletak pada gambar pemuda dan Al- Qur'an yang memiliki makna sebagai pengingat, bahwa pada sebagian besar manusia yang masih muda lebih mengutamakan kepentingan duniawi. Demikian pula warna background pada karya visual di atas adalah hitam yang memberikan makna sederhana, intelek dan tidak berpihak. Karena Al-Qur'an itu begitu sederhana kemurniannya, dan memuat banyak informasi tentang dunia maupun akhirat.

Interpretasi Pesan Dakwah

Pada karya visual di atas termasuk pesan dakwah akidah, yaitu beriman kepada kitab Allah. Bahwasannya tanda iman seseorang berkurang ketika dihadapkan dengan usia muda karena jauh dari kematian. Manusia muda ini lebih sibuk dengan dunia daripada membuka dan membaca Al-Qur'an. Padahal, di dalam Al-Qur'an terdapat berbagai informasi apabila manusia mentadzaburinya. Dan Al-Qur'an sebagai asyifa atau penyembuh segala penyakit. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Yunus ayat 57:

يَأْتِيهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ
وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ

“Wahai manusia! Sungguh, telah datang kepadamu pelajaran (Al-Qur'an) dari Tuhanmu, penyembuh bagi penyakit yang ada dalam dada, dan petunjuk serta rahmat bagi orang beriman.” (QS. Yunus: 57)

3. Mitos Akun Instagram Dakwahvisual.id

Tabel 7

Data Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021 yang diteliti

Tanggal Upload dan Gambar	Deskripsi
<p>20 Oktober 2021</p> 	<p>Postingan dengan gambar seorang laki-laki dan perempuan yang sedang berselfi di depan kaca.</p> <p>Dengan teks “Jika ingin mendapat jodoh yang terbaik, Jadilah pribadi yang baik terlebih dahulu ,jika memang kamu merasa masih belum baik ,tetaaplah berdoa dipertemukan dengan jodoh yang baik agar dia bisa membimbingmu jadi pribadi yang lebih baik.”</p>

Tabel 8
Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 20 Oktober 2021

Penanda	Petanda	Makna
Postingan dengan gambar seorang laki-laki dan perempuan yang sedang berselfi di depan kaca. Dengan teks “Jika ingin mendapat jodoh yang terbaik, Jadilah pribadi yang baik terlebih dahulu ,jika memang kamu merasa masih belum baik ,tetaaplah berdoa dipertemukan dengan jodoh yang baik agar dia bisa membimbingmu jadi pribadi yang lebih baik.”	seorang laki-laki dan perempuan yang sedang berselfi di depan kaca. Dengan teks “Jika ingin mendapat jodoh yang terbaik, Jadilah pribadi yang baik terlebih dahulu ,jika memang kamu merasa masih belum baik ,tetaaplah berdoa dipertemukan dengan jodoh yang baik agar dia bisa membimbingmu jadi pribadi yang lebih baik.”	Jodoh adalah cerminan diri. jika ingin mendapatkan jodoh yang terbaik jadilah pribadi yang lebih baik.

Makna mitos dalam karya visual di atas dilihat secara simbolis, Islam dapat dikenali dari pakaian yang dikenakannya. Kebudayaan Islam masuk ke Indonesia melalui jalur perdagangan Arab yang melalui Indonesia. Seorang muslim khususnya wanita, identik dengan mengenakan jilbab menurut ajaran Islam dalam kitab sucinya yaitu Al-Qur'an. Al-qur'an merupakan pedoman hidup bagi umat manusia Aturan dalam Al-Qur'an dapat diterapkan baik untuk wanita maupun pria muslim. Hal tersebut dapat dilihat dari sosok wanita yang mengenakan jilbab merupakan simbol dari wanita muslimah. Wanita yang mengenakan jilbab lebar atau syar'i (istilah di masyarakat) disebut dengan wanita shalihah. Shalihah dari sudut pandang Islam dipandang sebagai wanita yang taat dan patuh terhadap perintah dan larangan Allah swt.

Seperti terlihat pada gambar di atas, terlihat bahwa wanita yang mengenakan jilbab syar'i disebut sebagai wanita muslimah. Istilah wanita shalihah tidak bisa dilihat dari penampilannya saja, melainkan dilihat dari perilakunya apakah sudah mencerminkan sifat-sifat yang dimiliki oleh wanita shalihah atau belum. Hal tersebut seperti yang disabdakan oleh Nabi Muhammad SAW, yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى رِكْمِ صُورٍ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak melihat pada bentuk rupamu dan hartamu, melainkan Allah hanya ingin melihat amal perbuatanmu dan hatimu.” (HR. Ibnu Majah no. 2564)⁷⁰

Hadist di atas menegaskan bahwa ketika memilih jodoh kecantikan dan kekayaan fisik bukanlah ukuran yang ditetapkan oleh Allah dan Rasulullah. Tetapi, kebaikan hati dan kemuliaan akhlak adalah standar jodoh yang baik. Sehingga, memilih jodoh yang baik menurut pandangan Islam dapat dilihat dari kualitas kepribadiannya sebagai seorang muslimah yang mencerminkan dari keimanan, ketaqwaan, akhlak dan cara berpikirnya.

Interpretasi Pesan Dakwah

Pada gambar karya visual di atas merupakan pesan akhlak, yaitu pesan akhlak kepada diri sendiri. Sebagai seorang yang mencari jodoh yang baik harus memiliki beberapa sifat baik terlebih dahulu. Sifat-sifat yang harus dimiliki antara lain, menjaga shalat, memiliki sifat malu, tidak suka mengumbar foto di sosial media, tidak suka mengghibah, tidak bermudah-mudahan dengan lawan jenis, menutup aurat sesuai syariat, tidak berhias di muka umum, suka menghadiri majelis ilmu, betah di rumah, taat dan menyenangkan hati suami. Asy-Syaikh al-Allamah Abdul ‘Aziz bin Abdillah bin Baz rahimahullah berkata, “Bila disebutkan kepadamu seorang wanita yang; menjaga sholatnya, menutup aurat, tidak berhias (di muka umum), tidak berdusta dan memiliki sifat-sifat (baik) semisalnya, maka inilah dia wanita yang shalihah.”

C. Pembahasan Komunikasi Pesan Dakwah Dakwahvisual.id

Selain melalui dokumentasi penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa *followers* akun Instagram Dakwahvisual.id untuk mengetahui lebih jauh bagaimana respon *follower* akun Instagram Dakwahvisual.id pada dakwah dari ilustrasi yang dibuat. Menurut Ade Violina, seorang *followers* berkomentar bahwa

*“Menurut saya, akun ini sangat bermanfaat, membuat saya termotivasi untuk menjadi manusia yang lebih baik dari sebelumnya, akun ini mengajarkan saya untuk hidup fokus memperbaiki diri.”*⁵²

Sementara Nurul Syafitri Al-Haq, seorang alumni mahasiswa Universitas Sumatera Utara menyebutkan pendapatnya mengenai Akun Instagram Dakwahvisual.id, yakni:

*“Menurut saya, akun ini menarik. bersifat memorable. Jadi, tiap postingannya mengingatkan kita untuk melakukan sesuatu sesuai jalan-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Dari postingan ini saya dapat merefleksikan diri menjadi lebih baik lagi.”*⁵³

Kemudian Nur Sri Yati, seorang mahasiswa Universitas Malikussaleh menyebutkan opininya, yakni:

*“Akun ini sangat bagus, berdakwah melalui gambar atau foto, gambar-gambaranya juga udah bagus, kreatif editannya. Sangat berguna di zaman yang sudah tua ini, di akhir zaman sangat dibutuhkan pendorong atau hidayah yang membuat seseorang tertegun, apalagi sekarang orang-orang lebih sering main gadget, jadi cara paling cepat membuat Pesan Dakwah kita sampai ya melalui jaringan internet seperti melalui sosial media.”*⁵⁴

⁵² Wawancara dengan Ade Violina, *Via Whatsapp*, pada tanggal 24 Oktober 2021

⁵³ Wawancara dengan Nurul Syafitri Al-Haq, *Via Whatsapp*, pada tanggal 24 Oktober 2021

⁵⁴ Wawancara dengan Nur Sri Yati, *Via Whatsapp*, pada tanggal 24 Oktober 2021

Adapun Nur Sri Yati juga menyampaikan harapannya untuk akun Instagram Dakwahvisual.id, yakni:

“Diharapkan sih buat ke depannya akun Dakwahvisual.id bisa memposting dakwahnya bukan hanya foto, tapi sesekali up video kartunnya.”⁵⁵

Adapun Lili Mariana yang merupakan seorang mahasiswa Universitas Malikussaleh juga berkomentar tentang akun Instagram Dakwahvisual.id, yakni:

“Menurut saya, akun ini merupakan akun yang bermanfaat bagi pengguna Instagram yang ingin berhijrah, karena di dalamnya terdapat banyak ajakan menuju kebaikan. Saya berharap ke depannya akun ini tetap konsisten dan semakin bersemangat dalam berdakwah.”⁵⁶

Pemilik akun instagram Dakwahvisual.id memberi kesan yang menarik melalui postingan dakwahnya yang senantiasa di-*upload* pada akunnya. Jenis dari postingan tersebut termasuk kategori konten online yang memberi kontribusi besar pada ranah visual dan pesan islami. Sebab ilustrasi, gambar, maupun tulisan yang dikemas dalam konten tersebut memberikan informasi dan pesan dakwah yang menyampaikan hal-hal yang harus menjadi renungan untuk seluruh umat Islam dalam menjalani kehidupan. Dengan begitu, seluruh umat Islam akan menyadari bahwa sangat perlu merenungi hal-hal kecil yang disampaikan melalui pesan dakwah.

Agar nilai-nilai moral pada umat Islam tidak luntur, maka diperlukan metode berdakwah yang lebih menarik, salah satunya seperti yang dilakukan akun Instagram Dakwahvisual.id di mana akun tersebut menyampaikan pesan dakwah melalui visualisasi menarik dan unik dari postingannya yang mengandung ilustrasi kehidupan.

⁵⁵ Wawancara dengan Nur Sri Yati, *Via Whatsapp*, pada tanggal 24 Oktober 2021

⁵⁶ Wawancara dengan Lili Mariana, *Via Whatsapp*, pada tanggal 24 Oktober 2021

Dalam akun Instagram Dakwahvisual.id terdapat pesan moral yang ditulis secara interaktif dan kreatif. Hal tersebut dapat membuat banyak orang menjadi lebih tertarik untuk membaca pesan dakwah karena dalam konten tersebut bukan hanya berupa tulisan, melainkan terdapat ilustrasi dan gambar yang membuatnya lebih menarik. Hal itu tentu saja tidak menimbulkan rasa bosan pada pembacanya.

salah satu contohnya:

Tentang Aqidah

Tabel 9
Data Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021 yang diteliti

Tanggal Upload dan Gambar	Deskripsi
<p>19 Oktober 2021</p> 	<p>Dalam postingan dengan tulisan “Menanti dalam Taat” tersebut, terkandung makna tentang jodoh di mana kita harus menanti jodoh sembari mempersiapkan diri untuk menjadi orang yang lebih baik lagi. Lalu dalam menanti jodoh seperti yang dimaksudkan pada postingan di atas, bahwa seseorang tidak dibenarkan untuk menanti jodoh tanpa taat pada Allah, namun menginginkan jodoh yang alim dan baik. Padahal jodoh merupakan cerminan diri di mana jika harus mendapatkan jodoh yang demikian, maka haruslah memperbaiki diri untuk mendapatkan jodoh yang diinginkan.</p>

Tabel 10
Penanda, Petanda dan Makna Postingan pada tanggal 19 Oktober 2021

Penanda	Petanda	Makna
Postingan dengan gambar laki-laki dan perempuan yang saling membelakangi. Dengan tulisan “Menanti dalam taat”	Laki-laki dan perempuan yang saling membelakangi. Dengan tulisan “Menanti dalam taat”	Sejatinya seorang perempuan adalah menunggu dalam ketaatan

Dalam postingan dengan tulisan “Menanti dalam Taat” tersebut, terkandung makna tentang jodoh di mana kita harus menanti jodoh sembari mempersiapkan diri untuk menjadi orang yang lebih baik lagi. Lalu dalam menanti jodoh seperti yang dimaksudkan pada postingan di atas, bahwa seseorang tidak dibenarkan untuk menanti jodoh tanpa taat pada Allah, namun menginginkan jodoh yang alim dan baik. Padahal jodoh merupakan cerminan diri di mana jika harus mendapatkan jodoh yang demikian, maka haruslah memperbaiki diri untuk mendapatkan jodoh yang diinginkan.

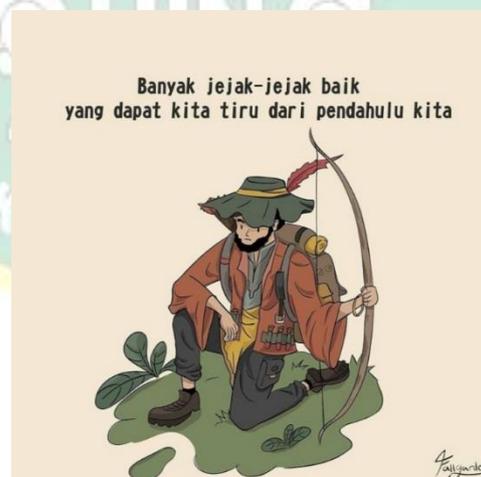
Gambar karya visual di atas merupakan pesan akhlak, yaitu akhlak kepada sesama lawan jenis. Pada karya visual di atas menjelaskan bahwa menunggu jodoh dalam taat tanpa harus memberikan perhatian lebih, sebab yang demikian malah akan memancing perasaan. Oleh karena itu, apabila tidak mempunyai kepentingan terhadap lawan jenis, maka bertemanlah sewajarnya saja. Percakapan dengan lawan jenis yang bukan mahram pada dasarnya boleh-boleh saja jika percakapan tersebut memenuhi syarat-syarat yang sudah ditetapkan oleh syara'. Seperti percakapan yang mengandung kebaikan, menjaga etika sopan santun, tidak memfitnah dan berkhalwat. Hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 32:

ضَعْنَ نَحْ فَلَا أَتَقِيَنَّ إِنِ النِّسَاءِ مِّنْ كَأَحَدٍ لَسْتُنَّ النَّبِيَّ يَنْسَاءِ
مَعْرُوفًا قَوْلًا وَقُلْنَ مَرَضٌ قَلْبِهِ فِي الَّذِي فَيَطْمَعُ بِالْقَوْلِ

“Hai istri-istri Nabi! Kamu tidak seperti perempuan-perempuan yang lain. Jika kamu bertakwa, janganlah kamu (istri-istri Nabi) tunduk (melembutkan suara) dalam berbicara sehingga orang yang dalam hatinya ada penyakit memiliki keinginan buruk dan ucapkanlah perkataan yang baik.” (QS, Al-Ahzab: 32)⁷³ Gambar 4.6 Membayangkan Kematian

Pada gambar karya visual di atas merupakan pesan akhlak, yaitu pesan akhlak kepada diri sendiri. Sebagai seorang yang mencari jodoh yang baik harus memiliki beberapa sifat baik terlebih dahulu. Sifat-sifat yang harus dimiliki antara lain, menjaga shalat, memiliki sifat malu, tidak suka mengumbar foto di sosial media, tidak suka mengghibah, tidak bermudah-mudahan dengan lawan jenis, menutup aurat sesuai syariat, tidak berhias di muka umum, suka menghadiri majelis ilmu, betah di rumah, taat dan menyenangkan hati suami. Asy-Syaikh al-Allamah Abdul ‘Aziz bin Abdillah bin Baz rahimahullah berkata, “Bila disebutkan kepadamu seorang wanita yang; menjaga sholatnya, menutup aurat, tidak berhias (di muka umum), tidak berdusta dan memiliki sifat-sifat (baik) semisalnya, maka inilah dia wanita yang shalihah.”

Unggahan 19 Oktober 2021:



Dari postingan tersebut, terdapat tulisan “Banyak jejak-jejak baik yang dapat kita tiru dari pendahulu kita” di mana memiliki arti, kita harus mencontoh hal-hal baik yang sudah terjadi lebih dulu untuk menjadikan hal

baik tersebut sebagai pengalaman. Hal itu memiliki tujuan supaya kita dapat melakukan yang terbaik agar tidak terdapat kesalahan seperti yang sudah terjadi terlebih dahulu. Postingan ini merupakan *repost* ulang dari akun Instagram @fall.garden.



Dalam postingan tersebut merupakan kelanjutan dari postingan yang di mana sebelumnya membahas mengenai jejak-jejak yang baik, sedangkan dalam postingan ini membahas kebalikannya, yakni mengenai jejak-jejak buruk. Dalam postingan tersebut terdapat tulisan “Ada juga jejak-jejak buruk yang dapat dijadikan pelajaran, namun kita kurang peka dalam melihat jejak-jejak itu.” Dalam hal ini terdapat makna bahwa terdapat hal-hal buruk yang bisa dijadikan pelajaran untuk memperbaiki suatu hal yang ingin dilakukan. Namun sayangnya, tidak banyak orang yang menyadari hal tersebut dan tidak memetik hikmah dari kejadian yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dituliskan pada bab-bab yang sudah dipaparkan, dengan demikian dalam bab ini dijelaskan kesimpulan dan masukan mengenai **Nila-nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Roland Barthes)**, yakni sebagai berikut:

1. Kategori nilai dakwah dalam Akun Instagram @dakwahvisual.id dilihat dari makna konotatif dan denotatif.

Secara ringkas, pesan dakwah dalam dakwahvisual.id mencakup tiga nilai: akidah, akhlak dan ibadah

(syari'ah) yang kemudian disebut dengan kategori nilai dakwah. Secara umum dalam makna konotatif dan denotatif dakwahvisual.id mengajarkan prinsip hidup kebaikan dengan sandaran ajaran Islam. Mulai dari cara menjalani hubungan dengan Tuhan dan hubungan dengan manusia.

2. Makna konotatif pesan Akidah, Akhlak, dan Syariah dalam Islam. dakwahvisual.id

sesuai dengan kajian yang dilaksanakan oleh peneliti mengajarkan makna konotatif merupakan makna yang tersirat dalam sebuah peristiwa atau pesan yang disampaikan secara tidak langsung. Misalnya dalam beberapa postingan yang bermaksud mengajak untuk beribadah, sabar dan sikap lainnya.

B. Saran

Sesudah peneliti melaksanakan penelitian mengenai **Nila-nilai Dakwah Pada Akun Instagram @dakwahvisual.id (Analisis Semiotika Roland Barthes)**, dengan demikian diberikan masukan antara lain:

1. Peneliti menginginkan untuk penggiat dakwah dari media internet supaya bisa lebih baik lagi pada penyampaian dakwah. Pemakaian media internet dianggap sangat efisien dan efektif pada penyampaian dakwah. Di

samping penggunaan murah dan mudah, dakwah dari internet pun bisa disebarkan secara luas dan menyeluruh.

2. Pada aktivitas berdakwah, kualitas da'i sangat diprioritaskan untuk mencegah kemunkaran dan mengajak kebaikan. Dengan demikian, para da'i harus mempunyai strategi yang efektif pada penyampaian dakwahnya. Tentunya dalam menguasai teknologi dan ilmu pengetahuan menjadi modal utama agar takwa dan iman menjadi meningkat.



DAFTAR PUSTAKA

- Mahmud Ahmad , *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), hlm. 13
- Tasmara Tato, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997)
- Hizair M A, “*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*”, hlm. 421.
- Gulo Dadi, *Kamus Psikologi*, (Bandung: Pionir Jaya, 1987), hlm. 533.
- A.W. Munawwir, “*Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*”, hlm. 407.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm.
- Hizair MA, “*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*”, hlm. 421. ¹ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 56.
- Nanih Machendrawaty dan Agus Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam Dari Ideologi, Strategi, sampai Tradisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 163.
- Basit Abdul, “*Filsafat Dakwah*”, hlm. 268.
- Muhyiddin Asep, Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 27.
- M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), hlm. 6.
- Amin Samsul Munir, “*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*”, hlm. 8.
- Arbi, Armawati. 2012. *Psikologi Komunikasi Tabligh*, Jakarta: Bumi Aksara
- Arif Wicaksono, M. 2017. *Pengaruh Media Sosial @wisatadawahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers*. Jurnal FISIP Volume. 4. No.2, Oktober 2017.
- Arifin, Anwar. *Dakwah kontemporer* p.90
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*, Jakarta: Media Kita
- Bambang Mudjiyanto,” *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi* “, Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 April 2013, Hlm 74
- Basit, Abdul . 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Dinillah, Ulya. 2019. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @TentangIslam Dan @HarakahIslamiyah)*, Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Desember 2019
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra 2019,” *Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial*”, Jurnal Nawala Visual Vol. 1 No 1 - Hlm 7

- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra 2019,” *Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial*”, Jurnal Nawala Visual Vol. 1 No 1 -Hlm 4
- Heriwati, Sri Hesti.2010. *Semiotika Dalam Periklanan*. Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1.
- Ilaihi,Wahyu. 2010.*Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan pertama
- Mahmud, Ahmad. 2002. *Dakwah Islam*, Bogor: Pustaka Thariqul Izzah,
- Moleong, Lexy J . 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mudjiyanto, Bambang 2013. *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi* .Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS Volume 16 No. 1 April
- Muhammad Sidiq 2020,” *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi* “, Jurnal Institut Agama Islam Negeri Parepare ., Hlm 3
- Ni'mah, Nilnan.2016. *Dakwah Komunikasi Visual*, Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober
- Nilnan Ni'mah 2016,” *Dakwah Komunikasi Visual*”, Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei- Hlm. 114
- Nilnan Ni'mah,” *Dakwah Komunikasi Visual*”, Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016, Hlm. 114
- Pradekso, Tandiyo . *Teori Komunikasi (Edisi 3)* ,(Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014)
- Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma.2019 *Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial*. Jurnal Nawala Visual Vol. 1 No 1 - Mei
- Saputra, Wahidin . 2012*Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, cetakanke-2.
- Sendjaja ,Sasa Djuarsa *Pengantar Ilmu Komunikasi*. In: *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, dan Sejarah*. (Universitas Terbuka, Jakarta ,2014)
- Septianti Soetarjo, Lelyana. 2018. *Kajian Semiotika Konotasi Roland Barthes Pada Foto Wanita Jawa Pada Kartu Pos Tahun 1900-1910* ,Jurnal Deskovi : Art And Design Journal Online Volume 1, Nomor 1, Desember 2018.

- Sidiq, Muhammad. 2020. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Masa Pandemi* . Jurnal Institut Agama Islam Negeri Parepare
- Soemirat, Soleh, (ed.) *Falsafah dan Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*..(Universitas Terbuka, Jakarta ,2014)
- Sri Hesti Heriwati 2010,” *Semiotika Dalam Periklanan*”, Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 Hlm 5
- Sri Hesti Heriwati 2010,” *Semiotika Dalam Periklanan*”, Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 Hlm 4
- Sri Hesti Heriwati 2010,” *Semiotika Dalam Periklanan*”, Jurnal Pendhapa Vol 1, No 1 Hlm 6
- Sudarto,1997. *Metode Penelitian Filsafat*,Jakarta: Raja Grafindo persada
- Sugiyono, 2011.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,Bandung: Alfabeta
- Tasmara, Toto . 1997. *Komunikasi Dakwah* ,Jakarta: Gaya Media Pratama,
- Ulya Dinillah 2019,” *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @Tentangislam Dan @Harakahislamiyah)* “, Jurnal Kaganga Volume 1 Nomor 1 Hlm 56
- Wibowo, Ari.2020. *Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual* Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 02, No. 02 Juli-Desember

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Supriyatin
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara ,9 Januari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Pekerjaan : Mahasiswa
Status Pernikahan : Belum Menikah
Alamat : Desa Sirkandi RT 07/01, Kecamatan,
Purwareja klampok, Kabupaten
Banjarnegara, Propvinsi Jawa Tengah,
Indonesia.
Nama Orang Tua : Bapak Nasrun & Ibu Saniyem
Nomor Telepon : 085801712359
Email : Supri099100@gmail.com
Riwayat Pendidikan :
SD : MI Al-fatah Sirkandi Kreyek
SMP : MTS Riyadus Sholihin Purwareja Klampok
SMA/MA : MA Al-hidayah 01 Purwareja Klampok
S-1 : UIN Prof K.H. Saefuddin Zuhri