PESAN AKIDAH VIDEO PARODI
(Semiotika Episode Karma Akun Instagram @nunuzoo)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:
Istianah
B91215056

PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Istianah

Nim : B91215056

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Desa Labuhan Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan, Madura.

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak dikumpulkan kepada pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 26 Maret 2019

METERAI TEMPEL
TGL. 20
5F2EDAFF72645431
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Istianah
B91215056

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Istianah

Nim : B91215056

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pesan Aqidah Video Parodi (Semiotika Episode Karma Akun Instagram @nunuzoo)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan pada sidang Skripsi.

Surabaya, 22 Maret 2019

Dosen Pembimbing

Tias Satria Adhitama, M.A

NIP: 197805092006041004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Istianah ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 8 April 2019

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abdul Halim, M.Ag.

NIP. 196307251991031003

Penguji I

Tias Satria Adhitama, MA.

NIP. 197805092006041004

Penguji II

M. Anis Bachtiar, M.Fil.I

NIP. 196912192009011002

Penguji III

Drs. Prihananto, M.Ag.

NIP. 196812301993031003

Penguji IV

Lukman Hakim, S.Ag., M.Si., MA.

NIP. 197308212005011004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Istianah
NIM : B91215056
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : annaistianah28@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pesan Akidah Video Parodi

(Semiotika Episode Karma Akun Instagram @nunuzoo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 April 2019

Penulis

(Istianah)

ABSTRAK

Istianah, NIM, B91215056**,** 2019, Pesan Akidah Video Parodi (Semiotika Episode Karma Akun Instagram @nunuzoo. Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, Video, Analisis Semiotik, Instagram, Parodi Karma,

Penelitian ini dilakukan untuk menelaah tentang pesan akidah yang terkandung dalam video parodi karma akun instagram @nunuzoo. Untuk mengetahuinya, terdapat beberapa fokus masalah, yaitu: 1) Bagaimana pesan akidah video parodi episode karma akun instagram?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah ingin menggali pesan akidah video parodi episode karma akun instagram @nunuzoo.

Untuk menjawab fokus masalah diatas, peneliti menggunakan pendekatan penelitiankualitatif dengan jenis penelitian teks media. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis semiotik model Charles Sander Peirceyang dikenal dengan teori segitiga makna yaitu tanda, objek dan interpretan dalam menganalisis sebuah tanda-tanda.

Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, peneliti mengungkapkan terdapat pesan akidah dalam video akun instagram @nunuzoo episode karma. Pesan yang terkandung adalah selalu ingat terhadap Allah, meminta pertolongan hanya kepada Allah, dan percaya akan kekuasaan Allah SWT.

Peneliti merekomendasikan penelitian pesan dakwah pada video akun instagram @nunuzoo yang akan mendatang agar lebih mampu mengembangkan penelitian ini dari sudut pandang yang berbeda, misalnya dengan menggunakan teori dan analisis yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Kegunaan Penelitian 7
1. Teoretis 7
2. Praktis 7
E. Definisi Konseptual 8
1. Pesan Dakwah Akidah 8
2. Video Parodi 10
3. Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce 11
4. Media Sosial Instagram 12
F. Sistematika Pembahasan 13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN 16
A. Pesan Dakwah Video Parodi Dalam Akun Instagram 16
1. Pesan Dakwah 16
2. Video Parodi 25
3. Media Sosial Instagram 27
B. Kajian Teori (Semiotik Charles sanders Peirce) 36
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan 39
BAB III METODE PENELITIAN 46
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian 46
B. Unit Analisis 50
C. Tahapan Penelitian 50
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Deskripsi Objek Penelitian 53
1. Instagram 53
2. Profil Akun @nunuzoo 55
3. Video Parodi Karma 57
4. Profil Nurul Azka (@nunuzoo) 58
B. Penyajian Data 63
C. Analisis Data 71
BAB V PENUTUP 83
A. Kesimpulan 83
B. Saran 83
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah mempunyai sebuah pengertian sebagai suatu ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan lain sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan terencana sebagai usaha untuk memengaruhi orang lain. Baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan. Dari pengertian tersebut, dakwah juga bisa dimaknai mengajak manusia untuk mengajarkan kebaikan, mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.[2]

Sebagaimana firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 104:

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

Artinya;Danhendaklah ada diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru pada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.(Qs.Ali Imran (3):104)[3]

Dalam melaksakan tugas dakwah, seorang da'i dihadapkan pada kenyataan bahwa individu-individu yang akan di dakwahi memilikikeberagaman dalam berbagai hal, seperti pikiran-pikiran, pengalaman, kepribadian dan lain-lain. Keberagaman tersebut akan memberikan corak yang berbeda pula dalam menerima materi dakwah dan menyikapinya, karena itulah

[2]Yunan Yusuf, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 7
[3] Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjmah Syaamil Quran Yasmina*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012), h. 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengefektifkan usaha dakwah seorang da'i dituntut untuk memahami mad'u yang akan dihadapi.4

Pada era globalisasi ini, ilmu dan teknologi nampak berkembang semakin pesat. Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat ini, menjadi peluang pendakwah untuk masuk kedalamnya agar bisa menyampaikan pesan dakwahnya, karena dakwah itu tidak hanya berdakwah di dalam majelis ataupun berada diatas mimbar saja, melainkan dakwah juga bisa masuk kedalam teknologi dan media informasi yang semakin canggih pada saat ini untuk berkontribusi dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Ilmu dan teknologi merupakan produk dari kinerja akal dan penalaran serta keterampilan manusia, yang sangat berguna dalam memakmurkan bumi serta mengembangkan kebudayaan dan pendapatan. Ilmu dan teknologi juga sangat diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan dakwah yang efektif. Tanpa pemanfaatan ilmu dan teknologi, dakwah tidak akan berkembang efektif, dan bahkan dapat dikalahkan oleh lawan dakwah yang justru sarat dengan muatan ilmu dan teknologi.5

Melihat dari berkembangnya ilmu dan teknologi yang semakin pesat,dakwah telah masuk dalam berbagai perkembangan media informasi. Perkembangan media informasi saat ini dengan cepat dan efektif dalam menyampaikan pesan dan sudah tidak bisa dipungkiri lagi bahwa dakwahpun telah masuk ke dalam aspek media informasi yang baru, yaitu Internet. Dimana internet saat ini sudah sangat meluas sekali, perkembangan internet mulai

---

[4]Faizah dan Lalu Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 36
[5]Anwar Arufun, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha ilmi, 2010), h.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merambah dan menempatkan posisi yang kuat di deretan media massa yang lebih dahulu ada dan kebanyakan saat ini masyarakat menggunakan Internet.

Internet berasal dari kepanjangan International Connection Networking. International berarti global atau seluruh dunia; connection berarti hubungan komunikasi, dan networking berarti jaringan. Dengan demikian, Internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta komputer) yang terhubung di seluruh dunia.6

Melalui internet pula, yang jauh akan terasa dekat karena bisa berhubungan melalui internet dan melalui internet pula masyarakat dapat mengakses berbagai situs-situs di website mengenai berbagai pengetahuan dan informasi saat ini, istilahnya tidak ada kata tidak update karena bisa mengakses kapan pun yang kita mau karena tidak terbatas dengan ruang dan waktu. Dengan demikian pendakwah memiliki fasilitas untuk meluapkan segala pesan yang akan disampaikan melalui media baru ini yaitu internet. Sehingga internet menjadi alat dakwah kontemporer yang memiliki jangkauan luas untuk menyeru kepada hal-hal yang Allah sukai dan mencegah dari hal yang Allah benci.

Masyarakat sudah menganggap internet sebagai media yang sangat pas untuk digunakan pada saat ini, karena dengan gampang dan mudah, masyarakat dapat menggali, mencari dan menemukan sebuah informasi juga berkomunikasi hanya dengan genggaman saja, dimana dengan menggunakan smartphone yang semakin canggih dapat mengakses internet, sehingga begitu

[6]Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 359-360

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cepat nya kita bisa mendapatkan sebuah informasi dan bisa berkomunikasi dengan orang yang berada diluar negeripun.

Media komunikasi dan informasi yang dikembangkan oleh internet memiliki berbagai macam produk, salah satu diantaranya yaitu media sosial. Dimana media sosial utamanya digunakan sarana komunikasi antara satu dengan yang lainnya secara menyeluruh.Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat melalui smartphone saat ini.

Terdapat 45 juta pengguna Instagram yang aktif setiap bulan pada kuartal pertama bulan April 2017.menurut Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati, saat jumpa pers di Jakarta, Rabu siang, Pengguna Instagram di Indonesia adalah komunitas terbesar di Asia Pasifik.7 Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi bidikan foto dan video. Instagram resmi dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger di California. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata insta berasal dari kata instan, yang artinya sama seperti fungsinya yaitu kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan foto instan. Sedangkan kata gram berasal dari telegram, dimana yang dimaksudkan cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.8

Konten utama pada aplikasi Instagram ini yaitu berbagi foto dan video yang berduasi hanya satu menit saja, selain itu juga terdapat kolom caption juga ada kolom komentar, agar bisa berinteraksi antara pengguna dan

[7]https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 03 Februari 2019
[8]http://www.linkpengetahuan.com/2017/05/penemu-Instagram-dan-sejarah-singkatnya.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengakses, sehingga disitu timbullah yang namanya berbagi informasi. Dalam media Instagram ini, pengguna bukan hanya dijadikan untuk eksistensi diri melainkan dengan adanya Instagram ini, masyarakat memanfaatkan dengan menjadikannya sebagai bisnis, dakwah atau bahkan berbagi informasi.

Dengan banyaknya masyarakat yang mengakses media sosial Instagram pada saat ini, hal ini menjadikan peluang besar bagi pendakwah untuk masuk kedalam nya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Sehingga menggunakan media ini pula, pendakwah akan semakin menjadi kreatif untuk menyampaikan pesan nya, sehingga pesan yang disampaikan itu menjadi menarik untuk dibaca dan akan mudah diterima oleh masyarakat.

Salah satu akun dakwah yang terdapat dalam Instagram yaitu akun milik @nunuzoo. Dalam akun @nunuzoo ini terdapat berbagai macam motivasi dan dakwah yang dikemas dalam video parodi yang berdurasi satu menit. Sehingga hampir semua postingannya itu berasumsi mengenai motivasi dan dakwah daripada memposting foto pribadi atau foto bersama teman, keluarga dan yang lainnya. Pada akun Instagram @nunuzoo memiliki 251 postingan dan 635.000 followers.9

Konten video yang dibagikan akun @nunuzoo berupa pesan motivasi dan dakwah yang dikemas dengan sangat menarik. Dimana dalam penyampaiannya itu selalu menggunakan metode yang humoris, tidak serius, selalu ada candaan namun pesan tetap tersampaikan dengan baik dan dakwahnya itu juga pasti selalu upadate sesuai dengan keadaan masyarakat sekarang atau bisa disebut dengan dakwah kekinian. Sehingga isi dalam video yang seperti itu, pesan nya

[9]https://instagram.com/nunuzoo?utm_source=ig_profile_share&igshid=1jfu4m41cq242, diakses pada tanggal 03 Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan lebih diterima daripada yang lainnya. Karena pada zaman yang seperti sekarang ini, masyarakatjuga lebih suka dengan menggunakan metode humor.

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian BKI dikarenakan dalam video parodi karma dalam akun @nunuzoo ini, berasumsi mengenai klien yang memiliki masalah. Jadi persamaannya yaitu sama-sama menangani klien yang memiliki sebuah masalah. Namun, penelitian ini tetap di katakan sebagai penelitian KPI bukan BKI. Karena peneltian KPI lebih melihat proses penyiaran instagram sampai dilihat oleh pemirsa atau para audien sebagaimana dalam video parodi karma dalam akun @nunuzoo yang sedang peneliti lakukan.

Terlihat dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.Karenadalam akun @nunuzoo ini berdakwah dengan menggunakan stand up comedi atau humor. Namun pesan dakwahnya tetap tersampaikan, khususnya bagi kaum remaja.Melihat kaum remaja saat ini, sangat sulit sekali untuk di ajak ke tempat pengajian bahkan lebih sering kecanduan dengan namanya internet. Sehingga tidak heran jika dakwah yang di sampaikan oleh @nunuzoo, followersnya lebih banyak para remaja. Hal ini juga bisa menjadi referensi bagi penerus dakwah. Khususnya dalam jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk menjadi salah satu metode yang baru, unik, dan lucu. Agar terlihat menarik dalam menyampaikan pesan dakwahnya sehingga akan lebih mudah dan gampang untuk diterima oleh masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini tentang bagaimana pesan akidahvideo episode parodi karma akun instagram @nunuzoo?

C. Tujuan Penelitian

Terkait dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk menggali pesan akidah video episode parodi karma akun instagram @nunuzoo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoretis

   Bagi peneliti, penelitian ini merupakan wahana untuk mengembangkan pola pikir yang kritis terhadap aktivitas Dakwah dan merupakan syarat untuk memenuhi tugas akhir untuk mendapatkan gelar S1, selain itu, penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa sebagai panduan dan referensi untuk penelitian dimasa mendatang.

2. Praktis

   Bagi Fakultas Dakwah, khususnya Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangsih teoretis berupa khazanah keilmuan dakwah dan sebagai pengembangan keilmuan dalam pelaksanaan syiar Islam untuk berdakwah dengan cara yang berbeda dan menarik agar dapat diterima oleh mad'u.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konseptual

1. PesanDakwah Akidah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahasa arab, pesan dakwah disebut maudlu'al-dakwah. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah "materi dakwah" yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi maad-dah al-da'wah. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahfahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah" jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.[10]

Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadist).[11]Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klasifikasi yang diajukan para ulama dalam memetakan Islam. Ending Saifuddin Anshari (1996:71), membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

a. Akidah yang meliputi Iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kiab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *qadla dan qadar*.

[10] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 272
[11] Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, h. 273

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Syariah yang meliputi ibadah dalam arti khas (*thaharah, shalat, as-shaum, zakat, haji*) dan muamalah dalam arti luas (al-qanun-al khas/hukum perdata dan *al-qanun al-'am*/hukum publik).
c. Akhlak yang meliputi akhlak kepada *al-khaliq dan makhluq* (manusia dan non manusia).[12]

Peneliti lebih spesifik terhadap pesan dakwah akidahnya. Akidah berasal dari Bahasa arab*Aqidah* yang bentuk jamaknya adalah *a'qa'id* dan berarti *faith belief* (keyakinan/kepercayaan). Sedangkan menurut Loouis Ma'luf ialah *ma 'uqidah 'alayh 'al-qalb wa al-dlamir*, yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.[13]

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah *akidah Islamiyah*. Aspek *akidah* ini yang akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah *akidah* atau keimanan.[14]

Apabila kita berbicara tentang akidah, maka yang menjadi topik pembicaraan adalah masalah keimanan yang berkaitan dengan rukun-rukun iman dan peranannya dalam kehidupan beragama. Rukun iman meliputi:

1) Iman kepada Allah
2) Iman kepada Malaikat Allah
3) Iman kepada Kitab-kitab Allah
4) Iman kepada Nabi dan Rasul
5) Iman kepada Hari Kiamat

[12]Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 284
[13] Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya, 2012) h. 84
[14] Muhammad Munir, Wahyu Ilaihhi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Iman kepada Qadla dan Qadar

Pada penelitian ini, pesan dakwah akidahyang disampaikan berupa kepercayaan kita terhadap Allah SWT pada video akun @nunuzoo. Peneliti sengaja tidak menggunakan keseluruhan video yang terdapat di dalam akun @nunuzoo karena memiliki tema yang berbeda-beda, sehingga peneliti hanya memfokuskan kepada satu video dalam episode parodi karma di dalam akun @nunuzoo yang di dalamnya terdapat pesan dakwah akidahnya.

2. Video Parodi

Video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang Teknik, saintifik, produksi dan keamanan.[15]Parodi merupakan karya sastra atau seni yang dengan sengaja menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenakaan.[16]

Parodi (sering disebut juga plesetan) dalam penggunaan yang umum, artinya adalah suatu hasil karya yang digunakan untuk memelesetkan, memberikan komentar atas karya tulis, judulnya ataupun tentang pengarangnya dengan cara yang lucu atau dengan bahasa satire.[17]

Melihat dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Video Parodi merupakan suatu gambar bergerak yang sengaja menirukan gaya atau pencipta lain dengan cara yang lucu atau bahasa satire dengan maksud mencari efek kejenakaan.

[15]https://id.m.wikipedia.org/wiki/Video, diakses pada tanggal 03 Februari 2019
[16]https://kbbi.web.id/parodi.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019
[17]https://id.m.wikipedia.org/wiki/Parodi, diakses pada tanggal 03 Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce

Analisis semiotika juga menganalisis tidak sekedar realitas media massa akan tetapi konteks realitas pada umumnya. Semiotik sebagai suatu model memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda. Dengan demikian, semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.[18]

Alex Sobur mengatakan bahwa ilmu semiotik merupakan model dari pengetahuan sosial yang memahami dunia sebagai sistem yang unit dasarnya adalah tanda.[19]Charles Sanders Peirce, merupakan salah satu tokoh penting dalam bidang semiotik. Ia merupakan ahli filsafat dan logika Amerika. Peirce mengidentifikasikan semiotik dengan tiga jenis, yaitu icon, index dan simbol. Icon merupakan tanda yang mewakili dari perwakilan wujud (fisik). Istilah index merupakan tanda yang muncul dari sebab-akibat atau bahkan pemaknaanya langsung dikaitkan dengan kenyataanya. Sedangkan simbol merupakan tanda yang muncul dari kesepakatan dari masyarakat. Ketiga Point tersebut dikenal dengan Segitiga makna (Triagle Meaning).

Peneliti menggunakan pendekatan semiotik karena peneliti meneliti tanda yang terdapat dalam video akun @nunuzoo dengan menggunakan teori dari Charles Sanders Peirce yang merupakan grand theory dalam semiotik. Sehingga dengan begitu, penelitian akan lebih menjadi valid karena mengupas secara menyeluruh.

[18]Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 170.
[19]Alex Sobur, *Analisis Tex Media*, (Remaja Rosda Karya: Bandung, 2006), h. 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Media Sosial Instagram

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.[20]

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat melalui smartphone. Terdapat 45 juta pengguna Instagram yang aktif setiap bulan pada kuartal pertama bulan April 2017. Menurut Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati, saat jumpa pers di Jakarta, Rabu siang, Pengguna Instagram di Indonesia adalah komunitas terbesar di Asia Pasifik.[21]Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi bidikan foto dan video. Instagram resmi dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger di California. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata insta berasal dari kata instan, yang artinya sama seperti fungsinya yaitu kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan foto instan. Sedangkan kata gram berasal dari telegram, dimana yang dimaksudkan cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.[22]

Salah satu akun dakwah di instagram yaitu akun @nunuzoo. Akun @nunuzoo di dalamnya memuat berbagai macam video berdurasi satu menit yang berupa pesan motivasi dan dakwah yang dikemas dengan sangat menarik. Dimana dalam penyampaiannya itu selalu menggunakan metode

[20] Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), h. 104
[21]https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 03 Februari 2019
[22]http://www.linkpengetahuan.com/2017/05/penemu-Instagram-dan-sejarah-singkatnya.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang humoris, tidak serius, selalu ada candaan namun pesan tetap tersampaikan dengan baik dan dakwhanya itu juga pasti selalu upadate sesuai dengan keadaan masyarakat sekarang atau bisa disebut dengan dakwah kekinian. Sehingga isi dalam video yang seperti itu, pesannya akan lebih diterima oleh khalayak masyarakat daripada yang lainnya. Karena pada zaman yang seperti sekarang ini,masyarakat lebih suka dengan menggunakan metode humor namun pesan yang disampaikan tetap tersampaikan dan mengena terhadap audiens, apalagi bagi kaum remaja yang hobinya menggunakan media sosial.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan penelitian ini, maka peneliti akan menyusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dan terbagi atas sub bab di dalamnya. Berikut adalah sistematika pada pembahasan laporan ini.

BAB I PENDAHULUAN, berisi tentang latar belakang masalah sebagai landasan dasar proses penelitian, kemudian dirinci dengan rumusan masalah untuk memberikan batasan terhadap masalah yang diteliti, diteruskan dengan tujuan penelitian sebagai jawaban daripada rumusan permasalahan dalam penelitian. Kemudian dilanjut kepada manfaat penelitian. Manfaat penelitian merupakan manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian, diteruskan dengan definisi konseptual dan diakhiri dengan sistematika pembahasan yang menjelaskan tiap bab secara singkat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, mengkaji tentang kajian pustaka dan teori yang digunakan dalam penelitian. Bab ini berisikan tentang kajian teoretis substantial yang terdiri atas pesan dakwah akidah, media sosial Instagram, kajian teori kontekstual yaitu tentang teori semiotik Charles Sanders Peirce dan kajian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN, memaparkan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu pertama, pendekatan dan jenis penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan dalam proses penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan Kualitatif Deskiptif dengan analisis Semiotik. Kedua, Unit analisis menjelaskan tentang fokus yang diteliti, dimana dalam penelitian ini meliputi video dalam episode parodi karma di akun @nunuzoo dan ketiga yaitu Tahapan Penelitian menjelaskan tentang tahap-tahap yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA, menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada bab ini membahas tentang deskripsi tentang obyek penelitian yaitu akun Instagram @nunuzoo, kemudian penyajian data, penjabaran tentang video dalam episode parodi karma di akun @nunuzoo, dilanjutkan analisis data, kemudian temuan data, dan yang terakhir yaitu interpretasi data.

BAB V PENUTUP, merupakan akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan yang menjelaskan secara ringkas dari hasil temuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian dan jawaban dari rumusan masalah kemudian saran dari peneliti berdasarkan hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Pesan Dakwah Video Parodi Dalam Akun Instagram

1. Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Pesan dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u.[23] Isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan pada intinya adalah ajakan berbuat kebaikan yang diajarkan dalam Islam dengan istilah amar makruf, sebaliknya sebutan untuk meningggalkan dan menjauhi yang dilarang dalam Islam adalah Nahi Munkar.[24]

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan Hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadis)[25]

[23] M. munir. Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana 2006), h.24
[24] Wahyu Ilaihi dkk, *Komunikasi Dakwah*, (Surabaya: Citra Media Nusantara,) h.28
[25] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.272-273

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Ayat-Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Dalam mengutip ayat Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan yaitu penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar, penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya disertai terjemahannya, sebaiknya ayat Al-Qur'an ditulis pada lembaran yang tidak mudah diletakkan pada tempat yang kotor atau mudah terinjak, penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya tidak dipenggal dari keseluruhan ayat, agar terhindar dari distorsi pemahaman, sebaiknya ayat Al-Qur'an dibaca dengan *tartil* dan jelas, ketika mengutip ayat Al-Qur'an sebelumnya perlu didahului ungkapan atau tulisan: "Allah SWT berfirman….." (al-Nawawi, 1985: 123), antara ayat yang dikemukakan dengan topik dakwah harus sesuai dan relevan, sebelum membaca ayat Al-Qur'an, pendakwah hendaknya membaca *ta'awwudh* dan *basmalah* (al-Nawawi, 1985: 64-65).[26]

b. Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan Hadis. Dalam mengutip Hadis Nabi SAW, ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah, yaitu penulisan atau pengucapan hadis harus benar, penulisan atau pengucapan matan Hadis sebaiknya disertai

[26] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h.273-274

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjemahannya, agar pengertiannya dapat dipahami oleh mitra dakwah, nama Nabi SAW atau Rasulullah SAW serta nama perawi sahabat dan perawi penulis kitab Hadis harus disebutkan, pendakwah harus memprioritaskan Hadis yang lebih tinggi kualitasnya, pengungkapan Hadis harus sesuai dengan topik yang dibicarakan.[27]

Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klasifikasi yang diajukan para ulama dalam memetakan Islam. Ending Saifuddin Anshari (1996: 71), membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

1) Akidah

Secara bahasa akidah berasal dari kata al-‘aqd yang berarti simpul, ikatan, perjanjian, kokoh, kepercayaan atau keyakinan.[28]

Akidah menurut istilah, adalah hal-hal yang wajib dibenarkan oleh hati dan jiwa merasa tentram kepadanya, sehingga menjadi kayakinan kukuh yang tidak bercampur dengan keraguan. Maksudnya keyakinan kokoh yang tidak dapat ditembus oleh keraguan bagi orang yang meyakininya dan keimanan tersebut wajib selaras dengan kenyataan, tidak menerima keraguan dan dugaan. Jika ilmu tidak sampai pada derajat keyakinan yang kuat, maka tidak bisa disebut akidah. Disebut akidah karena manusia mempertalikan hatinya kepada-Nya.[29]

[27]Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.274-276
[28] Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlak Madrasah Aliyah*, (Madura: Jauhar, 2008), h. 4
[29] Nur Hidayat, *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), h.24-25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengertian iman atau akidah meliputi enam perkara:*Pertama*, Ma'rifat kepada Allah, ma'rifat kepada nama-nama-Nya yang baik dan sifat-sifat-Nya yang tinggi, ma'rifat kepada dalil-dalil wujud-Nya dan fenomena-fenomena keagungan-Nya di alam semesta ini.*Kedua*, Ma'rifat kepada alam yang ada dibalik alam semesta ini atau alam yang tidak dapat dilihat (alam ghaib). Demikian pula kekuatan-kekuatan ketenangan yang ada di dalamnya yang tercermin pada para malaikat dan kekuatan-kekuatan jahat yang tercermin pada iblis dan tentara-tentaranya dari kalangan setan. Juga ma'rifat kepada apa yang ada di alam ini berupa makhluk jin dan ruh-ruh.*Ketiga*, Ma'rifat kepada kitab-kitab Allah yang diturunkan untuk menentukan rambu-rambu kebenaran dan kebathilan, kebaikan dan kejahatan, halal dan haram, yang baik dan yang buruk.*Keempat*, Ma'rifat kepada para Nabi dan Rasul Allah yang telah dipilih untuk menjadi petunjuk jalan dan pembimbing makhluk untuk mencapai kebenaran.*Kelima*, Ma'rifat kepada hari akhir dan hal-hal yang ada di dalamnya, seperti kebangkitan dari kubur, balasan amal, balasan siksa, surga dan neraka.*Keenam*, Ma'rifat terhadap qadar (takdir) yang di atas landasannya sistem alam semesta ini berjalan, baik dalam penciptaan maupun pengaturannya.[30]

Akidah di ibaratkan seperti pondasi bangunan yang harus didirikan dengan kuat agar tidak mudah goyah atau roboh. Akidah merupakan dasar daripada ajaran agama Islam yang berisi tentang

[30]Nur Hidayat, *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), h.25-26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keyakinan, kepercayaan dan keimanan secara mendalam kepada Allah SAW. Oleh karena itu, materi akidah menjadi pesan dakwah yang utama yang memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan kepercayaan agama lain sebegai berikut:[31]

a) Masalah akidah (Keimanan), keterbukaan melalui persaksian (Syahadat). Seorang muslim hendaknya memiliki identitas yang jelas dan mengakui identitasnya keagamaannya.
b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan Allah adalah Tuhan seluruh alam.
c) Ketahanan anatara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Sumber sumber akidah yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadis. Al-Qur'an dan Al-Hadis harus dijadikan pedoman hidup bagi orang yang beriman agar mendapat keselamatan dunia akhirat dan tidak termasuk kedalam golongan yang sesat, sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW dalam Hadisnya yang artinya: " Dari Jabir bin Abdillah berkata, saya telah tinggalkan sesuatu pada kalian, jika kalian berpegang teguh padanya tidak akan tersesat yaitu Al-Qur'an dan Sunnahku keluargaku ". (H.R. At-Tirmidzy).[32]

Ciri ciri keimanan atau akidah yang kuat yaitu ridha dan taat kepada Allah SWT, rela terhadap ajaran Islam dan yakin bahwa Muhammad adalah Rasulullah dengan cara mengikuti ajarannya,

[31] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006) h.24
[32] Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*,(Madura: Jauhar, 2008), h. 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berakhlak mulia, mencintai dan membenci seseorang karena Allah SWT, bacaan ayat-ayat suci Al-Qur'an dapat menggetarkan hatinya.[33]

Akidah atau keimanan seseorang dapat berkurang , menjadi lemah atau tipis dikarenakan perbuatan maksiat dan kedhaliman sepanjang masih tetap meyakini bahwa semua kesalahan yang dilakukannya itu termasuk pelanggaran terhadap ajaran Islam dan akan mendapat dosa.[34] Adapun perkara-perkara yang dapat merusak bahkan dapat menghilangkan atau membatalkan akidah islamiyah yang dilakukan oleh seseorang yaitu perbuatan syirik, tuduhan yang tidak benar kepada seseorang bahwa ia telah kafir dan fasik, membuat dan menyebarkan hadis palsu dengan sengaja, mengingkari dan senda gurau dalam perkara yang berkaitan dengan hukum atau ajaran agama Islam.[35]

Sebagaimana yang telah diketahui, bahwa akidah atau keimanan pada diri seseorang akan berbeda dan berubah. Oleh karena itu, manusia harus mengetahui cara-cara untuk menjaga dan meningkatkan kadar akidah atau keimanan. Berikut ini merupakan metode-metode peningkatan kualitas akidah dalam kehidupan, antara lain:

a) Membiasakan diri untuk membaca, mendengarkan, menghayati, memahami dan mengamalkan isi Al-Qur'an.
b) Menjauhi hal-hal yang dilarang oleh agama dan menutup setiap kesalahan dengan kebaikan.

[33] Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, (Madura: Jauhar, 2008), h. 8
[34] Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, h. 8
[35] Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, h. 9-10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Menanamkan perasaan dan hati bahwa segala gerak gerik yang dilakukan manusia pasti diketahui dan diawasi oleh Allah SWT serta menumbuhkan rasa malu kepada orang lain.

d) Jangan sampai mendoakan untuk keselamatan atau ampunan bagi orang kafir baik yang masih hidup atau yang sudah mati.[36]

Indikator keimanan terhadap Allah SWT dari pandangan manusia tentunya hanya dapat ditinjau dari akal dan pastinya Al-Qur'an dan Hadist menjadi pedomannya. Untuk itu, mari kita simak apa saja dasar yang menjadi indikator keimanan terhadap Allah swt:

Pertama, Munculnya perasaan cinta dan semangat. Seseorang akan mengetahui pasti bahwa apa pun yang dilakukannya selalu berada di bawah pengawasan Allah, sembari meyakini pula bahwa segala amal perbuatannya pula tidak lepas dari penglihatan Allah. Bahkan, manusia hanya dengan niat semata dan tidak berusaha Allah akan tetap menganugerahkan pahala dan ganjaran kepadanya. Seseorang yang mengetahui hal ini, pasti akan hidup dalam ketenangan dan perasaan damai di hati.

Kedua, Menjauhkan diri dari tipu muslihat, kehinaan moral, dan pelecehan hak. Seseorang yang menyadari diri serta perbuatannya berada di bawah pengawasan serta kekuasaan Allah, dan berjanji tidak akan melakukan perbuatan penipuan.

Ketiga, keagungan. Seseorang yang bersedia menjadi hamba-Nya, tidak akan bersedia tunduk pada kekuatan yang lain. Ia akan

[36]Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, (Madura: Jauhar, 2008), h. 12-14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memandang bahwa kehadiran kekuatan selain kekuatan dari Allah sama seperti dirinya sebagai hamba. Kesimpulannya tidak ada kekuatan yang lebih besar dari kekuatan Allah SWT.

Keempat, Tidak akan melakukan pekerjaan yang merugikan. Karena setiap perbuatan baik yang dikerjakannya akan mendapat pahala serta ganjaran yang kekal dan abadi, ia tidak akan pernah bersandar selain daripada Allah SWT, dan senantiasa menjauhkan diri dari berbagai kecenderungan kepada selain-Nya.

Kelima, Merasakan ketenangan jiwa. Di sini kita akan melihat berbagai faktor penyebab munculnya rasa gelisah dan guncangan jiwa. Darinya, kita dapat menyaksikan dengan jelas bagaiamana keimanan kepada Allah mampu menciptakan ketenangan dalam jiwa.[37]

2) Syariah

Menurut etimologi, Syariah adalah hukum-hukum Allah yang diperintahkan kepada hambaNya, baik itu hukum dari Al-Qur'an maupun hukum dari Sunnah Nabi, yaitu perkataan, perbuatan dan penetapan sesuatu. Syariah Islam mengembangkan hukum yang bersifat komprehensif yang meliputi segenap kehidupan manusia. Pesan dakwah yang menyajikan unsur syariah harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas dibidang hukum yang bersifat wajib, mubah (diperbolehkan), mandup

[37]http://www.islamnyamuslim.com/2012/12/indikator-keimanan-terhadap-allah-swt.html?m=1, diakses pada tanggal 09 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(diperbolehkan), mandup (dianjurkan supaya tidak dilakukan) dan haram (dilarang).[38]

Menurut Ali Ahmad Al Jarwaji hikmah di turunkannya syariah ada empat sebab, yaitu:[39]

a) Untuk mengetahui tentang Allah dan apapun yang berkenaan denganNya.
b) Untuk mengetahui cara beribadah kepada Allah sebagai bentuk pengagungan kepadaNya.
c) Mendorong manusia agar melakukan yang makruf dan meninggalkan yang munkar.
d) Menghentikan kezhaliman terhadap orang-orang yang teraniaya dengan menetapkan suatu hukuman atau sanksi.

3) Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa Arab "Akhlaq" yang merupakan bentuk jamak "Khuluq". Menurut bahasa "Akhlaq" berarti budi pekerti, tabi'at atau watak. Dalam segi bahasa akhlak sering disinonimkan dengan moral, sopan santun dan etika. Menurut istilah yaitu akhlak berpangkal pada hati, jiwa atau kehendak kemudian diwujudkan dalam perbuatan sebagai kebiasaan yang tidak dibuat-buat dan tanpa adanya paksaan atau tanpa kesengajaan terlebih dahulu.[40]

Ada dua macam akhlak yaitu terpuji (mahmudah) dan tercela (madzmumah). Adapun tentang induk-induk akhlak terpuji (mahmudah) yaitu bersikap santun dan berbuat baik kepada orang tua,

[38] M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: kencana 2006) h.27
[39] Ali Ahmad Al Jarwaji, *Indahnya Syariat Islam*, (Jakarta: Genna Insani Press, 2006) h.7
[40]Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, (Madura: Jauhar, 2008), h. 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

iffah atau menjauhkan dan menahan diri dari yang tidak halal, musawah atau mempersamakan keadaan yang serupa dengan yang lain, ukhuwah atau persaudaran dan sabar.[41] Sedangkan tentang induk-induk akhlak tercela (madzmumah) merupakan kebalikan dari sifat terpuji, yaitu durhaka terhadap kedua orang tua, perbuatan zina dan menuduh seseorang telah berbuat zina, membuka dan memamerkan tubuh kepada selain mahramnya, ghibah atau menggunjing dan sombong.[42]

2. Video Parodi

Video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang Teknik, saintifik, produksi dan keamanan.[43]Parodi merupakan karya sastra atau seni yang dengan sengaja menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenakaan.[44]

Dalam bidang sastra, konsep parodi dikenal sebagai tiruan gaya dan cara seseorang dalam hal karya seni yang biasanya mengedepankan pandangan negatif dari seseorang tersebut dengan usaha untuk mengejek karya tersebut, namun terkadang dapat juga berupa ekspresi kekaguman seseorang terhadap suatu karya. KamusBesar Bahasa Indonesia mendefinisikan parodi sebagai suatu karya seni yang dengan sengaja

[41] Siti Saadah. Imam Ghazali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, h. 42-45
[42]Siti Saadah. Imam Ghozali, *Aqidah Akhlaq Madrasah Aliyah*, (Madura: Jauhar, 2008), hal 46-49
[43]https://id.m.wikipedia.org/wiki/Video, diakses pada tanggal 27 Maret 2019
[44]https://kbbi.web.id/parodi.html, diakses pada tanggal 27 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenakaan.[45]

Parodi sebagai suatu karya kreatif manusia dalam konteks hukum kekayaan intelektual mendapat perlindungan melalui rezim hak cipta. Sebagaimana diketahui karya cipta yang mendapat perlindungan hak cipta adalah karya dibidang seni, sastra dan ilmu pengetahuan. Parodi dapat dikategorisasikan di bidang karya seni, oleh karenanya relevan rezim hukum hak cipta melindungnya.

Dari paparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Video Parodi merupakan suatu gambar bergerak yang sengaja menirukan gaya atau pencipta lain dengan cara yang lucu atau bahasa satire dengan maksud mencari efek kejenakaan.

Video parodi yang peneliti lakukan, yaitu parodi dari suatu program acara di ANTV yang berjudul karma yang dibawakan oleh Roy Qiosy sebagai peramalnya. Ulama Nahdlatul Ulama (NU) Jawa Timur mengeluarkan fatwa haram untuk acara Karma yang ditayangkan sebuah stasiun televisi swasta.Fatwa diambil dalam bahtsul masail (forum diskusi para ulama) yang digelar bersamaan dengan Konferensi Wilayah (Konferwil) NU Jatim di Ponpes Lirboyo, Kota Kediri.

Para ulama NU berpendapat tayangan Karma tergolong menayangkan arrof atau kahin (peramal) serta mengandung unsur-unsur menyebar luaskan aib orang lain.Selain itu Karma juga memublikasikan praktek keharaman serta dapat merusak akidah orang lain.Sementara hukum yang menonton

[45] Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI)-Kamus versi online/daring (dalam jaringan), https://kbbi.web.id/parodi, diakses pada tanggal 27 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan mempercayainya tayangan Karma adalah haram.Kecuali jika tayangan itu sebagai bahan kajian atau dlorbil amtsal (memberi contoh) untuk memberikan nasehat atau untuk membedakan antara yang haq dan bathil selama tidak sampai mempercayai ramalannya.

Sementara hukum bagi yang mengajukan diri sebagai peserta dalam acara tersebut sama dengan mendatangi kahin atau peramal sehingga hukumnya haram. Karena sama halnya dengan mendatangi kahin atau peramal.Keputusan haram tayangan Karma hasil pembahasan Bahsul Masail Waqi'iyyah dalam rangka Konferwil PWNU Jawa Timur 2018 di Pondok Pesantren Lirboyo – Kediri yang telah berakhir 29 Juli 2018 malam.

Bahsul Masail dihadiri sejumlah tokoh ulama NU di antaranya : KH Yasin Asmuni, KH Mahrus Maryani, KH MB Firjoun Barlaman, KH. Murtadho Ghoni.Sedangkan perumusnya KH. Asyhar Shofyan, KH. Makmun Djazuli Mahfudz, KH Fauzi Hamzah, KH. Ali Maghfur Syadzili, KH. Syihabuddin Sholeh dengan moderator Ali Romzi dan notulen Ustad M Khotibul Umam.[46]

3. Media Sosial Instagram

a. Media Sosial

Media berasal dari Bahasa Latin: *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berrati perantara.[47] Secara spesifik media merupakan alat-alat fisik yang bisa digunakan untuk menyampaikan

[46]https://www.google.com/amp/jogja.tribunnews.com/amp/2018/07/31/ulama-nu-jatim-keluarkan-fatwa-haram-acara-karma-antv-yang-dipandu-robby-purba-dan-roy-kiyoshi, diakses pada tanggal 09 April 2019

[47] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: al-ikhlas, 1986), h.17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesan seperti buku, film, video kaset, slide dan sebagainya.[48] Dengan demikian, media ialah wahana atau alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.[49]

Dalam buku Prof Ali Aziz yang berjudul Ilmu Dakwah, media dapat juga diklasifikasi menjadi tiga, yaitu:

1) Media Terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon dan sejenisnya.
2) Media Tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
3) Media Dengar Pandang (the audio visual) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar, yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.[50]

Sedangkan media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.[51] Menurut Hamzah Ya'kub Media Dakwah diklasifikasikan menjadi lima yaitu:[52]

a) *Lisan*, adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.

[48] Samsul Munir Amin, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Amzah Press, 2009), h.113
[49] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2010), h.104
[50] Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2014), h.104
[51] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.346
[52] Wahyu Ilaihi dkk, *Komunikasi Dakwah*, (Surabaya: Citra Media Nusantara), h.158

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) *Tulisan*, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, email, sms), spanduk dan lain-lain.

c) *Lukisan*, gambar, karikatur dan sebagainya.

d) *Audio visual*, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, LCD, internet dan sebagainya.

e) *Akhlak*, yaitu perbuatan-perbuatan nyatayang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Pendek kata, pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.[53]

b. Sejarah Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat melalui smartphone. Terdapat 45 juta pengguna *Instagram* yang aktif setiap bulan pada kuartal pertama bulan April 2017. Menurut Country Director facebook Indinesia, Sri Widowati, saat jumpa pers di Jakarta, Rabu Siang, pengguna *Instagram* di Indonesia adalah komunitas terbesar di Asia Pasifik.[54]

Instagram didirikan oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger*. Kevin Systrom lahir pada tanggal 30 Desember 1983 di Holliston,

[53] Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.366
[54] https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-Indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 24 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Massachusetts. Systrom menempuh pendidikan di Stanford University di California. Dia bekerja di beberapa internet *start-up* sebelum mendirikan *Instagram* dengan Mike Kriger. Mike Kriger lahir di Sao Paulo, Brazil pada tanggal 4 maret 1986. Di sekolah, Mike mengajar keterampilan komputer kepada orang dewasa setelah lulus sekolah. Kemudian Kriger melanjutkan pendidikan di Starford University. Seperti systrom, Krieger bekerja diperusahaan *start-up* sebelum membentuk *Instagram*. Systrom dan Krieger membuat aplikasi baru hanya untuk membagikan foto yang diambil dari handphone dan serta pengguna dapat memberikan *caption* pada gambarnya dan terdapat kolom komentar. Systrom dan Krieger menamai aplikasi tersebut dengan nama*Instagram*. Sebuah kombinasi kata *Instant* ada *Telegram*. Instagram diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010.[55]

c. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

Menurut situs berita detik.com, *Instagram* memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan *Instagram* yaitu tidak berbayar, karena aplikasi download di play store, banyak pengakses, mudah dipergunakan, mudah sebagai media untuk promosi, media utama berupa foto, dan dapat dikoneksikan dengan media sosial lain seperti facebook dan twitter. Sedangkan kekurangan *Instagram* adalah harus update secara berkala, karena aplikasi mengalami permbaharuan untuk meningkatkan fitur didalamnya, *spamming*, terlalu banyak postingan yang di ulang-ulang, transaksi kurang simple apabila *instagram* tersebut digunakan untuk

[55] Joanne Mattern, *Instagram*, (United Stase Of America, Abdo Publishing, 2017), h.5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbisnis, dan persaingan yang ketat, karena banyak masyarakat yang mengakses, besar pula peluang di dalamnya.[56]

d. Fitur-fitur Aplikasi Instagram

Adanya fitur-fitur dasar tersebut pada *instagram* dapat membantu pengguna untuk memaksimalkan kinerja dari aplikasi media sosial *instagram* (blog.instagram.com, diakses pada tanggal 03 Februari 2019) yaitu:

1. *Followers* (pengikut)

   Sistem sosial di dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian, komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

2. *Upload Photo* (Menggugah Foto)

   Kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album foto *smartphone* si pengguna.

[56]http://detik.in/uncategorized/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/ diakses pada tanggal 24 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui *instagram* dapat disimpan dalam *smartphone* pengguna. Pengguna kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang disediakan, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang akan diunggah oleh pengguna. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *instagram*, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram tidak dibatasi dengan jumlah tertentu, melainkan *instagram* memiliki keterbatasan ukuran foto. Ukuran yang digunakan di dalam media sosial *Insatgram* adalah rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja, atau harus dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut terlebih dahulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah pengguna memilih sebuah foto untuk diungah ke dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

4. *Caption* Foto

Setelah foto disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan *caption* sesuai dengan apa yang ada dipikiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengguna. Pengguna juga dapat men-tag pengguna *Instagram* lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut.

5. *Arroba*

Seperti halnya *Twitter* ataupun *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur dimana penggunaannya dapat menyinggung pengguna lain dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan akun *Instagram* dari pengguna tersebut. Pengguna tidak hanya dapat menyinggung di dalam *caption* foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung (tag) pengguna lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain yang disinggung.

6. *Hastag*

Hastag dalam *Instagram* adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian, bila para pengguna memberikan *hastag* pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah ditemukan. *Hastag* itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto yang di unggah. Pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, lokasi dimana mengambil foto tersebut , untuk memberitahukan sebuah *event*, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti suatu lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas *Instagram*. Foto yang telah diunggah dapat dimasukkan *hastag* yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini penggunaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hastag merupakan cara yang terbaik jika hendak mempromosikan foto di dalam *Instagram*.

7. *Link to*

Dalam pengunggahan foto, pengguna tidak hanya dapat membagikan di dalam *Instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*,*Foursquare*, *Tumblr*, *Flickr*, dan *Posterous* yang tersedia halaman untuk membagi foto tersebut.

8. *Like*

Instagram memiliki fitur tanda suka yang fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain. Berdasarkan jumlah durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di *Instagram*, menjadi faktor khusus yang mempengaruhi apakah foto tersebut populer atau tidak.

9. *Popular*

Jika sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, dimana tempat halaman tersebut menjadi sebuah kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi satu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah semakin banyak. Foto-foto yang berada di halaman populer tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut. Dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lagi yang akan masuk ke dalam halaman tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10. Peraturan dalam Instagram

Sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari *Instagram* agar pengguna tidak mengunggah foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting dalam *Instagram* adalah dimana mereka sangat melarang keras pada pengguna untuk mengunggah foto yang berbau pornografi, dan pengunggahan foto pengguna lain tanpa izin dari pengguna tersebut terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun pengguna lain yang terlihat sama dengan foto yang di unggah pengguna lainnya, maka pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai foto dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada *Instagram*. (blog.instagram.com. diakses pada tanggal 03 februari 2019).

e. Hubungan Instagram Dengan Dakwah

Penggunaan media sosial instagram dapat diterima oleh berbagai usia dan memasuki berbagai aspek, seperti hiburan, pendidikan, periklanan termasuk juga berdakwah. Teknik dakwah di instagram seperti meng-upload konten pada umumnya yaitu:

1) Foto/Gambar

Pengguna dapat mengunggah materi berupa gambar dengan Format JPEG (*Join Photographic Expert Group*) atau PNG (*Protocol Network Graphic*), materi yang di jadikan sebuah gambar juga beragam dan sesuai dengan kreativitas pengunggah materi dakwah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat berupa tulisan berisikan nasehat, cerita bergambar/komik dan realita sosial.

2) Video

Pengunggah dapat mengunggah video berisikan materi dakwah dengan format MP4 dan dengan durasi maksimal 1 menit, materi dapat berupa ceramah disebuah majlis, realitas sosial, puisi yang musikalisasikan.

3) keterangan (Caption)

Pengunggah dapat menuliskan keterangan di bawah unggahan foto maupun video, instagram membatasi panjang tulisan maksimal 2.200 karakter dan dapat di isi materi dakwah sebagai pengalaman pengunggah maupun menjelaskan foto atau video yang di unggah.

Instagram dan dakwah ini sangat berkaitan dan berhubungan satu sama lain. Karena ketika berdakwah melalui instagram, dakwahnya akan lebih banyak tersampaikan terhadap para audien atau mad'u, apalagi para remaja yang sangat gemar sekali dengan yang namanya media sosial yang berupa instagram.[57]

B. Kajian Teori (Semiotik Charles sanders Peirce)

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata yunani semeton yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang

[57] http://eprints.walisongo.ac.id/8736/1/Skripsi%20Full.pdf, diakses pada tanggal 09 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api, sirene mobil yang keras meraung-raung menandai adanya kebakaran di sudut kota.[58]

Komaruddin Hidayat menyebutkan bahwa bidang kajian semiotik adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya.[59]

Semiotika sebagai suatu model dan ilmu pengetahuan sosial, memahami dunia sebagai suatu sistem hubungan yang memiliki unit dasar dengan 'tanda'. Maka dari itu, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Ahli semiotika, Umberto Eco menyebut tanda sebagai suatu 'kebohongan' dan dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi dibaliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri.[60]

Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan Objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinterkasi dalam benak seseorang, maka munculah tanda tersebut. Dari proses tersebut, dapat menentukan ketetapan dari proses semiosis.[61]

---

[58] Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h.7
[59] Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015) h. 106
[60]Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h.9
[61] Kurniawan, *Semiologi Roland Barthers*, (Magelang: Indonesiatera, 2001), h.21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peirce membedakan tipe-tipe tanda menjadi: Ikon (*icon*), Indeks (*index*) dan Simbol (*symbol*) yang di dasarkan atas relasi di antara representamen dan objeknya.[62]

1. Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan rupa sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakaiannya. Di dalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena menggambarkan bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.
2. Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial diantara representamen dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contoh jejak telapak kaki diatas permukaan tanah, misalnya, merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah lewat disana, ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang tamu dirumah kita.
3. Simbol merupakan jenis tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik. Salah satu contohnya adalah rambu lalu lintas yang sangat sederhana ini.

[62] Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semitoka Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h.18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1 jenis dan cara kerjanya[63]

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	-persamaan (kesamaan) -kemiripan	-gambar, foto dan patung	-dilihat
Indeks	-hubungan sebab akibat -keterkaitan	-asap pertanda ada api -gejala petanda ada penyakit	-diperkirakan
Simbol	-konvensi atau -kesepakatan sosial	-kata-kata -isyarat	-dipelajari

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian tentang analisis semiotik di Indonesia sudah terlalu banyak di geluti oleh mahasiswa terutama para ahli. Salah satunya yaitu yang terdapat di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dari tempat tersebutlah, peneliti menemukan penelitian tentang analisis semiotik sehingga dapat dijadikan acuan serta pedoman peneliti dalam penelitiannya ini. Namun dari penelitian terdahulu tersebut ada persamaan serta perbedaan yang dijadikan oleh peneliti sebagai pembanding guna menghindari persamaan

[63]Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semitoka Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h.19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti melakukan peninjauan terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya.

1. Anwar Sidiq (2017), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dalam skripsi berjudul " Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Instagram* sebagai media dakwah yang ada pada akun @fuadbakh. Penelitian ini bersifat penelitian pustaka atau (library research) yang bersifat kualitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa akun @fuadbakh menggunakan fitur format video, format gambar dan fitur captions dalam memanfaatkan *Instagram* sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan Islamiyah. Persamaan dalam penelitian ini adalah terdapat pada media yang digunakan yaitu Istagram dan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan subjek yang diteliti serta dalam analisis yang digunakan.
2. Dian Ferdiansyah (2017), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Sukarta dalam skripsi berjudul " Pesan Dakwah Film Kukejar Cinta Ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce) ". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah dalam film kukejar cinta ke negeri cina. Metodologi penelitian yang digunakan adalah bersifat kualitatif deskriptif dan menggunakan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Pesan dakwah yang di analisis peneliti dalam penelitiannya mencakup tiga aspek yaitu akidah, ibadah dan akhlak. Persamaan dalam penelitian ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah terdapat dalam jenis penelitiannya yaitu sama menggunakan metode penelitian kualitatif, serta analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek dan subjek yang diteliti, serta fokus penelitian.

3. Lailatul Magfiroh (2017), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam skripsi yang berjudul "Analisis Pesan Dakwah Hoomood Alkudher Dalam Lagu *Kun Anta* Pada Media Online Yootube ". Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui tentang pesan dakwah hoomood al khuder pada lagu *kun anta* yang di media online yootube. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta metode semiotik dengan model teori Charles Sanders Peirce. Pesan dakwah yang di analisis adalah fokus terhadap pesan akhlak karena di dalam lagu kun anta tersebut terdapat pesan akhlaknya. Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak padad metode dan pendekatan peneliti yang digunakan serta analisis semiotik dengan model Charles Sanders Pirerce. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak terhadap objek dan subjek yang diteliti serta dalam fokus penelitian yang diteliti yaitu fokus terhadap pesan akhlaknya.
4. Ulfa Fauzia Zahra (2016), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Gunug Djati Bandung dalam skripsi yang berjudul " Media Sosial instagram sebagai Media Dakwah (Analaisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Akun Instagram Islamiposter) ". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tema pokok dan kategorisasi pesan dalam postingan akun instagram Islami poster dan mengetahui makna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun Instagram Islami poster. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *content analisys* atau juga disebut dengan analisis ini. Penelitian ini hanya mengambil 20 sampel dan 200 postingan dari akun instagram Islami poster. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat 4 postingan akidah, 8 postingan kategori akhlak. Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu tentang media sosial instagram. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada metode penelitian yang digunakan serta analisis yang digunakan.

5. Nisa Adilah Silmi (2018), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam skripsi yang berjudul " Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijabalila ". Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali pesan dalwah yang akhlak yang terdapat pada video akun instagram @hijabalila. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan analisis semiotika dengan model Charles Sanders Peirce. Pesan dakwah yang di analisis yaitu fokus terhadap pesan dakwah akhlaknya karena di dalam video akun instagram @hijabalila terdapat pesan dakwah akhlaknya. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu tentang media sosial instagram dan metode penelitian serta pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan analisis semiotika dengan model teori Charles Sanders Peirce. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek dan fokus penelitian yaitu fokus terhadap pesan dakwah akhlaknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 2.2 Penelitia terdahulu yang relevan

No	Peneliti, Tempat, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Anwar Sidiq, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017	Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Dakwah (Study Akun Fuadbakh)	Pembahasan pada media yang diteliti dan jenis penelitian kualitatif	Objek dan Subjek yang diteliti, analisis yang digunakan
2.	Dian Ferdiansyah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017	Pesan Dakwah Film Kukejar Cinta Ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce)	Jenis penelitian kualitatif serta analisis semiotik model Charles Sanders Peirce	Objek dan Subjek yang diteliti, serta fokus penelitian
3.	Lailatul Maghfiroh, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel	Analisis Pesan Dakwah	Metode penelitian, pendekatan	Objek dan Subjek yang diteliti serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Surabaya, 2017	Humood Alkundher Dalam Lagu *Kun Anta* Pada Media Online Youtube	dan model teori Charles Sanders Peirce	fokus penelitian
4.	Ulfa Fauzia Zahra, Universitas Islam Negeri Gunung Djati Bandung, 2016	Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Akun Instagram Islami poster)	Objek penelitian yaitu tentang media sosial instagram	Metode dan analisis yang digunakan
5.	Nisa Adilah Silmi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018	Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada	Objek, metode penelitian, pendekatan	Subjek dan fokus penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Video Akun Instagram @hijabalila	dan model teori Charles Sanders Peirce	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dengan pendekatan dan jenis penelitian akan lebih mudah untuk mendekati persoalan serta permasalahan yang akan diteliti. Sebagai seorang peneliti, maka dalam penelitiannya harus menggunakan metodologi penelitian. Dengan metodologi penelitian, peneliti akan dapat secara bertahap melalui sebuah prosedur penelitian yang ditetapkan, akan menghasilkan pendeskriptifan data, sehingga kemudian akan diarahkan pada latar dan individu secara *holistic* yang disebut dengan kualitatif.

Peneliti ini sendiri menggunakan pendekatan kualitatif. Suatu pendekatan dilaksanakan secara penuh untuk menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat di akun *instagram* @nunuzoo di episode karma. Metode jenis penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip Lexy. J. Moleong adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.[64]

Menurut Noeng Muhadjir, metode penelitian kualitatif adalah metodologi penelitian yang membahas konsep teoretik berbagai kelebihan dan kelemahannya. Di dalam karya ilmiah dilanjutkan dengan penelitian yang digunakan.[65] Sedangkan menurut Burhan Bungin kualitatif umumnya tidak digunakan untuk mencari data dalam arti frekuensi, tetapi digunakan untuk menganalisis makna dari data yang tampak pada permukaan. Dengan demikian, kualitatif digunakan untuk memahami sebuah fakta, bukan untuk

[64] Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), h. 3
[65] Noeng Muhadjir, *Metodologi penelitian*, (Yogyakarta: SIPPRES, 1996), h. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjelaskan fakta tersebut.[66]

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejalanya bersifat holistik (menyeluruh dan tidak dapat dipisahkan) sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang akan diteliti yang meliputi aspek tempat, pelaku dan aktifitas yang berinteraksi secara sinergis.[67]

Adapun jenis penelitian ini, menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.[68] Penelitian ini sengaja menggunakan kualitatif yang bersifat deskriptif analisis karena peneliti tidak menggunakan rumus statistik untuk pengumpulan datanya, namun menggunakan penafsiran atau menggambarkan segala aspek dari penelitian tersebut secara ilmiah.

Untuk menganalisis dan menginterpretasi data yang ada, penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce. Pada semiotik model Charles Sanders Peirce ini, peneliti dapat mengetahui studi tentang struktur pesan dakwah dalam komunikasi, lebih tepatnya bagi analisis semiotik disini berguna untuk menemukan makna dari hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks.[69] Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tentang tanda-tanda

---

[66] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: RajawaliPers, 2001), h. 66
[67] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 287
[68] Cholid Narbuku, *Metodologi Penelitian*, (Semarang: Bumi Aksara, 1997), h.44
[69] Rachmat Kriantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Premada Media Grup, 2006), h. 264

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam objek. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut menjadi arti.[70]

Analisis semiotika merupakan salah satu penelitian kualitatif yang berangkat dari pendekatan kritis yaitu analisis text media yang di dalamnya berupa analisis wacana, semiotik dan framing. Tujuan dari analisis semiotika ini adalah untuk menemukan makna apa saja yang berada di balik suatu tanda. Yang dimaksud tanda sangatlah luas, Peirce (Fiske,990:50) membedakan tanda atau lambang (*symbol*), ikon (*icon*) dan indeks (*index*).

Lambang adalah suatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat. Ikon adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai pertanda yang serupa dengan bentuk objeknya (terlihat pada gambar atau tulisan). Indeks adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai petanda yang mengisyaratkan pertandanya.[71]

Menurut Peirce, tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk kepada seseorang yakni menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau barangkali suatu tanda yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya saya namakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjukkan sesuatu, yakni obyeknya. (dalam Zeman, 1977).[72]

Semiotik berangkat dari 3 elemen utama, yang disebut Peirce teori segitiga makna atau *triagle meaning* (Fieske, 1990 & Litle John, 1998):

---

[70] Rachmat Kristantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.263
[71] Alex Sobur, *Analisis Tex Media*, (Bandung: Rosda, 2015), h. 98
[72] John Fiske, Yosal Irantara dan Idi Subandy Ibrahim (ed) *Cultural and Communication Studies*, (Bandung: Jalasutra, 2004), h. 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Tanda

   Sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (mempresentasikan) hal lain diluar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek.

2. Acuan Tanda (*Object*)

   Konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

3. Penggunaan Tanda (*Interpretant*)

   Konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Teori *Triagel Meaning*akan menganalisis tentang bagaimana makna dari sebuah tanda itu muncul ketika tanda tersebut digunakan orang untuk berkomunikasi. Analisis ini bersifat subjektif, peneliti dibuat seolah olah dapat memahami pemikiran dari subjek yang di telitinya.

Dalam penelitian ini, analisis semiotik digunakan untuk mengkaji setiap tanda-tanda pada video di akun instagram @nunuzoo dalam episode karma. Peneliti akan menjabarkan tanda-tanda yang terdapat dalam video tersebut dan mendeskripsikan makna-makna dari tanda tersebut, sehingga pesan dakwah dalam video tersebut dapat teridentifikasi dengan menggunakan analisis model semiotika Charles Sanders Peirce.

Peneliti menggunakan analisis semiotika yang dirumuskan oleh Charles Sanders Peirce karena analisis ini bersifat general teori yang mana teori tersebut menganalisis dengan menyeluruh sehingga penelitian ini dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdeskripsikan dengan struktural dari semua sistem penandaan dan untuk lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti memilih teori yang dianggap sesuai dengan penelitian.

B. Unit Analisis

Unit analisis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus atau komponen yang diteliti oleh peneliti. Unit analisis merupakan sesuatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi unit analisis adalah beberapa scen adegan dan dialog-dialog dalam video parodi karma akun *instagram* @nunuzoo.

Unit analisis yang diteliti di dalam video akun *instagram* @nunuzoo adalah video episode parodi karma yang di upload pada tanggal 5 Mei 2018 dan berdurasi satu menit dengan memiliki cerita yang dikemas dengan menarik, sehingga masyarakat mudah dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan. Peneliti memilih fitur video untuk fokus penelitian, karena video yang diunggah memiliki cerita yang bervariatif serta menarik masyarakat untuk menontonnya.

Dengan dibatasi pada subyek yang dikaji ini, diharapkan nantinya tidak akan melebar pada persoalan-persoalan yang jauh dari subyektifitas yang telah ditentukan tersebut. Selain itu, pentingnya penentuan unit analisis ini, agar validitas dan reabilitas benar-benar dapat terjaga.

C. Tahapan Penelitian

Sebelum melakukan proses penelitian yang lebih lanjut, maka yang perlu dilakukan oleh peneliti adalah melakukan tahapan-tahapan penelitian, guna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengoptimalkan hasil dan kelancaran proses jalannya penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melewati beberapa tahapan-tahapan penelitian yang meliputi :

1. Menemukan Tema

   Sebelum melakukan penelitian, langkah awal yang harus peneliti lakukan adalah menentukan tema apa yang akan di teliti. Pemilihan tema ini penting, sebab berhubungan dengan tindak lanjutan dari penelitian. Diawali dengan mencari, mengumpulkan kemudian menyeleksi tema apa yang tepat untuk penelitian yang di dalamnya mengandung unsur dakwah di dalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk meneliti tentang dakwah menggunakan fitur video dalam media sosial instagram pada akun @nunuzoo. Tema tersebut juga berkesinambungan dengan jurusan peneliti yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Merumuskan Masalah

   Tema dari penelitian dirasa masih sangat umum, sehingga untuk bisa lebih fokus, peneliti menyusun pertanyaan yang terkait dengan topik dan persoalan-persoalan yang akan diteliti sehingga akan menjadi topik utama di dalam penelitian ini.

3. Menentukan Metode Penelitian

   Setelah mengetahui rumusan masalah, langkah selanjutnya yaitu menentukan metode penelitian yang akan digunakan penulis sebagai menunjang penelitian. Ada dua macam metode penelitian, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif, merupakan metodologi yang menggunakan angka atau statistik dalam penelitiannya. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

metode kualitatif, merupakan metodologi penelitian yang menggunakan penafsiran atau gambaran dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan analisis semiotika dan model penelitiannya menggunakan teori dari Charles Sanders Peirce.

4. Melakukan Analisis data

Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan metode dan model yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan dengan apa yang telah di dapatkan peneliti, maka peneliti akan mengorganisis data dalam satu pola dengan menggunakan teori Charles Sanders Peirce. Teori segitiga makna yaitu *Sign, Object dan Interpretan*, sehingga dapat mengidentifikasi apa saja akidah yang terdapat pada video pendek pada akun *Instagram* @nunuzoo. Dengan adanya data dari dokumentasi, peneliti dapat menganalisis data tersebut.

5. Memberikan Kesimpulan

Pada tahapan ini, merupakan tahapan terkahir dari komplitmya penelitian ini, sehingga peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian yang di dapat serta memberikan saran yang diperuntukkan kepada penelitian yang akan mendatang, sehingga penelitian ini dapat berkembang menjadi lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang berfungsi untuk berbagi foto sehingga pengguna bisa mengambil foto, memasang filter digital, dan berbagi ke berbagai media sosial lainnya, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak.

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar $1 miliar.Perusahaan yang didirikan pada tahun 2010 ini, merupakan startup berbasis teknologi yang menerapkan pengembangan aplikasi telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Seminggu berdiri, mereka membuat versi awal dari Burbn, meskipun masih belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, adalah aplikasi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Karena kesulitan mengurangi fitur-fitur yang ada, akhirnya Kevin Systrom dan Mike Krieger hanya fokus pada foto, komentar, dan juga kemampuan menyukai foto sehingga jadilah Instagram.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Fungsi Instagram mampu menampilkan foto-foto secara instan seperti tampilan polaroid. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram", dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Serupa dengan Instagram dapat mengunggah foto menggunakan jaringan internet agar informasi dapat dikirim dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Komunikasi yang terjadi antara sesama pemakai Instagram terjalin dengan memberi tanda suka serta mampu saling mengomentari foto-foto yang sudah diunggah. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Pencarian teman dalam Instagram juga dapat dilakukan melalui media sosial seperti Facebook dan Twitter yang juga menggunakan Instagram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegunaan Utama Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Mengunggah foto dapat menggunakan kamera iDevice atau semua foto yang tersimpan di album foto dalam iDevice.Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Instagram juga memiliki fasilitas efek untuk mengatur pewarnaan foto yang diinginkan oleh pemakai. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Foto dalam Instagram juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan pemakai. Instagram memiliki keterbatasan untuk ukuran foto. Rasio ukuran foto dalam Instagram adalah 3:2 atau sebatas kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada.

Pemakai Instagram bisa memilih foto yang ingin diunggah kemudian selanjutnya akan dibawa ke halaman sunting foto. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Foto sebelum diunggah dapat dimasukkan judul untuk menamai foto sesuai keinginan pemakai Instagram. Judul-judul tersebut, para pemaikai Instagram dapat menyinggung pemakai Instagram lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Foto juga dapat diberikan label pada judul sebagai tanda pengelompokkan foto dalam sebuah kategori.[73]

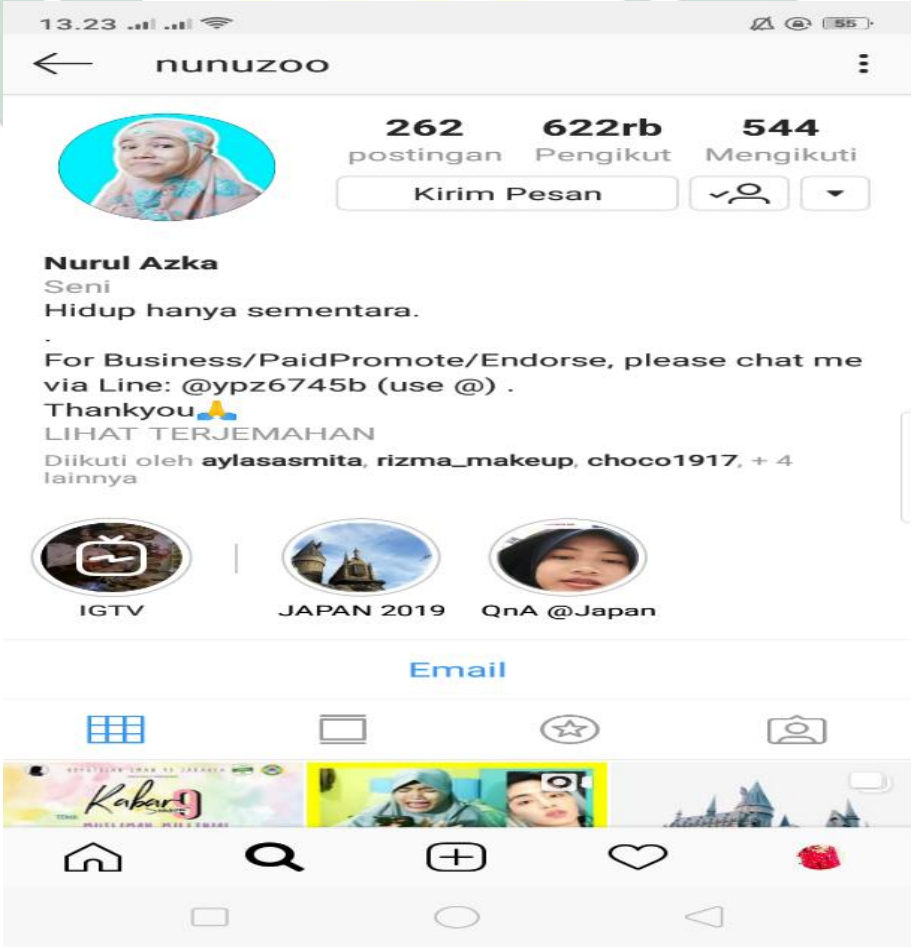
2. Profil Akun @nunuzoo

[73]https://www.blinqdigital.com/sejarah-asal-mula-instagram, diakses pada tanggal 17 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akun instagram nunuzoo merupakan salah satu akun yang memiliki konten dakwah komedian di dalamnya. Di dalam akun instagram nunuzoo ini konten dakwah komediannya berupa video, banyak sekali video mengenai dakwah yang dikemas dengan komedian namun tidak menghilangkan pesan baiknya. Saat ini sudah terdapat 262 postingan di dalamnya dan pengikutnya sudah mencapai 622 ribu followers. Dan video salah satunya adalah yang berjudul "Karma", video ini mencapai 1.225.603 yang telah menontonnya. Video ini terinspirasi dalam acara televisi di ANTV yang berjudul Karma. Berikut merupakan foto Profil Akun Instagram @nunuzoo.

Gambar 4.1 Objek penelitian



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Video Parodi Karma

Video parodi yang berjudul karma ini di publikasikan pada tanggal 05 Mei 2018. Video ini sudah mencapai 1.225.603 viewer dan 8.841 komentar. Video parodi karma berkonten dakwah. Selain itu, menariknya tidak hanya terletak pada isi video, akan tetapi juga terletak pada caption yang menggambarkan isi dari video tersebut. Berikut caption yang membuat orang ingin melihat dari isi video tersebut, "Guys, kalo kita punya masalah, serahin aja ke Allah ya guys, karena hanya Dialah sebaik-baiknya pelindung dan penolong para hamba-Nya. Jangan sampai kita minta bantuan ke orang lain terlebih dengan cara yang Allah sangat tidak sukai". Berikut foto Video Parodi Karma @nunuzoo.

Gambar 4.2 Objek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id .id digilib.uinsby.ac.id

4. Profil Nurul Azka (@nunuzoo)

Kesukaan membuat video rupanya telah mendarah daging dalam diri Nurul Azka atau yang biasa disapa Nunu. Ia adalah seorang mahasiswi dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi (FDIK) di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. Ia merupakan artis Instagram denganusername @nunuzoo.

Nunu berbeda dari selebriti Instagram (selebgram) yang lainnya. Keunikan dari seorang Nunu adalah menyiarkan pesan agama dengan menggunakan video-video dakwah komedi. Keunikan lain, Nunu menjadikan kedua orang tua, teman teman bahkan neneknya untuk memerankan video-video dakwahnya.

Sebelumnya nama akun Nunu adalah @nunuzo. Namun, karena nama @nunuzo sudah ada yang memiliki di Instagram. Lalu, Nunu menambahkan kata “o” padausernamenya.

Di kampus, Nunu mempunyai sebuah rumah produksi (production house) dengan nama Khilaf Production. Khilaf Production merupakan sekelompok mahasiswi yang berdakwah melalui video komedi. Khilaf Production terdiri dari Nurul Azka, Mutia Drajat, Eka Sugiarti, Raudhatusshifa, Shofia Nurwahidah, Juliah, Aldieny Nurunnisa, Sonya Sania, Vina Triani dan Aisyah Siregar.

Wanita kelahiran 2 November 1997 ini bercerita, bahwa inspirasi dalam membuat video dakwah komedi tersebut adalah Raditya Dika. “kalau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inspirasi gue Raditya Dika, waktu itu dia bilang jangan pernah mencoba jadi kaya orang lain atau lebih dari orang lain. Tapi jadilah beda dari orang lain, karena ketika lo udah beda, itu pasti lo bakal lebih dilirik oleh orang lain," tutur wanita berparas ayu ini.

Hobinya dalam membuat video dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang ia raih. Awalnya, kegagalan berkompetisi pernah ia rasakan sewaktu duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Saat itu Nunu mengikuti lomba film pendek di Jakarta. Namun, tak satu pun nominasi yang ia juarai.

Nunu mengaku bahwa video yang pertama ia buat dan diperlombakan tidak sebagus peserta yang lainnya. Namun, Nunu tetap percaya diri. "Jadi pas pertama bikin lomba film pendek tuh gila film gue ancur banget, sedangkan peserta lain bagus-bagus banget. Dari situ gue ih jelek banget parah cuman percaya diri aja ikut karna emang buat belajar," kata Nunu.

Walaupun mengalami kekalahan, Nunu tak menyerah. Ia malah lebih bersemangat mengasah hobi kesukaanya itu. Hingga pada tahun 2016 di Jakarta, video dakwahnya yang bertema Keutamaan Amalan di Hari Jumat berhasil mendapat juara pertama yang diadakan oleh Syekh Ali Jaber.

Gambar 4.3 Objek Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nunu bercerita hobinya membuat video sejak ia duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP). Awalnya ia hanya membuat video sekedar main-main, karena ajakan dari temannya. Ia hanya membuat video-video komedi tanpa ada pesan dakwah. Namun, saat ia kuliah di UIN Jakarta pada tahun 2015, Nunu mulai mengembangkan idenya untuk membuat video-video komedi yang terdapat pesan dakwahnya.

"Sebenernya sih mulai dakwahnya karena dari kuliah semester 1, dulu tuh bikin videonya komedi doang kan, pesan dakwah enggak ada sama sekali," ungkapnya.Di kampusnya, ia mengikuti sebuah organisasi Lembaga Semi Otonom (LSO) DNK TV dan juga sebuah komunitas film yaitu Air Film. Saat di Air Gala Premiere, yaitu acara penghargaan dan pemutaran perdana karya yang diadakan oleh Air Film, Nunu masuk dalam nominasi Editor Terbaik.

Gambar 4.4 Objek Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain karna hobinya dalam membuat video, Nunu juga ingin mengubah cara berpikir anak remaja kalau berdakwah tidak hanya dilakukan oleh ustaz dan ustazah maupun da'i dan da'iah. "Nah cuman lain kesini gue ingin merubah mindset remaja, karna kita kan berpikir dakwah dilakuin oleh ustaz/ustazah, da'i/da'iah. Terus mereka dengan cara ceramah yang pokoknya serius-serius kadang kan ngebosenin. Gue pengen ngasih tau kalau dakwah tuh ya gak cuma hanya itu, dakwah juga bisa dilakuin oleh kita-kita. Bahkan umat muslim dan muslimat," tutupnya.[74]

Nunuzoo merupakan anak terakhir dari 7 bersaudara, yang memulai pendidikan dari sekolah TK Ria XI-3 lalu dia melanjutkan ke sekolah dasar SDS Kartika VIII-3 setelah lulus dari sekolah dasar, dia melanjutkan ke SMPN 20 BR Jakarta kemudian dilanjutkan ke SMAS Muhammadiyah 4 Jakarta. Dan saat ini dia melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta mengambil jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Nurul Azka yang sudah dikenal sebagai nunuzoo memiliki cita-cita yang berbeda-beda sejak ia kecil hingga saat ini. Ketika dia masih sekolah TK dia memiliki cita-cita ingin menjadi dokter, kemudian ketika sidah SD cita-citanya berubah ingin menjadi penulis, salah satunya tulisan yang dia tulis yaitu tentang horror bersama teman-temannya. Dilanjutkan ketika dia sudah SMP cita-citanya sudah tidak lagi ingin menjadi penulis melainkan ingin menjadi penyiar radio, kemudian ketiga kelas 3 SMP cita-cita itu berubah lagi menjadi pemain teater. Namun ketika lulus dari SMP dan

[74]http://quotesaini.blogspot.com/2016/11/feature-dengan-tema-sosok-dakwah-ala.html. Diakses pada tanggal 17 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekolah SMA cita-cita itu berubah lagi tidak lagi ingin menjadi seorang pemain teater melainkan ingin menjadi seorang sutradara karena sudah merasa nyaman dan senang dalam membuat video yang sudah menjadi hobby nya itu.[75]

Nunuzoo memiliki dua hoby yaitu bersepeda dan membuat video. Sejak SMA, nunuzoo sudah banyak membuat video diantaranya video vlog, musik video, dan sound film. Awalnya video-video yang dia buat hanya di upload di Youtube, setelah dia kelas tiga SMA melihat banyak teman-temannya yang bermain Ig dia mulai tertarik dan sejak itulah dia membuat aku instagram dengan nama akan @nunuzo karena akun itu sudah ada yang memiliki dia kasih tambahan "o" di belakang jadi nunuzoo, dari situlah dia mulai mengupload video-videonya ke ig, semakin hari folowernya semakin banyak maka akhirnya nunu membuatlah video komedi Dakwah. Pembuatan video yang berkonten dakwah komedi dilakukan sejak berada di bangku kuliah semester 1 jurusan Komuikasi Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Alasan nunuzoo mengambil video yang berkonten dakwah yaitu karena nunuzoo ingin menyampaikan pada remaja bahwa yang namanya dakwah itu tidak seberat yang dipikirkan. Karena ketika mendengar kata dakwah, pasti kesannya itu harus memiliki ilmu yang tinggi dulu, mungkin kesannya harus jadi ustad/ustadzah dulu baru bisa berdakwah, padahal itu tidak. Dakwah itu simple, dakwah itu artinya menyampaikan pesan, dakwah itu bukan hanya bisa dilakukan oleh dai-daiyah, ustad/ustadzah dengan cara

[75]https://youtu.be/D53OPW2HjHs, diakses pada tanggal 17 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin pandangan remaja itu menoton, karena menurut nunuzoo pribadi juga merasa begitu yaitu dengan cara ceramah, pidato, seperti itu. Padahal dakwah itu juga bisa dilakukan dengan cara have fun, asik, dengan komedi sekalipun. Tetapi tanpa menyelewengkan pesan dakwahnya dan tanpa menghilangkan pesan baiknya.[76]

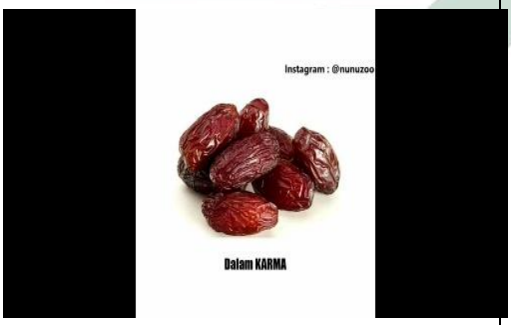
B. Penyajian Data

Tabler 4.5 Penyajian Data

	Gambar disamping merupakan gambar sampul video yang berwarna hitam dan kuning dan di dalam nya terdapat satu orang namun dalam peran yang berbeda-beda yaitu menjadi tiga peran yang berbeda-beda namun orang yang sama.
	Gambar disamping merupakan gambar wanita muslimah yang sedang menyapa penontonnya dan memperkenalkan dirinya, bahwa dia adalah seorang Host yang bernama Nunu Purba Tanpa Kala, dengan mengatakan, "*Assalamualaikum pemirsa*

[76]https://youtu.be/uTh0is9vmts. Diakses pada tanggal 17 Maret 2019

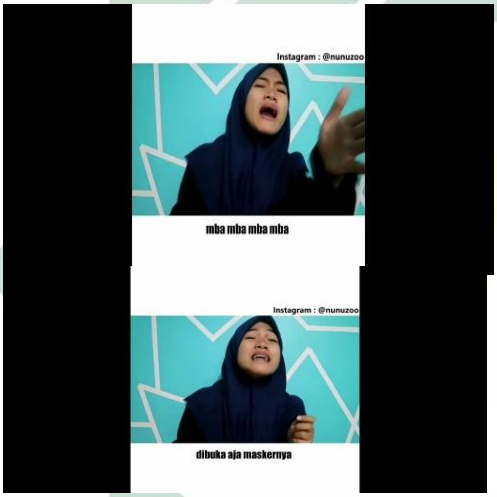
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	berjumpa lagi bersama saya Nunu Purba Tanpa Kala dan…..” kemudia dia juga memperkenalkan seorang wanita muslimah yang bernama Coy Kitati yang berperan sebagai Roy Qiosy dalam salah satu program acara ditelevisi.
	Gambar disamping merupakan gambar wanita muslimah yang memperkenalkan dirinya, bahwa namanya adalah Coy Kitati yang berperan sebagai Roy Qiosy dalam salah satu program acara di televisi, dia mengatakan *“Saya Coy Kitati*”.
	Gambar disamping merupakan gambar kurma yang dijelaskan sebagai pengganti nama program dalam salah satu acara di televisi yaitu karma.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Gambar disamping menjelaskan bahwa seorang wanita muslimah yang berperan sebagai Host yang bernama Nunu Purba Tanpa Kala tersebut menjelaskan bahwasanya saat ini sudah kedatangan Client yang akan menjelaskan semua masalah-masalahnya yang terjadi pada dirinya di dalam hidupnya itu, dia mengatakan *"Saat ini kita sudah kedatangan client yang akan menceritakan masalah dalam hidupnya"*.
	Kemudian pada gambar disamping ini merupakan gambar seorang wanita muslimah yang berperan sebagai Host yang bernama Nunu Purba Tanpa Kala yang mempersilahkan Client nya untuk menjelaskan semua masalah yang ada dalam hidupnya itu, dia mengatakan *"Silahkan mbanya"*.

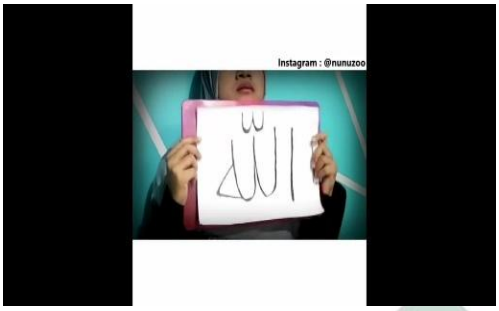
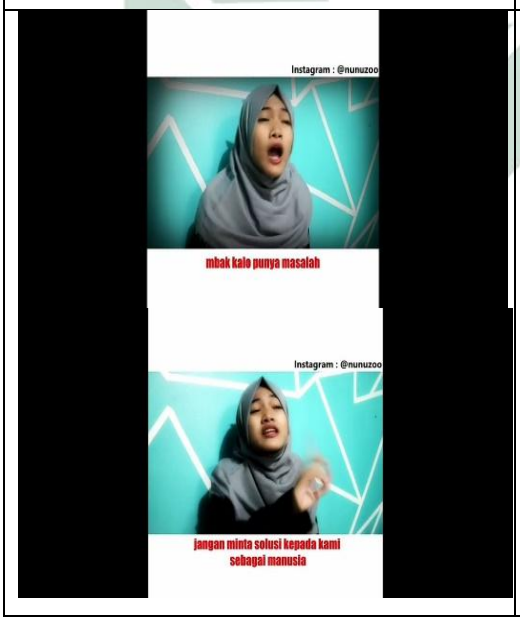
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Gambar disamping merupakan gambar seorang wanita muslimah, dia adalah Client yang akan menjelaskan semua masalah dalam hidupnya, dia mengatakan *"Yaa jad……"*
	Lalu gambar disamping ini merupakan gambar seorang wanita muslimah, dia adalah Host yang bernama Nunu Purba Tanpa kala yang mengatakan, *"mba mbak mbak mbak dibuka dulu maskernya"*.
	Gambar disamping menjelaskan bahwa seorang wanita muslimah yang merupakan Client mulai membuka maskernya sesuai dengan apa yang dikatakan oleh seorang Host kepadanya, dia mengatakan *"Ohhh yayayaya"*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Kemudian gambar disamping seorang wanita muslimah yang merupakan Client mulai menceritakan masalah-masalah yang ada di dalam hidupnya itu, dia mengatakan *"Jadi saya stress mas"*.
	Gambar disamping ini adalah gambar seorang wanita muslimah yang merupakan Client dimana dia mengatakan, *"Tugas-tugas kuliah saya, itu banyak dan berat! Stress lah!!!"*.
	Gambar disamping merupakan gambar seorang muslimah yang bernama Coy Kitati yang berperan sebagai Roy Qiosy, dia mengatakan *"Mbak hanya butuh satu"*.

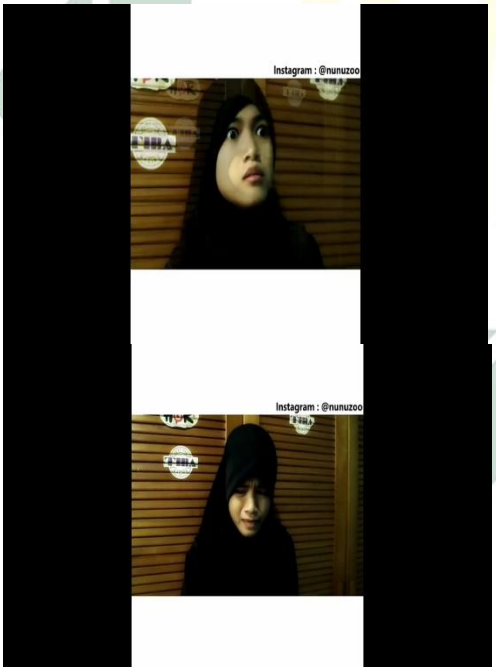
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Kemudian di dalam gambar disamping ini seorang muslimah yang bernama Coy Kitati menunjukkan sebuah gambar terhadap Client nya yang telah dia tulis yaitu sebuah lafal ALLAH.
	Gambar di samping adalah gambar seorang muslimah yang merupakan Client dari Coy Kitati tersebut, dia bergumam *"Allah???"*.
	Kemudian gambar disamping ini merupakan gambar seorang muslimah yang bernama Coy Kitati, dia mengatakan *"Mbak kalo punya masaah jangan minta solusi kepada kami sebagai manusia"*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Kemudian Gambar disamping merupakan seorang muslimah yang berperan sebagai Host, melanjutkan perkataan Coy Kitati dengan mengatakan, *"Karena kami bisa SALAH"*.
	Kemudian dilanjutkan lagi oleh seorang muslimah yang bernama Coy Kitati yang berperan sebagai Roy Qiosy, mengatakan *"Mintalah solusi hanya kepada ALLAH SUBHANAHUWATA'ALA"*.
	Gambar disamping ini, seorang muslimah yang berperan sebagai Client mengatakan, *"Tapi masalah saya ini sangat besar coy!"*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Di dalam gambar disamping ini seorang muslimah yang bernama Coy Kitati yang berperan sebagai Roy Qiosy melanjutkan perkataannya, dia mengatakan *"Sebesar-besarnya masalah yang kita punya, kita punya ALLAH yang MAHA BESAR dengan segala pertolongan-Nya".*
	Dan gambar disamping ini merupakan gambar dari seorang muslimah yang berperan sebagai Client tampak resah, gelisah, sedih, ketakutan dan menyadarinya bahwa apa yang dilakukan itu salah, seharusnya dia tidak datang menemui Coy Kitati yang sesama manusianya yang bisa jadi akan salah, melainkan seharusnya pergi meminta pertolongan ALLAH SWT yang Maha Besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Kemudian kembali lagi terhadap gambar disamping yang merupakan gambar wanita muslimah yang bernama Nunu Purba Tanpa Kala yang berperan sebagai Host. Dia tampak sedang menyapa penontonnya, dia mengatakan *"Baik pemirsa, saya Nunu Purba Tanpa Kala, sampai jumpa di karma episode kemarin. Wassalamualaikum"*.

C. Analisis Data

Dari data yang diperoleh dan di paparkan oleh peneliti sebelumnya, peneliti berusaha untuk menjelaskan temuan-temuan hasil dari penelitian yang peneliti teliti. Temuan tersebut berkaitan dengan judul penelitian "Pesan Akidah Video Parodi (Semiotika Episode Karma Akun Instagram @nunuzoo) yang disajikan berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peirce. Kategori dalam pesan dakwah terdapat tiga pembahasan, yaitu akidah, syariah dan hukum, namun peneliti dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada pesan dakwah akidah.

Table 4.6 Analisis Data (Scene)

Tanda
Objek
Gambar 1objeknya adalah seorang muslimah yang berperan sebagai klien sedang marah-marah menjelaskan berbagai macam masalahnya. Dimana dalam tautan yang berjudul “Membaca ekspresi wajah orang” menjelaskan bahwasanya adegan dalam ekspresi gambar tersebut sedang marah, karena ciri-cirinya sama persis dengan adegan dalam gambar tersebut. Yaitu, dengan mata menatap dengan pupil berkontraksi, akan tampak menonjol keluar, alis mata turun bersatu dan membentuk kerutan diantara keduanya, bibir tegang, dan saling menekan atau tegang dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbuka. **Gambar 4** objeknya adalah seorang muslimah yang berperan sebagai Roy Qiosy yang bernama Coy Kitati, menunjukkan sebuah lafal Allah yang artinya yaitu selalu megingat Allah SWT. Ketika kita selalu ingat terhadap Allah, maka Allah pun juga akan selalu mengingat kita. Sesuai dalam Hadist Nabi SAW, yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra.
Interpretan
Adegan pertama menjelaskan bahwa, mata menatap dengan pupil berkontraksi, akan tampak menonjol keluar, alis mata turun bersatu dan membentuk kerutan diantara keduanya, bibir tegang, dan saling menekan atau tegang dan terbuka, Menunjukkan rasa marah akibat stres akan masalah yang dia hadapi dikehidupannya. Perilaku stres ini menunjukkan bahwa dia kurang yakin akan adanya Allah SWT. **Adegan ke empat** menjelaskan bahwa kita harus senantiasa ingat terhadap Allah SWT, agar Allah juga senantiasa mengingat kita.

Analisis pada gambar diatas, pada intinya menjelaskan bahwasanya akidah atau keyakinan kita terhadap Allah SWT harus kita terapkan, bahkan itu merupakan hal yang wajib kita lakukan.Karena adegan pertama, menjelaskan bahwa dia merasakan stres akibat banyaknya masalah yang dia hadapi. Itu semua karena, kurangnya yakin akan adanya Allah SWT. Ketika yakin akan adanya Allah, kita tidak akan pernah risau, resah apalagi sampai stress dengan masalah yang kita punya. Dengan adanya langit dan bumi pun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sudah jelas menandakan, bahwa Allah itu ada. Allah SWT berfirman dalam Qs. Yunus ayat 5 yang berbunyi,

هُوَ الَّذِي جَعَلَ الشَّمْسَ ضِيَاءً وَالْقَمَرَ نُورًا وَقَدَّرَهُ مَنَازِلَ لِتَعْلَمُوا عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ ۚ مَا خَلَقَ اللَّهُ ذَٰلِكَ إِلَّا بِالْحَقِّ ۚ يُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya: "Dialah yang menjadikan matahari bersinar dan bulan bercahaya, dan Dia-lah yang menetaptaptempat-tempat orbitnya, agar kamu mengetahui bilangan tahun, dan perhitungan (waktu). Allah tidak menciptakan demikian itu melainkan dengan benar. Dia menjelaskan tanda-tanda (kebesaran-Nya) kepada orang-orang yang mengetahui". Qs. Yunus ayat 5.[77]

Dengan kurang yakin akan adanya Allah SWT, berarti menandakan bahwa dia tidak ingat terhadap Allah SWT. Dalam gambar kedua menjelaskan bahwa kita harus selalu ingat terhadap Allah SWT. Di dalam Hadist pun sudah dijelaskan bahwasanya ketika kita mengingat Allah SWT, maka Allah lebih mengingat kita, hadist tersebut berbunyi,

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ – رضى الله عنه – قَالَ قَالَ النَّبِىُّ – صلى الله عليه وسلم – « يَقُولُ اللَّهُ تَعَالَى أَنَا عِنْدَ ظَنِّ عَبْدِى بِى ، وَأَنَا مَعَهُ إِذَا ذَكَرَنِى ، فَإِنْ ذَكَرَنِى فِى نَفْسِهِ ذَكَرْتُهُ فِى نَفْسِى ، وَإِنْ ذَكَرَنِى فِى مَلأٍ ذَكَرْتُهُ فِى مَلأٍ خَيْرٍ مِنْهُمْ ، وَإِنْ تَقَرَّبَ إِلَىَّ بِشِبْرٍ تَقَرَّبْتُ إِلَيْهِ ذِرَاعًا ، وَإِنْ تَقَرَّبَ إِلَىَّ ذِرَاعًا تَقَرَّبْتُ إِلَيْهِ بَاعًا ، وَإِنْ أَتَانِى يَمْشِى أَتَيْتُهُ هَرْوَلَةً »

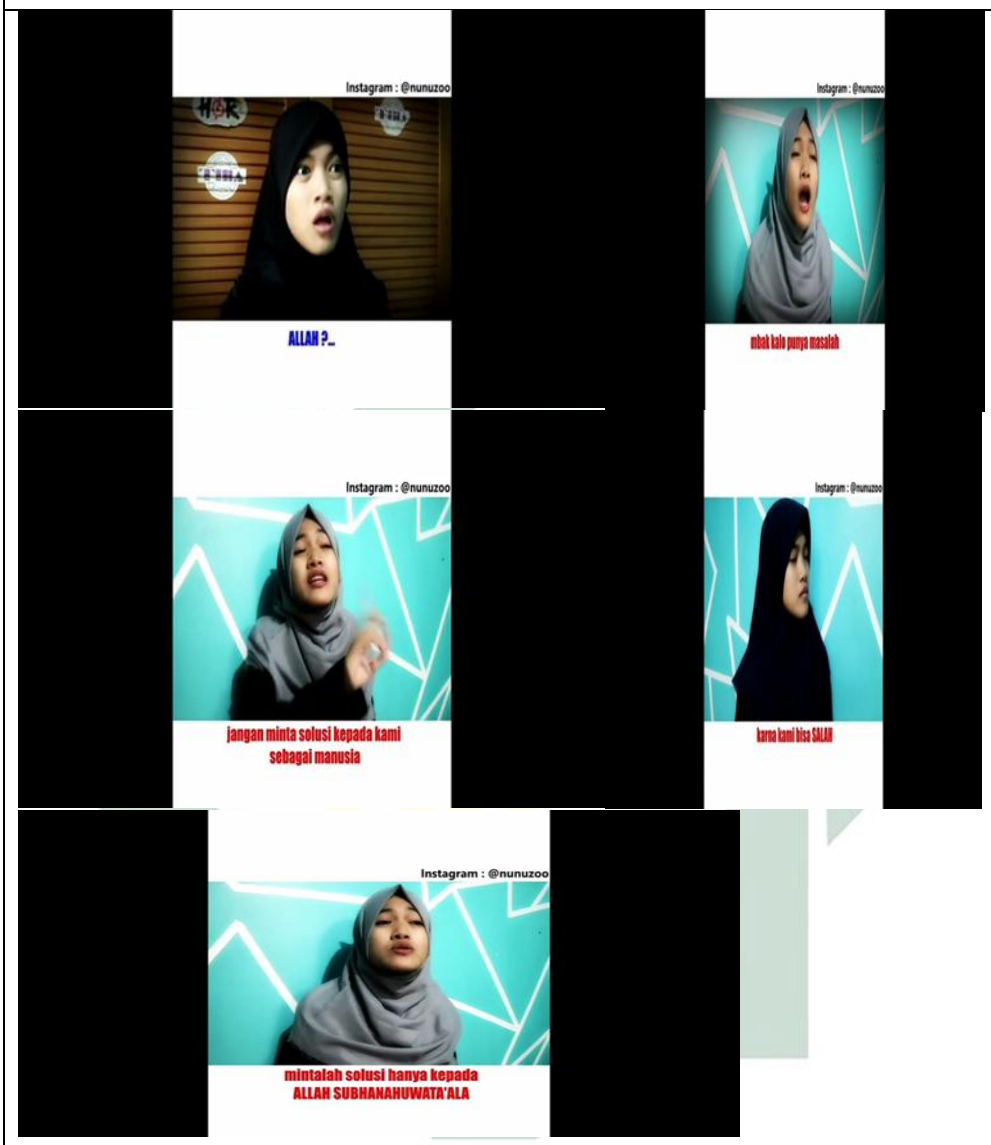
Artinya: "Dari Abu Hurairah –radhiyallahu 'anhu-, ia berkata *bahwa Nabi SAW bersabda,"Allah SWT berfirman; Aku sesuai prasangkaan hamba-Ku. Aku bersamanya ketika ia mengingat-Ku. Jika ia mengingat-Ku saat bersendirian, Aku akan mengingatnya dalam diri-Ku. Jika ia mengingat-Ku di suatu kumpulan, Aku akan mengingatnya di kumpulan yang lebih baik daripada itu (kumpulan malaikat). Jika ia mendekat kepada-Ku sejengkal, Aku mendekat kepadanya sehasta. Jika ia mendekat kepada-Ku sehasta, Aku mendekat kepadanya sedepa. Jika ia datang kepada-Ku dengan berjalan (biasa), maka Aku mendatanginya dengan berjalan cepat."* (*HR. Bukhari no. 6970 dan Muslim no. 2675".*[78]

[77]Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjmah Syaamil Quran Yasmina*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012), h. 208

[78]https://rumaysho.com/2544-faedah-tauhid-5-allah-selalu-mengingat-hamba-yang-mengingat-nya.html, diakses pada tanggal 28 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 4.7 Analisis Data (Scene)

Tanda

Objek
Gambar 1 objeknya merupakan adegan seorang muslimah yang berperan sebagai klien, bahwa dia sedang terkejut. Ekpresi wajahnya sudah jelas, bahwa dia sedang terkejut. Sesuai dalam tautan membaca bahasa tubuh, ciri-ciri bahwa orang itu sedang terkejut yaitu, kelopak mata terbuka lebar, alis mata naik membusur, kerutan muncul diseluruh dahi,rahang turun dan mulut terbuka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2 sampai 5 objeknya merupakan adegan seorang muslimah yang berperan sebagai Roy Qiosy yang bernama Coy Kitati, bahwa dia menjelaskan atau larangan kita minta bantuan kepada sesama manusia, karena manusia itu bisa salah, seharusnya kita minta perrtolongan itu hanya kepada Allah SWT. Sebaagimana dalam Firman Allah SWT dalam QS. At-Taghabun ayat 11.
Interpretan
Adegan pertama, menjelaskan bahwa kelopak mata terbuka lebar, alis mata naik membusur, kerutan muncul diseluruh dahi, rahang turun dan mulut terbuka menandakan bahwa sedang terkejut. Keterkejutan itu menandakan bahwa dia kurang yakin kepada Allah SWT, sama dengan gambar sebelumnya. **Adegan kedua sampai kelima**, menjelaskan bahwa larangan meminta bantuan terhadap sesama manusia bahkan anjuran untuk meminta bantuan hanya kepada Allah SWT, itu merupakan sebuah akidah kita terhadap Allah SWT. Karena dengan kita yakin terhadap Allah SWT, kita tidak akan susah payah meminta bantuan terhadap orang lain ketika kita mendapatkan sebuah ujian, cobaan atau masalah dikehidupan kita. Kita akan langsung meminta pertolongan hanya kepada Allah SWT, karena semua itu bersumber dari Allah SWT.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 4.8 Analisis Data (Dialog Scene)

Detik	Dialog
00:24-00:29	"Mbak kalau punya masalah, jangan minta solusi kepada kami sebagai manusia, karena kami bisa salah, mintalah solusi hanya kepada Allah SWT".

Analisis gambar diatas adalah menunjukkan akidah kita terhadap Allah SWT. Akidah ini merupakan akidah mengenai meminta pertolongan hanya kepada Allah SWT. Ketika iman sudah ada pada diri kita, ketika kita sudah yakin terhadap Allah SWT. Maka ketika kita mendapatkan musibah, cobaan dan masalah, kita akan langsung meminta dan memohon pertolongan hanya kepada Allah SWT, bukan meminta pertolongan terhadap sesama manusia yang manusia bisa saja salah.

Dalam menjalani kehidupan, tentu kita sebagai manusia pasti pernah dan akan mengalami sebuah kesulitan dan kesusahan. Yang semua itu merupakan ujian dan cobaan dari Allah SWT. Sesungguhnya tatkala kesulitan itu datang, maka Allah lah sebaik-baiknya penolong dan kepada-Nya lah kita bergantung. Dan sesulit apapun cobaan dan kesusahan yang melanda jangan sampai tergoda untuk meminta tolong dengan jalan kesyirikan. Musibah dan kesusahan yang menimpa, pada hakikatnya adalah ketetapan Allah dan atas izin Allah itu terjadi. Allah berfirman dalam QS. At-Taghabun:11), yang berbunyi:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلا بِإِذْنِ اللَّهِ وَمَنْ يُؤْمِنْ بِاللَّهِ يَهْدِ قَلْبَهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: "Tidak ada suatu musibah yang menimpa (seseorang), kecuali dengan izin Allah; dan barang siapa beriman kepada Allah, niscaya Allah akan memberi petunjuk kepada hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu".(QS. At-taghabun: 11)[79]

Table 4.9 Analisis Data

Tanda
Objek
Gambar 3 objeknya adalah menjelaskan mengenai wanita muslimah yang berperan sebagai klien, dia tampak terkejut. Namun terkejutnya ini karena merasa ketakutan. Sesuai dalam tautan yang berjudul "Membaca Ekspresi Orang". Disitu dijelaskan bahwa ciri-ciri orang yang takut itu, akan terlihat mulut sedikit terbuka, bibir tegang, kedua alis mata naik, dahi berkerut ditengah kelopak mata atas terbuka lebar. Dan sama dengan adegan

[79]Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjmah Syaamil Quran Yasmina*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012), h. 557.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambar di atas, jadi sudah jelas bahwa dia sedang merasakan ketakutan. **Gambar 4** objeknya adalah menjelaskan mengenai wanita muslimah yang berperan sebagai klien yang merasakan sedih, dengan menundukkan kepala sambil menangis.Dalam tautan yang berjudul "Membaca Ekspresi Orang" dijelaskan bahwa sudut bibir tertarik kebawah, alis mata naik sedikit, kelopak mata atas naik disudut terdalam merupakan ciri-ciri orang yang sedang sedih. Hal itu sama persis dengan apa yang terjadi dalam adegan gambar di atas.
Interpretan
Adegan ketiga, menjelaskan bahwa ketika mulut sedikit terbuka, bibir tegang, kedua alis mata naik, dahi berkerut ditengah kelopak mata atas terbuka lebar, itu menandakan sedang merasakan ketakutan. Ketakutan ini disebabkan karena merasa bersalah atas apa yang dilakukan. Sehingga rasa penyesalan yang ada pada dirinya. Rasa penyesalan itu menunjukkan bahwa dia sadar atas kesalahannya. **Adegan ke empat**, menjelaskan bahwa sudut bibir tertarik kebawah, alis mata naik sedikit, kelopak mata atas naik disudut terdalam, merupakan ciri-ciri dari orang yang sedang sedih, menangis. Dimana kesedihan ini disebabkan karena dia baru menyadari bahwa Allah itu Maha Besar dengan segala pertolongannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 4.8 Analisis Data (Dialog Scene)

Detik	**Dialog**
00:35-00:39	"Sebesar-besarnya masalah yang kita punya, kita punya Allah yang MAHA BESAR dengan segala Pertolongan-Nya".

Analisis pada gambar diatas, merupakan pesan dakwah akidah terhadap Allah SWT, berupa yakin akan kekuasaan Allah SWT. Dijelaskan dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 106 mengenai kekuasaan Allah SWT, Allah berfirman :

أَلَمْ تَعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya; "Tidakkah kamu tahu bahwa Allah Maha kuasa atas segala seusatu?". (QS. Al-Baqarah:106)[80]

Allah juga berfirman dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 117 yang berbunyi;

بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالأَرْضِ وَإِذَا قَضَى أَمْراً فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُن فَيَكُونُ

Artinya; "Allah pencipta langit dan bumi. Apabila Dia hendak menetapkan sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, "jadilah!" Maka jadilah sesuatu itu". (QS. Al-Baqarah:117)[81]

Dalam Qur'an Surat diatas sudah jelas, bahwa sangat tidak mungkin jika kita tidak bisa meyakini akan kekuasaan Allah SWT karena sudah sangat jelas sekali akan kekuasan-kekuasaan Allah SWT yang ada di bumi ini. Dengan kita yakin akan kekuasaan Allah SWT, maka kita akan selalu ingat dan meminta pertolongan hanyalah kepada Allah SWT. Sama dengan penjelasan pada gambar sebelumnya, namun ini lebih ditekankan kembali

[80]Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjmah Syaamil Quran Yasmina*, (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2012), h. 17
[81]Kementerian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjmah Syaamil Quran Yasmina*, h. 18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa sebesar apapun kita memiliki masalah, kita masih punya Allah Yang Maha Besar dengan segala Pertolongan. Sebagaimana dalam Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 173, yang berbunyi:

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

Artinya: "Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung". (QS.Ali Imran:173).

D. Temuan dan Interpretasi Data

Dari data yang peneliti peroleh diatas, maka terdapat temuan-temuan data yang peneliti temukan mengenai pesan dakwah yang berkaitan dengan akidah,yaitu:

1. Selalu ingatlah kepada Allah SWT.
2. Memintalah pertolongan hanya kepada Allah SWT.
3. Yakinlah akan kekuasaan Allah SWT.

Dari analisis yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan nilai pesan dakwah tentang akidah yang berkaitan dengan Al-Qur'an dan Hadits. Nilai pesan dakwah yang terdapat pada video parodi dalam akun instagram @nunuzoo yang berjudul karma mengandung ajakan untuk berbuat baik namun dikemas dengan berbeda yaitu berdakwah dalam bentuk komedian namun tidak menghilangkan pesan baiknya yang disampaikan. Di dalam video tersebut menjelaskan bahwa ketika kita yakin terhadap kekuasaan Allah, selalu ingat terhadap Allah maka kita akan meminta pertolongan hanya kepada Allah SWT.

Sasaran dakwah kebanyakan ditargetkan terhadap remaja, karena banyak sekali remaja yang mengakses media sosial berupa Instagram. Pesan dakwah ini akan mudah sekali diterima dan akan langsung mengena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap target yang dituju karena video ini dikemas dengan komedian, cerita yang ringan serta mengikuti trendnya program acara di ANTV yang berjudul Karma.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan dan uraian penelitian yang peneliti lakukan diatas, dapat disimpulkan bahwa pesan akidah yang terdapat dalam video @nunuzoo episode karma adalah:

1. Selalu ingatkepada Allah SWT
2. Meminta pertolongan hanya kepada Allah SWT
3. Yakin atas kekuasaan Allah SWT

B. Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya yang meneliti mengenai akun instagram @nunuzoo, hendaknya melakukan penelitian lebih mendalam lagi dari hasil penelitian yang sudah peneliti teliti agar penelitian ini bisa dikembangkan lagi, karena peneliti sadar bahwa apa yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna.
2. Bagi Instunsi, khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi terutama bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian dimasa yang akan mendatang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ahmad Al Jarwaji, Ali. *Indahnya Syariat Islam*. Jakarta: Genna Insani Press, 2006.

Ali Aziz, Muhammad. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.

Arufin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha ilmi, 2010.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajawaliPers, 2001.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2007.

Faizah. Muchsin. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.

Fiske, John, dkk. *Cultural and Communication Studies*. Bandung: Jalasutra, 2004.

Hidayat, Nur. *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Rosdakarya, 2010.

J. Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.

Kriantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Premada Media Grup, 2006.

Kurniawan. *Semiologi Roland Barthers*. Magelang: Indonesiatera, 2001.

Mattern, Joanne. *Instagram*. United Stase Of America, Abdo Publishing, 2017.

Muhadjir, Noeng. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: SIPPRES, 1996.

Munir Amin, Samsul. *Ilmu Komunikasi*.Jakarta: Amzah Press, 2009.

Munir, Muhammad. Wahyu Ilaihhi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.

Narbuku, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Semarang: Bumi Aksara, 1997.

Saadah, Siti. Imam Ghozali. *Aqidah Akhlak Madrasah Aliyah*. Madura: Jauhar, 2008.

Seto Wahyu Wibowo, Indiwan. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.

Sobur, Alex. *Analisis Teks Media.* Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Syamsul M Romli, Asep. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2014.

Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: al-ikhlas, 1986.

Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya. *Pengantar Studi Islam*. Surabaya, 2012.

Yusuf, Yunan. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internet:

http://detik.in/uncategorized/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/, diakses pada tanggal 24 Desember 2018.

http://www.linkpengetahuan.com/2017/05/penemu-Instagram-dan-sejarah-singkatnya.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

http://www.linkpengetahuan.com/2017/05/penemu-Instagram-dan-sejarah-singkatnya.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://bali.antarnews.com/berita/108986/pengguna-Instagram-di-Indonesia-mencapai-45-juta, diakses pada tanggal 24 Desember 2018.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Parodi, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Video, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://instagram.com/nunuzoo?utm_source=ig_profile_share&igshid=1jfu4m41cq2, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

https://kbbi.web.id/parodi.html, diakses pada tanggal 03 Februari 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id