



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PESAN DAKWAH “NASIHAT ISLAMI: GARA-GARA
STATUS” YUFID.TV DI YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

Firda Dwi Haryanti

NIM. B01216017

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firda Dwi Haryanti

NIM : B01216017

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Pesan Dakwah "Nasihat Islami: Gara-Gara Status" Yufid.Tv Di Youtube* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 6 Januari 2020



Firda Dwi Haryanti
NIM. B01216017

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

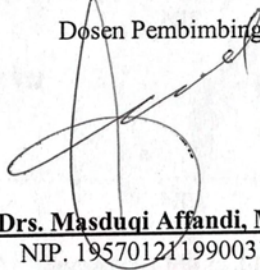
Nama : Firda Dwi Haryanti
NIM : B01216017
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Yufid.TV Dalam Pesan “Nasihat Islami: Gara-Gara Status” di Youtube.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 6 Januari 2020

Menyetujui

Dosen Pembimbing,



Drs. Masduqi Affandi, M.Pd.I

NIP. 195701211990031001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PESAN DAKWAH "NASIHAT ISLAMI: GARA-GARA
STATUS" YUFID.TV DI YOUTUBE

SKRIPSI

Disusun Oleh

Firda Dwi Haryanti / B01216017

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strarta Satu
Pada tanggal 11 Maret 2020
Tim Penguji

Penguji I

Drs. Masduqi Affandi, M.Pd.I
NIP. 195701211990031001

Penguji II

Tias Satria Adhitama, MA
NIP. 197805092006041004

Penguji III

Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP. 197308212005021004

Penguji IV

Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 196517 1997031002



Surabaya, 11 Maret 2020

Dekan,

Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



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 : FIRDA DWI HARYANTI
NIM : B01216017
Fakultas/Jurusan : FDK/KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
E-mail address : firdadwuh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PESAN DAKWAH "NASEHAT ISLAMI: GARA-GARA STATUS" PADA CHANNEL
YOUTUBE YUFID.TV

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, April 2020

Penulis

(Firda Dwi Haryanti)

ABSTRAK

Firda Dwi Haryanti, 2020. *Pesan Dakwah “Nasihat Islami: Gara-Gara Status” Yufid.TV di Youtube.*

Penelitian ini mengkaji tentang pesan yang ada dalam video “Nasihat Islami Gara: gara Status” yang di unggah oleh chanel Yufid.TV di media sosial Youtube. Masalah yang difokuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana pesan dakwah yang ada dalam video Nasihat Islami: Gara-gara Status”, yakni meliputi pesan Akidah, Syariah dan Ahklak. Apa saja pesan yang terdapat dalam video tersebut?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik kualitatif deskriptif. Yang menggunakan jenis pendekatan konten yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan video yang berformat MP4 yang di unduh dari media sosial Youtube di chanel Yufid.TV, kemudian diobservasi secara mendalam oleh peneliti untuk mendapatkan hasil yang jelas dan akurat. Teknik analisi data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes.

Kesimpulan penelitian ini, bahwa dalam video “Nasihat Islami Gara: gara Status” mengandung unsur pesan, yakni pesan dakwah yang meliputi Akidah, Akhlak, dan Syariah. Yang kesimpulannya bahwa video ini memberikan nasihat bahwa seorang muslim wajib melaksanakan kewajiban dalam beribadah, yang dilakukan dengan Ikhlas serta menghindari perilaku Riya’ dengan tidak menggambar kegiatan ibadahnya ke media sosial. Karena sejatinya ibadah dilakukan hanya karena mencari ridha Allah semata bukan untu mencari pujian dari orang lain.

Rekomendasi dan saran untuk penelitian selanjutnya agar bisa mengembangkan lagi secara lebih dalam mengenai penelitian analisis semiotik model Roland Barthes pada video pesan dakwah.

Kata Kunci : *Pesan, Yufid.TV, Youtube*

ABSTRACT

Firda Dwi Haryanti, 2020. *Preaching Messages "Nasihat Islami: Gara-gara Status" Yufid.TV on You tube.*

This study examines the message in the video "Nasihat Islami Gara: Gara Status" uploaded by Yufid.TV channel on YouTube social media. The problem that is focused in this study is how the preaching message in the Islamic Advice video: Gara gara Status ", which includes the message of the Aqeedah, Sharia and Ahklak. What are the messages contained in the video?

The research method used in this research is descriptive qualitative semiotic analysis. Which uses a type of content approach that is descriptive. Data collection techniques using MP4 video format downloaded from YouTube social media on the Yufid.TV channel, then observed in depth by researchers to get clear and accurate results. Data analysis techniques in this study used a semiotic analysis of the Roland Barthes model.

The conclusion of this study, that in the video "Nasihat Islami Gara: Gara Status" contains elements of the message, namely the message of preaching which includes the Aqeedah, Morals, and Sharia. Which concludes that this video provides advice that a Muslim is obliged to carry out the obligation in worship, which is done with sincerity and avoid Riya behavior 'by not blasting his worship activities to social media. Because true worship is done only because of seeking the pleasure of Allah alone not to seek praise from others.

Recommendations and suggestions for further research in order to be able to develop more deeply about the research of Roland Barthes's semiotic analysis in the preaching message video.

Key Words : *Messages, Yufid.TV, Youtube*

ملخص البحث

فردا دوي هارياتي، رقم التسجيل، 2020. قناة يفيد. تف في مادة الدعوة "النصائح الدينية : بسبب الحالة" بيوتوب.

الكلمة المفتاحية : مادة الدعوة يفيد. تف، يوتوب.

هذا البحث دراسة عن مادة الدعوة في فيديو "النصائح الدينية : بسبب الحالة" التي حملتها قناة يفيد. تف بيوتوب. ارتكزت مشكلة هذا البحث عما هو الرسالة التبليغية في فيديو "النصائح الدينية ك بسبب الحالة". وهي تحتوي على أمانة العقيدة وأمانة الشريعة وأمانة الأخلاق. ما هي مادة الدعوة الموجودة في تلك فيديو؟

اعتمد هذا البحث المنهج التحليلي – السيميائي في شكل النوعي الوصفي. وهو استخدم نوع من المقاربة الوصفية للمادة. وطريقة جمع البيانات مستخدمة تنزيل فيديو على شكل MP4 من قناة يفيد. تف بيوتوب. ثم حللها الباحث تحليلًا عميقًا للحصول على النتائج الواضحة والمميزة. أما طريقة تحليل البيانات في هذا البحث مستخدم التحليل السيميائي لروند برثيس.

أما ملخص هذا البحث، تلك الفيديو تحتوي على عناصر مادة الدعوة. منها الرسالة التبليغية من حيث العقيدة، والأخلاق، والشريعة. أما الملخص فأن تلك الفيديو تلقي النصائح للمسلمين فلا بد لهم إمتثال الأوامر في العبادة وفعله بالإخلاص واجتناب الرياء بعدم تحميل الصور عن "الأنشطة العبودية". في الوسائل الإجتماعية. لأن في الحقيقة كل عبادة لطلب رضوان الله لا لتسلم المدح من الآخرين

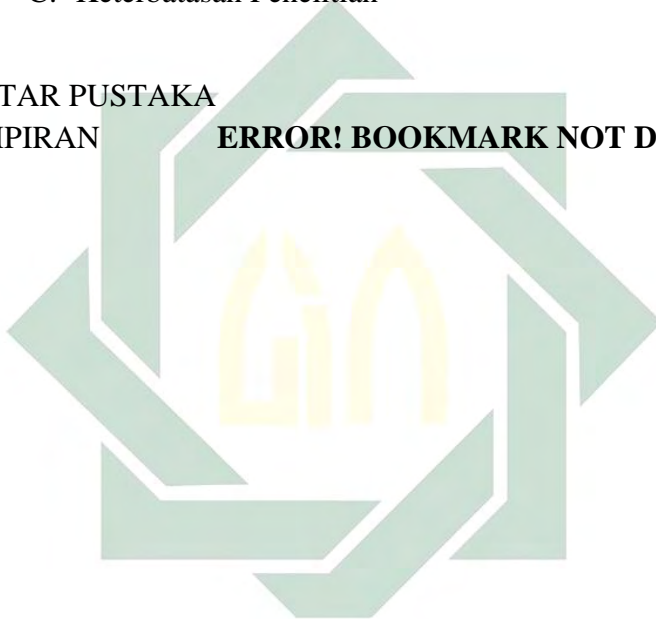
أما الاقتراحات للباحث المستمر كي يستطيع الباحث أن يتطور هذا البحث في مرة أخرى تطورا أعمقا عن بحث تحليل سيميائية لروند برثيس بفيديو التبليغ.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	I
Lembar Persetujuan Pembimbing	II
Lembar Pengesahan Ujian Skripsi	IV
Motto dan Persembahan	VI
Pernyataan Keaslian Karya	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
Abstrak	VII
Abstract	VIII
ملخص البحث	IX
Kata Pengantar	X
Daftar Isi	XII
Daftar Tabel	XV
Daftar Gambar	XVI
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitan	7
D. Manfaat Penelitan	7
E. Definisi Konseptual	8
1. Pesan Dakwah	8
2. Yufid.TV	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : KAJIAN TEORETIK	14
A. Pesan Dakwah	14

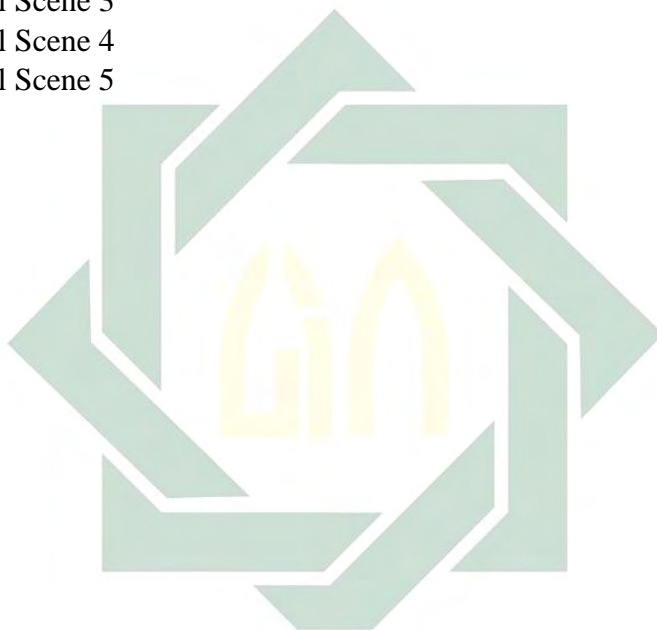
B. Substansi Pesan	24
1. Riya'	24
2. Ikhlas	27
C. Penelitian Terdahulu	31
BAB III : METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
1. Semiotika	38
2. Analisis Semiotik	42
3. Semiotika Roland Barthes	45
4. Semiotika dan Penerapannya	50
B. Unit Analisis	52
1. Gambar	52
2. Pesan Verbal	52
3. Backsound	52
4. Teknik Pengambilan Gambar	53
C. Jenis dan Sumber Data	54
D. Tahap - Tahap Penelitian	55
1. Studi Pendahuluan	55
2. Menemukan Obyek yang Diteliti	56
3. Merumuskan Metode Penelitian	56
4. Melakukan Analisis	56
5. Menarik Kesimpulan	56
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Teknik Analisis Data	57
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Yufid.TV	60
B. Penyajian Data	63

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	80
1. Prespektif Teori	82
2. Prespektif Islam	83
BAB V : PENUTUP	85
A. Simpulan	85
B. Rekomendasi	86
C. Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.



DAFTAR TABEL

Table 1 Ferdinand De Saussure	40
Table 2. Bagan Roland Barthes	48
Tabel Scene 1	64
Tabel Scene 2	68
Tabel Scene 3	72
Tabel Scene 4	74
Tabel Scene 5	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Elemen Makna Pierce	41
Gambar 2 Logo Yufid Network	60
gambar Scene 1	67
Gambar Scene 2	68
Gambar Scene 3	69
Gambar Scene 4	69
Gambar Scene 5	70
Gambar Scene 6	70
Gambar Scene 7	72
Gambar Scene 8	72
Gambar Scene 9	72
Gambar Scene 10	74
Gambar Scene 11	74
Gambar Scene 12	74
Gambar Scene 13	75
Gambar Scene 14	75
Gambar Scene 15	76
Gambar Scene 16	76
Gambar Scene 17	78
Gambar Scene 18	78
Gambar Scene 19	78
Gambar Scene 20	79
Gambar Scene 21	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman di masa kini menjadikan ilmu, pengetahuan dan teknologi berkembang sangat pesat. Perkembangan tersebut otomatis membangun pola dakwah dengan cara yang baru yang menyesuaikan pada era ini. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang menciptakan inovasi-inovasi baru, arus teknologi bergerak dengan lajunya zaman yang dinamis, begitu pula dengan kegiatan dakwah, yang bisa memanfaatkan potensi kemajuan teknologi informasi melalui media internet.

Media internet memiliki peran yang besar dan kuat di zaman ini, kegiatan dakwah bisa dilakukan tanpa harus di atas mimbar atau bahkan tanpa bertatap muka dengan seorang Da'i. Media dakwah sekarang ini lebih fleksibel, mudah dijangkau dan siapapun bisa melakukannya. Media internet memiliki peran yang luas sebagai alat penyampaian pesan ataupun sebagai alat komunikasi, hal tersebut sangat erat kaitannya dengan kegiatan dakwah yang tujuannya untuk menyampaikan pesan.²

Sebelum hadirnya media-media baru yang bersifat serba digital seperti pada masa sekarang ini, yang sebelumnya para Da'i berdakwah menggunakan berbagai media seperti mimbar, ataupun dakwah secara *show* yang dilakukan dengan mengunjungi suatu tempat. Seperti kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Guru Besar UINSA Prof. Moh. Ali Aziz beliau menyampaikan dakwahnya melalui mimbar dengan penyampaian yang bersahaja dan mampu menggetarkan hati

² Pardianto, Jurnal IAIN Ambon (online) “*Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah di Era Globalisasi)*” 92.

para mad'unya, beliau sering mengisi khutbah jum'at di berbagai wilayah di Surabaya bahkan di berbagai wilayah Eropa dan Amerika.

Berbeda dengan MH. Ainun Najib atau biasa disebut Cak Nun, yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan cara yang berbeda, beliau berdakwah dengan melalui sebuah kajian yang jika dilihat sifatnya yang santai seperti halnya diskusi bersama. Dengan basic yang dimiliki Cak Nun sebagai budayawan beliau membawa unsur dakwah yang sifatnya kultural dengan tujuan mengajak para mad'unya juga melestarikan budaya hal tersebut yang menjadi pembeda dakwah Cak Nun, kegiatan dakwahnya juga selalu diiringi dengan grup music gamelan yaitu Kiai Kanjeng.

Ustad AA Gym kiprahnya sebagai pendakwah yang populer karena pembahasannya yang sederhana, ringan, serta aplikatif yang membuat mudah dikenal oleh masyarakat. Lingkup topik pembahasan yang sering dibawakannya mengenai keluarga dan rumah tangga. AA Gym menjadi populer karna seringnya beliau mengisi tausiyah di beberapa televisi-televisi swasta.

Gus Miftah salah satu sosok kyai yang berani terjun langsung untuk berdakwah di kaum marjinal, dengan berdakwah dan membuat kajian rutin di area lokalisasi, yang mempunyai banyak tantangan karena penolakan. Tetapi seiring berjalannya waktu Gus Miftah menemui keberhasilan dalam dakwahnya kemudian berlanjut berdakwah di klub-klub malam selama belasan tahun dan membuahakan hasil yang baik.

Ustad Zaky seorang pendakwah mimbar yang rutin mengisi pengajian Majelis Ta'lim Az-Zahra Sidoarjo setiap minggunya, penyampaian dakwahnya yang mudah dipahami dengan penggunaan Bahasa yang ringan dan nilai-nilai hikmah yang disampaikannya membuat jamaah tertarik, beliau merupakan penceramah tetap pada kajian Az-Zahra yang memiliki mad'u kurang lebih 1500 orang. Az-Zahra merupakan

sebuah Komunitas Majelis Ta'lim yang beranggotakan ibu-ibu di wilayah sidoarjo.³

Setiap Da'i memiliki karakter yang berbeda dengan yang lainnya serta setiap da'i mempunyai ciri khas, media dan strategi yang tidak sama, tetapi tujuannya sama yaitu untuk menyampaikan pesan yang mengandung nilai kebaikan.

Seiring perkembangan jaman, dengan adanya berbagai teknologi yang menyajikan berbagai aplikasi setiap orang bisa membuat konten yang bersifat kreatif dan memiliki *benefit* untuk diri sendiri dan orang lain. Karena kewajiban sebagai umat muslim semua orang diwajibkan berdakwah meskipun bukanlah seorang Da'i.

Abad ke-21 ini merupakan era dimana teknologi berkembang dengan pesat dan canggih. Seorang penulis dan *author* dari Amerika John Naisbit mengungkapkan "Saat ini kita berada dalam kemampuan berkomunikasi apa saja dan dengan siapa saja, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar atau data dengan menggunakan kecepatan suara".⁴

Dengan adanya kemajuan dakwah, kita diharuskan mampu berdialog dan beradaptasi terhadap kebudayaan yang siftanya modern dengan mengisi kebudayaan tersebut dengan nila-nilai Islam. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melihat arus globalisasi agar tidak tertinggal dengan adanya kebudayaan modern.⁵ Dakwah bisa dilaksanakan dengan penggunaan media-media baru yang modern dan mutakhir agar bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah yang relevan. Beberapa media dakwah yang sering dipakai pada masa ini

³ Lihat skripsi "Dakwah Pada Jamaah Kelas Menengah: Study Strategi Dakwah Majelis Ta'lim Bunda Muslimah Az-Zahra" oleh Nahdiyah Nahliyah UINSA 2017, 74.

⁴ John Naisbitt dan Patricia A, *The New Directions For the 1990's Megatrends 2000* (Jakarta: Binapura Aksara, 1990), 106.

⁵ Jurnal Risalah, *Dakwah Islam di Era Multimedia*, Vol. XXIV, Edisi 2, Riau, 2013, 1.

kebanyakan bersifat audio-visual seperti film, sinetron, lagu, dan video dakwah yang banyak diunggah di media social.

Pengemasan dakwah diharapkan agar terus berinovasi, dengan menggunakan cara-cara baru sehingga mampu bersaing di era digital seperti pada saat ini. Maka para penggiat dakwah harus mampu menciptakan inovasi baru untuk menyesuaikan kondisi pada zaman ini. Banyaknya sarana media dakwah yang sudah berkembang pada masa ini menjadikan berbagai kemudahan dalam penyampaian suatu pesan dakwah, seperti penggunaan Youtube sebagai suatu media penyampaian dakwah melalui video-video yang berisi konten dakwah yang dapat menginspirasi para penontonnya untuk merefleksikan pesan yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari.

Hadirnya media-media social saat ini sangat mempengaruhi kemajuan dakwah, karena *medsos* ini bisa dikatakan sangat ampuh sebagai alat atau media dalam menyampaikan pesan, baik berupa tutur kata ataupun sebuah ilustrasi gambar atau video. Aktivitas dakwah para penda'i saat ini pun sangat mudah disebarluaskan bisa melalui *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter* dan *Youtube*. Dakwah melalui *medsos* dinilai sangat efektif dan mudah dilakukan karena memiliki berbagai kelebihan seperti, mudahnya akses dengan biaya yang relative terjangkau berpotensi pada banyaknya jumlah para mad'u, tidak terikatnya dengan batas ruang dan waktu dengan hal ini mad'u dapat dengan mudah mengakses dakwah dimanapun dan kapanpun, serta mad'u bisa memilih materi apa yang akan dilihat.

Dilihat dari wadah media sosial yang memiliki potensi paling besar untuk penyampaian media dakwah yaitu ***YouTUBE*** sebuah web untuk berbagi gambar bergerak (video) yang penggunanya dapat menonton, mengunggah, dan bahkan membagikan video, karena menggunakan audio-visual hal tersebut lebih menarik jika dibandingkan dengan *medsos* lainnya, serta semua kalangan menggunakan aplikasi tersebut. Dalam

surveynya We are social menyebutkan banyaknya penduduk Indonesia yang aktif menggunakan media social mencapai angka 150 juta orang, dan media sosial *Youtube* yang paling banyak digunakan.⁶

Banyak sekali channel youtube yang menyajikan konten-konten islami yang bermuatan dakwah, bukan hanya video ceramah tetapi juga video ilustrasi dakwah atau film pendek yang menarik dan mudah dipahami untuk di praktekkan dalam kehidupan sehari-hari.

Seperti Ammar.Tv sebuah channel di Youtube yang menyajikan video- video dengan konteks dakwah dan murrotal dari para hafidz, serta trik dan tips membaca Al- Qur'an yang baik dan benar.

Rodja Tv merupakan stasiun radio dakwah Islam Ahlussunnah Wal Ja'maah di Indonesia, selain siaran radio dan tv, Rodja Tv juga berada di Youtube dengan isian video-video kajian dakwah yang membahas mengenai ibadah sehari-hari serta pembahasan mengenai Al-Quran dan Hadist.⁷

Taffaquh Video pada chanel ini berisi beberapa ceramah-ceramah dari berbagai kalangan da'i termasuk Ustad Abdul Somad, selain berisi video ceramah seorang ustad chanel in juga membedah ayat Al-Qur'an untu memberitahu penontonya pada makna yang sebenarnya

Sabda TV konten pada channel ini cukup menarik dan banyak meyajikan konten pembelajaran mengenai Hadist dan Ilmu Fikih, dengan pengemasan tanya jawab kajian.

Dari pemaparan diatas, hal tersebut merupakan suatu bentuk model baru media dakwah dalam Islam, tidak bisa dipungkiri dengan hadirnya media social pada masa kini,

⁶ Lihat Katadata.co.id "*Youtube , Medsos No.1 di Indonesia*" diakses pada tanggal 9 November 2019 pukul 16:11

⁷ Lihat Wikipedia.org/ RadioRodja diakses pada tanggal 9 november 2019 pukul 13.59

membuat banyak orang memiliki ide-ide kreatif untuk disalurkan. Tentunya untuk kegiatan dakwah, karena setiap umat muslim diberikan kewajiban berdakwah walau menyampaikannya hanya sepele-pela.

Selain video-video ceramah yang banyak ditampilkan di Youtube, banyak dijumpai video-video ilustrasi dalam kehidupan sehari-hari yang mengandung pesan dakwah, seperti pada beberapa video ilustrasi atau film pendek yang diunggah oleh channel Yufid TV. Penulis tertarik mengkaji lebih dalam mengenai salah satu konten yang terdapat pada channel Yufid TV. Konten yang disajikan Yufid TV sangat beragam seperti Ceramah Agama, Kultum, Khutbah, Kajian Kitab, Video Motivasi, Poster Dakwah, Motion Graphics, dll.

Salah satu video yang menarik perhatian penulis yakni video yang berjudul “Nasihat Islami: Gara-gara Status”, dalam video pendek tersebut menggambarkan realitas kehidupan seperti yang kebanyakan terjadi saat ini, yaitu banyak orang yang mengumbar aktivitas ibadahnya ke media sosial dikemas dan disampaikan oleh Yufid.TV berupa video nasihat islami. Karena adanya rasa keingin-tahuan yang besar, maka penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan menggunakan Analisis Semiotika model Roland Barthes dan mengangkatnya dengan judul **Pesan Dakwah “Nasehat Islami: Gara-Gara Status” Yufid.TV di Youtube.**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yakni: Bagaimana pesan dakwah dalam video “Nasihat Islami: Gara-gara status” pada channel youtube Yufid.TV?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai pemaparan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yakni ingin mengetahui bagaimana pesan dakwah video “Nasihat Islami: Gara-gara status” pada channel youtube Yufid.TV yang dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretik

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi bentuk keikutsertaan penulis dalam bidang keilmuan dan kepustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan kepustakaan untuk pengembangan dan pembinaan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- c. Hasil penelitian ini dapat menambah refrensi kajian dan literatur di bidang dakwah media sosial, terutama dalam pengembangan teori dan teknik analisis semiotik.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai pesan-pesan yang disampaikan pada video.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan

masukkan untuk pertimbangan kemajuan dakwah yang dilakukan melalui media social dalam konteks ini yaitu video dakwah di Youtube.

E. Definisi Konseptual

Sesuai dengan judul yang sudah disebutkan diatas, judul tersebut terdiri dari beberapa konsep yang mana konsep tersebut merupakan sebuah istilah, yaitu satu kata atau beberapa kata yang menggambarkan suatu gejala atau ide (gagasan).⁸ Maka dari itu sub ini membahas bebrapa definisi kata yang digunakan dalam judul penelitian tersebut.

1. Pesan Dakwah

Dalam buku "*Ilmu Dakwah*" yang ditulis oleh Moh. Ali Aziz kata Da'wah terbentuk dari beberapa kata dengan berbagai ragam makna. Makna-makna tersebut adalah, mengundang, memanggil minta tolong, memohon, menanamkan, meminta, mengangisi mendoakan, dan meratapi.⁹ Dakwah merupakan segala bentuk hal aktivitas yang berkaitan mengenai penyampaian ajaran Islam, dengan berbagai cara dan metode yang bijaksana demi terciptanya individu yang menghayati dan mengamalkan ajaran islam dalam semua realitas kehidupan (Aziz, 2004: 10).

Quraish Shibab mengatakan bahwa dakwah adalah ajakan atau seruan tentang kebenaran dan keinsyafan yang berusaha untuk mengubah suatu yang kurang baik menjadi lebih baik dan sempurna, baik disampaikan secara pribadi maupun kelompok. Wujud dari dakwah bukan hanya sekedar usaha untuk

⁸ Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2002), 4.

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana 2016), 6.

memahami Ilmu Agama dan tingkah laku saja, tetapi juga memiliki sasaran dan tujuan yang lebih luas dengan dilaksanakan secara efektif dan menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.¹⁰

Dakwah bukanlah suatu pekerjaan yang mudah dilaksanakan begitu saja, melainkan suatu kewajiban yang wajib dikerjakan bagi setiap muslim, Allah SWT berfirman dalam surat Al- Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”¹¹

Dengan pengertian lain bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap umat muslim untuk menyampaikan pesan-pesan dan nilai islam sesuai Al-Qur’an dan Hadist untuk mengajak orang lain untuk memperbaiki diri dari suatu kondisi yang kurang baik menjadi yang lebih baik. Banyak sekali kegiatan dakwah yang dapat dilakukan tidak hanya dari lisan semata, tetapi mencakup sikap, perbuatan dan perilaku yang mendorong orang lain untuk mau memahami dan mengamalkan ajaran Islam.

¹⁰ Burhan Bugin, *Erotika Media Massa*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001), 97.

¹¹ Al- Qur’an, 3 (Ali Imran) :104

Pada dasarnya pesan dakwah merupakan ajaran islam itu sendiri, selama pesan-pesan tersebut tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist. Pesan dakwah dibagi menjadi tiga bagian yaitu pesan dakwah Aqidah meliputi pesan mengenai iman terhadap Allah SWT, iman kepada Malaikat Allah dan iman kepada Kitab Allah, iman kepada Rasul Allah, dan Iman kepada Qada' dan Qadr serta percaya terhadap Hari Kiamat. Pesan dakwah Akhlak mengenai akhlak kepada Allah SWT dan Akhlak terhadap makhluk-makhluk Allah. Sedangkan Pesan dakwah Syariah mengenai mengenai ibadah seperti (shalat, puasa, zakat, haji, dsb) dan muamalah yang bisa diartikan hukum baik hukum perdata maupun hukum publik.¹²

2. Yufid.TV

Hadirnya teknologi semakin memudahkan manusia untuk mengakses informasi lewat internet. Internet menghadirkan begitu banyak aplikasi-aplikasi yang kini disebut dengan media social, seperti yang banyak digunakan saat ini meliputi Facebook, Twitter, WhatsApp, Facebook dll. Media-media tersebut memiliki keunggulan masing-masing, seperti sebagai wadah untuk saling berinteraksi, berkomunikasi dan bersosialisasi bahkan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dengan membuat konten-konten kreatif, dan yang paling terpenting media-media tersebut bisa memudahkan para penggunanya dengan mudah memperoleh informasi.¹³

¹² Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, 32

¹³ Y Stellarosa, Jurnal Lugas vol.2 No.2 "Pemanfaatan Youtube sebagai sarana transformasi majalah highend" LSPR Jakarta Desember 2018

Terutama pada media dakwah, pada masa ini perkembangan media dakwah juga mengikuti jalannya kemajuan zaman seperti Yufid.TV yang merupakan media yang sangat populer dikalangan masyarakat khususnya umat Islam, karena Yufid.TV menyajikan konten dakwah yang mudah diterima oleh masyarakat. Yufid.TV mengemas dakwahnya dengan video-video yang menarik. Konsep dakwahnta juga sederhana dan menyesuaikan kultur yang ada.

Yufid.TV merupakan salah satu website dibawah naungan Yufid Network. Yufid.TV memiliki misi untuk menyajikan video-video yang memuat Pendidikan islam, baik berupa rekaman video, kisah singkat, kajian islam maupun nasihat-nasihat. Semuanya dikemas dan ditujukan untuk tujuan dakwah dan Pendidikan islam. Seluruh videonya dibagikan secara gratis. Saat ini video yang sudah diunggah oleh Yufid.TV mencapai 800 bahkan bisa bertambah seiring berjalannya waktu. Selain video gratis Yufid.TV juga menyediakan video komersial dengan durasi yang lebih, dan saat ini Yufid.TV memproduksi 3 paket video komersial yang keuntungannya akan disalurkan untuk operasional Yufid Network.¹⁴

Yufid.TV juga memiliki channel pada media sosial Youtube Youtube merupakan situs jejaring social yang diperuntukkan untuk saling berbagi video atau dengan istilah lain *sharing*, dimana pengguna youtube dapat menonton, mengunggah, dan membagikan video secara mudah dan gratis. Sekarang ini Youtube merupakan situs online yang menguasai 43% pasar dunia dan provider yang paling dominan dipakai, dengan satu miliar pengguna. Video-video di media

¹⁴ www.kompasiana.com / Fenomena Radio Rodja, Tv Rodja, dan Yufid Tv

social Youtube umumnya memuat video klip music (lagu), Tv, film, serta video buatan penggunanya sendiri.¹⁵

Channel Yufid.TV di Youtube menyajikan video-video dakwah baik berupa ceramah, tausiyah maupun nasihat yang berisikan kajian-kajian islam, yang mana dalam kajian tersebut mengandung pesan dakwah islam baik Akidah, Akhlak dan Syariah. Pada channel youtube nya Yufid.TV telah diikuti oleh 1,8 juta orang dengan jumlah konten mencapai 12 ribu video, baik video ceramah maupun video pengajian atau video kreatif lainnya yang terdapat unsur dakwah didalamnya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan secara umum dibagi menjadi beberapa bab dan sub bab mengenai pokok pembahasan yang disusun secara berurutan dari awal sampai akhir. Penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang memiliki kesinambungan antar bab secara berurutan, berikut susunannya:

BAB I PENDAHULUAN

Ada enam hal pokok yang perlu dikemukakan dalam bab ini, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

¹⁵ Jurnal Komunikasi KAREBA “*Youtube Sebagai Sarana Komuniskasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*” Vol.5 No.2 Juli-Desember 2016 Unhas

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini terdiri atas sub bab kajian teoritis subtansial, kajian teori analisis tekstual (analisis semiotik) dan kajian penelitian yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Adapun hal pokok yang dikemukakan pada bab ini yakni pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, dan tahapan penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Hal-hal yang dibahas pada bab ini antara lain penyajian dari data yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan mengenai gambaran umum dari aspek-aspek yang berkaitan dengan objek penelitian dengan menganalisis data yang terdapat pada video “Nasihat Islami: Gara-gara status dengan menggunakan analisis semiotik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari tema atau permasalahan yang sinkron dengan rumusan masalah, dan terdapat bagian rekomendasi yang mengemukakan beberapa anjuran bagi peneliti selanjutnya.

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Pesan Dakwah

Dalam buku Ilmu Komunikasi pesan yang dimaksudkan dalam proses komunikasi yaitu suatu hal yang dikirim dari pengirim ke penerima, yang bisa disampaikan dengan *face to face* atau menggunakan perantara. Dalam buku Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) (2007: 18) Onong Uchana mengartikan pesan sebagai suatu pernyataan serta dihadirkan dengan bentuk atau lambang-lambang yang memiliki arti. Pesan adalah perangkat symbol verbal yang meliputi nilai, gagasan bahkan perasaan. Pesan biasanya disampaikan dalam bentuk simbol yang sifatnya bisa verbal (lisan) dan nonverbal (non-lisan).

Deddy Mulyana mengatakan pesan adalah hal-hal yang dinformasikan dan dikomunikasikan kepada penerima. ¹⁶Pesan akan dapat diterima dari satu individu ke induviu lain melalui suatu proses menggunakan media atau perantara supaya suatu pesan yang dikirimkan oleh sumber dapat diterima baik oleh penerima. A.W Wijaya berpendapat bahwa pesan adalah keseluruhan dari suatu hal yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.¹⁷

Pesan merupakan ide, gagasan, opini dan informasi yang disampaikan seseorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah yang dimaksud oleh komunikator.¹⁸

Sedangkan peneliti berpendapat bahwa pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak

¹⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya, 2002), 59.

¹⁷ AW Wijaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: PT Bina Aksara 1986), 14.

¹⁸ Susanto Astrid, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997), 7.

umum baik berupa pesan verbal ataupun nonverbal. Pesan verbal dapat disampaikan melalui lisan atau tulisan seperti pidato, ceramah, film, iklan, spanduk dan sebagainya. Sedangkan nonverbal adalah pesan yang penyampaiaanya dilalukan tanpa tlisan atau lisan, tetapi melalui bahasa tubuh, seperti yang di definisikan oleh Joseph Devito : “Komunikasi nonverbal dipusatkan pada pesan-pesan yang disampaikan tanpa kata-kta, dengan mempertimbangkan askpek komunikasi tubuh, wajah, dan mata serta komunikasi menurut ruang, Bahasa, sentuhan dan waktu”.¹⁹

Pesan lebih tepat diartikan untuk menjelaskan isi dakwah yang berupa gambar, kata, lukisan, perbuatan dan sebagainya yang diharapkan bisa memberikan pemahaman dan adanya perubahan sikap pada mitra dakwah. Dakwah yang disampaikan secara lisan, tindakan, maupun perbuatan maka hal yang disampaikan tersebut merupakan pesan dakwah.²⁰

Ketika sedang berbicara maka kata atau kalimat yang diucapkan merupakan sebuah pesan (*messages*). Pesan mempunyai wujud fisik yang bisa dirasakan dan diterima oleh indra. Dominick mengatakan pesan sebagai produk fisik yang bersifat actual dan telah di enkoding sumber.²¹ Pesan merupakan suatu yang dapat disampaikan dari seorang kepada orang lainnya baik disampaikan dengan individu atau kelompok.²²

Saifuddin Zuhri mengatakan bahwa dakwah merupakan usaha untuk mengembangkan dan menyebarkan agama, oleh karena itu di dalam penyampaian dakwah terkandung sifat dan sikap yang aktif, positif erta dinamis. Disebutkan dinamis karena dakwah memerlukan daya cipta kreasi yang bersifat

¹⁹ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, diterjemahkan oleh Agus Maulana, (Jakarta: Professional Books, 1997), 11.

²⁰ Jamaludin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah 1993), 35.

²¹ Morissan, Andy Corry, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia 2009), 19.

²² Asmuni Sukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 60.

inisiatif, konkret dan terus menerus (*continue*) tanpa mengenal waktu, ruang dan keadaan.²³ Pesan dakwah merupakan isi dari pesan atau materi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u, dan materi yang dijelaskan tersebut merupakan ajaran islam itu sendiri.²⁴

Pada dasarnya dakwah merupakan penyampaian pesan-pesan Islam kepada masyarakat luas. Pesan dakwah adalah isi atau inti dari materi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, komunikator yang dimaksud disini bukan hanya seorang da'i atau ulama besar tetapi semua orang yang menyampaikan dakwahnya. Isi pesan yang disampaikan adalah ajakan untuk berbuat Amar Ma'ruf Nahi Munkar, yaitu ajakan berbuat kebaikan dan menjauhi larangan agama, dan semua materi yang disampaikan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist.²⁵

Dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah adalah pesan-pesan yang didalamnya mengandung perintah untuk membentuk akhlak yang mulia, pesan-pesan yang disampaikan bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, yang seruanya berisi kebenaran untuk mengajak manusia menjalankan perintah dan kewajiban Agama yang telah dituliskan di Al-Qur'an dan Hadist, serta menjauhi semua larangan dan hal-hal yang tidak baik.

Asmuni Syukir mengklasifikasikan dakwah dalam tiga pokok dalam buku Dasa-dasar Strategi Dakwah yaitu masalah keimanan (Aqidah), masalah budi pekerti (Akhlak), dan masalah keislaman (Syariah).²⁶

²³ Saifuddin Zuhri, *Agama Unsur Mutlak dalam Nationan Building*, (Jakarta: LPP "Api Islam", 1995), 121-122.

²⁴ Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan, Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabata Press, 2002), 100.

²⁵ Al (Rahman, 2000)i Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009), 319.

²⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al- Ikhlas, 1983), 61.

Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah juga mengklasifikasikan tiga pokok materi dakwah meliputi Akidah mengenai iman dan keyakinan, Akhlak mengenai budi pekerti dan tingkah laku, sedangkan Syariah mengenai peraturan atau hukum ibadah dan muamalah yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT.

Aqidah atau masalah keimanan adalah aspek terpenting dalam agama, aqidah juga bisa disebut tauhid atau meng-Esakan Allah SWT. Aqidah meliputi keimanan kepada Allah SWT, Malaikat, Kitab-kitab, Hari Kiamat dan adanya Qada' dan Qadr. Menurut para ulama aqidah adalah kepepercayaan yang sesuai dengan kenyataan yang dapat dikuatkan oleh dalil-dalil dalam Al-Quran dan Hadist. Beriman kepada Allah ialah dengan membenarkan tentang keberadaan Allah, serta semua keagungan dan kesempurnaan yang dimiliki-Nya, dan hanya Dialah yang berhak untuk diimani dan diibadahi. Iman kepada Allah adalah prinsip dari Aqidah Islam.²⁷

Akhlak merupakan suatu ilmu yang menceritakan arti baik dan buruk serta menjelaskan apa yang harus dilakukan oleh manusia terhadap manusia lainnya. Kata akhlak berasal dari Bahasa arab Khuluqun yang memiliki arti perangai, budi pekerti, tingkah laku, atau tabiat. Akhlak biasanya disebut juga dengan moral, namun akhlak memiliki dimensi yang lebih luas, sebab akhlak tidak hanya merupakan tata aturan, atau norma yang mengatur hubungan antar manusia tetapi juga mengatur hubungan manusia dengan Tuhan nya, bahkan dengan alam semesta.²⁸

Syariah adalah ketetapan hukum yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT disertai dengan dalil yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Syariah berisi bebetapa susunan aspek meliputi peraturan, hukum-hukum, dan ketentuan yang sudah

²⁷ Syahminan Zaini, *Kuliah Aqidah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1990), 50-69.

²⁸ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlaq*, (Yogyakarta: LPPI UMY, 1999), 1.

ditetapkan oleh Allah SWT sebagai pedoman untuk umat manusia di dunia. Syariah mencakup ibadah yang meliputi shalat, zakat, puasa, haji, serta ibadah-ibadah lainnya. Selain ibadah kepada Allah syariah juga mengatur hubungan dengan saudara seadanya, sesama manusia dan dengan seluruh aspek kehidupan.²⁹Secara harfiah Syariah memiliki arti menandai atau menggambarkan jalan menuju kehidupan yang baik. Sedangkan secara terminology Syariah merupakan suatu jalan yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT melalui hukum-hukum.³⁰ (Rakhmat)

Terdapat juga beberapa jenis-jenis pesan dakwah, adapun dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah, Moh Ali Aziz mengemukakan beberapa jenis pesan dakwah antara lain:³¹

- a. Ayat-ayat Al-Qur'an, Al-Qur'an merupakan wahyu penyempurna, semua wahyu yang diturunkan kepada para Nabi dan semua pokok ajaran Islam terangkai dalam Al-Qur'an, dan detailnya dijelaskan dalam Hadist.
- b. Hadist Nabi SAW, segala sesuatu yang berkenaan dengan Nabi Muhammad SAW yang meliputi perbuatan, ucapan, sifat, ketetapan dan bahkan ciri fisiknya semuanya dinamakan dengan hadist. Untuk mengetahui keshahihan hadistnya pendakwah bisa mengutip dari hasil penelitian dan penilaian para ulama hadist.
- c. Pendapat Para Sahabat Nabi SAW, pendapat sahabat Nabi memiliki kualitas nilai yang tinggi

²⁹Dr. Yusuf Al-Qardhawi, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya: Dunia Ilmu), 17-18.

³⁰ Fazlur Rahman, *Islam Fazlur Rahman, Terjemahan dari Islam, Karangan Fazlur Rahman, Tanpa Penerjemah*, (Bandung: Penerbit Bintang, 2000), 140-141.

³¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* hlm. 317

- karena dengan kedekatan beliau dengan Nabi di semasa hidupnya karena proses bertemu, dan belajar langsung dengan Nabi SAW.
- d. Pendapat Para Ulama, pendapat ulama yang dihasilkan dari pemikiran dan pembelajaran yang mendalam dengan sumber hukum islam, dengan ulama-ulama lainnya.
 - e. Hasil Penelitian Ilmiah, peneliti juga menjadi salah satu sumber dari pesan dakwah, karena dari hasil penelitian ilmiah yang sifatnya relative dan reflektif karena nilai kebenaran dan kualitasnya.
 - f. Kisah Teladan, kisah teladan merupakan upaya dalam memudahkan mitra dakwah dalam memahami makna pesan yang disampaikan, karena dengan kisah teladan yang disampaikan akan bisa menguatkan argumentasi pendakwah melalui bukti-bukti nyata dalam kehidupan.
 - g. Berita dan Peristiwa, pesan dakwah juga bisa berupa suatu kejadian atau peristiwa yang ditonjolkan, berita yang bisa dijadikan sebagai pesan dakwah adalah berita penting dan sudah pasti terjadi serta memberikan manfaat dan pengaruh yang besar dalam Al-Qur'an berita diartikan dengan *an-naba'*.
 - h. Karya Sastra, agar pesan dakwah lebih menarik dan indah, karya sastra bisa digunakan dalam pesan dakwah yang dapat dikemas berupa syair, pantun, nasyid, lagu dan lain-lain.
 - i. Karya Seni, karya seni yang memiliki nilai keindahan yang tinggi yang mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan), pesan dakwah ini mengacu pada lambing yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun.

Karakteristik dalam pesan dakwah sifatnya universal, yang mencakup bidang kehidupan. Ajaran islam mengatur hal-hal yang paling kecil hingga yang paling besar dalam kehidupan manusia. Terdapat tujuh karakter pesan dakwah dari Allah SWT, yakni mudah, seimbang, lengkap, universal, masuk akal dan membawa kebaikan. Abdul Al-Karim Zaidan juga mengemukakan lima karakter pesan dakwah yaitu, berasal dari Allah SWT, mencakup seluruh bidang kehidupan, umum untuk siapa saja, terdapat balasan dalam setiap tindakan, dan seimbang antara idealitas dan realitas.³²

Pesan dakwah yang disampaikan haruslah menerapkan teknik penyampaian pesan agar sesuai dengan kriteria pesan yang mudah diterima dan dipahami oleh khalayak. Dalam menyampaikan suatu pesan, penyampainya tidak hanya sekedar berbicara dengan orang lain, tetapi banyak berbagai aspek yang perlu dipahami dan dipelajari, seperti memahami informasi dan pengetahuan (materi) apa yang akan disampaikan kepada khalayak. Memahami diri sendiri dan orang lain yang akan kita berikan informasi kedua hal tersebut sangat berguna, agar penyampaian pesan menjadi efektif dan materi akan mudah dimengerti oleh khalayak. Oleh karena itu dalam penyampaian pesan sangat dibutuhkan sebuah teknik-teknik tersendiri.

Menurut Jalaludin Rakhmat bahwa keberhasilan komunikasi ditentukan oleh kekuatan materi atau pesan. Agar proses dalam menyampaikan pesan terlaksana secara efektif, terdapat berbagai teknik didalamnya, seperti adanya istilah pesan satu sisi (*one side*) dan pesan dua sisi (*two side*) yang kaitannya dengan pengelompokkan pesan. Pesan satu sisi, yaitu suatu cara berkomunikasi yang hanya komunikatornya menyampaikan pesan-pesan yang mendukung tujuan dari komunikasi tersebut. Sedangkan *two side* sifatnya saling

³² Ibid, hlm 332

mendukung, dan adanya *counter argument* yang diharapkan komunikasikan menganalisis sendiri isi pesan yang disampaikan.³³

Suryanto menyatakan pesan akan tepat mengenai sasaran jika memenuhi beberapa syarat berikut:

- a. Pesan yang hendak disampaikan harus disiapkan dan direncanakan sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya.
- b. Pesan harus menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh kedua pihak, baik komunikasikan atau komunikator.
- c. Pesan harus dikemas semenarik mungkin agar mendorong minat penerima pesan.³⁴

Terdapat 3 bentuk pesan yaitu; informatif, persuasif, dan koersif. Pesan informatif pesan yang isinya menunjukkan sebuah fakta dan data yang tujuannya untuk memberikan keterangan yang jelas dan terperinci yang mencakup keseluruhan. Persuasif pesan yang sifatnya mengajak penerima pesan untuk mengubah persepsi dan sikap sipenerima pesan. Koersif yaitu pesan yang sifatnya memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi atau aturan, koersif berbentuk intruksi atau perintah dengan tujuan mencapai suatu targer tertentu.³⁵

Dalam ilmu komunikasi untuk menciptakan komunikasi yang baik penyampaian pesan haruslah dilakukan sebaik mungkin, sesuai dengan tujuan disampaiakannya suatu pesan. Siahaan menyebutkan terdapat sembilan hal yang perlu

³³Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 268.

³⁴ Suryanto *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: CV. Pustaka Setia 2015), 177.

³⁵ Ibid hlm 182

dipahami dalam teori pesan, agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan efektif, yaitu: ³⁶

1. Pesan yang akan disampaikan harus jelas (*clear*). Dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, tidak berbelit-belit dan tidak menyimpang.
2. Pesan yang akan disampaikan mengandung kebenaran yang sudah diujikan (*correct*) berdasarkan fakta yang ada dan tidak meragukan.
3. Pesan disampaikan secara ringkas (*concise*) tetapi tidak mengurangi arti sesungguhnya.
4. Pesan mencakup keseluruhan (*comprehensive*) mencakup bagian-bagian penting yang akan disampaikan kepada komunikan.
5. Pesan yang disampaikan bersifat nyata (*concrete*), bisa dipertanggungjawabkan sesuai dengan fakta dan data yang ada.
6. Pesan disampaikan secara lengkap dan sistematis (*complete*).
7. Pesan yang disampaikan memiliki daya tarik dan meyakinkan (*convincing*) komunikan tetapi juga bersifat logis.
8. Pesan yang disampaikan dengan segar pengemasan yang baru, dan
9. Nilai pesan haruslah bagus.

Dari poin-poin yang disebutkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pesan dalam komunikasi haruslah berisi pesan yang menarik, bagus, serta terukur kebenaran atau faktanya dengan penyampaian menggunakan bahasa yang baik dan benar dengan sebutan lain yakni Retorika. Retorika merupakan keterampilan berbahasa secara efektif, baik dan

³⁶ Siahaan, *Komunikasi Pemahaman dan Penerapan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2011), 73.

benar atau diartikan juga sebagai studi tentang pemakaian bahasa dalam seni berpidato.³⁷

Jika dikaitkan dengan ilmu dakwah, retorika merupakan salah satu teknik dalam penyampaian pesan yang paling umum digunakan. Retorika menjadi seni dalam penyampaian pesan yang efektif khususnya melalui seni dalam berpidato.³⁸ Tidak hanya dalam berpidato, seni penyampaian pesan dengan retorika juga dapat digunakan di media cetak, bahkan media online. Karena dalam setiap bentuk pesan haruslah memiliki gaya penyampaian Bahasa yang baik dan benar, bersifat menarik, unik dan tentunya mudah dimengerti. Sehingga dengan demikian pesan yang akan disampaikan akan bisa tersalurkan kepada khalayak. Hal yang terpenting dalam penyampaian pesan adalah retorika Bahasa yang disampaikan baik di media cetak maupun non cetak.³⁹

Jika dikaitkan dengan penjelasan sebelumnya, maka penyampaian pesan dakwah bisa juga bisa menggunakan berbagai media yang ada, termasuk menggunakan media-media teknologi baru yang modern serta gampang di akses oleh masyarakat luas untuk bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah.⁴⁰ Maka untuk mendapatkan pengaruh yang baik lebih baiknya dakwah dilakukan sesuai dengan era perkembangan zaman yang sudah maju dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih tetapi tetap tidak lupa dengan aturan-aturan yang sudah diberlakukan.

³⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tim Pustaka Phoenix cet. Ke 3 (Jakarta: Pustaka Phoenix), 466.

³⁸ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press 2013), 48.

³⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press 2011), 62.

⁴⁰ Sunarto AS, *Etika Dakwah*, (Jaudar Press: Surabaya 2015), 84.

B. Substansi Pesan

Dalam kamus besar KBBI Substansi berarti suatu inti isi atau pokok isi yang dibahas, sedangkan substansi pesan adalah inti pesan yang ingin disampaikan dan dijelaskan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa inti dari bahasan yang memiliki keterkaitan makna dengan objek yang peneliti ambil dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Riya'

Secara harfiah kata Riya atau ria'a berasal dari kata ra'a yang maknanya melihat, sedangkan menurut Bahasa kata ri'aa berarti melakukan suatu perbuatan atau kegiatan supaya dilihat oleh manusia secara berlebihan demi sebuah ketenaran atau popularitas semata.

Seorang ulama ahli filsafat Imam al-Ghazali mengatakan Riya merupakan sebuah perbuatan agar disaksikan orang lain sehingga mendapatkan kedudukan serta popularitas di sekelilingnya. Secara sederhana kata riya' dapat diartikan jika perbuatan yang dilakukannya dilihat orang lain kemudian seseorang tersebut merasa senang, dan jika tidak disaksikan oleh orang lain maka merasa berat untuk dilakukan, hal tersebut disebut juga dengan riya'. Dapat disimpulkan bahwa suatu hal yang dilakukan tujuannya hanya untuk memperlihatkan ke orang lain untuk mendapatkan pujian dan tidak karena mengharap ridha Allah SWT.⁴¹ Inti dari Riya yaitu untuk mencari kedudukan atau tempat di hati manusia, dengan menunjukkan perbuatan-perbuatan baiknya.

⁴¹ Eko Zulfikar, *Interpretasi Makna Riyak Dalam Al-Quran: Studi Kritis Perilaku Riya Dalam Keidupan Sehari-hari*, Jurnal Al-Bayan: Studi Al-Qur'an dan Tafsir 3, 144

Perbuatan riya' merupakan salah satu sifat yang termasuk dalam kategori orang yang munafik, dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa orang munafik menipu dengan berperilaku riya', hal tersebut di sebutkan dalam Al-Qur'an sebagaimana Allah berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 142:

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَدِيعُهُمْ وَإِذَا قَامُوا إِلَى الصَّلَاةِ
 قَامُوا كَسَالَى يُرَاءُونَ النَّاسَ وَلَا يَذْكُرُونَ اللَّهَ إِلَّا قَلِيلًا ﴿١٤٢﴾
 مُذَبِّدِينَ بَيْنَ ذَلِكَ لَا إِلَى هَؤُلَاءِ وَلَا إِلَى هَؤُلَاءِ وَمَنْ يُضِلِلِ اللَّهُ فَلَنْ
 يَجِدَ لَهُ سَبِيلًا ﴿١٤٣﴾

*“Orang-orang munafik itu menipu Allah, dan Allah akan membalas tipuan mereka. Ketika mereka berdiri untuk shalat, mereka berdiri dengan malas hendak menunjukkan riya di hadapan manusia, tidaklah mereka menyembu Allah kecuali hanya sedikit”.*⁴²

Seseorang bisa dianggap Riya' karena adanya suatu perkara bahwa apa yang dilakukannya ingin dilihat oleh orang lain contohnya memperlihatkan shalatnya agar orang lain menganggapnya seorang yang ahli ibadah, sering bersedekah agar dianggap sebagai seorang yang dermawan, bahkan melakukan ibadah haji atau umrah agar terlihat tingkatan status social yang tinggi dan memiliki panggilan tertentu.⁴³

Terdapat nama lain dari riya' yaitu sum'ah yaitu melakukan suatu hal kebaikan atau amalan supaya orang lain melihat dan mendengar atau mengetahui perbuatan yang kita lakukan, sehingga pujiaan itu

⁴² Al- Qur'an, 2 (An- Nisa) :142

⁴³ Hadhrami, *Riya & Sum'ah: Pamer Ibadah*, Hisbah.net, diakses pada 14 Des 2019

datang dan kemudian diiringi dengan popularitas atau ketenaran. Riya merupakan perbuatan dosa dan merupakan sifat dari orang yang munafik.

Dapat disimpulkan makna dalam ayat tersebut yaitu orang-orang yang mendirikan ibadah tidak pernah ikhlas dengan tujuan mengharap ridha Allah, tetapi mereka mempunyai maksud lain didalam ibadah yang mereka lakukan. Maksud lain tersebut tidak lain adalah untuk dilihat dan diperhatikan oleh seseorang sehingga ibadah yang telah dilakukan diketahui orang lain dan mendapatkan suatu pujian dan popularitas.

Kewajiban bagi seorang muslim haruslah menghindari perbuatan Riya' dan hendaklah semua mala baik serta ibadahnya dari sholat, puasa, zakat, sedekah, hanya dilakukan karena mengharap ridha Allah SWT, bukannya untuk dilihat oleh manusia dan mengarap banyak pujian dan sanjungan.

Terdapat dua jenis hukum riya', yang pertama syirik akbar (besar) dan syirik Asghar (kecil). Syirik akbar sendiri terjadi apabila seseorang melakukan ibadah dan amalannya karena ingin dilihat manusia dan tidak sedikitpun mengharapkan ridha dari Allah SWT. Sedangkan riya Ashgar banyak menimpa orang beriman, sikap riya terkadang muncul di sebagian amalannya, beramal baik karena Allah dan juga diniatkan untu selain Allah. Ibadah yang tercampur dengan sifat riya' dengan maksud dan tujuan pamer maka ibadah tersebut hukumnya batal dan tidak sah dimata Allah jika dalam waktu melaksanakannya tercampur denngan riya'.⁴⁴ Tetapi jika seseorang tersebut membenci perasaan riya' dan berusaha untuk

⁴⁴ www.muslim.or.id / <https://muslim.or.id/5470-riya-penghapus-amal.html>

menhilangkannya maka ibadah dan amalannya tetap sah di mata Allah SWT.

2. Ikhlas

Ikhlas secara etimologi adalah suatu hal yang murni dan tidak tercampur dengan hal-hal yang dapat mencampurinya. Sedangkan secara terminology para ulama mendefinisikan bahwa ikhlas merupakan suatu perasaan yang menjadikan tujuan dari perbuatannya hanya untuk Allah tatkala dalam beribadah, dengan asumsi lain bahwa beribadah dilakukan dan diarahkan hanya kepada Allah SWT bukan kepada manusia.

Terdapat istilah lain yang mengatakan bahwa ikhlas merupakan persamaan perbuatan amalan-amalan seseorang antara yang dilakukan secara terlihat dengan yang ada didalam hatinya, sedangkan riya' merupakan dzohir (amalan yang terlihat). Seseorang akan lebih baik jika memperlihatkan kebaikan dihadapan manusia sesuai dengan kebaikan yang ada di dalam hatinya, maka sebagaimana ia menghiasi amalan dzohir di hadapan manusia tentu hendaknya menghiasi hatinya dihadapan Allah SWT.⁴⁵

Beberapa ulama mengartikan ikhlas adalah suatu perilaku bagaimana engkau tidak mencari satupunseorang saksi atas amalanmu selain kepada Allah SWT. Ikhlas merupakan suatu syarat atas diterimanya amal ibadah yang kita lakukan, karena terdapat amal yang tidak akan diterima oleh Allah kecuali dengan syarat amal tersebut sesuai dengan yang telah disyariatkan oleh Allah dan amalan tersebut

⁴⁵ Abu Muhsi Firanda, *Ikhlas dan Bahaya Riya*, Muktabah Raudhah al-Muhibbin (penerbit online) 2011, 3.

dilakukan dengan keikhlasan karena Lillahi'taala.⁴⁶ Ikhlas kepada Allah dilakukan dengan berniat melaksanakan ibadahnya hanya untuk mendekatkan diri kepada Allah semata agar mendapatkan kemuliaan. Ikhlas juga diartikan sebagai “ketulusan seseorang untuk mengabdikan dirinya kepada tuhan dengan segenap hati, jiwa dan pikirannya”.⁴⁷

Kunci amalan akan diterima di sisi Allah SWT adalah ikhlas, tanpa adanya keikhlasan amalan akan sia-sia saja. Godaan syaitan tiada hentinya mengganggu manusia dengan menjauhkan dari rasa ikhlas. Salah satu godaanya adalah melalui sifat riya' yang kebanyakan setiap orang tidak sadar melakukannya.

Tujuan ikhlas yaitu untuk membebaskan manusia dari segala godaan atau hawa nafsu dan kesalahannya, sehingga dapat berdiri dihadapan Allah SWT dengan keadaan lapang”.⁴⁸

Pada era postmodern ini, banyak ditemui manusia yang cenderung memandang dan menilai bahwa hidup ini tidak ada yang gratis, selalu ada yang harus dibayarkan. Maka dari hal tersebut menjadikan hegemoni dalam dirinya untuk memperhitungkan untung dan rugi yang ada di kehidupannya. Hal tersebut yang membuat sulit sekali manusia ditemukan ketulusan dalam sikap dan niatnya, maka dari itu penafsiran tentang ikhlas selalu memiliki nilai urgenitas.⁴⁹ Ikhlas sudahlah menjadi sebagai fitrah

⁴⁶ Amin bin Abdullah, *Sikap Ikhlas*, islamhouse.com

⁴⁷ Cyril Glasse, *Ensiklopedi Islam Ringkas (The Concise Encyclopedia of Islam)*, terjemahan Gufron A. Ma'adi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 62.

⁴⁸ Soffandi, Wawan Djunaedi, *Akhlaq seseorang Muslim*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2001), 132.

⁴⁹ Shofaussamawati, *Ikhlas Prespektif Al-Qur'an: Kajian Tafsir Maudhu'i*, (Jawa Tengah: STAIN Kudus, 2013), 332.

manusia, tetapi karena kurangnya ilmu pengetahuan, akibatnya di zaman millennial ini tidak banyak lagi orang yang secara sadar mengasah keikhlasan dalam hidupnya.⁵⁰

Dasarnya amal shalih haruslah dilakukan dengan sembunyi-sembunyi tidak perlu ditampakkan atau diperlihatkan kepada orang lain, kecuali yang memang dilakukan secara bersamaan seperti sholat berjamaah. Namun dalam beberapa keadaan memperlihatkan amal shalih dibenarkan apabila bebas dari riya' (pamer), dan adanya faedah diniyah jika menampakkannya.⁵¹

Ikhlas merupakan kebalikan dari riya', ikhlas adalah bagian yang paling penting dalam melaksanakan ibadah, berbuat baik apapun itu jika tidak diiringi dengan ikhlas maka hal tersebut tidak akan bernilai apa-apa, karenanya ikhlas adalah hal terpenting dalam ibadah meskipun hal tersebut tidak mudah untuk dijalankan.

Maka dari itu ibadah haruslah dilakukan dengan ikhlas, ibadah melibatkan tiga aspek yang penting yaitu hati atau golby, perbuatan atau fi'ly, dan ucapan atau gouly. Ketiganya harus dilaksanakan dengan baik, dan yang paling sulit padahal posisinya terpenting yaitu niat. Ucapan dan doa yang diucapkan seharusnya diperankan dengan mudah saat dikukukannya, cukup berlatih dengan sabra. Tetapi gouly dan fi'ly merupakan rangkaian dalam ibadah karena jika tidak disesuaikan dengan hati atau golby yang benar maka ibadah yang

⁵⁰ Erbe Sentanu, *Quantum Ikhlas*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), 4.

⁵¹ Qayyim al-Jauzziyah, *Kunci Kebahagiaaan*, Terjemah Abdul Hayyi dkk, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana), 43.

dilakukan juga tidak sampai pada tujuan sesungguhnya.

Banyak orang merasa ibadahnya sudah paling benar dan yang lainnya dianggap masih salah, maka ketepatan aspek pada qouly dan fi'ly nya tidak sempurna, sedangkan menyalahkan dan menghakimi ibadah orang lain dengan merasa dirinya paling benar hal tersebut merupakan ketidakikhlasannya, dan akan mengganggu hati orang lain maka hal tersebut yang seharusnya perlu untuk dihindari.⁵²



⁵² Imam Suprayono, *Ikhlas Bagian Terpenting dari Ibadah*, Jurnal Gema, 13-10-2015 <https://uin-malang.ac.id/r/151001/ikhlas-bagian-terpenting-dari-ibadah.html>

C. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian mengenai Video “Nasehat Islami: Gara-Gara Status” terlebih dahulu peneliti mengamati dan menelaah beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan acuan.

1. Skripsi oleh Hani Taqqiya, dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul “Analisis Semiotik Terhadap Film in The Name Of God”, penelitian ini dimulai dari bulan januari hingga maret pada tahun 2011 di Jakarta. Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti tentang konsep jihad islam yang ditampilkan dalam film tersebut, dengan menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes, yang menekankan pada representasi konsep jihad dilihat dari makna denotasi, konotasi dan mitos. Subjek yang diteliti berbeda tetapi memiliki konsen yang sama pada bidang audio visual dan menggunakan teori analisis yang sama pula yakni teori semiotika Roland Barthes.
2. Skripsi oleh Putri Kusuma Wardhani dari Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul “Representasi Dakwah Islam Dalam Film Komedi (Analisis Semiotik Dakwah Islam Dalam Film Wa’alaikumsalam Paris)”, penelitian ini dilakukan pada tahun 2017 di Kota Malang. dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada Representasi Dakwah Islam dalam Film Komedi Waalaikumsalam Paris, pesan dakwah yang dimaksud adalah dengan mengajak orang lain untuk taat kepada Allah sesuai dengan aqidah dan syariat yang di wahyukan oleh Allah SWT yang dibentuk menjadi audio visual yang sekaligus bisa menjadi media pembelajaran dengan melalui perantara proyeksi elektronik. Penelitian ini menggunakan analysis semiotik teori Charles Sanders Pierce dengan memaknani tanda yang terdapat pada pesan

agama melalui 3 aspek yaitu symbol, index, dan ikon yang ditampilkan pada objek penelitian tersebut. Teori yang digunakan pada penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan teori semiotik tetapi yang menjadi pembedanya adalah penelitian ini menggunakan teori milik Charles Sander Pierce sedangkan peneliti memfokuskan analisisnya menggunakan teori Roland Barthes.

3. Skripsi oleh Siti Chusniyah Nuriyah dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Semangat Nasionalisme Anak Dalam Film “Indonesia Masih Subuh. Studi Dakwah Analisis Semiotika Roland Barthes”. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2016 di Surabaya. pada penelitian ini disebutkan peneliti ingin mengetahui makna denotative dan konotatif mengenai semangat nasionalisme anak pada film Indonesia Masih Subuh, peneliti menggunakan analisis semiotik Roland Barthes signifikasi dua tahap, hal tersebut memiliki kesamaan dari segi analisisnya tetapi konseptualnya berbeda karena dilihat dari temanya pun berbeda pada penelitian ini yang dikaji adalah sifat nasionalisme anak sedangkan peneliti konsep nya mengenai pesan dakwah. Unit analisis penelitian pada skripsi ini mengenai dialog, pemeranan, serta ilustrasi music yang ada pada film tersebut.
4. Skripsi oleh Nisa Adilah Silmi dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @Hijablila”, penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2018, penelitian ini merumuskan tentang makna atau pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam video @Hijablila diamati dengan menggunakan analisis semiotika teori sanders pierce, dengan dilihat dari unsur-unsur tanda. Dalam teori pierce ini penerapan analisisnya dikenal dengan menggunakan teori segitga makna atau *triangle*

meaning yang meliputi tanda, objek dan interpretan. Dalam penelitian ini peneliti menjabarkan tanda-tanda yang ada dalam beberapa video yang terdapat di akun Instagram @Hijablila, kemudian mendeskripsikan tanda-tanda tersebut sehingga pesan dakwah nya dapat disimpulkan dengan menggunakan teori Charles Sanders Peirce.

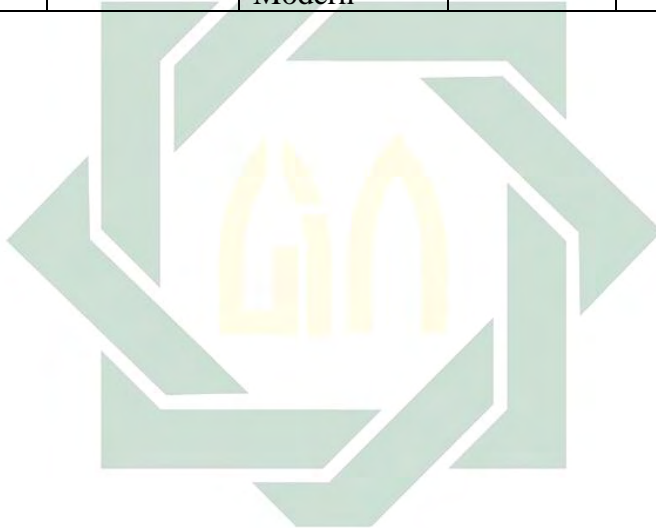
5. Skripsi oleh Nurul Iqrimah dari Institut Agama Islam Negeri Kendari, dengan judul “Analisis Konten Dakwah Yufid.Com Dalam Pengembangan Akhlak Pada Masyarakat Modern”, penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2018 dalam absrtaknya peneliti menyebutkan bahwa penelitian ini tujuannya untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam berbagai artikel atau tulisan yang tersedia di berbagai website melalui mesin pencarian Yufid.com, serta mengetahui metode dakwah yang digunakan dalam penyampaian dakwah secara online. Yang ditekankan pada penelitian ini adalah bagaimana pesan dakwah yang disampaikan oleh yufid.com, dalam pengembangan akhlak masyarakat modern. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan sumber data yang berasal dari website Yufid.com pada kategori akhlak. Peneliti melakukan Analisa dengan beberapa langkah yaitu langkah analisis, interpretasi, dan generalisasi.

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun dan Universitas	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Hani Taqiyya, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011	Analisis Semiotik terhadap Film In The Name Of God.	Analisis semiotika teori Roland Barthes. Bersifat audio-visual. Jenis Penelitian, Metode Penelitian.	Objek penelitian dan Subjek Penelitian.
2.	Putri Kusuma Wardani, Universitas Muhammadiyah Malang. 2017	Representasi Dakwah Islam Dalam Film Komedi (Analisis Semiotik Dakwah Islam Dalam Film Wa'alaikumsalam Paris)	Analisis semiotika teori Roland Barthes. Bersifat audio-visual. Jenis Penelitian, Metode Penelitian.	Objek penelitian dan Subjek Penelitian, Fokus Penelitian.
3.	Siti Chusniyah Nuriyah, UIN Sunan	Semangat Nasionalisme Anak Dalam Film	Analisis semiotika teori	Objek penelitian dan Subjek Penelitian

	Ampel Surabaya. 2017	“Indonesia Masih Subuh”. Studi Dakwah Analisis Semiotika Roland Barthes	Roland Barthes. Bersifat audio-visual. Jenis Penelitian, Metode Penelitian.	Konteks Penelitian, Fokus Penelitian.
4.	Nisa Adilah Silmi, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2018	Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @Hijablila	Metode analisis teks media, menggunakan analisis semiotika teori Roland Barthes. Meneliti konten yang bersifat audio-visual. Konten yang diteliti dari Media Sosial. Konsen judul menganali	Objek penelitian dan Subjek Penelitian.

			sis pesan dakwah.	
5.	Nurul Iqrimah, IAIN Kendari. 2018	Analisis Konten Dakwah Yufid.Com Dalam Pengembangan Akhlak Pada Masyarakat Modern	Objek dan Penelitian yang sama (Yufid.com)	Penelitian. Menggunakan analisis isi



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Semiotik merupakan suatu ilmu atau kajian yang mempelajari suatu objek dan peristiwa kebudayaan sebagai suatu tanda. Penelitian ini menggunakan salah satu jenis metode yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis teks media yang sifatnya tergolong dalam penelitian Non-Kancah (Non Lapangan).

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis semiotika. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berbasis riset dan berbentuk deskriptif dengan menerapkan analisis. Pada penelitian ini proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan, sedangkan landasan teori digunakan sebagai pengarah agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dan kejadian di lapangan. Selain itu landasan teori juga berguna memberikan gambaran umum mengenai latar belakang penelitian serta sebagai bahan dalam pembahasan hasil penelitian.

Kriyantono menyatakan "Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya". Hal yang diutamakan pada penelitian kualitatif yaitu mengenai kedalaman data yang didapat. Semakin dalam, jelas dan detail data yang didapatkan, maka semakin baik kualitas dari penelitian kualitatif tersebut.⁵³

Dalam penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif non-kancah dan menggunakan analisis semiotik dengan mengamati objek yang sudah dipilih oleh peneliti. Sesuai dengan tujuan peneliti yakni bermaksud untuk menelaah

⁵³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana 2006) 56.

fenomena atau subjek yang ada dalam video “Nasihat Islami Gara-gara Status” dengan mengamati perilaku, tindakan, perbuatan dan pesan verbal yang ada dalam rangkaian video tersebut.

Peneliti menggunakan analisis semiotika dengan acuan teori dari Roland Barthes yang memfokuskan pada proses signifikasi dua tahap pada pemaknaan denotasi dan konotasi.

1. Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu yang mempelajari mengenai suatu **tanda-tanda** dalam kehidupan masyarakat. kata semiotik asalnya dari Bahasa Yunani “*semeion*” yang artinya tanda atau “*same*” penafsir tanda. Premiger (2001:89) mengemukakan semiotika adalah ilmu tentang suatu tanda yang menganggap fenomena social/masyarakat dan kebudayaannya merupakan suatu tanda, semiotika mempelajari tentang sistem, aturan, dan tanda-tanda yang memungkinkan memiliki arti.⁵⁴

Tanda merupakan segala sesuatu hal bisa meliputi objek, warna, rumus, isyarat, dll yang mempersentasikan atau menggambarkan sesuatu yang selain dirinya. Istilah *semiotik* diperkenalkan oleh seorang tokoh bernama Hipocrates (460-377 SM) seorang ilmuan medis barat mengani gejala-gejala. Gejala menurut Hipocrates merupakan suatu “penunjuk (*mark*)” dan “tanda (*sign*)” untuk mengeja suatu gejala dan mengindikasikan kondisi gejala pada suatu penyakit pada masa itu.⁵⁵

Zoest mengatakan, semua hal yang bisa diamati ataupun dapat teramati merupakan suatu tanda. Semua hal tersebut tidak hanya meliputi suatu benda, tetapi juga suatu

⁵⁴Alex Shobur *Analisis Teks Media* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2015), 96.

⁵⁵ Marcel Danesi, *Pesan Tanda dan Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra 2015), 6.

peristiwa, struktur, suatu kebiasaan, perbuatan, tingkah laku dsb, seperti : suatu kebiasaan seseorang makan dengan tangan kanan, pengibaran bendera, suatu sikap dan sifat manusia (sabar, ulet, rajin dll), suatu gejala-gejala, sebuah isyarat, bahkan suatu bentuk fisik pun hal-hal tersebut dianggap sebagai suatu tanda. Tanda-tanda tersebut memiliki suatu tujuan untuk menyampaikan informasi yang sifatnya komunikatif, dengan menggantikan suatu hal yang dapat dipikirkan dan dibayangkan.⁵⁶

Lechte mengungkapkan semiotik merupakan teori yang membahas tentang tanda dan penanda yang menyelidiki bentuk-bentuk komunikasi lewat suatu sign atau tanda-tanda berdasarkan pada system tanda, sedangkan Charles Sanders Peirce mengatakan bahwa semiotik adalah hubungan diantara tanda, objek setra makna.⁵⁷

Semiotika merupakan ilmu dan metode analisis yang mengkaji suatu tanda pada, gambar, teks, adegan dan konteks skenario menjadi sesuatu yang dapat dimaknai.⁵⁸ Semiotika juga merupakan bagian dari psikologi social dan psikologi umum.

Semiotika dicetuskan oleh dua ahli filsafat pendiri teori dan praktik semiotika kontemporer yaitu Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Dalam buku *Cours de linguistique generale* dikatakan bahwa Saussure mengatakan bahwa suatu tanda merupakan struktur *binner* yang terdiri dari dua bagian yaitu bagian (1) fisik sebagai penanda, dan bagian (2) sebagai bagian konseptual, dengan

⁵⁶ Sumbo tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra 2013), 16.

⁵⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 15-17.

⁵⁸ Yoyon Mudjiono, *Kajian Semiotika dalam Film* Jurnal Ilkom, Vol.1 No.1 April 2011.

nama lain petanda.⁵⁹

Tanda (Sign)	
Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)

Table 1 Ferdinand de Saussure

Penanda merupakan aspek material yang dapat dijangkau langsung oleh alat indera.⁶⁰ Yang terletak pada ungkapan yang memiliki sifat fisik dan berwujud, seperti objek, bunyi atau suara, kata, gambar, warna, tingkah laku dan sebagainya.⁶¹ Tanda dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : simbol, ikon dan indeks.

Simbol adalah suatu tanda yang sifatnya mewakili sesuatu yang dibelakangnya, dan tidak menunjukkan arti berdasarkan perjanjian dan peraturan yang disepakati bersama. Contohnya logo, symbol keagamaan dan symbol negara, seperti gambar pohon beringin pada logo Koperasi Indonesia yang memiliki banyak makna didalamnya.

Ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan pada suatu objek tertentu, dan memiliki ciri yang sama dengan wujud nyata nya. Terdapat penggambaran dua ikon yaitu ilustratif (sesuai aslinya) dan diagramatik (disederhanakan). Contohnya sebuah lukisan pengunungan yang memiliki kemiripan dengan aslinya.

Indeks adalah tanda yang menunjuk pada suatu arti dengan adanya hubungan sebab-akibat dan berkaitan dengan apa yang di wakilinya, indeks sifatnya sebagai suatu penunjuk. Contohnya rambu-rambu lalu lintas di jalan seperti marka jalan yang digambarkan dengan beragam yang memiliki arti, maksud dan tujuan.

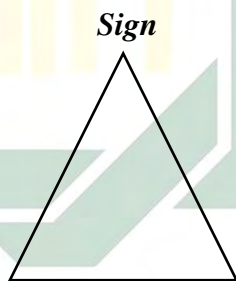
⁵⁹ Ibid, hlm 29

⁶⁰ Kris Budiman, *Semiotika Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra , 2011), 30.

⁶¹ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual...*,29-31

John Fiske menyebutkan semiotika mempunyai tiga bidang stuti utama yaitu, meliputi tanda itu sendiri tanda merupakan konstruksi yang dibuat oleh manusia dan manusia yang bisa memahami arti tersebut karena manusia sendiri yang menggunakannya. Kode atau system yang mengorganisasikan suatu tanda tersebut yang mencakup berbagai kode untuk mengembangkan kebutuhan dan kebudayaan suatu masyarakat agar mengeksploitasu saluran komunikasi yang ada guna mentransmisikannya. Kebudayaan merupakan tempat tanda dan kode yang bekerja, bergantung pada penggunaan tanda, kode dan keberadaan bentuk itu sendiri.⁶²

Charles Sanders Peirce membagi tiga tipologi tanda. Pertama Indeks yaitu tanda yang hubungannya dengan signifier dan signified yang sifatnya kasual. Kedua yaitu ikon atau tanda yang hubungannya antara penanda dan petanda yang memiliki keserupaan (*similitude*). Dan symbol adalah tanda yang hubunganta bersifat arbiter atau konvensional.⁶³



Gambar 1 Elemen Makna Peirce

Pierce membuat kerangka teori egitiga makna atau disebut juga dengan *triangle meaning* yang terdiri atas

⁶² Murti Candra Dewi, *Representasi Pakaian Muslimah dalam Iklan*, Jurnal Komunikasi Profetik UIN Sunan Kalajaga, Vol.6 No.2 Oktober 2013, 68.

⁶³ Sumbo tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual...*,161.

tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*). Pierce menyebutkan bahwa salah satu bentuk tanda adalah sebuah kata, sedangkan objek merupakan sesuatu yang dirujuk tanda, dan interpretan adalah tanda yang terdapat pada benak seseorang, kemudian memundulkan makna yang diwakili oleh tanda tersebut. Dari teori tersebut mengupas bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda tersebut digunakan seseorang untuk berkomunikasi⁶⁴

2. Analisis Semiotik

Semiotik berasal dari Bahasa Inggris: *semiotics*. Nama lain dari semiotika adalah *semiology*. Keduanya memiliki arti yang sama yaitu ilmu mengenai tanda. Baik dalam Bahasa Yunani berarti *semeion* yang berarti tanda. Dalam bidang susastra A. Teuw memberikan Batasan semiotika sebagai tanda dalam komunikasi. Kemudian pendapat tersebut disempurnakan “semiotika merupakan model sastra yang mempertanggungjawabkan semua factor dan aspek yang hakiki dalam pemahaman gejala susastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat manapun”.⁶⁵

a. Komponen Dasar Semiotik

Komponen-komponen semiotic tidak lepas dari membicarakan masalah-masalah pokok mengenai suatu tanda (*sign*), lambang (*symbol*) dan isyarat (*nal*). Dengan pemahaman masalah lambang dan tanda yang disebut penanda (*signifier; signans; significant*) dan pertanda (*signifie; signatum; signifie*). Dari komponen

⁶⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media...*,155

⁶⁵ Marcel Danesi, *Pesan Tanda, dan Makna Teori Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra) 2011, 5.

tersebut dimasukkan kedalam cakupan ilmu semiotika yang memungkinkan terjadinya komunikasi antar objek dan subjek atas dasar semiotika.

1. Tanda adalah komponen dari semiotika untuk menandai suatu hal atau keadaan untuk memberitahukan objek ke subjek. Dalam hal ini tanda selalu menunjukkan hal-hal yang nyata seperti kejadian, benda, bahasa, tindakan, maupun peristiwa serta bentuk-bentuk lainnya. Tanda adalah arti yang sifatnya statis, objektif, umum dan lugas.⁶⁶
2. Lambang merupakan suatu hal atau keadaan yang menjadi dasar dalam pemahaman subjek kepada objek. Suatu lambing yang dikaitkan dengan tanda sudah memiliki sifat-sifat yang kultural, kondisional dan situasional. Charles Pierce mengatakan bahwa lambing merupakan bagian dari tanda. Setiap tanda bagian dari lambang dan sebaliknya setiap lambang merupakan bagian tanda.⁶⁷
3. Isyarat adalah hal yang diberikan oleh subjek kepada objek. Dalam hal ini subjek berbuat sesuatu untuk memberitahukan kepada si objek yang diberikan isyarat di waktu itu juga. Jadi isyarat bersifat temporal atau kewaktuan. Isyarat akan berubah menjadi tanda atau lambang jika ditanggihkan. Dari ketiga tersebut tanda, lambang, dan isyarat terdapat nuansa, yang memiliki perbedaan sangat kecil mengenai bahasa, warna, dan sebagainya.⁶⁸

⁶⁶ Ibid

⁶⁷ Ibid, 4.

⁶⁸ Ibid, 6.

b. Tokoh-tokoh Semiotik

Beberapa tokoh penting dalam bidang semiotik adalah Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce dan Roland Barthes yang memiliki konsep pemahaman yang berbeda-beda dalam ilmu semiotik.

Ferdinand de Saussure mendefinisikan semiotika dalam lingkup linguistik sebagai ilmu yang mengkaji mengenai tanda-tanda dalam kehidupan sosial. Implisit dalam pemikirannya bahwa semiotika sangat menyadarkan dirinya dalam aturan main atau kode sosial yang berlaku di dalam masyarakat. Sehingga maknanya dapat dipahami secara kolektif. Pendekatan yang didasarkan Saussure mengatakan bahwa tanda disusun dari dua elemen yakni citra tentang bunyi (kata atau representasi visual) dan sebuah konsep dimana citra bunyi tersebut disandarkan.⁶⁹

Charles Sanders Peirce mengembangkan filsafat dalam kajian semiotika. Pemahaman akan struktur semiosis menjadi dasar dalam penafsir. Penafsir adalah seseorang yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat serta pengkaji dalam objek yang dipahaminya.⁷⁰ Peirce mengatakan tanda "*is something which stand to somebody for something in soe respect or acapity*". Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi disebut ground. Konsekuensinya tanda atau yang disebut sign atau representamen terdapat hubungan triadic yakni *ground, object dan interpretan*. triadik lebih dikenal dengan *triangle meaning*. Representasi merupakan proses perekaman mengenai gagasan, pengetahuan atau pesan secara fisik.

⁶⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi Cet, Ke 4*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2009), 13.

⁷⁰ Sunardi St. *Semiotika Negaiva*, (Yogyakarta: Kanal 2007), 40.

Yang lebih tepatnya didefinisikan sebagai penggunaan dalam tanda, suara, dan sebagainya.⁷¹

Roland Barthes semiotika pemikiran barthes mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai suatu hal (*things*) yang di gabungkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai dalam hal ini bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi hendak berkomunikasi dan mengkontitusi system dari tanda tersebut. Pandangan Barthes didasarkan pada menelusuri makna dengan pendekatan budaya dimana barthes memberikan makna pada sebuah tanda berdasarkan kebudayaan yang melatarbelakangi adanya makna tersebut. Analisis semiotic ini terfokus perhatiannya pada signifikasi dua tahap (*two order signification*). Signifikasi tahap pertaa merupakan hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah realitas eksternal. Bartes menyebut denotasi sebagai makna paling nayat dari tanda dan konotasi sebagai signifikasi tahap dua yang menggabungkan ketika interaksi yang terjadi saat tanda bertemu dengan kenyataan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai kebudayaan. Konotasi memiliki nilai subyektif dan intersubyektif. Pada signifikasi ini tahap dua yang berhubungan dengan tanda melalui mitos atau ideologi budaya.⁷²

3. Semiotika Roland Barthes

Untuk mengkaji makna pesan dakwah terutama makna denotative dan konotatif yang terdapat pada video “Nasihat Islami Gara-gara Status”, penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik dan mengacu pada

⁷¹ Ahmad Toni, Rafki, *Studi Semiotika Pierec dalam Film Dokumenter*”, Jurnal Komunikasi Universitas Budi Luhur Vol. 11 No.2 2017, 140.

⁷² Sunanrdi St. *Semiotika Negaiva*, (Yogyakarta: Kanal 2007), 40.

teori Roland Barthes (*two order significations*). Latar belakang peneliti memilih metode tersebut karena objek yang akan dikaji dan diungkap maknanya meliputi tanda, symbol, dan juga lambang yang terdapat pada video “Nasihat Islami Gara-gara Status”.

Penelitian teks-media biasanya menggunakan analisis model tertentu, dan yang paling banyak dan paling umum digunakan adalah teori Roland Barthes.⁷³ Roland Barthes adalah salah seorang filsuf yang lahir pada tahun 1925 di Perancis. Barthes dikenal sebagai seseorang yang mengembangkan teori linguistic dan semiotika dari Saussure. Pemikiran linguistic barthes dianggap lebih modern. Saussure menolak pendapat yang mengungkapkan bahwa hubungan yang mendasar di dalam Bahasa adalah kata dan benda melainkan suatu realitas, Saussure mengatakan bahwa tanda itu merupakan arbiter.

Barthes mengungkapkan terdapat tiga dasar tipe dalam sistem tanda meliputi Ikonik (lukisan dan gambar), motivasional (tujuan dibuatnya suatu tanda), dan arbiter (sewenang-wenang). Saussure dalam mengemukakan tanda menggunakan dua istilah yaitu, *signified* (gambaran mental suatu tanda atau konsep) dan *signifier* (bunyi yang bermakna dari tanda atau konsep). Sedangkan pemikiran Barthes berbeda dengan Saussure, dengan mengatakan bahwa semiology memiliki jaringan atau jangkauan yang lebih luas, sehingga semiology dapat digunakan sebagai kritik atas budaya yang ada.⁷⁴

Roland Barthes telah menggabungkan dua teori terdahulunya milik Charles S. Pierce dan Ferdinand de

⁷³ Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, 2007, (Yogyakarta: PT. LKis Pelangi Aksara), 165.

⁷⁴ Roland Barthes, *Mythologies*, (New York: Hill & Wang, 2001), 119.

Lihat skripsi Raras Christina “Mitos Gerwani : Sebuah Analisa filosofis menurut prespektif pemilikan Roland Barthes” UI 2009 Bab II

Saussure, ia menambahkan penekanan pada tingkat penandaan lingkup makna yang lebih luas dengan membedakan antara makna denotasi dan konotasi.⁷⁵

Roland Barthes memaknai semiology pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) untuk memaknai suatu hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak digabungkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai dalam hal tersebut diartikan bahwa obyek tidak hanya membawa informasi, tetapi obyek-obyek tersebut hendak berkomunikasi, tetapi mengkonstitusi system yang terstruktur dari suatu tanda tersebut (Barthes, 1998; 179 dalam Kurniawan, 2001).⁷⁶

Model sistematis yang dibuat Barthes, lebih tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of significationn*) seperti pada bagan yang dibuat oleh John Fiske, 1990:88.



Proses Signifikasi dua tahap menurut Teori Roland Barthes

⁷⁵ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 19.

⁷⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), 12.

Table 2. *Bagan Roland Barthes*

1. Signifier (Penanda Denotatif)	2. Signified (Petanda Denotatif)
3. Sign (meaning) (tanda denotative)	
I. SIGNIFIER FORM (Petanda Konotatif)	II.SIGNIFIED CONCEPT (Petanda Konotatif)
III.SIGN SIGNIFICATION (Tanda Konotatif)	

Sumber : Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, 2003 Bandung : Remaja Rosdakarya hlm. 69

Makna Denotatif yang dikaji di tahap pertama meliputi (1) signifier, (2) signified, (3) sign (*meaning*). Sedangkan makna konotatif yang dikaji di tahap (I) SIGNIFIER, (II) SIGNIFIED, (III) SIGN. Bentuk pada SIGNIFIER memiliki form dan substance, begitu juga concept pada SIGNIFIED.⁷⁷

Dapat disimpulkan dari dua tahap signifikasi tersebut bahwa adanya sebuah makna denotasi tidak akan terlepas dari adanya suatu penanda dan petanda. Tetapi tanda denotasi dapat mempresepsikan ke sebuah penanda konotasi. Tahap pertama dari tanda mengungkap makna paling nyata sedangkan makna kedua berkaitan dengan tanda dan pemakaiannya.

⁷⁷ Paul Cobley & Litza Jansz. 1999 dalam sobur (2002: 69)

Kelahiran semiotika modern dengan kehadiran dua tokoh besar pengaggas smiotika yaitu Charles Sanders Pirece dan Ferdinand de Saussure. Pirce latar belakangnya adalah ahli logika sedangkan Saussure linguistic. Hal tersebut memunculkan perbedaan istilah dalam semiology.⁷⁸ Menurut Ferdinand de Sussure semiotka merupakan sebuah tanda yang terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).⁷⁹

Alasan mengapa peneliti menggunakan analisis Semiotik Roland Barthes, karena peneliti ingin memahami makna pesan dakwah yang terdapat pada video “Nasihat Islami : Gara-gara status” ditinjau melalui *Signified* dan *Signifier* dengan tahapan analisis semiotik model Roland Barthes yang ditekankan pada makna Denotasi dan Konotasi.

Analisis semiotik model Roland Bartes memfokuskan perhatiannya pada signifikasi dua tahap (*two order significations*). Pada tahap siginifikasi pertama hubungan signifier dan signified pada suatu tanda realitas. Denotasi yaitu sebuah makna yang paling nyata dari tanda. Kemudian makna konotasi adalah istilah yang disebutkan Barthes pada tahap kedua yaitu dengan menggambarkan interaksi yang akan terjadi saat tanda kenyataan dan emosi serta nilai dari kebudayaan.

Denotasi dikatakan sebagai makna yang sebenarnya dari suatu tanda atau apa yang digambarkan terhadap subjek, sedangkan konotasi bagaimana cara penggambaran dari subjek tersebut. Contohnya seseorang yang sedang menangis pada saat acara pernikahan, menangis dapat diartikan sebagai suatu kesedihan atau kesusahan yang dialaminya, tetapi menangis juga bisa diartikan sebagai

⁷⁸ Zoest, Asrt Van, Serba-Serbi Semiotika (Jakaera: Gramedia Pustaka Utama 1991) VII, 7.

⁷⁹ Yasraf Amir, *Hipersemiotika*,(Yogyakarta: Jalasutra 2003), 158.

ekspresi kebahagiaan terhadap suatu peristiwa. Untuk kemudian memahami makna konotatif maka unsur-unsur disekitarnya juga haruslah diperhatikan.

4. Semiotika dan Penerapannya

Semiotika berkembang pada awal abad ke-20 maka dengan demikian semiotika dikenal sebagai teori baru. Memang di abad ke-18 dan ke-19 sudah banyak ahli yang berusaha mengurai mengenai berbagai masalah yang kaitannya dengan tanda tetapi mereka tidak menyebutnya dengan istilah semiotik.⁸⁰

Semiotik merupakan hubungan yang meliputi tanda, referen serta pikiran manusia. Tradisi semiotik inilah yang membantu untuk melihat lebih jauh bagaimana simbol-simbol dan tanda-tanda apa yang digunakan, serta apa makna dari tanda dan symbol yang diorganisir tersebut. Beberapa studi melihat bagwa organisasi dari symbol-simbol tersebut mencerminkan adanya pemikiran semiotik. Khususnya pada media symbol dan tanda diselidiki dari prespektif semiotik yang di organisir secara spasial dan kronologis agar menciptakan impresi, pengirimian ide ataupun mendatangkan makna dalam pikiran audiens. Semiotik memberikan media untuk menjelaskan berbagai macam bentuk, teks, komposisi, dan bentuk symbol atau tanda lainnya yang terdapat dalam pesan. Pada era ini tanda-tanda tidak lebih mempresentasikan, tetapi menciptakan sebuah realitas.⁸¹

Semiotika atau istilah lain dari semiology merupakan satu terminology ilmu yang sama. Hanya saja penyebutannya saja yang berbeda pada beberapa wilayah

⁸⁰ Tommy Christomy, *Semiotika Budaya* (Depok: UI, 2004) cet. Ke 1, 81.

⁸¹ Sih Natalia Sukmi, *Rethinking Teori Komunikasi Dalam Konteks Media Baru*, 4-5.

istilah semiology banyak digunakan di Eropa, tetapi istilah semiotika lazim dipakai oleh ilmuan di Amerika, berasal dari Bahasa Yunani “*semion*” yang memiliki arti tanda atau sign yang mempelajari system tanda-tanda.⁸²

Secara sederhana semiotika diartikan sebagai ilmu-ilmu tentang tanda yang mempelajari mengenai system, aturan konveksi dari tanda-tanda tersebut yang memiliki arti.⁸³

Semiotika yang didefinisikan oleh Ferdinand de Saussure disebut sebagai “ilmu yang mengkaji mengenai tanda” yang merupakan bagian dari kehidupan social. Sedangkan menurut Barthes ilmu mengenai bentuk (form) dan terpisah dari sisinya (content), yang tidak hanya mengkaji signifier dan signified tetapi juga kaitanya yang mengikat tanda secara keseluruhan.⁸⁴

Teori semiotika bertujuan untuk memaknai sesuatu dengan adanya tanda, dalam penelitian semiotika hal yang diungkap adalah tanda-tanda yang sifatnya penting dan memiliki makna atau arti. Tanda-tanda yang dicari tersebut bisa berupa simbol, ikon atau indeks serta symbol.⁸⁵

⁸² www.wikipedia.com artikel diakses pada 09 Desember 2019

⁸³ Rachmad Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Ed.1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2006) cet. Ke-2, 161-163.

⁸⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika Dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2001), 123.

⁸⁵ Rahmad Djoko Pradopo, “*SEMIOTIKA: Teori, Metode Dan Penerapannya*”, *Jurnal Humaniora*, No.7 (Januari- Maret) 1998.

B. Unit Analisis

Subyek dalam penelitian ini ialah video pendek tentang “Nasihat Islami: Gara-gara Status” pada chanel Youtube Yufid.TV yang diunggah di media sosial Youtube pada tanggal 2 November 2015. Unit Analisis merupakan focus yang berkaitan dengan penelitian. Obyek penelitian ini antara lain:

1. Gambar

Gambar merupakan rekaan visual dari suatu tanda pada video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” yang membuat gambar bergerak (*moving image*) atau nama lainnya yaitu *Storyline* dan *Storyboard* (rangkaiian gambar yang menampilkan alur cerita) yang dimulai saat seorang remaja laki-laki yang gemar membuat status di media sosial seusai melakukan ibadah.

2. Pesan Verbal

Kalimat dan kata-kata yang diucapkan secara lisan serta tulisan dalam video yang memuat sebuah bahasa menggunakan pilihan kata yang tepat dan mudah dipahami sesuai realitas kehidupan sehari-hari.

3. Baksound

Baksound merupakan istilah asing dari kata *back* dan *sound* yang artinya “belakang” dan “suara” atau lebih sering disebut Suara Latar, biasanya hanya berupa instrument, musik, maupun suara vocal. Baksound sifatnya sebagai suara pengantar atau pengiring dalam suatu video ataupun film yang bertujuan untuk menggambarkan suasana atau emosi yang ditampilkan melalui video tersebut.⁸⁶ Beberapa fungsi *baksound* antara lain:

- a. Sebagai dukungan visual dalam suatu video, gunanya untuk menunjukkan kesan atau pesan agar terlihat semakin menonjol agar video lebih mudah dipahami oleh penontonnya.

⁸⁶ Brainly.co.id

- b. Membangun psikologis bagi penonton, karena iringan musikn yang menarik perhatian dan memberikan gambaran mengenai video tersebut.
- c. Video menjadi tidak membosankan dan memiliki ciri khas tersendiri.⁸⁷

Dalam hal ini peneliti juga tertarik untuk mengamati *backsound* yang terdapat pada video “Nasihat Islami Gara-gara Status” dan dikaitkan dengan makna yang akan disampaikan melalui *backsound* yang digunakan.

4. Teknik Pengambilan Gambar

Shot (pengambilan gambar) merupakan sebuah unsur terkecil dalam stuktur film atau video. Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pengambilan suatu gambar yaitu: manusia, ruang, suara, peristiwa dramatis, dan waktu. Setiap tipe dalam *shot* memiliki kekuatan tersendiri dalam penyampaian suatu pesan. Dari rangkaian penggunaan tipe-tipe *shot* tesebut akan menghasikan gambar yang menarik dan komunikatif.⁸⁸ Peneliti juga mengamati teknik pengambilan gambar yang terdapat pada video dilihat dari teknik saat meng-*shot* pada tiap scene nya.⁸⁹ Terdapat beberapa teknik dalam *shot* yaitu:

- a. Camera Angle

Posisi kamera pada pengambilan suatu gambar akan berpengaruh terhadap pesan dan makna yang akan disampaikan. Terdapat beberapa pengambialan sudut gambar yang disetiap sudut tersebut memiliki makna dan tujuan yang berbeda-beda yaitu *high angle*, *low angle*, *bird eye view*, *eye*

⁸⁷ Animasistudio.com

⁸⁸ Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Produksi Televisi*, (Jakarta: PT. Fajar Interatama Mandiri 2012), 148-150.

⁸⁹ D. Nunun Bonafix, *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*, *Jurnal Humaniora* Vol.2 No.1 April 2011, 845-854.

- level, dan frog eye*. Dari masing-masing sudut tersebut maka berbeda pula karakter dan pesan yang dikandung pada setiap *shot*.
- b. **Frame Size**

Sama halnya seperti yang sudah sipaparkan sebelumnya, setiap ukuran gambar (*frame size*) dalam tiap *shot* memiliki pesan dan maksud tersendiri. Maka tiap kameraman wajib memahami *frame size* agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan adegan di tiap *scene*. Terdapat beberapa *Frame Size* secara umum yakni *Extreme Close Up, Big Close Up, Close Up, Medium Close Up, Medium Shot, Full Shot Long Shot*.
 - c. **Obyek Bergerak**

Obyek bergerak yang dimaksud merupakan obyek yang memiliki pergerakan dinamis seperti halnya orang berjalan, dan pada pengambilan gambarnya diperlukan alat bantu tambahan seperti *crane* dan *rell*. Dalam hal ini obyek yang mendekati kamera disebut *walk out* sebaliknya obyek yang mendekati kamera disebut *walk in* dan obyek yang masuk ke *frame* disebut *in frame* sedangkan yang keluar dari *frame* disebut *out frame*.
 - d. **Gerakan Kamera (*Camera Movement*)**

Terdapat beberapa teknik menggerakkan kamera guna menenysuaikan kebutuhan saat *shot*, beberapa Teknik tersebut meliputi *zoom in, zoom out, titling (camera tilt), dolly shot, panning (camera pan), crane shot* dan *follow shot*.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang peneliti peroleh dari sumber data pertama. Sumber data yang peneliti peroleh berasal dari

objek penelitian dan hasil analisis. Pada penelitian ini video yang diunggah oleh Channel Youtube Yufid.TV yang berjudul “Nasihat Islami: Gara-gara Status” menjadi sumber data primer.

2. Data Sekunder

Data Sekunder atau data yang diperoleh dari luar atau dari sumber kedua diperoleh peneliti dari berbagai jurnal, artikel online, penelitian terdahulu, table, diagram, dan gambar yang memiliki keterkaitan dengan video “Nasihat Islami Gara-gara Status”.

D. Tahap - Tahap Penelitian

Penelitian akan berjalan dengan baik apabila melalui tahapan-tahapan yang terstruktur. Terdapat beberapa tahapan yang akan dilakukan oleh peneliti, yakni:

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal yang dilakukan peneliti dengan pencarian tema penelitian, perumusan masalah, dan pemilihan metode yang tepat untuk peneliti ambil sebagai metode dalam penelitian.

Pencarian tema dilakukan oleh peneliti dengan mengamati berbagai video-video ilustrasi dan film pendek mengenai dakwah dengan berbagai model video dari beberapa Youtube chanel yang menarik dan banyak ditonton masyarakat. Karena ketertarikan peneliti dalam gambar audio-visual, jadi peneliti mengambil tema video atau film pendek yang bertema islami, karena jika diamati setiap video pasti memiliki pesan moral dan mengandung pesan dakwah.

Peneliti juga memilah-milah berbagai video yang banyak diunggah di Youtube. Peneliti tertarik pada video tersebut dikarenakan video nya yang menarik dan sesuai dengan realitas saat ini, serta vchannel Yufid.TV sudah banyak diketahui oleh masyarakat dengan bermacam-

macam tema pada konten yang diunggah.

Setelah melihat dan mengamati banyak video atau film pendek dari berbagai chanel Youtube. Selanjutnya peneliti merumuskan metode yang digunakan dilihat dari jenis dan pendekatan penelitian, teknik analisis data yang digunakan, hingga teknik pengumpulan data.

2. Menemukan Obyek yang Diteliti

Setelah memahami inti dan maksud dari video tersebut peneliti akan mengamati secara dalam obyek yang akan diteliti dengan mencari makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam video tersebut.

3. Merumuskan Metode Penelitian

Pada tahap ini peneliti mencari dan merancang data-data yang akan digunakan saat melakukan penelitian.

4. Melakukan Analisis

Kemudian data dianalisis untuk diuji kualitas penelitiannya. Di tahap ini, kemampuan peneliti dilihat dari peneliti memberi makna pada data yang diteliti.

5. Menarik Kesimpulan

Setelah semua dianalisis dan terlihat hasil dari penelitian, maka peneliti merangkum sebuah ringkasan dari hasil interpretasi data. Kesimpulan merupakan tujuan utama dari seorang peneliti untuk memberitahukan hasil penelitiannya yang dirangkum dengan menghindari kata-kata yang empiris.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan melakukan proses mengunduh (*men-download*) video yang format mp4 melalui situs media social Youtube di channel Yufid.TV. Kemudian peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati video tersebut serta mencari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) agar bisa mendeskripsikan makna Denotatif dan makna Konotatif yang terdapat pada video tersebut tersebut.

Peneliti meninjau adegan atau scene dalam video “Nasihat Islami : Gara-gara status” dan mengobservasi setiap pesan verbal dan non-verbal dilihat dari setiap adegan serta *gesture* dan *body language* pemeran dalam video tersebut.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data dan bahan terkumpul, selanjutnya peneliti mulai melakukan analisis data. metode yang digunakan yaitu analisis semiotik model Roland Barthes. Semiotik adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda, mempelajari apakah tanda dan jenis-jenis tanda itu. Tanda mempunyai dua aspek yaitu tanda Denotatif dan Konotatif.

Penanda adalah aspek formal tanda, bisa berupa bunyi atau huruf sebagai simbolnya yang umumnya disebut sebagai tanda verbal (kebahasaan). Selain itu itu, ada juga tanda visual (gambar) yang dapat dilihat seperti patung, foto lukisan atau bangunan. Bahkan, ada juga tanda yang berupa gerak, misalnya tarian, laku (*action*), pada drama dan film. Tanda formal itu menandai suatu konsep yang artinya tanda.⁹⁰

Analisis semiotik ini bertujuan untuk menemukan makna dari tanda-tanda termasuk juga hal-hal tersembunyi

⁹⁰ Rahmat Djoko Pradopo, *Semiotika: Teori, Metode Dan Penerapannya*, Vol. 10 Jurnal Humaniora.1998

dibalik tanda itu sendiri. System tanda sifatnya sangat kontekstual. Pada penelitian ini peneliti lebih menekankan pada tahapan-tahapan signifikasi yang di buat oleh Roland Barthes. Pada tahap pertama yaitu dengan signifikasi denotasi yakni tahapan yang berhubungan antara *signifier* dan *signified* pada tanda di realitas eksternal. Sedangkan di tahap kedua signifikasi konotasi tahap ini akan terjadi apabila suatu tanda tersebut bertemu dengan nilai-nilai kebudayaan dan ideologi yang ada.⁹¹ Adapun langkah-langkah yang peneliti susun dalam proses analisis semiotika sesuai dengan peta semiotika teori Roland Barthes yang sudah dijelaskan pada began sebelumnya.

Proses Analisis Semiotika model Roland Barthes

No.	Proses Analisis	Keterangan
1.	Mengklasifikasikan tanda dilihat dari penanda dan petandanya yang digolongkan dalam audio (suara) dan pesan verbal.	Dalam elemen audio (suara) yang dianalisis adalah tulisan, kata dan kalimat yang terdapat dalam video seperti dialog dan narasi.
2.	Mengklasifikasikan tanda dilihat dari penanda dan petandanya yang digolongkan dalam visual (gambar).	Sedangkan pada elemen visual yang dianalisa adalah gambar atau adegan meliputi <i>gesture</i> dan <i>body language</i> yang terdapat dalam video. Serta property yang digunakan sebagai pendukung seperti

⁹¹ Alex Sobur, Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika Dan Analisis Framing, 2001, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 128-129.

		tempat, pakaian dan aksesoris yang dipakai.
3.	Analisis pada tahap makna Denotasi.	Semua tanda yang di analisis sebelumnya dilihat dari elemen audio dan visual, dimaknai menurut makna denotasi atau makna khusus yang terlihat dalam tanda-tanda tersebut yang sifatnya nyata dan langsung dapat dilihat (gambaran sebuah petanda).
4.	Analisis pada tahap makna Konotasi	Semua tanda yang sudah diamati sebelumnya dilihat dari elemen audio dan visual dimaknai dengan makna konotasi yang sifatnya subjektif dan berkaitan sesuai dengan konteks kebudayaan yang ditampilkan dalam video. Di tahap ini, tanda bekerja melalui myth (mitos) yang fungsinya sebagai pembatas segala perilaku dan perbuatan manusia.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Yufid.TV



Gambar 2 Logo Yufid Network

Yufid.TV merupakan salah satu dari sekian banyak tim dibawah naungan Yufid Network, dalam *website* nya Yufid Network mempunyai visi yaitu “*membuat dan menyediakan konten pendidikan dan dakwah yang gratis dan mudah untuk siapa saja*”. Kata Yufid terinspirasi dari Bahasa Arab yang artinya “*memberikan faedah*” atau “*memberikan manfaat*”. Dalam websitenya sampai saat ini tanggal 18 Desember 2019 Yufid juga menyebutkan nominal konten yang sudah disebarluaskan dengan angka cukup banyak meliputi, Video Yufid.TV sebanyak 8.800 konten, Audio Kajian.Net sebanyak 16.800, artikel islam sebanyak 6.000, dan terdapat 100 hosting website dakwah. Dari angka-angka tersebut tentu Yufid akan memiliki penambahan angka dalam konten dakwahnya karena adanya pembaharuan. Yufid Network juga mempunyai mesin pencarian ilmu-ilmu islam dalam website nya Yufid.com⁹²

Yufid.TV sendiri memiliki website khusus, yang keseluruhan videonya diupload di www.Yufid.TV dengan menyajikan berbagai video-video mengenai dakwah seperti Pendidikan islam, yang pegemasannya bermacam-macam ada yang berupa rekaman video kajian, video ceramah, video kisah singkat pengugah jiwa, maupun berupa nasihat dan motivasi

⁹² <http://yufid.com/yufid-network.html>

yang ringan dan menyenangkan. Semua kontennya disajikan untuk tujuan dakwah.

Yufid.TV adalah sebuah website atau *platform* yang menyediakan berbagai pilihan rekaman ceramah ustad-ustad dari seluruh wilayah Indonesia yang dikemas dalam bentuk video. Yufid.Tv menyajikan website download ceramah terbaik dari beberapa segi dilihat dari isi, materi dan juga desain pengemasannya.⁹³

Bidang industri kreatif yang di kerjakan oleh Yufid diunggulkan di bidang dakwah dan pendidikan. Dengan cara mengembangkan konten dan produk islami yang berbentuk digital, dengan tujuan agar semua orang dengan mudah untuk belajar dan memahami kemudian mempratekkan nilai islam di kehidupan sehari-hari.

Disamping video-video gratis, Yufid.TV juga memproduksi video komersial dengan penambahan durasi yang lebih panjang, untuk saat ini Yufid.TV sudah memproduksi 3 paket video komersial.⁹⁴ Yufid.TV juga membuat channel di media social Youtube dengan nama yang sama channel tersebut dikhususkan untuk konten dakwah mengenai video-video pengajian dan ceramah islam. Karena Youtube merupakan media social yang memiliki banyak digunakan oleh masyarakat Yufid.TV di Youtube memiliki pengikut sejumlah 1,59 *subscriber*. Dalam Youtube Yufid.TV menyediakan video-video cermah singkat pilihan. Dalam channel youtube nya Yufid.TV mengelompokkan konten-konten dakwah menjadi beberapa *playlist* yang jumlahnya terbilang cukup banyak, seperti Nasihat Islami, 5 Menit yang Menginspirasi, Essay

⁹³ Rumaysho.com / Top 10 Webstite Islami

⁹⁴ www.Yufid.TV

Movie, Kajian Kitab, Ceramah Agama, Murrotal Al-Qur'an, Motion Graphic dan masih banyak lainnya.⁹⁵

Jaringan Yufid.TV atau www.yufid.tv menyediakan 3300 video ceramah, pengajian, tutorial ibadah dll. Video-video yang ditayangkan Yufid.TV juga ditayangkan dalam stasiun TV dakwah melalui satelit, serta TV nasional. Video Yufid.Tv juga ditayangkan di beberapa tempat seperti bandara, swalayan dll semuanya di sediakan secara gratis.

Visi dan Misi Yufid Network

Visi :

1. Tersebarinya dakwah islam yang sesuai dengan pemahaman Rasulullah SAW dan para Sahabat.
2. Mengubah paradigma dan stigma negatif dalam Islam.
3. Tersebarinya secara luas media belajar Islam baik digital maupun tradisional.
4. Menjadi perusahaan yang mengembangkan konten dakwah kelas dunia.

Misi :

1. Mengembangkan konten untuk dupublikasikan di berbagai media digital dan tradisional.
2. Mengembangkan website untuk berbagai segmen dan tujuan dakwah.
3. Memproduksi aplikasi Pendidikan Islam yang dapat diakses diberbagai perangkat.
4. Membangun dan mengembangkan pasar online yang sesuai dengan syariat.

⁹⁵ Youtube Yufid Tv

Beberapa website yang berada di naungan Yufid Network

1. Yufid.TV – video ceramah dan Pendidikan ilmu islam
2. CaraSholat.com – tutorial mengenai sholat atau tuntutan sholat.
3. KonsultasiSyariah.com – kumpulan tanya jawab mengenai Islam.
4. KhotbahJumat.com – kumpulan video khutbah jumat
5. KisahMuslim.com – cerita islami penggugah jiwa
6. Yufidia.com – kumpulan ensiklopedia Islam
7. PengusahaMuslim.com – artikel mengenai panduan berwirausaha
8. Yufid.org – official web Yufid Network, dan sebagainya.

Yufid memiliki banyak konten-konten yang memuat pesan-pesan dakwah dan pengetahuan dalam bentuk digital yang dapat dijadikan rujukan insan muslim di era modern saat ini. Dengan adanya Yufid yang memberikan kemudahan millennial muslim dalam mencari refrensi keislaman yang disediakan Yufid baik berupa artikel ataupun materi yang berbentuk audio-visual yang mudah dipahami dan sudah terjamin kevalidan nya karena berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist.⁹⁶


B. Penyajian Data

Dalam video yang dibuat oleh Yufid.TV di youtube dengan judul “Nasihat Islami: Gara-gara status” sudah jelas bahwa tujuan dari pembuatan dari videp tersebut adalah untuk menyampaikan pesan mengenai nasihat. Sebagaimana terlihat dari judul yang dibawakannya “Gara-gara status” dimaksudkan karena banyaknya masyarakat millennial saat ini yang tidak asing lagi menggunakan *smartphone* untuk memakai jejaring media sosial.

⁹⁶ www.yufid.com

Dalam video tersebut menceritakan dan menggambarkan kegiatan seorang laki-laki muslim yang hobi mengunggah kegiatannya khususnya kegiatan ibadah ke dalam media sosial. Video ini dapat memberikan pelajaran positif bahwa hal yang dilakukan oleh tokoh dalam video tersebut tidak patut dicontoh. Seperti yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya tentang penanda dan petanda keduanya secara langsung dapat dijangkau menggunakan alat indera (dilihat).⁹⁷ Penanda mempunyai wujud fisik seperti bunyi, kata, huruf, gambar warna dan objek lainnya, sedangkan petanda merupakan suatu konsep dari petanda. Dari hubungan antar keduanya akan menimbulkan makna. Berikut ini merupakan beberapa adegan yang terdapat pada video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” untuk dianalisis menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes:

Tabel Scene 1

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="181 1129 341 1153"><i>Gambar Scene 1</i></p>	<p data-bbox="684 863 975 1043">Pada gambar pertama dan kedua terlihat seorang remaja laki-laki sedang tidur disebuah tempat tidur.</p> <p data-bbox="684 1086 975 1299">Teknik pengambilan gambar dari <i>long shot</i> kemudian menjadi <i>closeup</i> untuk memperjelas objek gambar yang</p>

⁹⁷ Kris Budiman, *Seimotika Visual*, 2011, (Yogyakarta: Jalasutra) hlm.30



menampilkan seorang remaja sedang tidur.

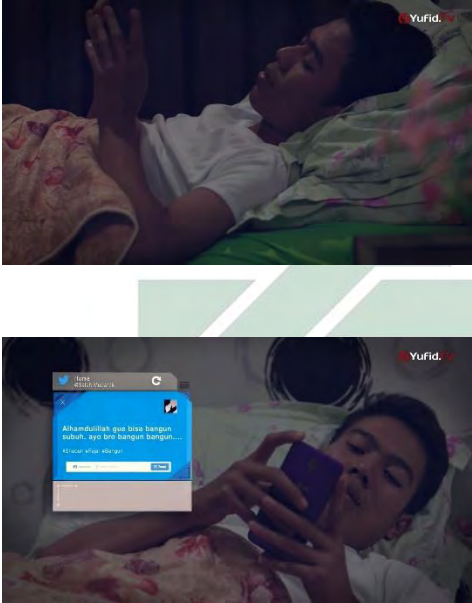


Menampilkan gambar Masjid dengan pengambilan gambar *backlight*.

gambar tersebut sudah menjelaskan bahwa objek gambar merupakan sebuah masjid dengan pencahayaan gelap yang menjelaskan gambar tersebut diambil di waktu petang.



Gambar sebuah handphone dengan pengambilan gambar *closeup* yang menunjukkan alarm pukul 5:00, menunjukkan waktu subuh.


	<p><i>Backsound</i> suara adzan dan bunyi alarm.</p>
	<p>Menunjukkan seorang remaja lelaki yang terbangun dari tidurnya, setelah mendengarkan alarm di handphone nya. Kemudian dia mengambil handphone lalu membuka salah satu sosmed dan menulis status “Alhamdulillah bro, gue bisa bangun subuh ayo bangun bangun. #subuh #fajar #bangun” (<i>medium shot</i>)</p> <p><i>Backsound</i> bunyi saat memainkan handphone disertai dengan <i>voiceover</i> sesuai dengan kalimat yang sedang ditampilkan.</p>

Deskripsi Denotatif
Seorang remaja laki-laki yang tidur ditempat tidur, lalu mengetahui bunyi alarm dari handphone yang menunjukkan pukul 5.00, disertai dengan adanya adzan berkumandang yang menunjukkan datangnya waktu subuh. Dengan cepatnya ia terbangun lalu mengambil handphonenya, kemudian menuliskan status di media sosial, yang menunjukkan bahwa ia telah bangun dan melaksanakan sholat subuh.
Deskripsi Konotatif
Saat terbangun dari tidurnya, ia langsung mengambil handphone dan menulis status “Alhamdulillah bro, gue bisa bangun subuh ayo bangun bangun. #subuh #fajar #bangun”. Padahal dalam gambar terlihat jelas bahwa ia masih diatas tempat tidur dan tidak langsung melaksanakan sholat subuh serta terlihat jelas bahwa ia bangun hanya untuk menulis status agar dirinya dilihat orang lain bangun dan menunaikan sholat subuh dengan cara menulis status di media sosial

Gambar Scene 1

Dari *scene* diatas memperlihatkan bahwa seorang remaja tersebut hanya ini memperlihatkan citra dirinya melalui media sosial, dengan cara menulis status yang seakan-akan isi dari status tersebut memperlihatkan kegiatan ibadah yang sedang ia lakukan. Pesan dakwah yang disampaikan pada scene ini menggambarkan sebagai umat muslim wajib melaksanakan ibadah sholat dengan tepat waktu.

Tabel Scene 2

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p data-bbox="172 555 333 577"><i>Gambar Scene 2</i></p>	<p data-bbox="673 288 988 651">Memperlihatkan gambar terbitnya matahari, karena dalam video matari berjalan kearah atas. Pengambilan gambar menggunakan <i>extreme long shot</i> untuk memperjelas objek gambar secara luas.</p> <p data-bbox="673 694 988 986"><i>Backsound</i> suara ayam berkokok dan burung berkicau yang beriringan dengan naiknya pergerakan matahari keatas menunjukkan datangnya waktu pagi.</p>



Gambar Scene 3

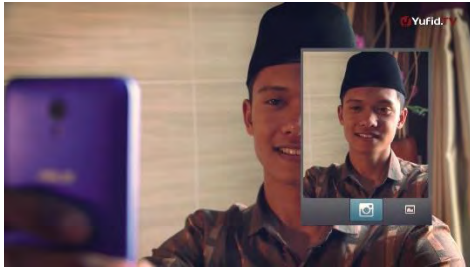


Gambar Scene 4

Menampilkan seorang remaja sedang melaksanakan ibadah sholat.

Pengambilan gambar dari *medium shot* beralih ke *closeup*, dengan tujuan untuk memperjelas kegiatan yang dilakukan yakni sholat.

Backsound berupa *voiceover* sesuai dengan kalimat yang sedang diucapkan saat sholat disertai dengan *sound effect*.



Gambar Scene 5



Gambar Scene 6

Memperlihatkan seorang remaja laki-laki yang memotret dirinya yang sedang memakai peci dan baju muslim menggunakan handphone, kemudian foto dirinya di unggah ke media social *In stagram*.

Pengambilan gambar *closeup*. *Backsound* berupa *voiceover* sesuai dengan tulisan yang ditampilkan, dan diucapkan disertai dengan *sound effect*.

Deskripsi Denotatif

Memperlihatkan terbitnya matahari yang menunjukkan waktu pagi, kemudian terlihat ada seorang remaja laki-laki yang sedang melaksanakan ibadah sholat, karena sholat waktu pagi maka remaja tersebut sedang melaksanakan ibadah sholat sunnah dhuha. Seusai shoalat ia mengambil handphone lalu memotret foto dirinya kemudian di unggah ke media social Instagram.

Deskripsi Konotatif

Saat seusai sholat dhuha yang ia lakukan ia memotret dirinya saat sedang mengenakan peci dan baju muslim, lalu mengunggah foto diri ke dalam media social Instagram dengan caption “Alhamdulillah Shalat dhuha ini menyenangkan hati,

MasyaAllah #Shalat #Dhuha #Tenang”. Dapat disimpulkan makna konotatif dari scene tersebut adalah seorang remaja ingin memperlihatkan ibadahnya di media sosial khususnya di Instagram yang disertai dengan foto diri yang menggunakan perlengkapan ibadah.

Dari *scene* diatas memperlihatkan bahwa remaja tersebut ingin memperlihatkan citra dirinya yang beriman, dengan melakukan ibadah shalat sunnah yang kemudian ia unggah dengan bukti foto dirinya yang memakai perlengkapan ibadah di Instagram sebagai bukti bahwa ia benar-benar melakukannya, selanjutnya dengan caption yang ia tulis juga menyebutkan bahwa melakukan ibadah tersebut dapat menenangkan hati. Selain mengumbar kegiatan ibadahnya ia juga memiliki maksud memberitahukan bahwa melaksanakan shalat dhuha membuat hati merasa tenang. Pesan dakwah yang terkandung pada scene ini sebagai umat muslim yang taat disarankan untuk melaksanakan ibadah sunnah juga sebagai pelengkap dari keimanan kita dan kewajiban dalam melaksanakan ibadah.

Tabel Scene 3

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p>Gambar Scene 7</p>	<p>Memperlihatkan atap serambi masjid, kemudian sorang remaja laki-laki keluar dari dalam masjid lalu duduk di serambi depan masjid. Pengambilan gambar <i>long shot</i>.</p> <p><i>Backsound</i> suara klakson mobil yang menunjukkan bahwa masjid tersebut berada di pinggir jalan.</p>
 <p>Gambar Scene 9</p>	<p>Dalam video terlihat remaja tersebut mengeluarkan handphone dari saku bajunya lalu memaikan sosmed dan menulis status. (<i>medium shot</i>)</p>

	<p><i>Backsound</i> berupa <i>voiceover</i> sesuai dengan tulisan yang ditampilkan, dan diucapkan disertai dengan <i>sound effect</i>.</p>
<p>Deskripsi Denotatif</p>	
<p>Dengan memperlihatkan atap serambi sebuah bangunan masjid, jelas dimaksudkan bahwa latar dari scene ini adalah di masjid. Kemudian keluar seorang remaja laki-laki dari dalam masjid dan duduk di teras depan masji sambil memainkan handphone dan menulis status di media sosial berlogo burung yaitu <i>Twitter</i>. Kemudian ia menulis status dalam tweet nya dengan isi “MasyaAllah pengajian tadi bagus banget, sayang gak sempat nyatet #Ngaji #Ilmu #Majelis Taqlim”.</p>	
<p>Deskripsi Konotatif</p>	
<p>Setelah keluar dari dalam masjid remaja tersebut langsung memainkan handphone nya dan menulis status di twitter, tujuan dan maksud dari status tersebut ia ingin memperlihatkan kepada khalyak melalui media sosial agar para pengguna medsos tahu, bahwa saat itu ia sedang mengikuti pengajian atau majelis ta’lim.</p>	

Dari *scene* diatas memperlihatkan bahwa remaja tersebut ingin memperlihatkan bahwa ia sedang belajar agama dengan mengikuti pengajian, kemudian ia menuliskan status di media sosial agar diketahui oleh banyak orang sehingga asumsi orang lain akan menganggap dirinya rajin menuntut ilmu agama dengan mengikuti pengajian di Masjid. Pesan dakwah yang dimuat pada scene ini yaitu sebagai umat muslim wajib bagi kita untuk mencari

ilmu dan mengikuti majelis-majelis ta'lim agar kita berkumpul dan berteman dengan orang-orang yang shaleh.

Tabel Scene 4

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p><i>Gambar Scene 10</i></p>	<p>Beberapa gambar cuplikan dari video disamping menunjukkan seorang remaja laki-laki tersebut sedang duduk di dalam musholla, dan didepannya terlihat ada meja beserta Al-Qur'an, kemudian ia memainkan handponenya dan membuka beberapa sosmed yang ada di hadphone nya.</p>
 <p><i>Gambar Scene 11</i></p>	<p>Pada gambar kedua dijelaskan beberapa jenis sosmed seperti <i>Twitter</i>, <i>Facebook</i>, <i>Instagram</i>, <i>WhatsApps</i> dan <i>BBM</i>. Saat menjelajahi sosial media remaja</p>



Gambar Scene 13



Gambar Scene 14

tersebut banyak menemukan status-status dari temannya di media sosial seperti:

“Alhamdulillah dapat rezeki pasti karna sedekah tadi...#Sedekah #Rezeki”.

“Wah bulan depan mau umrah, InsyaAllah bawa banyak oleh-oleh...#Umroh #Ibadah #Oleh-oleh”.

“Ini udah tawaf yang keberapa ya? Ana lupa...#Haji #Tawaf #Lupa”.

Kemudian setelah melihat beberapa status yang di posting oleh teman sosmed nya, lalu remaja tersebut juga mulai menulis statusnya, dan menambahkan foto selfie dirinya.

Bunyi statusnya seperti ini.

“Ada yang mw bantuin ana murajaah gk? #Murajaah #Hafidz”.

(medium shot)

Backsound berupa *voiceover* sesuai dengan tulisan yang ditampilkan, dan diucapkan disertai dengan *sound effect*.



Gambar Scene 15



Gambar Scene 16

Deskripsi Denotatif

Remaja tersebut sedang duduk di dalam Masjid dengan bermain handphone nya, dan didepannya ada meja yang diatasnya ada Al-Qur’an, ia bermain handphone dan membuka berbagai sosmed dan melihat berbagai story yang diunggah oleh teman sosmednya, yang status dari teman-




temanya tersebut juga berupa gambaran kegiatan ibadah yang sedang mereka lakukan saat itu. Remaja tersebut kemudian juga ingin membuat status di akun medsosnya, lalu ia mengambil foto dirinya yang didalam masjid dan didepannya terdapat Al-Qur'an. Tuliskan status remaja tersebut “Ada yang mw bantuin ana murajaah gk? #Murajaah #Hafidz”.

Deskripsi Konotatif

Makna konotatif dari scene ini dapat disimpulkan bahwa bukan hanya remaja tersebut yang gemar mengumbar kegiatan ibadahnya di media sosial, tetapi banyak sekali orang yang melakukan demikian, bahkan dapat pula di jelaskan bahwa hal tersebut sudah menjadi kebudayaan bagi sebagian banyak orang. Karena dengan hal tersebut maka orang lain akan lebih memandang dan menilai citra baik dalam diri seseorang karena rajin melakukan ibadah.

Dari *scene* diatas memperlihatkan bahwa kegiatan masyarakat saat ini untuk membagikan aktivitas nya ke media sosial merupakan hal lumrah. Meskipun menyangkut masalah ibadah, masyarakat merasa sudah sangat terbiasa melakukan tersebut, dengan tujuan agar terlihat baik dimata orang lain. Pesan dakwah yang dimuat pada scene ini menggambarkan kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh setiap muslim seperti mengaji, bersedekah, saling membantu, dll.

Tabel Scene 5

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
 <p>Gambar Scene 17</p>	<p>Memperlihatkan kata-kata di kolom status pada sosmed yang diiringi dengan suara dan intonasi yang jelas. Dengan nama pemilik sosmed tersebut adalah Ustad Fulan. Scene ini merupakan penutup pada akhir video yang memiliki pesan penting yang harus dipahami.</p> <p>Pesan tersebut yakni:</p> <p>“Sebagian orang, menulis status amalnya untuk meningkatkan status dirinya agar mendapat pujian atau ketenaran di kalangan umum”</p>
 <p>Gambar Scene 18</p>	<p>“Hal ini adalah riya' dan termasuk dosa!”</p>
 <p>Gambar Scene 19</p>	<p>“Sejatinnya ibadah harus dijaga keikhlasan niatnya. Tidakkah kita sayang jika amalan</p>



Gambar Scene 20



Gambar Scene 21

ibadah kita sia-sia bahkan bisa membuahkkan dosa?”

“Mari berhati-hati... Jangan sampai...”

“Amal hangus gara-gara status”.

Backsound berupa *voiceover* sesuai dengan tulisan yang ditampilkan, dan diucapkan disertai dengan *sound effect*.

Deskripsi Denotatif

Memperlihatkan kutipan status media sosial dari seorang ustad yang bernama Fulan, yang berisi kalimat atau pesan yang ditujukan kepada para pengguna media sosial agar menjauhi perbuatan riya' dengan mengumbar kegiatan ibadah di media sosial.

Deskripsi Konotatif

Makna konotatif yang terdapat pada scene tersebut merupakan simpulan dari rentetan scene yang terdapat pada video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” dengan yang sebelumnya menggambarkan aktivitas kebanyakan orang dalam menggambar ibahnya, dan di akhir video Yufid menyampaikan pesan yang berupa dakwah dengan mengingatkan kepada para pengguna medsos agar tidak melakukan hal seperti yang dicontohkan sebelumnya.

Scene diatas merupakan kesimpulan dari semua isi dalam video. Pada *scene* ini disampaikan suatu pesan dakwah secara langsung melalui tayangan teks disertai dengan rekaman suara seorang ustad. Yang tujuannya adalah memperjelas makna dan tujuan yang dimaksud dalam penggambaran video “Nasihat Islami: Gara-gara Status”. Pesan dakwah yang dimuat dalam scene ini mengingatkan bahwasanya setiap muslim harusnya melakukan ibadah dan perbuatan baiknya atas dasar ikhlas dan hanya mencari ridha Allah SWT, serta menghindari perilaku Riya’ yang sifarnya pamer dan tujuannya mencari perhatian atau pujian dari orang lain.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Dalam video “Nasihat Islami: Gara-gara status ini terlihat sekali dari *gesture* tokoh pemeran, dialog dan kegiatan harian yang terjadi membentuk suatu symbol penggambaran terjadinya suatu makna yang disebut perilaku Riya’ karena dalam video tokoh dengan senang dan bangganya memarekan ibadahnya di hadapan public dengan menyebarkan ke media sosial.

Jika dilihat dari untuk dialog, pengambilan gambar dan pemakaian aksesoris dalam video ini sangat cukup dan mumpuni untuk membuat orang lain mengerti bahwa video ini tujuannya adalah untuk menggambarkan perilaku seseorang yang banyak diikuti oleh masyarakat umum khususnya

masyarakat millennial, karena masyarakat millennial lah yang paling gemar dalam bermain *smartphone*.

Dalam semiotika Roland Barthes yang memiliki teroti tentang signifikasi dua tahap, yang berhubungan dengan signifier dan signified, didalam sebuah tanda realitas. Denotasi merupakan makna yang paling nyata dari tanda, dan konotasi yang menggambarkan interaksi yang terjadi setelah tanda bertemu dengan nilai-nilai kebudayaan atau ideologi (mitos).

Pemaknaan pada tahap denotasi atau makna dan pesan yang sebenarnya ada didalam video “Nasihat Islami: Gara-gara status” menggambarkan bahwa masyarakat saat ini yang disebut sebagai masyarakat millennial sudah sangat terbiasa dengan adanya *smartphone*, dan sangat memungkinkan bagi mereka karena kemudahan tersebut maka mereka dapat dengan mudah berbagi kegiatan apa saja yang dilakukan di setiap harinya, istilah lainnya adalah menggambar kegiatan di jejaring sosial, tetapi dalam video ini yang lebih ditekankan lagi adalah menggambarkan kebanyakan orang yang gemar menggambar kegiatan ibadahnya di berbagai media sosial.

Kemudian hal tersebut menimbulkan makna konotasi, menjadi asumsi umum bahwa dengan orang lain menggambar ibadahnya di media sosial maka mereka dinilai ingin mencari ketenaran atau popularitas, serta menaikkan citra diri mereka dengan perbuatan seperti itu yang dianggap Riya’ dan berujung pada dosa serta amala-amalan yang kita lakukan akan hangus tidak ternilai apa-apa.

Video “Nasihat Islami: Gara-gara status” mengandung nilai-nilai pelajaran yaitu berbuat ikhlas dalam beribadah, jangan hanya berharap penilaian dari orang lain saja, tetapi kita harus benar-benar beribadah hanya kepada Allah dan mencari ridha Allah semata, Yufid.TV dalam video ini berhasil menyampaikan pesan dakwahnya secara ringkas dan menarik serta mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Dengan menggunakan metode dakwah *bil-hal* dengan mengajak orang

lain untuk beribadah ikhlas hanya karena Allah Ta'ala. Media yang digunakan dalam video ini adalah audio visual. Video Dakwah ini diupload melalui Youtube yang memiliki peluang besar karena penguasaannya yang sangat banyak, video ini dikemas dengan pembawaan yang menarik, ringat dan mudah dipahami oleh semua orang.

1. Prespektif Teori

Prespektif merupakan suatu kerangka konseptual atau istilah lainnya *conceptual framework*, yakni suatu perangkat asumsi, gagasan atau nilai persepsi seseorang dan mempengaruhi bagaimana cara seseorang bertindak dalam suatu situasi. Maka dari itu tidak ada seseorang yang berhak mengklaim prespektif seseorang benar atau salah. Walaupun suatu prespektif mungkin lebih mendekati realitas, tetapi pada dasarnya prespektif hanya menangkap sebagian dari realitas. Tidak ada satupun prespektif yang bisa menangkap secara keseluruhan realitas yang diamati, karena prespektif sifatnya terbatas, dikarenakan manusia hanya memungkinkan melihat dari satu sisi saja.⁹⁸

Jadi prespektif teori dalam penelitian ini menurut peneliti adalah dimasa modern saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah pesat, menjadikan generasi-generasi muda dengan mudahnya untuk menikmati keberhasilan teknologi yang ada seperti sekarang ini, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat saat ini sangatlah erat kaitannya dengan teknologi yang semakin lama semakin memberikan kontribusi besar dalam kehidupan untuk lebih memudahkan pekerjaan manusia. Dengan hadirnya teknologi-teknologi baru yang mutakhir,

⁹⁸ Danim Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia 2002.

menjadikan banyak orang yang berfikir kreatif untuk mengembangkan teknologi tersebut.

Salah satunya dengan adanya menciptakan *internet*, kini dengan hadirnya internet segala sesuatu dapat dengan mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Dari anak-anak hingga orang dewasa, dan dari semua kalangan. Mereka semua memanfaatkan hadirnya internet dan menggunakannya dengan media *smartphone*, *pc* dan lain sebagainya. Banyak beberapa orang yang menciptakan aplikasi-aplikasi yang sangat penting dan berguna pada saat ini, seperti hadirnya *WhatsApps*, *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* menjadikan orang-orang dengan mudah untuk berbagi informasi dengan jangkauan yang luas dan dalam aksesnya sangat mudah serta diperuntukkan untuk siapapun. Hadirnya media-media baru ini membuat banyak manfaat bagu kita semua untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas, atau bahkan hanya untuk hiburan saja juga bisa.

2. Prespektif Islam

Dikaitkan dengan fenomenologi dalam pemamparan teori prespektif diatas, pendapat peneliti dalam prespekti islam yakni, karena banyaknya kaum atau generasi millennial yang maka banyak pula dari sekian banyaknya kaum milenial untuk bermain handphone dan menginformasikan kepada khalayak luas tentang apa yang di lakukan pasa waktu itu.

Khususnya untuk kegiatan ibadah yang sangat tidak perlu untuk dipamerkan kepada orang lain. Karena hal tersebut termasuk Riya' karena adanya keinginan agar dipandang baik dimata orang lain dan ibadah yang dilakukannya tidak dilaksanakan dengan keikhlasan hati. Akibatnya ibadah yang dilakukan menjadi sia-sia

dan tidaklah diterima. Nabi Muhammad SAW bersabda: “*Barangsiapa yang beramal ingin dilihat maka Allah akan tampakkan amalan riya itu, dan barang siapa yang beramal dengan sum’ah, maka Allah akan bongkar pula amalan sum’ah tersebut*”. (HR. Bukhari dan Muslim).⁹⁹

Maka seorang muslim yang baik haruslah menghindari perkara Riya’, dan hendaklah semua ibadah dan amalan baik yang dilakukannya ikhlas lillahita’alah karena mencari ridha dari Allah semata. Sikap Riya’ sangat merugikan bagi orang yang melakukannya karena ibadah, kebaikan serta ketaatan yang dilakukan tidak akan bernilai disisi Allah SWT. Ajaran Islam telah mengajarkan untuk selalu berbuat Ikhlas dan berbuat kebaikan, serta ketaatan dalam melaksanakan perintah agama dan meninggalkan larangannya, karena setiap perilaku yang melanggar terhadap larangan agama akan berakibat buruk bagi yang melakukannya.

Akibat dari berperilaku Riya’ sangatlah merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain, maka hendaklah kita meghindarinya dengan melatih diri sendiri, mengendalikan diri sendiri, serta menahan diri agar selalu melakukan ibadah dan berbuat amalan baik secara Ikhlas tanpa mengharapkan pujian atau sanjungan dari orang lain.

⁹⁹ Handrami, *Riya’ dan Sum’ah Pamer Ibadah*, Hisbah.net diakses pada 14 Desember 2019

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Menurut dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pesan yang terdapat dalam video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” pada channel Youtube Yufid.TV meliputi pesan dakwah ditinjau dari analisis semiotik dengan pendeskripsian dari Makna Denotatif dan Makna Konotatif, ialah sebagai berikut:

1. Pesan Akidah dengan mengajak umat muslim untuk selalu meyakini segala bentuk ajaran islam yang sudah ada dan disampaikan di dalam Al-Qur'an dan Hadist.
2. Pesan Syariah dengan mengingatkan sesama saudara muslim untuk melaksanakan ibadah seperti shalat, puasa, haji, shodaqoh dan melakukan hal-hal baik lainnya ikhlas karena Allah SWT.
3. Pesan Akhlak dengan mengingatkan sebagaimana umat muslim yang wajib melaksanakan kewajibannya serta melaksanakan ibadahnya dengan sungguh-sungguh dan tidak berperilaku Riya', serta memberikan nasihat bahwa hendaknya kegiatan beribadah dan perbuatan baik dilakukan dengan ikhlas hanya karena mengharapkan ridha dari Allah semata, dan tidak mengumbar kegiatan ibadahnya hanya karna mengharapkan pujian atau penilaian dari orang lain.

B. Rekomendasi

Setelah menganalisis video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” pada chanel Youtube Yufid.TV yang mengandung pesan dakwah yang meliputi pesan Akidah, Syariah dan Akhlak. Maka peneliti merekomendasikan penelitian ini agar bisa memberikan manfaat kepada khalayak luas.

1. Kepada para *Content Creator* di Youtube, peneliti berharap agar semakin banyak membuat karya-karya yang mengandung pesan-pesan dakwah yang dikemas semakin menarik, agar masyarakat luas lebih berminat untuk menyaksikan dakwah-dakwah islam melalui media sosial terutama di zaman milenial seperti saat ini.
2. Kepada para pendakwah, agar makin bersemangat berdakwah dalam mengikuti perkembangan zaman dengan menyebarkan dakwah islami dengan berbagai cara yang kreatif ditengah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini dengan memanfaatkan media-media baru yang sudah tersedia.
3. Kepada masyarakat, khususnya kaum milenial yang saat ini sangat erat kesehariannya menggunakan *smartphone* dan internet di setiap waktu, agar bisa menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan mencari manfaat yang lebih baik dari penggunaan internet dan media sosial.
4. Kepada akademisi, peneliti berharap bahwa penelitian mengenai pesan dakwah dengan menggunakan analisis semiotik ini agar dapat membawa manfaat besar dalam bidang akademisi dan bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Semoga penelitian selanjutnya akan lebih baik dari penelitian ini.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan semaksimal mungkin dengan mengacu pada prosedur ilmiah

yang ada, namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Adanya keterbatasan peneliti menggunakan metode analisis teks media non-kancah dalam penelitian ini yang dilakukan dengan mengobservasi dan mengamati isi pesan yang ada dalam objek penelitian menggunakan teori yang dipilih oleh peneliti yakni analisis semiotik. Keterbatasan dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan penelitian lapangan.
2. Penelitian ini hanya meneliti makna pesan yang ada dalam video “Nasihat Islami: Gara-gara Status” berdasarkan analisis semiotik model Roland Barthes yang hanya menekankan pada pemaknaan Denotasi dan Konotasi.
3. Obyek penelitian yaitu video yang diteliti memiliki durasi yang terbatas dengan selang waktu 3:13 menit saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Wisnu. (2012). *Media Baru: Studi Teoritis & Telaah dari Prespektif Politik Sosiokultural*. Yougyakarta: Fisipol UGM.
- Ahmad Toni, Rafki. (2017). Studi Semiotika Pierce dalam Film Dokumenter. *Jurnal Komunikasi Univ. Budi Luhur*, 140.
- Al-Jauziyah, Q. (2017). *Kunci Kebahagiaan*. Jakarta: Akbar Media.
- Al-Qardhawi, Y. (n.d.). *Membumikan Syariat Islam*. Surabaya: Dunia Ilmu.
- Amir, Y. (2003). *Hipersemiotika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Anwar, C. (2000). *Islam dan Tantangan Kemanusiaan Abad XXI*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifianto, S. (2017). Pemanfaatan Media Tradisional untuk Diseminasi Informasi Publik. *Jurnal IPTEK-KOM*, 72.
- Arsyad, A. (2003). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- AS, S. (2015). *Etika Dakwah*. Surabaya: Jaudar Press.
- Astrid, S. (1997). *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.
- Aziz, M. A. (2016). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. New York Hill.
- Basit, A. (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.

- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Jurnal Humaniora*, 845-854.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bugin, B. (2001). *Erotika Media Massa*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Christomy, T. (2004). *Semiotika Budaya*. Depok: Universitas Indonesia.
- Danesi, M. (2010). *Pesan Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Gava Media.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Proffesioal Books.
- Dewi, M. C. (2013). Representasi Pakaian Muslimah dalam Iklan. *Jurnal Komunikasi Profetik Uinsuka*, 68.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Jakarta: PT. Fajar Intertama Mandiri.
- Fatyy F, M Nadjib, Andi S. (2016). youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*.
- Firanda, A. M. (2011). *Ikhlash dan Bahaya Riya'*. Jakarta: Mukhtabah Raudhah al- Muhibbin (online).
- Glasse, C. (1999). *Ensiklopedi Islam Ringkas (The Concise Encyclopedia of Islam)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Gumgum G, Ipit. (2014). Penggunaan Media Massa dan Internet sebagai Sarana Penyampaian Informasi dan Promosi Oleh Pengelola Industri Kecil dan Menengah di Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi UNPAD*, 86.
- Ilnyas, Y. (1999). *Kuliah Ahklaq*. Yogyakarta: LPPI UMY.
- John Naisbitt, Patricia Aburdene. (1990). *The New Directions For the 1990's Megatrends 2000*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Kafie, J. (1993). *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Indah.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktik Riset Edisi.1*. Jakarta: Kencana Permata Media Grup.
- Morissan, Andy Corry. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika dalam Film. *Jurnal Ilkom Uinsby*.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Nahliyah, N. (2017). *Dakwah pada Jamaah Kelas Menengah: Studi Strategi Dakwah Majelis Ta'lim Bunda Muslimah Az-Zahra"*. Surabaya: UINSA.
- Pardianto. (2015). Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah di Era Globalisasi). *Jurnal Mediasi IAIN Ambon* , 92.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKis Pelangi Aksara.
- Pradopo, R. D. (1998). Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya. *Jurnal Humaniora*, 76.

- Rahman, F. (2000). *Islam Fazlur Rahman*. Bandung: Penerbit Bintang.
- Rakhmat, J. (n.d.). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sentanu, E. (2007). *Quantum Ikhlas*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shofaussamawati. (2013). *Ikhlas Prespektif Al-Qur'an: Kajian Tafsir Maudhu'i*. Jawa Tengah: STAIN Kudus.
- Siahaan. (2011). *Komunikasi Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soeharto, I. (2002). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soffandi, Wawan Djunaedi. (2001). *Akhlak Seorang Muslim*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Statistik, B. P. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Millenial Indonesia*. Indonesia: KPPA.
- Stellarosa, Y. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Jurnal Lugas*.

- Sucahya, M. (2013). Teknologi Komunikasi dan Media. *Jurnal Komunikasi Unsera*, 15.
- Sudarwan, D. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sukir, A. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Sukmi, S. N. (2015). Rethinking Teori Komunikasi dalam Konteks Media Baru. *Jurnal Cakrawala* , 4-5.
- Sunardi. (2007). *Semiotika Negaiva*. Yogyakarta: Kanak.
- Suprayono, I. (2015). Ikhlas Bagian Terpenting dari Ibadah. *Jurnal Gema*, online.
- Surabaya, T. P. (2002). *Pengantar Studi Islam*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Syarif, Abdul, Riezky. (2018). Perilaku Generasi Millennial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan UNMER*, 240.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wijaya, A. (1986). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Zaini, S. (1990). *Kuliah Aqidah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Zoest, Asrt Van. (1991). *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Zuhri, S. (1995). *Agama Unsur Mutlak dalam National Building*. Jakarta: LPP Api Islam.
- Zulfikar, E. (2018). Interpretasi Makna Riya' dalam Al-Qur'an: Studi Kritis Perilaku Riya' dalam Kehidupan sehari-hari. *Jurnal Al-Bayan*, 144.
- Zulkarnain. (2013). Dakwah Islam di Era Multimedia . *Jurnal Risalah*, 1.

