



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**TEKNIK KOMUNIKASI DAKWAH PADA AKUN
INSTAGRAM @YUFID.TV
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**

Skripsi

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

Oleh

Alfi Nurul Faridah

NIM B71219058

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
2023

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfi Nurul Faridah

NIM : B71219058

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Surabaya, 03 April 2023
Yang membuat pernyataan



Alfi Nurul Faridah
NIM B71219058

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama :Alfi Nurul Faridah

NIM :B71219058

Program Studi :Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi :Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 03 April 2023

Menyetujui Pembimbing,



Moh Khoirul Anam, M.Li.
NIP 198711102020121009

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Alfi Nurul Faridah
NIM B71219058

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 12 April 2023

Tim Penguji

Penguji I



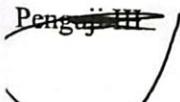
Moh Khoirul Anam, M.Li.
NIP 198711102020121009

Penguji II



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag.M.Fil.I
NIP 196512171997031002

~~Penguji III~~



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP 198210122015031004

Penguji IV



Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP 196701282003121001



Sutabaya, 12 April 2023
Dekan,
Dr. Rozaqul Arif, S.Ag, M.Fil.I.
NIP 198210122015031004



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

**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 : Alfi Nurul Faridah
NIM : B71219058
Fakultas/Jurusan : FDK/KPI
E-mail address : alfinurul.faridah@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 :

Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv

(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

berserta 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, 29 April 2023

Penulis

(Alfi Nurul Faridah)

ABSTRAK

Alfi Nurul Faridah, NIM B71219058, 2023. Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).

Penelitian ini mengkaji tentang teknik komunikasi dakwah pada akun Instagram @yufid.tv yang difokuskan pada implementasi teknik komunikasi dakwah yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui konten video *Motion Graphic*.

Untuk mengetahui teknik komunikasi dakwah apa yang dipakai oleh akun Instagram @yufid.tv. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Dari akun tersebut data diambil secara *purposive sampling* kemudian dianalisis menggunakan triadik semiotika dari Charles Sanders Peirce.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @yufid.tv menerapkan teknik dakwah sentimentil dengan narasi kalimat pada teks dialog video yang menyentuh hati dan lemah lembut. Teknik rasional yang memberikan dasar sesuai Al-Qur'an, hadist, dan petikan dari kisah Nabi atau Sahabat Nabi dengan kombinasi ilustrasi gambar animasi yang relevan. Adapun teknik indrawi yang memanfaatkan panca indra manusia melalui unsur audio visual dan desain grafis yang menarik. Selain itu, adanya fitur *hashtag* membuat video *Motion Graphic* mudah muncul diberanda pengguna lain.

Kata Kunci: Teknik Komunikasi Dakwah, Instagram @yufid.tv, Analisis Semiotika

ABSTRACT

Alfi Nurul Faridah, NIM B71219058, 2023. Da'wah Communication Techniques on the @yufid.tv Instagram Account (Charles Sanders Peirce Semiotics Analysis).

This study examines the da'wah communication techniques on the @yufid.tv Instagram account which are focused on the implementation of da'wah communication techniques used in delivering da'wah messages through Motion Graphic video content.

To find out what da'wah communication techniques are used by the @yufid.tv Instagram account. Researchers use a descriptive qualitative approach. From the account, the data was taken by purposive sampling and then analyzed using the semiotic triadic of Charles Sanders Peirce.

The results showed that the Instagram account @yufid.tv applies sentimental da'wah techniques with sentence narratives in the video dialog text that touches the heart and is gentle. Rational techniques that provide a basis according to the Qur'an, hadith, and excerpts from the story of the Prophet or Companions of the Prophet with a combination of relevant animated image illustrations. The sensory technique that utilizes the five human senses through audio-visual elements and attractive graphic design. In addition, the hastag feature makes Motion Graphic videos easily appear on other users' pages.

Keywords: Da'wah Communication Techniques, Instagram @yufid.tv, Semiotic Analysis.

المخلص

ألقي نور الفريدة، رقم القيد 2023، B71219058. تقنيات الاتصال بالدعوة على حساب انستغرام @yufid.tv (التحليل السيميائي لجارلز ساندرز بيرس).

يتناول هذا البحث تقنيات الاتصال الدعوي على حساب انستغرام @yufid.tv المخصص لتطبيق تقنيات الاتصال الدعوية المستخدمة في نقل رسائل الدعوة من خلال محتوى فيديو موتيون غرافيك.

لمعرفة تقنيات الاتصال الدعائية التي يستخدمها حساب انستغرام @yufid.tv. استخدم الباحثون نهجًا نوعيًا وصفيًا. من هذا الحساب، تم أخذ البيانات عن طريق أخذ عينات هادفة ثم تحليلها باستخدام السيميائي لجارلز ساندرز بيرس.

تظهر نتائج الدراسة أن حساب انستغرام @yufid.tv يطبق تقنيات الدعوة العاطفية مع سرد جمل في نصوص حوار فيديو تلامس القلب ولطيفة. تقنيات عقلانية تستند إلى القرآن والحديث ومقاطع من قصص النبي أو الصحابة مع مجموعة من الرسوم التوضيحية ذات الصلة. أما عن التقنيات الحسية التي تستخدم حواس الإنسان الخمس من خلال عناصر سمعية وبصرية وتصميمات رسومية جذابة بالإضافة إلى ذلك، فإن ميزة الهاشتاج تجعل من السهل العثور على مقاطع فيديو موتيون غرافيك في الصفحات الرئيسية للمستخدمين الآخرين.

الكلمات المفتاحية: تقنيات الاتصال بالدعوة، إنستغرام @yufid.tv، التحليل السيميائي

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
المخلص	viii
MOTTO.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIK	10
A. Kerangka Teoritik.....	10
1. Teori Teknik Komunikasi Dakwah	10
2. Media Dakwah Instagram.....	13
3. Semiotika Charles Sanders Peirce	18
B. Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
B. Unit Analisis	27
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Akun Instagram @yufid.tv	33

B. Penyajian Data.....	36
C. Analisis Data	43
D. Interpretasi Sesuai Perspektif Islam	79
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Keterbatasan Penulis.....	83
C. Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA	85
BIOGRAFI PENULIS	91



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Triangle Meaning Peirce (Segitiga makna), diadaptasi dari https://cseweb.ucsd.edu	20
Gambar 2. 2 Trikotomi Tanda Peirce, diadaptasi dari https://jurnal.isi-ska.ac.id	23
Gambar 4. 1 Logo Yufid TV	33
Gambar 4. 2 Profil Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/yufid.tv	34
Gambar 4. 3 Postingan Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/yufid.tv	36
Gambar 4. 4 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/reel/Ckj2iVugBi7	37
Gambar 4. 5 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/p/CkqgG-APV7c	38
Gambar 4. 6 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/reel/CmsQmhGPyBM	39
Gambar 4. 7 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/p/Cm6QqwzpNdb	40
Gambar 4. 8 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari https://www.instagram.com/p/CnlfbEVJHY3	41
Gambar 4. 9 Thumbnail video Motion Graphic Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari	42
Gambar 4. 10 Tujuan Allah Swt menciptakan manusia.....	43
Gambar 4. 11 Peringatan manusia di umur 40 Tahun.....	45
Gambar 4. 12 Makna bertambahnya umur manusia	46
Gambar 4. 13 Persiapan bekal manusia	49

Gambar 4. 14 Tahun Gajah (tahun kelahiran Nabi Muhammad Saw)	51
Gambar 4. 15 Abu Bakar berbincang dengan orang quraisy ..	53
Gambar 4. 16 Abu Bakar membenarkan ucapan Nabi Muhammad Saw	55
Gambar 4. 17 Abu Bakar berdakwah setelah masuk Islam	56
Gambar 4. 18 Abu Bakar memerdekakan budak	57
Gambar 4. 19 Kewajiban seorang Muslim.....	59
Gambar 4. 20 Larangan menjadi orang munafik	61
Gambar 4. 21 Kisah Nabi Nuh dengan Anaknya.....	63
Gambar 4. 22 Orang malas	65
Gambar 4. 23 Masjid.....	67
Gambar 4. 24 Jemuran pakaian.....	68
Gambar 4. 25 Perjalanan hidup manusia	70
Gambar 4. 26 Orang mengendarai motor diperjalanan.....	72
Gambar 4. 27 Mobil dan pemandangan alam	75
Gambar 4. 28 Masjid.....	77

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melahirkan fenomena kehidupan menarik di kalangan masyarakat yang disebut dengan era digital. Di era ini masyarakat mulai beralih menggunakan perangkat digital atau sering disebut dengan *handphone* yang terhubung dengan jaringan internet sebagai media komunikasi.¹ Seiring dengan perubahan zaman secara signifikan, tentunya dakwah juga mengalami hal serupa. Perkembangan dakwah sekarang lebih dikenal dengan metode dakwah digital. Dakwah digital bisa dilakukan di berbagai media sosial mulai dari Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Tik Tok dan sebagainya.²

Pada zaman Rasulullah SAW, beragam metode dilakukan untuk berdakwah. Berawal dari dakwah secara sembunyi-sembunyi, dakwah dengan berperang, dakwah pemerintahan, dakwah melalui surat-menyurat dan juga pendidikan.³ Adanya aktivitas dakwah di era modern yang bertujuan mengajak manusia mengamalkan nilai-nilai dan ajaran Islam sebaiknya dikemas dan disiarkan melalui media massa agar bisa dijangkau semua kalangan. Di tengah serangan media massa yang kebanyakan dikuasai oleh non-Muslim, umat Islam khususnya

¹ Dewantara Rizki et al., “Implementasi Metode Preference Selection Index Dalam Penentuan Jaringan Dan Pemanfaatan Internet Pada Provinsi Indonesia,” *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)* 6, no. 2 September (2022): 1226–1238.

² Roebbie Ajie Patompo, “Perkembangan Dakwah Dan Segala Tantangannya Melalui Media Teknologi Komunikasi,” *OSF Preprints*, last modified 2020, diakses November 1, 2022, <https://osf.io/53v6s/>.

³ Rexa Ridho Pradipta et al., “Perkembangan Dakwah Muhammadiyah di Desa Pamijen, Sokaraja,” *COMSERVA Indonesian : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 10 Februari (2022): 770–776.

insan media perlu mengambil peran dalam pembaruan metode dakwah yang bisa diterima oleh semua kalangan.⁴

Semua orang muslim dituntut untuk ikut serta dalam penyebaran dakwah dengan mengajak orang lain mengikuti jalan Allah SWT agar menemukan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Ajakan itu bisa berupa perbuatan yang dapat diteladani dan mendatangkan manfaat. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl [16]:125)”⁵

Dapat dipahami bahwa ayat di atas memuat metode yang digunakan dalam menjalankan tugas dakwah harus sesuai dengan perkembangan zaman. Sebuah metode dilakukan oleh *da'i* sebagai tahapan keberhasilan dalam berdakwah. Dengan adanya media dakwah Islam, masyarakat umum khususnya umat Islam dapat dengan mudah memperoleh pengetahuan ilmu agama yang ingin dipelajari dan mengupas persoalan yang dimiliki.⁶ Penggunaan media sosial menuntut seorang *da'i* dari semua lapisan masyarakat untuk mengemas dakwahnya dengan kreatif dan inovatif. Keuntungan dakwah menggunakan media

⁴ Rijal Mamdud, “Dakwah Islam di Media Massa,” *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2019): 47–54.

⁵ “An-Nahl [16]:125,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses November 5, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=125>.

⁶ Mamdud, “Dakwah Islam di Media Massa.”

sosial adalah mudah dijangkau masyarakat luas dan kecepatan dalam memberikan akses informasi.⁷

Dari berbagai jenis platform media sosial, Instagram merupakan bentuk media yang populer dan sangat berpengaruh. Pernyataan tersebut sesuai data statistik *We Are Social*, jumlah pengguna aktif bulanan juga dikenal sebagai MAU Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar pada April 2022. Saat ini, pengguna Instagram di Indonesia adalah yang terbesar keempat di dunia dengan jumlah 99,9 juta pengguna di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil.⁸

Instagram sebagai media sosial menyajikan informasi yang *update* dan mudah diakses dengan tampilan simpel dan menarik. Kelebihan lain yang dimiliki Instagram adalah *user friendly*, gratis, dan terkoneksi dengan media sosial lain. Selain itu, fitur yang di disajikan tidak hanya untuk berbagi gambar tapi juga video. Belakangan ini Instagram meluncurkan fitur baru, yaitu Reels video. Video kini bisa dibuat lebih lama dari sebelumnya yang hanya 15 detik agar video dapat dilihat lebih banyak orang dan pengguna bisa membagikan melalui link yang dapat disalin setelah video berhasil diposting.⁹

Melihat profil dan manfaat sebagaimana yang disebutkan di atas, Instagram dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi. Hal ini dijadikan peluang oleh berbagai kalangan termasuk para pendakwah. Dengan memanfaatkan perkembangan media sosial

⁷ Zida Zakiyatul Husna, “Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram,” *Ath Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 197.

⁸ Monavia Ayu Rizaty, “Laporan terbaru pada April 2022 dari We Are Social: Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia,” *DataIndonesia.id*, last modified 2022, diakses November 1, 2022, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.

⁹ Ni Putu Elly Kisna Antari, Ida Bagus Ketut Trinawindu, dan I Gusti Ngurah Wirawan, “Perancangan Animasi Reels Instagram Sebagai Media Promosi Merchandise HNS Invasi Di HNS Studio,” *Jurnal Amarasi* 3, no. 2 (2022): 173–180, <https://jurnal2.isi-dps.ac.id>.

para *da'i* bisa mengemas materi atau pesan dakwahnya lebih kreatif dan memberikan kesan yang berbeda agar menarik banyak orang. Dari fenomena tersebut muncul beberapa akun dakwah di Instagram dari akun pribadi, organisasi masyarakat Islam, instansi resmi, bahkan sampai akun komunitas dakwah. Para pendakwah dapat menentukan teknik penyampaian materi dakwah yang dikemas dalam bentuk visual berupa gambar, poster, foto, infografis. Selain itu, konten audio visual juga sangat menarik, seperti video pendek, film pendek, video animasi yang memiliki daya tarik sesuai segmentasi.

Dari banyaknya akun Instagram @yufid.tv hadir dengan menyajikan berbagai konten video dakwah. Seiring dengan perkembangan zaman, perlahan Yufid Tv memanfaatkan media Instagram sebagai peluang untuk berdakwah. Konten yang disajikan juga beragam tidak hanya video ceramah biasa. Namun, Yufid Tv mengemas dakwahnya dengan modern dan kreatif sehingga menarik perhatian banyak orang khususnya anak muda. Yufid TV adalah platform media sosial yang menyediakan berbagai konten Islami, termasuk ceramah, pengajian, dan video pendidikan tentang nilai-nilai dan praktik Islam. Platform ini bertujuan untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Konten tersebut disiarkan melalui media sosial dalam bentuk video dakwah digital. Kini Yufid Tv sudah memproduksi 18.000 (delapan belas ribu) konten video tentang Islam yang dipublikasi di berbagai platform media sosial dan dapat ditonton semua umat muslim di dunia secara gratis.

Akun Instagram @yufid.tv tergolong unik jika dibandingkan dengan akun dakwah lainnya. Pendakwah atau *Ustadz* yang dihadirkan tidak hanya satu, tetapi bervariasi dengan konsep video dakwah yang dikemas memiliki banyak kategori, seperti video *Motion Graphic*, Nasehat Ulama', Kisah Muslim, Poster Dakwah dan sebagainya. Contohnya, yaitu unggahan video ceramah salah satu *Ustadz* disajikan dengan versi terbaru tanpa menghilangkan unsur aslinya, dikemas dalam

bentuk video *Motion Graphic* yang merupakan video animasi dengan penggabungan antara ilustrasi, tipografi, fotografi dan videografi. Akun @yufid.tv juga rutin mengunggah minimal dua konten video setiap hari. Selain itu, popularitas akun @yufid.tv terlihat dari jumlah pengikut atau *followers* yang sudah mencapai 1 juta lebih. Hal itu membuktikan bahwa akun @yufid.tv menggunakan teknik yang menarik sehingga konten yang disajikan bisa diterima semua orang.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan makna tanda dalam video yang diunggah oleh akun Instagram @yufid.tv dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda dan makna yang terkandung di dalamnya.¹⁰ Penyajian konten di Instagram yang berupa visual, video, dan lainnya seringkali mengandung banyak tanda, seperti gambar, teks, musik, dan gerakan yang berkontribusi dalam membangun makna. Oleh karena itu, analisis semiotika Peirce dianggap relevan dan tepat digunakan dalam penelitian ini karena pendekatannya bersifat menyeluruh dalam memahami tanda sebagai sistem yang kompleks dan beragam.

Terkait dengan paparan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti apa Teknik komunikasi dakwah yang dipakai oleh @yufid.tv di Instagram dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang memaknai tanda dengan melihat objeknya. Peneliti menggunakan tiga tipe tanda yang telah dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce, yaitu *representamen*, *object* dan *interpretant*. Oleh sebab itu, penelitian ini mengambil judul **“Teknik Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @yufid.tv (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”**.

¹⁰ Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi*, Edisi 2. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apa teknik komunikasi dakwah pada akun Instagram @yufid.tv?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Akun Instagram @yufid.tv.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi di bidang ilmu dakwah khususnya tentang kajian teknik komunikasi dakwah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan teknik komunikasi dakwah di media sosial.
- c. Menjadi bahan masukan untuk pengembangan teknik komunikasi dakwah dengan kemasan yang lebih menarik dan kreatif melalui Instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan mampu memberikan lebih banyak informasi dan pemahaman tentang Instagram sebagai media dakwah digital di era modern saat ini. Serta memberikan pengetahuan bahwa dakwah melalui media sosial sangat diminati banyak kalangan.
- b. Diharapkan mampu menjadi rujukan dan menambah wawasan bagi para praktisi di bidang ilmu dakwah

khususnya Prodi Komunikasi dan penyiaran Islam tentang teknik komunikasi dakwah melalui Instagram.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para pendakwah yang tertarik untuk mengetahui teknik komunikasi dakwah yang digunakan oleh akun Instagram @yufid.tv bahwa media sosial khususnya Instagram bisa menjadi alternatif untuk berdakwah.

E. Definisi Konsep

1. Teknik Komunikasi Dakwah

Teknik merupakan metode atau cara-cara yang digunakan untuk mengirimkan pesan secara efektif kepada pihak lain. Selain itu, teknik dipakai untuk memahami, mengatur, dan menyampaikan pesan dengan jelas, efisien, dan efektif dalam proses komunikasi. Seperti, bagaimana cara yang harus dilakukan oleh seorang pendakwah atau *da'i* agar metode ceramah yang dilakukan berjalan efektif dan efisien.¹¹ Sementara itu, komunikasi menurut Onong Uchjana adalah proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lain. Dengan pengetahuan tersebut, kita dapat menyadari bahwa komunikasi melibatkan banyak individu atau manusia.¹² Pada hakikatnya, dakwah dan komunikasi itu sama yang berarti proses penyampaian pesan. Dakwah menurut Syekh Ali Mahfudh adalah kegiatan yang menghimbau manusia untuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar guna mendapatkan kepuasan hidup di dunia dan akhirat.¹³

¹¹ Fadhlina Harisnur dan Suriana, "Pendekatan, Strategi, Metode dan Teknik dalam Pembelajaran PAI di Sekolah Dasar," *Genderang Asa: Journal of Primary Education* 3, no. 1 (2022): 248–253.

¹² Zikri Fachrul Nurhadi dan Achmad Wildan Kurniawan, "Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi," *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2017): 90–95.

¹³ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 3.

2. Media Sosial Instagram @yufid.tv

Media sosial merupakan media online berbasis internet. Chris Brogan mendefinisikan media sosial sebagai perangkat alat komunikasi yang membuka kemungkinan baru untuk berinteraksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk kebanyakan orang.¹⁴ Teknologi yang dirancang media sosial mendorong komunikasi dua arah dan keterlibatan sosial. Selain itu, fitur yang disajikan memudahkan pengguna menyebarkan informasi dari satu orang ke orang lain. Salah satu bentuk media sosial yang sering dipakai oleh kebanyakan orang adalah Instagram.¹⁵

Dakwah tidak hanya dilakukan di mimbar, majelis taklim, dan lain sebagainya. Adanya perkembangan teknologi membuat Instagram sebagai strategi baru untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam dengan jangkauan yang lebih luas. Instagram menghadirkan fitur untuk berbagi foto atau video dengan mudah. Akun Instagram @yufid.tv hadir dengan membuat konten video Islami sebagai salah satu bentuk teknik komunikasi dakwah di media sosial Instagram.

F. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar tujuan disusunnya pembahasan yang sistematis adalah untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dan memudahkan peneliti dalam menyusun penulisan skripsi, yang berisikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

¹⁴ Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, dan Jouke J Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society 2*, no. 1 (2022): 2.

¹⁵ Retna Dwi Estuningtyas, “Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi,” *Jurnal Muttaqien 2*, no. 01 (2021): 75–86.

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIK

Bab ini berisi tentang kajian teoritik yang memuat pembahasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dalam skripsi ini. Adapun sub pembahasan dalam bab ini, diantaranya teknik dakwah, bentuk teknik dakwah, Instagram sebagai media dakwah, dan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan langkah-langkah operasional dalam melakukan penelitian, diantaranya pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyajian data, analisis data, temuan penelitian, dan interpretasi prespektif Islam. Peneliti memaparkan gambaran umum tentang akun Instagram @yufid.tv, isi pokok pembahasan tentang analisis teknik dakwah pada unggahan video di Instagram @yufid.tv.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, rekomendasi, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kerangka Teoritik

1. Teori Teknik Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*dakwah*” yang aslinya memiliki tiga huruf, yaitu *dal*, ‘*ain*, *wawu*. Menurut Ahmad Warson Munawwir, ketiga huruf tersebut bisa menunjukkan banyak makna yang berbeda, seperti mengajak atau menyeru, seruan, permohonan, permintaan, memanggil, minta tolong, meminta, memohon, mendorong, mendoakan, menangisi, dan meratapi.¹⁶

Abu Risman mendefinisikan dakwah sebagai segala usaha yang dilakukan oleh seorang muslim atau lebih untuk mendorong non muslim agar memahami, menerima, dan menjunjung tinggi ajaran Islam sebagai sumber pedoman hidup serta penghidupan. Sementara itu, Syekh Muhammad al-Khadir Husain berpendapat bahwa dakwah adalah menyuruh manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia akhirat.¹⁷

Berdasarkan beberapa definisi para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu rencana atau kegiatan untuk mengajak manusia menuju ke jalan Allah dengan cara yang baik dan dapat mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari sesuai syariat yang sudah ditentukan.

¹⁶ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2019), 5.

¹⁷ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 10.

Selain itu, agar kegiatan dakwah dapat berjalan dengan efektif harus mengandung dan melibatkan beberapa unsur, yaitu

- 1) Pelaku dakwah (*da'i*)
- 2) Pesan dakwah (*maddah*)
- 3) Penerima pesan (*mad'u*)
- 4) Media dakwah (*wasilah*)
- 5) Metode dakwah (*tariqah*)
- 6) Efek dakwah (*atsar*)

Keseluruhan dari unsur-unsur dakwah tersebut sangat berkaitan satu sama lain. Jika, satu unsur terlepas dari suatu proses dakwah, kegiatan dakwah menjadi terganggu dan tidak berjalan efektif.¹⁸

b. Pengertian Teknik Komunikasi Dakwah

Teknik merupakan cara yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain agar bisa dipahami secara baik dan maksimal. Dalam komunikasi, teknik dapat dikatakan sebagai pendekatan secara sederhana yang menggambarkan struktur atau proses komunikasi secara sederhana.¹⁹

Menurut Lexicographer, seorang ahli kamus bahasa mengartikan bahwa komunikasi adalah suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.²⁰ Sementara itu, West dan Turner mendefinisikan komunikasi sebagai proses sosial dimana seseorang menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan

¹⁸ Anas Habibi Ritonga, "Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga," *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2020): 87–102.

¹⁹ M. Nasor, "Teknik Komunikasi Guru Dan Siswa Dalam Peningkatan Prestasi Siswa," *Ijtimaiyya; Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 7, no. 1 (2014): 150–165, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ijtimaiyya/article/view/928>.

²⁰ Faustyna dan Rudianto, *Filsafat Komunikasi* (Medan: UMSU Press, 2023), 44.

menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Dalam proses komunikasi harus memperhatikan unsur-unsur komunikasi, dalam teori Harold D. Lasswell, yaitu “*Who Says What in which Channel to Whom the What Impact*” (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).²¹

Tekni komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara atau kemampuan seseorang dalam menyampaikan pesan, gagasan pemikiran, ide atau yang lainnya untuk dapat lebih mudah dipahami oleh orang lain.²² Jadi, teknik komunikasi dakwah adalah cara yang dipakai untuk menyampaikan ajaran agama Islam oleh komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*).

c. Bentuk Teknik Dakwah

Al-Bayanuni berpendapat bahwa ada tiga macam teknik dakwah, yaitu²³

1) Teknik Dakwah Sentimentil (*al manhaj al-'athifi*)

Dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan batin dalam proses dakwah disebut teknik dakwah sentimentil. Pendakwah memberikan nasehat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan atau memberikan pelayanan yang memuaskan dan lain sebagainya.

2) Teknik Dakwah Rasional (*al manhaj al-'aqli*)

Pendekatan teknik rasional adalah berfokus pada aspek akal pikiran, logika, fakta, dan bukti-bukti nyata. Teknik ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil

²¹ Mudzammil Fikri Haqani dan Dasrun Hidayat, “Komunikasi Antarpribadi Dalam Membangun Kepribadian Santri,” *Jurnal Ilmu Komunikasi II*, no. 1 (2015): 39–52.

²² M. Nasor, “Teknik Komunikasi Guru Dan Siswa Dalam Peningkatan Prestasi Siswa.”

²³ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), 215.

pelajaran. Metode dari teknik rasional menggunakan hukum logika, diskusi, dan argumentasi yang nyata.

3) Teknik Dakwah Indrawi (*al manhaj al-hissi*)

Teknik indrawi berpedoman pada pengamatan dan eksperimen atau ilmiah. Teknik ini merujuk pada sebuah sistem atau kumpulan metode dakwah yang berfokus pada penggunaan panca indra dan didasarkan pada hasil penelitian dan percobaan. Beberapa metode dakwah yang tercakup dalam teknik ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pementasan drama.

2. Media Dakwah Instagram

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang berarti tengah, pengantar, atau perantara antara sumber pesan (*source*) dengan penerima pesan (*receiver*). Dengan demikian, media berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan antara sumber pesan dan penerima pesan.²⁴ Istilah media dalam bahasan Arab sama dengan *wasilah*, yaitu alat atau saluran yang dipakai oleh para objek dakwah (*da'i*) baik individu ataupun kelompok untuk mengirimkan pesan (*maddah*) kepada khalayak (*mad'u*).²⁵ Jadi, bisa diambil kesimpulan bahwa media adalah sebagian bentuk saluran atau alat untuk menyampaikan pesan atau informasi.

Media merupakan bagian penting dan menjadi urat nadi dalam dakwah. Asmuni Syukir berpendapat bahwa media dakwah merujuk pada segala hal yang digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan dakwah yang telah

²⁴ Jasafat, *Konvergensi Media Dakwah* (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2020), 175.

²⁵ Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial," *Jurnal Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78.

ditetapkan. Artinya, media dakwah mencakup semua alat atau objek yang digunakan untuk mencapai target dakwah yang telah ditentukan.²⁶ Sementara itu, Bachtiar dalam Amin mendefinisikan bahwa media dakwah adalah perantara yang dipakai sebagai penyampaian pesan dakwah atau ajaran agama Islam kepada *mad'u*. Media yang digunakan dapat berupa gambar infografis, video, rekaman, surat kabar, majalah, buletin, media sosial, internet dan sejenisnya.²⁷

Media dakwah atau *wasilah* menjadi sebuah wadah atau alat prakarsa dakwah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam melaksanakan kegiatan dakwah diperlukan media yang tepat agar proses dakwah berjalan maksimal dan *mad'u* dapat menerima pesan atau materi dengan mudah. Sementara itu, Menurut Hamzah Ya'qub ada lima macam media dakwah, yaitu

- 1) Media dakwah terucap atau lisan (*the spoken words*)
 Pada media dakwah adalah alat yang dapat mengeluarkan suara, seperti *telephone*, radio, dan sejenisnya.
- 2) Media dakwah tulisan (*the printed writing*)
 Media dakwah ini dapat berbentuk tulisan atau barang-barang tercetak, seperti buku, majalah, koran, novel, gambar infografis, pamflet, komik, lukisan, karikatur, dan sejenisnya.
- 3) Media dakwah dengan pandangan (*the audio visual*)
 Media dakwah yang merupakan gabungan dari media lisan dan tulisan yang dapat didengar dan dilihat, seperti televisi, film, video animasi, dan lainnya.²⁸

²⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 345.

²⁷ Lina Masrurroh, *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah : Edisi Revisi* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 73.

²⁸ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 348.

Saat ini dakwah dengan media audiovisual lebih menarik dimata *audiens* karena memiliki ragam yang banyak dengan adanya bantuan internet. Dengan internet platform media digital bisa diakses dengan mudah, seperti Instagram, YouTube, ataupun aplikasi video *conference*, seperti Zoom, Google Meet, WhatsApp, Skype, dan sejenisnya.

b. Instagram Sebagai Media Dakwah

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang mendukung kebutuhan sosial berbagai kalangan untuk berinteraksi, belajar lebih banyak tentang agama, dan mengumpulkan informasi. Instagram juga dapat digunakan untuk keperluan pribadi ataupun komunitas. Pengguna bisa memanfaatkan Instagram untuk berdakwah dengan membuat unggahan foto, info grafis motivasi, kata-kata mutiara, maupun konten video pendidikan yang dapat menarik perhatian banyak orang untuk menebar kebaikan. Beberapa fitur yang disediakan Instagram, yaitu

1) *Feed*

Fitur ini merupakan halaman profil yang menampilkan foto atau video konten yang dibuat oleh pengguna. Konten tersebut nantinya akan muncul di beranda pengguna lain dengan dilengkapi fitur *like*, *comment*, *caption* serta *hashtag*.

2) *Reels*

Pada fitur ini pengguna bisa berkreasi untuk membuat konten video pendek. Selain itu, pengguna juga dapat mengedit video secara langsung dengan memilih musik atau audio pada video yang ingin diunggah.

3) *Stories*

Pengguna bisa membagikan momen berupa foto atau video sehari-hari. Namun, hanya bisa dilihat selama 24 jam.

4) *Direct Messenger*

Fitur ini digunakan untuk mengirim pesan teks, foto, video, stiker, dan juga bisa digunakan untuk panggilan video.

5) *Search dan Explore*

Pengguna bisa dengan mudah menemukan rekomendasi beberapa jenis konten yang menarik dan sedang *trend*.²⁹

Melalui fitur *feed* di Instagram pengguna bisa membagikan konten informatif yang nantinya muncul di halaman profil. Sementara itu, untuk membuat *feed* yang menarik harus memperhatikan beberapa unsur, yaitu

1) Pemilihan jenis *grid* yang konsisten

Desain atau tata letak gambar memainkan peran penting dalam memikat pengguna lain untuk melihat halaman profil kita. Memilih jenis *grid* yang tepat membantu pengguna menyusun pola warna untuk postingan di Instagram. Ada lima jenis *grid* Instagram, diantaranya

- a) *Chechboard*, jenis *grid* yang memberikan pola, seperti papan catur. Biasanya pengguna mengunggah foto dan kutipan secara bergantian atau silih berganti.
- b) *Vertical line* atau *horizontal*, pada sebagian sisi *feed* memiliki karakter visual yang sama *row by row* atau baris demi baris.
- c) *Puzzle*, desain postingan dibuat saling berhubungan layaknya *puzzle* antara satu gambar dengan gambar yang lain.
- d) *Border*, *grid* ini merupakan garis tepi pada sebuah unggahan. Penggunaan pola ini harus

²⁹ Risma Megadini dan Meirina Lani Anggapuspa, “Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya,” *Jurnal Barik* 3, no. 1 (2021): 69–81, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.

konsisten dengan warna yang sama agar terlihat rapi.

2) Menentukan tema

Setelah menentukan jenis tata letak, pengguna perlu menentukan tema yang disesuaikan dengan hal yang disukai atau disesuaikan dengan identitas *brand* atau komunitas pengguna Instagram. Contohnya, seperti tema monochrom, black and white, minimalis, estetik, vintage, warna pastel, dan lainnya.³⁰

3) Desain *layout* atau tata letak

Menurut Rustan, dalam buku yang berjudul “Layuot 2020”. Ada beberapa prinsip desain yang harus diperhatikan dalam mengatur *layout* media digital atau media cetak, yaitu

- a) *Emphasis* (penekanan), fokus utama yang dilihat *audiens* pada sebuah postingan adalah kontras atau warna yang dipilih pengguna sehingga menjadi *point of interest*.
- b) *Sequence* (komposisi), urutan arah baca *audiens* ketika melihat desain *layout feed*.
- c) *Balance* (keseimbangan), desain yang dibuat harus seimbang dan memberikan kesan visual yang simetris atau asimetris.
- d) *Unity* (kesatuan), keseluruhan elemen desain harus terlihat cocok dan konsisten satu sama lain.

4) Memperhatikan penggunaan tipografi

Tipografi merupakan penyusunan huruf dan teks pada visual desain agar terlihat menarik dan mudah terbaca.³¹

³⁰ Devi Lianovanda, “Begini 7 Cara Membuat Feed Instagram yang Aesthetic dan Menarik,” *Skill Academy by Ruang Guru*, last modified 2022, diakses Januari 29, 2023, <https://blog.skillacademy.com/cara-membuat-feed-instagram>.

³¹ Megadini dan Anggapuspa, “Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya.”

Instagram sebagai platform media sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pemilik akun dan pengikut akun (*followers*) melalui fitur-fitur yang disediakan. Selain itu, kolom komentar juga bisa menjadi sumber pemicu pesan yang penting. Oleh karena itu, setiap unggahan yang memiliki tampilan visual menarik cenderung lebih menarik bagi pengikut akun dan mendorong terjadinya interaksi sosial yang positif. Dalam konteks dakwah dan syiar Islam, fenomena interaksi sosial non-fisik ini memberikan dampak yang positif bagi perkembangan dakwah dan syiar Islam.³²

3. Semiotika Charles Sanders Peirce

a. Pengertian Semiotika

Semiotika secara etimologi, berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda.³³ Menurut Larsen, semiotika adalah ilmu yang mengkaji struktur dan proses tanda. Istilah lain dari semiotika adalah semiologi.³⁴ Sementara itu, menurut Budiman, secara istilah teori semiotika dengan semiologi dapat digunakan untuk menentukan ilmu tentang tanda-tanda (*the science of signs*).³⁵ Secara terminologi semiotika merupakan ilmu yang digunakan untuk menganalisis suatu kajian yang melihat tanda-tanda dalam kehidupan sosial. Cabang ilmu

³² Al Himni Fahma dan Mohammad Darwis, "Eksistensi Para 'Gus' di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 6, no. 2 (2020): 138.

³³ Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi*, 7.

³⁴ I. Praptomo Baryadi, *Teori Ikon Bahasa: Salah Satu Pintu Masuk ke Dunia Semiotika* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Press, 2007), 46.

³⁵ Jafar Lantowa, Nila Mega Marahayu, dan Muh. Khairussibyan, *Semiotika Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2017), 6.

yang berkaitan dengan analisis tanda, sistem tanda, dan proses penggunaan tanda disebut semiotika. Tanda-tanda itu ada di sekitar kita, seperti kata-kata, gerakan tubuh, bahasa isyarat, film, musik, karya sastra, video pendek, foto, dan sejenisnya dapat disebut sebagai tanda.³⁶

Van Zoest dan Piliang memiliki pandangan yang sejalan tentang semiotika sebagai disiplin ilmu yang mempelajari tentang tanda, fungsinya, dan hubungannya dengan tanda-tanda lain, serta bagaimana tanda-tanda tersebut dipahami oleh pengirim dan penerima pesan. Selain itu, semiotika juga membahas tentang kode-kode yang digunakan dalam masyarakat serta cara penggunaannya.³⁷ Oleh karena itu, secara umum, semiotika dapat didefinisikan sebagai studi tentang tanda dan segala hal yang berkaitan dengannya. Semiotika digunakan sebagai metode analisis media. Pesan media yang terdiri dari kumpulan indikator tidak pernah hanya memiliki satu makna. Pada kenyataannya, ideologi atau kepentingan yang ada dalam teks media dihasilkan oleh indikasi tanda tersebut.

b. Teori Charles Sanders Peirce.

Tokoh terkemuka dalam semiotika salah satunya adalah Charles Sanders Peirce yang terkenal sebagai ahli filsafat modern Amerika dan pemikir argumentatif. Ia menekankan bahwa manusia adalah *Homo Semioticus* yang hanya dapat berpikir dan berkomunikasi dengan sarana tanda.³⁸ Charles Sanders Peirce lahir pada tanggal 10 September 1839 di Cambridge, AS dalam keluarga yang berpendidikan tinggi. Ayahnya, Benyamin,

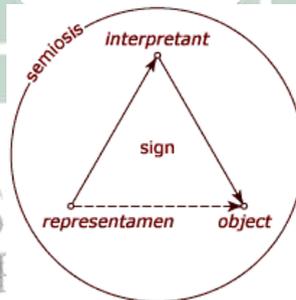
³⁶ Firdaus Azwar Ersyad, *Semiotika Komunikasi Dalam Prespektif Charles Sanders Peirce* (Yogyakarta: CV Mitra Cendikia Media, 2022), 3.

³⁷ Tri Pujiati, "Analisis Semiotika Struktural Pada Iklan," *Jurnal Sasindo Unpam* 3, no. 3 (2015): 9–10.

³⁸ Pujiati, "Analisis Semiotika Struktural Pada Iklan."

merupakan seorang profesor matematika di Universitas Harvard. Peirce memulai pendidikannya di Harvard dan meraih gelar BA pada tahun 1859. Ia melanjutkan pendidikannya di Universitas Harvard dan mendapatkan gelar M.A. dan B.Sc pada tahun 1862 dan 1863.

Peirce mengembangkan teori yang sering disebut sebagai “*grand theory*” karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.³⁹ Dalam konsep semiotik Peirce, terdapat model triadik dan trikotomi yang mencakup tiga elemen yaitu sign (*representamen*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*). Ketiga elemen ini saling terkait dan membentuk suatu sistem tanda. Sign (*representamen*) adalah tanda yang pertama muncul dalam hubungan triadik murni dan berinteraksi dengan object (*object*) sebagai elemen kedua, sehingga dapat menentukan *interpretant*-nya yang menjadi elemen ketiga.⁴⁰



Gambar 2. 1 *Triangle Meaning Peirce* (Segitiga makna), diadaptasi dari <https://cseweb.ucsd.edu>

³⁹ Indiwani Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi*, 17.

⁴⁰ Andri Albertha Pratama dan Santosa Soewarlan, “Semiosis Process in the Sounds of Gamelan and Pesinden in Sandekala Film,” *Capture : Jurnal Seni Media Rekam* 11, no. 1 (2019): 60–80.

Selain itu, Peirce membedakan tanda berdasarkan relasi dengan *object* dan *interpretant* untuk memahami semiotiknnya. Tiga kategori eksistensial itu berkaitan dengan perbedaan mendasar Peirce, yaitu

1. *Firstness* (kepertamaan)

Keberadaan yang ada tanpa hubungan dengan yang lain, seperti kemungkinan potensial.

2. *Secondness* (keduaan)

Keberadaan yang terjadi ketika ada hubungan dengan yang lain, tanpa melibatkan unsur ketiga. Sedangkan ketigaan (*thirdness*) terjadi.

3. *Thirdness* (ketigaan)

Keberadaan yang terjadi ketika dua hal berhubungan dan tercermin dalam unsur ketiga yang membentuk sistem tanda.

Peirce mendefinisikan sebuah tanda atau *representamen* mempunyai relasi '*triadik*' langsung dengan interpretan dan objeknya yang disebut sebagai signifikasi.

Trikotomi pertama, Peirce mengklasifikasikan tanda berdasarkan representamen, diantaranya

- 1) *Qualisign* merupakan tanda yang berdasarkan suatu sifat.
- 2) *Signsign* merupakan tanda yang representamen bergantung pada hubungan eksistensial dengan objeknya. Suatu bentuk yang bisa diibaratkan sebagai *representamen*. Namun, belum berfungsi sebagai tanda.
- 3) *Legisign* merupakan tanda yang unsur penandanya krusial, terutama disebabkan oleh konvensi, kebiasaan atau hukum. Tanda tersebut berkaitan atas dasar peraturan yang berlaku secara umum.⁴¹

⁴¹ Pratama dan Soewarlan, "Semiosis Process in the Sounds of Gamelan and Pesinden in Sandekala Film."

Trikotomi kedua, Peirce mengklasifikasikan tanda berdasarkan objeknya, diantaranya

- 1) Ikon (*icon*) adalah tanda yang memiliki hubungan berdasarkan persamaan (kesamaan). Hubungan antara tanda dan objeknya berupa benda fisik yang bisa dilihat yang dirancang menyerupai apa yang dipresentasikan, seperti gambar, foto, patung-patung, lukisan, dan lainnya.
- 2) Indeks (*index*) adalah hubungan tanda yang menunjukkan keterkaitan sebab akibat di antara representamen dan objeknya atau tanda yang mengacu langsung pada kenyataan. Contohnya, asap menandakan adanya api.
- 3) Simbol (*symbol*) adalah tanda yang hubungan antara objek dengan representamennya sesuai kesepakatan sosial atau bersifat konvensional. Simbol merupakan sebuah tanda yang pemaknaannya bersifat semena-mena atau atas persetujuan masyarakat sekitar. Contohnya, rambu lalu lintas, kata-kata isyarat dan lain sebagainya.⁴²

Trikotomi ketiga, Peirce mengklasifikasikan tanda berdasarkan interpretant, diantaranya:

- 1) *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan penafsirannya dimaknai berbeda-beda.
- 2) *Dicent* adalah tanda yang penafsirannya sesuai dengan kenyataan. Memfokuskan pemahaman tanda yang digunakan dalam menandakan suatu objek.
- 3) *Argument* adalah sebuah tanda yang memberikan alasan terhadap sesuatu hal atau memungkinkan

⁴² Sovia Wulandari dan Erik D Siregar, “Kajian Semiotika Charles Sanderspierce: Relasitrikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpen anak Mercusuar karya Mashdar Zainal,” *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora* 04, no. 1 (2020): 29–41, <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>.

seorang untuk memahami suatu tanda sebagai bagian dari sistem pengetahuan.⁴³

	<i>Firstness</i>	<i>Secondness</i>	<i>Thirdness</i>
(R) <i>Representamen</i>	<i>Qualisign</i>	<i>Sinsign</i>	<i>Legisign</i>
(O) <i>Object</i>	<i>Icon</i>	<i>Indexical</i>	<i>Symbol</i>
(I) <i>Interpretant</i>	<i>Rheme</i>	<i>Dicent</i>	<i>Argument</i>

Gambar 2. 2 Trikotomi Tanda Peirce, diadaptasi dari <https://jurnal.isi-ska.ac.id>

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran, pengamatan dan peninjauan peneliti. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan teknik komunikasi dakwah di media sosial Instagram nantinya dijadikan sebagai referensi dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya

Jurnal karya Saida Nafisah Abdullah dan Yayah Nurhidayah, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, ditulis pada tahun 2019 menganalisis tentang strategi dakwah humor pada akun Instagram @nunuzoo. Pada penelitian ini konteks yang diambil sama, yaitu tentang strategi dakwah di media sosial Instagram. Sementara itu, perbedaannya terletak pada objek yang diambil, yaitu media sosial akun Instagram @nunuzoo yang menganalisis

⁴³ Albert Atkin, "Peirce's Theory of Signs," *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2022), last modified 2022, diakses November 5, 2022, <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/peirce-semiotics/>.

taktik humor, mengetahui makna dakwah dan penanda serta petanda dalam video Instagram tersebut dengan menggunakan metode penelitian semiotik Ferdinand de Saussure.⁴⁴

Skripsi karya Ryan Rizal Pratama, mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, ditulis pada tahun 2021 dengan judul Strategi Dakwah Nabi Sulaiman dalam Film *The Kingdom of Solomon the Prophet*. Persamaan skripsi terdahulu, yaitu konteks yang diambil sama mengenai strategi dakwah dengan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. Sementara itu, perbedaan skripsi tersebut pada objek yang diambil, yaitu media film. Sedangkan, penelitian ini memilih objek strategi komunikasi dakwah pada postingan video akun Instagram @yufid.tv.⁴⁵

Skripsi karya Dwi Askinita, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto, ditulis pada tahun 2021 menganalisis tentang Komunikasi Visual Dakwah pada Instagram. Persamaan skripsi ini adalah media yang dianalisis, yaitu media sosial Instagram dan menggunakan metode analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. Sementara itu, perbedaannya ada pada objek yang diambil, yaitu media sosial akun Instagram @xkwavers dan konteks yang dianalisis adalah komunikasi visual dakwah pada postingan gambar atau desain kartun, sedangkan konteks yang diambil pada penelitian ini mengenai strategi dakwah pada akun Instagram @yufid.tv.⁴⁶

Skripsi karya Ilyunal Iqbal Kahfi, mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya,

⁴⁴ Saida Nafisah Abdullah dan Yayah Nurhidayah, “Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo,” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 Juli (2019): 114.

⁴⁵ Ryan Rizal Pratama, “Strategi Dakwah Nabi Sulaiman Dalam Film *The Kingdom Of Solomon The Prophet*” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021).

⁴⁶ Dwi Askinita, “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)” (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021).

ditulis pada tahun 2021 menganalisis tentang karakter desain dakwah visual pada Akun Instagram. Persamaan penelitian terdahulu terletak pada konteks yang diambil sama mengenai teknik dakwah di media sosial Instagram. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yaitu media sosial akun Instagram @lemonmove dengan jenis penelitian kualitatif. Sementara itu, penelitian ini memilih objek media sosial akun Instagram @yufid.tv dengan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.⁴⁷

Skripsi karya Darsam, mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Palopo, ditulis pada tahun 2019 menganalisis tentang Strategi Dakwah pada Instagram. Persamaan penelitian terdahulu terletak pada konteks yang diambil sama mengenai strategi dakwah media sosial Instagram. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yaitu media sosial akun Instagram @taubatters. Sementara itu, penelitian ini memilih objek media sosial akun Instagram @yufid.tv dengan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.⁴⁸

Skripsi karya Haris Mauludin, mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, ditulis pada tahun 2019 menganalisis tentang Strategi Dakwah pada Instagram. Persamaan penelitian terdahulu, yaitu pada konteks yang diambil sama mengenai strategi dakwah media sosial pada akun Instagram. Perbedaannya penelitian terdahulu terletak pada objek yang diambil, yaitu akun Instagram @pemudahijrah milik Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penelitian ini memilih objek media sosial akun Instagram @yufid.tv.⁴⁹

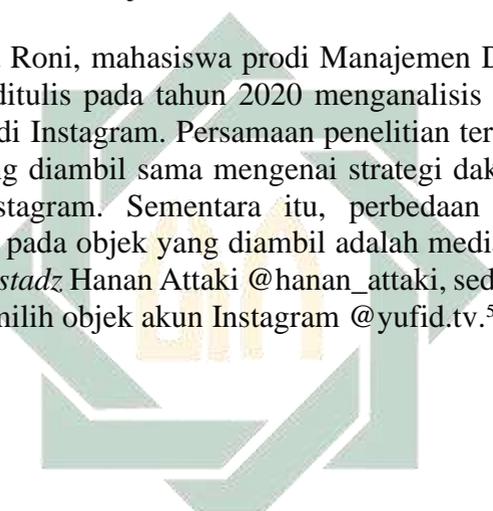
⁴⁷ Ilyunal Iqbal Kahfi, “Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram"@ lemonmove” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021).

⁴⁸ Darsam, “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @Taubatters)” (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019).

⁴⁹ Haris Mauludin, “Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019).

Skripsi karya Khairul Amanillah, mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, ditulis pada tahun 2021 menganalisis tentang Penggunaan Media Sosial Instagram. Persamaan penelitian terdahulu, yaitu konteks yang diambil sama mengenai strategi dakwah media sosial Instagram. Perbedaannya skripsi terdahulu terletak pada objek yang diambil, yaitu akun Instagram @komik.alasantri, sedangkan penelitian ini memilih objek media sosial akun Instagram @yufid.tv.⁵⁰

Skripsi karya Roni, mahasiswa prodi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry, ditulis pada tahun 2020 menganalisis tentang Strategi Dakwah di Instagram. Persamaan penelitian terdahulu, yaitu konteks yang diambil sama mengenai strategi dakwah di media sosial Instagram. Sementara itu, perbedaan skripsi terdahulu terletak pada objek yang diambil adalah media sosial akun Instagram *Ustadz* Hanan Attaki @hanan_attaki, sedangkan penelitian ini memilih objek akun Instagram @yufid.tv.⁵¹



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁵⁰ Khairul Amanillah, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri” (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

⁵¹ Roni, “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial (online)” (Universitas Negeri Ar-Raniry, 2020).

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Kualitatif deskriptif adalah teknik yang dipakai pada penelitian ini. Data yang dihasilkan dari pendekatan ini berupa kata-kata dan tindakan yang dapat dianalisis oleh peneliti dan diinterpretasi secara ilmiah.⁵² Penelitian kualitatif deskriptif merupakan suatu cara untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena secara keseluruhan dan mendalam.⁵³

Jenis penelitian ini menggunakan analisis teks media. Analisis teks media terdiri dari tiga jenis, yaitu analisis semiotika, analisis wacana, dan analisis *framing*.⁵⁴ Sementara itu, model analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika Charles Sanders Peirce karena teori Peirce dapat digunakan untuk menganalisis tanda pada sebuah media. Peneliti berupaya menganalisis teknik komunikasi dakwah pada video akun Instagram @yufid.tv.

B. Unit Analisis

Unit analisis merupakan bagian penting dari komponen yang dianalisis. Pada penelitian ini subjek atau sasaran penelitian berfokus pada unggahan video akun Instagram @yufid.tv. Peneliti mengidentifikasi makna atau tanda yang berkaitan dengan teknik komunikasi dakwah berupa gambar (*Scene*), VO (*Voice Over*), narasi video, teks, desain, *colour background*, dan lain sebagainya.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

⁵² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 5.

⁵³ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), 12.

⁵⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 195.

Data pada penelitian ini bersifat kualitatif, di mana data yang disajikan dalam bentuk teks, suara, gambar ataupun video. Pada akun Instagram @yufid.tv ada banyak kategori video yang diunggah, yaitu video *Motion Graphic*, Nasehat Ulama', Kisah Muslim, Poster Dakwah, dan lain sebagainya. Dari berbagai macam kategori, peneliti fokus pada video *Motion Graphic* karena video *Motion Graphic* merupakan produk unggulan yang diproduksi oleh tim @yufid.tv. Selain itu, peneliti memberi batasan rentan waktu unggahan video yang akan diambil, yaitu video yang di unggah @yufid.tv pada bulan November tahun 2022 sampai bulan Januari tahun 2023.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya, yaitu unggahan video pada akun Instagram @yufid.tv yang berupa gambar, suara, adegan (*Scene*), dan lainnya. Kemudian, peneliti menganalisis dan memahami makna yang tergambar dalam video tersebut.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber-sumber perantara atau informasi tambahan dari berbagai macam sumber yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal, artikel online, website, dan penelitian terdahulu yang relevan.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian mempunyai beberapa tahapan yang runtut agar menghasilkan penelitian yang sistematis. Ada lima tahapan pada penelitian ini yang harus dilakukan sehingga menemukan suatu hasil laporan penelitian, diantaranya :

1. Tahap Menentukan Kerangka Penelitian

Pada tahapan ini, peneliti menentukan topik atau tema tentang strategi komunikasi dakwah di Instagram.

Fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Teknik Komunikasi Dakwah Akun Instagram @yufid.tv” karena dalam akun Instagram @yufid.tv menggambarkan bagaimana sebuah komunitas yang mengemas dakwah berupa video dengan kreatif dan inovatif melalui media sosial untuk memudahkan *audiens* atau khalayak mendapatkan informasi dan ilmu tentang agama Islam dengan mudah.

2. Tahap Penentuan Data

Pada penelitian menggunakan metode penentuan data teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Jadi, data yang dianalisis dikumpulkan berdasarkan karakteristik populasi sasaran yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian.⁵⁵ Peneliti menentukan kriteria dari data yang dibutuhkan secara spesifik, kemudian menentukan populasi untuk diambil sampel datanya yang sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah itu, peneliti menentukan minimum sampel atau membatasi rentan waktu unggahan yang diambil, yaitu video *Motion Graphic* yang di unggah pada bulan November 2022 hingga bulan Januari 2023 yang dinilai layak untuk dijadikan data dalam penelitian.

3. Tahap Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data sesuai data yang sudah ditentukan sebelumnya. Data yang dianalisis berasal dari video *Motion Graphic* unggahan akun Instagram @yufid.tv dan setelah itu membuat transkrip untuk memudahkan dalam proses analisis. Selain itu, peneliti menggunakan jurnal, buku, serta penelitian skripsi terdahulu yang relevan untuk menunjang analisis penelitian.

4. Tahap Penyajian Data

⁵⁵ Saleh Sirajuddin, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017).

Data yang sudah ditranskripsi pada tahap sebelumnya. Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam video. Tanda tersebut adalah segala sesuatu yang dapat diinterpretasikan oleh peneliti, seperti elemen-elemen gambar, teks, penekanan kata, gerakan, dan sejenisnya.

5. Tahap Analisis Data

Tanda yang sudah diidentifikasi. Selanjutnya, peneliti analisis untuk mencari makna dari setiap tanda. Analisis peneliti lakukan dengan menggunakan konsep semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengidentifikasi tiga elemen utama dalam tanda, yaitu *representamen*, objek, dan *interpretant*.

6. Tahap Menarik Kesimpulan

Data yang sudah dianalisis. Selanjutnya, ditafsirkan untuk memahami makna yang sudah ditemukan dengan membuat ringkasan hasil penelitian agar terbentuk kesimpulan yang menjadi penutup dari kajian penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengambil langkah yang sistematis agar mendapatkan data yang sesuai untuk mendapatkan informasi yang akurat. teknik pengumpulan tersebut diantaranya

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengamati dan mendeskripsikan tingkah laku subjek. Pada penelitian ini, peneliti mengamati aktivitas Akun Instagram @yufid.tv untuk menganalisis teknik komunikasi dakwah yang digunakan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dalam bentuk tertulis, gambar, dan rekaman audio atau video yang berhubungan dengan data penelitian. Peneliti mengumpulkan informasi dari unggahan video pada akun Instagram @yufid.tv yang berupa gambar dan beberapa adegan (*Scene*) yang didokumentasikan dengan cara

capture atau *screenshot*. Kemudian hasil dari pengumpulan data tersebut peneliti tafsirkan untuk diambil kesimpulan.

F. Teknik Analisis Data

Creswell mendefinisikan analisis data sebagai prosedur atau tahapan yang digunakan peneliti untuk memaknai data yang disajikan baik berupa teks tertulis maupun gambar secara menyeluruh. Peneliti berupaya menyiapkan data dengan teliti agar data dapat dianalisis, dipahami, disajikan, dan diinterpretasikan dengan sistematis.⁵⁶

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis untuk mengetahui makna tanda video *Motion Graphic* pada akun Instagram @yufid.tv yang mengimplementasikan teknik komunikasi dakwah. Metode analisis yang peneliti pakai adalah Semiotika Charles Sanders Peirce, konsep teori Peirce istilahnya dikenal dengan segitiga makna “*triangle meaning*”. Trikotomi ini terdiri dari *representamen*, *object*, dan *interpretant*. Hubungan dari ketiga elemen dasar itu digabungkan untuk membentuk sistem tanda. Teknik analisis data pada penelitian ini melibatkan beberapa langkah. Diantaranya, yaitu

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data dengan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti memilih data berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria data yang peneliti analisis berupa unggahan video *Motion Graphic* pada akun Instagram @yufid.tv.

2. Identifikasi Tanda

Setelah data video terkumpul, peneliti mengidentifikasi tanda-tanda yang merepresentasikan makna teknik komunikasi dakwah dengan melihat adegan atau *scene* pada video, kemudian di *screenshot* untuk dianalisis sesuai teori

⁵⁶ Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), 126.

semiotika Charles Sanders Peirce. Tanda tersebut berupa gambar, warna, kata-kata, teks, dan lain sebagainya.

3. Analisis Tanda

Peneliti melakukan analisis tanda dengan menggunakan konsep semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengidentifikasi tiga elemen utama dalam tanda, yaitu *representamen*, objek, dan *interpretant*.

4. Penafsiran Data

Data yang sudah dianalisis. Selanjutnya, peneliti tafsirkan untuk memahami makna yang ditemukan dan meringkas hasilnya dalam sebuah kesimpulan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Instagram @yufid.tv

1. Tentang Yufid TV



Gambar 4. 1 Logo Yufid TV

Yufid Tv merupakan tim kreatif di bawah naungan Yufid Network. Sebagai platform media sosial, Yufid Tv menyajikan berbagai konten Islami tentang nilai-nilai dan praktik Islam yang dikemas dalam bentuk video dakwah digital. Yufid Tv berusaha menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Kini Yufid Tv sudah memproduksi 18.000 (delapan belas ribu) konten video tentang Islam yang tersedia untuk ditonton secara gratis oleh seluruh umat Islam di dunia. Selain hadir di media sosial, Yufid Tv juga mempunyai web yang menyajikan hampir 10.000 (sepuluh ribu) artikel yang dipublikasikan di beberapa *website* di bawah naungan Yufid Network, seperti KonsultasiSyariah.com, KisahMuslim.com, KhotbahJumat.com, kajian.net, dan lainnya.

Yufid TV berdiri sejak tahun 2009 dengan membuat karya yang tujuannya untuk berdakwah dan menyebarkan pendidikan Islam. Misi Yufid TV, yaitu menyajikan video-video pendidikan Islam, baik berupa rekaman video kajian

Islam, kisah singkat penggugah jiwa, motivasi islami, maupun nasehat ringan yang menyejukkan. Yufid TV berkomitmen untuk terus mengembangkan video dan program-program pendidikan Islam lainnya.⁵⁷

2. Akun Instagram @yufid.tv



Gambar 4. 2 Profil Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/yufid.tv>

Yufid TV memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah sejak tahun 2015. Di tahun 2022 @yufid.tv mulai konsisten di platform Instagram dengan mengunggah konten video dakwah setiap hari minimal 2 postingan. Akun Instagram @yufid.tv saat ini sudah diikuti oleh 1,1 juta *followers* dengan menyajikan 3.173 postingan video. Rata-rata video yang diproduksi oleh tim kreatif @yufid.tv, yaitu 47 konten baru per bulan. Pada bulan Januari 2023 akun Instagram @yufid.tv telah mengunggah 42 konten video dakwah Islami.⁵⁸

⁵⁷ Yufid Network, “Profil Yufid Tv,” <https://yufid.org/>, last modified 2022, diakses Desember 18, 2022, <https://yufid.org/profil-yufid-network/>.

⁵⁸ Yufid Network, “Laporan Produksi Yufid,” <https://yufid.org/>, last modified 2023, diakses Februari 20, 2023, <https://yufid.org/laporan-produksi-yufid-bulan-januari-2023/>.

Postingan @yufid.tv di Instagram merupakan tayangan video ceramah beberapa *Ustadz* yang bervariasi dan keilmuannya sudah terjamin. Video dakwah Islam tersebut dikemas dengan berbagai kategori, diantaranya

- a. Video *Motion Graphic* merupakan *project* unggulan yang diproduksi oleh tim Yufid TV. *Motion Graphic* adalah video animasi yang mengilustrasikan dari cuplikan ceramah para *Ustadz* dengan menggabungkan antara ilustrasi, tipografi, fotografi dan video grafi.
- b. Video Nasehat Ulama' merupakan video pendek yang penuh makna berisi cuplikan-cuplikan nasehat yang disampaikan beberapa ulama terkemuka.
- c. Video Kisah Muslim merupakan video pendek yang dikemas, seperti video animasi berisi kisah para sahabat rasul yang dapat diteladani.
- d. Video Poster Dakwah merupakan video pendek yang mengemas cuplikan nasehat-nasehat para *Ustadz* yang ditambahkan teks dan diilustrasikan menyerupai desain poster sehingga membuat video terlihat lebih menarik.
- e. Video *Riyadhush Sholihin* merupakan kemasan video dalam bentuk kutipan hadist yang diterjemahkan dan di kemas lebih menarik agar memudahkan pemahaman bagi *mad'u* atau audiens.

Adapun postingan video dakwah yang di unggah pada akun instagram @yufid.tv, yaitu



Gambar 4. 3 Postingan Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/yufid.tv>

B. Penyajian Data

Data pada penelitian ini adalah postingan video yang di unggah akun Instagram @yufid.tv. Pada bulan November tahun 2022 akun Instagram @yufid.tv memposting 60 konten video dakwah Islam. Pada bulan Desember 2022 akun Instagram @yufid.tv memposting 54 konten video dakwah Islam. Sementara itu, pada bulan Januari 2023 ada 42 video dakwah yang diposting oleh akun Instagram @yufid.tv.

Berdasarkan analisis yang sudah penulis lakukan terhadap seluruh postingan akun Instagram @yufid.tv dengan rentang waktu 3 (tiga) bulan, yaitu pada bulan November, Desember tahun 2022 hingga bulan Januari 2023. Jadi, total unggahan video yang di produksi oleh akun Instagram @yufid.tv selama kurun waktu tiga bulan, yaitu sebanyak 156 konten video.

Dari 156 konten video dakwah yang diunggah akun Instagram @yufid.tv, peneliti melakukan penentuan data menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana data diambil

berdasarkan karakteristik tertentu sesuai kriteria yang ditentukan peneliti pada bab 3. Video *Motion Graphic* menjadi fokus penelitian karena merupakan video unggulan yang diproduksi oleh akun Instagram @yufid.tv. Terdapat 6 (enam) video *Motion Graphic* produksi tim kreatif @yufid.tv yang menjadi data pada penelitian ini untuk dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Berikut ini, penyajian data video *Motion Graphic* dari postingan akun Instagram @yufid.tv.

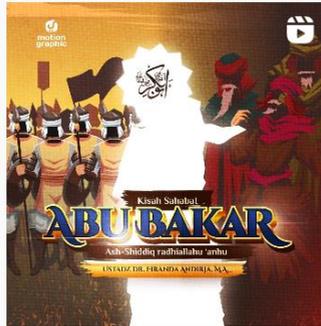
1. Video *Motion Graphic*: Rahasia Umur 40 Tahun



Gambar 4. 4 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/reel/Ckj2iVugBi7>

Video *Motion Graphic* dengan tema Rahasia Umur 40 Tahun diunggah pada tanggal 5 November 2022 yang berdurasi 5 menit 14 detik. Video tersebut mendapatkan 1.113 like dan 4 komentar dari para pengikutnya di Instagram. Selain itu, video di atas merupakan hasil produksi para kreator @yufid.tv yang mengemas ceramah *Ustadz* Yazid bin Abdul Qadir Jawas menjadi sebuah video animasi *Motion Graphic* yang menarik untuk dilihat dan mudah dipahami *audiens* dari semua kalangan.

2. Video *Motion Graphic*: Sejarah Abu Bakar Ash-Shiddiq



Gambar 4. 5 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/p/CkqgG-APV7c>

Video *Motion Graphic* dengan tema sejarah Abu Bakar Ash-Shiddiq berkisah tentang keistimewaan Abu Bakar Ash-Shiddiq yang tidak dimiliki sahabat lain. Video tersebut berdurasi 16 menit 42 detik yang diunggah pada tanggal 7 November 2022 dan mendapatkan 5.048 like serta 5 komentar dari para pengikutnya di Instagram. Video di atas merupakan hasil produksi para kreator @yufid.tv dengan mengemas ceramah *Ustadz* Dr. Firanda Andirja, M.A. menjadi sebuah video *Motion Graphic*.

3. Video *Motion Graphic*: Masih Memilih Pemimpin Non Muslim?

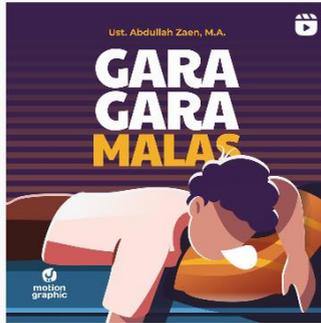


Gambar 4. 6 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/reel/CmsQmhGPYBM>

Video *Motion Graphic* dengan tema masih memilih pemimpin non muslim?, berdurasi 5 menit 41 detik yang diunggah pada tanggal 28 Desember 2022 dengan jumlah like 287. Video tersebut merupakan video motivasi yang dikemas dalam bentuk video *Motion Graphic*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

4. Video *Motion Graphic*: Dampak Buruk Sifat Malas



Gambar 4. 7 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/p/Cm6OqwzpNdb>

Video *Motion Graphic* dengan tema Dampak Buruk Sifat Malas berdurasi 55 detik yang diunggah pada tanggal 02 Januari 2023 dengan jumlah like 5.145 dan 22 komentar. Video di atas merupakan hasil produksi para kreator @yufid.tv dengan mengemas ceramah dari *Ustadz* Abdullah Zaen, M.A. menjadi sebuah video *Motion Graphic*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

5. Video *Motion Graphic*: Cara Cerdas Berbekal Untuk Perjalanan Menuju Akhirat



Gambar 4. 8 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/p/CnlfbEVJHY3>

Video *Motion Graphic* dengan tema Cara Cerdas Berbekal Untuk Perjalanan Menuju Akhirat berdurasi 2 menit 59 detik yang diunggah pada tanggal 19 Januari 2023 dengan jumlah like 938 dan 5 komentar. Video di atas merupakan hasil produksi para tim kreator @yufid.tv dengan mengemas dari ceramah *Ustadz* Abdullah Zaen, M.A. menjadi sebuah video *Motion Graphic*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

6. Video *Motion Graphic*: Ucapan Saat Melihat Sesuatu Yang Menakjubkan



Gambar 4. 9 *Thumbnail* video *Motion Graphic* Akun Instagram @yufid.tv diadaptasi dari <https://www.instagram.com/p/Cn--ZATpdaf>

Video *Motion Graphic* dengan tema Ucapan Saat Melihat Sesuatu Yang Menakjubkan berdurasi 48 detik yang diunggah pada tanggal 29 Januari 2023 dengan jumlah like 4.379 dan 24 komentar. Video di atas merupakan hasil produksi para kreator @yufid.tv dengan mengemas dari ceramah *Ustadz* Ahmad Zainuddin Al Banjary, Lc. menjadi sebuah video *Motion Graphic*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

C. Analisis Data

1. Video Motion Graphic: Rahasia Umur 40 Tahun

a. Scene 1

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 10 Tujuan Allah Swt menciptakan manusia

a) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Allah menciptakan manusia ini untuk melaksanakan perintah dan menjauhkan larangan.”

b) Warna

Kata *Melaksanakan Perintah* berwarna biru dengan tanda centang dan kata *Menjauhkan Larangan* berwarna merah dengan tanda X.

b) Objek (*Object*)

Scene di atas menjelaskan bahwa manusia berkewajiban melaksanakan perintah Allah SWT dengan beribadah dan menjauhi larangannya dengan tidak berbuat dosa.

c) *Interpretant*

Makna warna biru dikaitkan dengan ketenangan, kedamaian, dan kepercayaan sehingga warna biru dipakai sebagai simbol “perintah” dengan tanda centang yang bermakna positif dan harus dikerjakan, sedangkan warna merah dikaitkan

dengan energi, perang, bahaya, kekuatan dan peringatan sehingga warna merah dipakai sebagai simbol “larangan” yang menjadi fokus utama dilihat *audiens* atau *point of interest* dengan tanda X yang berarti peringatan yang dilarang dan harus di jauhi.⁵⁹

Dalam Islam, Allah SWT sudah memberikan petunjuk melalui Al-Qur’an dan Hadist untuk menuntun manusia ke jalan yang baik dan benar. Oleh karena itu, manusia harus beribadah dengan mengamalkan ajaran-ajaran yang diperintahkan Allah Swt dan menjauhkan diri dari perilaku atau tindakan yang dilarang Allah Swt agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Analisis Pesan Dakwah

Posisi kata *Larangan* di sebelah kiri, dan *Perintah* di sebelah kanan mengartikan bahwa dalam Islam adanya keutamaan mendahulukan sebelah kanan untuk segala sesuatu yang bersifat baik, sedangkan yang sifatnya *mudhorot* atau keburukan berada di kiri. Pernyataan tersebut berdasarkan sebuah hadist. Dari Aisyah *radhiyallahu ‘anha*, ia berkata

كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ «يُعْجِبُهُ
النَّيْمُنُ، فِي تَنَعُّلِهِ، وَتَرَاجُلِهِ، وَطُهُورِهِ، وَفِي شَأْنِهِ
كُلِّهِ»

“Dahulu Nabi *shallallahu ‘alaihi wasallam* amat menyukai memulai dengan kanan dalam mengenakan sandal, menyisir rambut, bersuci dan

⁵⁹ Monica dan Laura Christina Luzar, “Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan,” *Humaniora* 2, no. 2 (2011): 1084.

dalam urusannya yang penting semuanya”.
(Muttafaqun ‘alaih).⁶⁰

b. *Scene 2*

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 11 Peringatan manusia di umur 40 Tahun

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Sebagian ulama mengingatkan bahwa peringatan itu ketika manusia sudah berumur 40 tahun.”

c) warna

Kata *40 Tahun* ditulis dengan warna hijau dan ukuran font yang besar.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menjelaskan bahwa sebagian ulama memperingatkan manusia yang sudah berumur 40 tahun.

3) *Interpretant*

Warna hijau dikaitkan dengan warna alam, tumbuhan, natural yang berarti kesuburan,

⁶⁰ Kholid Syamhudi, “Faidah Hadits Keutamaan Mendahulukan Sebelah Kanan,” *muslim.or.id*, last modified 2023, diakses April 16, 2023, <https://muslim.or.id/23382-faidah-hadits-keutamaan-mendahulukan-sebelah-kanan.html>.

penyembuhan, pertumbuhan dan sejenisnya.⁶¹ Oleh sebab itu, kata *40 Tahun* yang ditulis dengan warna hijau berarti harapan untuk tumbuh menjadi lebih baik di usia tersebut dan ukuran font yang besar menjadi fokus utama yang ditekankan untuk dilihat *audiens*.

Umur 40 tahun merupakan usia yang matang bagi manusia. Di fase ini, manusia sebaiknya lebih memperbaiki diri, keimanan dan ketakwaannya kepada Allah SWT ditingkatkan dengan memperbanyak amal ibadah, seperti *sholat*, membaca Al-Qur'an, *shodaqoh*, dan juga meningkatkan keilmuannya serta pemahaman tentang agama Islam. Bagi manusia yang masih melakukan maksiat untuk menyejajarkan diri bertaubat kepada Allah SWT dengan menjauhi perbuatan dosa di dunia agar membawa banyak bekal kebaikan di akhirat.

c. *Scene 3*

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 12 Makna bertambahnya umur manusia

b) Teks

⁶¹ Monica dan Luzar, “Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.”

Data teks dari *Scene* ini adalah “Setiap umur itu bertambah, Umur itu berkurang. Dalam surah Yasin ayat 68 Allah berfirman.

وَمَنْ نُّعَمِّرْهُ نُنَكِّسْهُ فِي الْخَلْقِ أَفَلَا يَعْقِلُونَ

Artinya: *Dan barang siapa kami panjangkan umurnya niscaya Kami kembalikan dia kepada awal kejadiannya, maka mengapa mereka tidak mengerti.*⁶²

c) Warna

Kata *Bertambah* berwarna hijau dan kata *Berkurang* berwarna merah.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas umur diibaratkan jam paris atau pasir waktu yang bisa bertambah dan berkurang.

3) *Interpretant*

Warna hijau dikaitkan dengan warna alam, tumbuhan, natural, kesuburan, penyembuhan, dan pertumbuhan yang berarti pada kata *Bertambah* umur manusia itu berjalan tumbuh, sedangkan warna merah sering dikaitkan dengan energi, perang, bahaya, dan peringatan. Oleh sebab itu, pada kata *Berkurang*. Artinya, di umur itu ada peringatan.⁶³

Setiap bertambahnya umur manusia maka secara tidak langsung umur manusia itu berkurang karena sudah mendekati kematian. Dalam pandangan Islam umur umat Nabi Muhammad rata-rata antara 60-70 tahun. Artinya, bahwa setiap bertambahnya umur, manusia harus semakin sadar untuk lebih mendekatkan diri dan bertaubat kepada Allah SWT.

⁶² “Yāsīn [36]:68,” <http://quran.kemenag.go.id>, diakses April 16, 2023, <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/36?from=68>.

⁶³ Monica dan Luzar, “Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.”

Analisis Pesan Dakwah

Ilustrasi gambar jam pasir berarti simbol dari nilai waktu yang sangat berharga. Jam pasir digunakan untuk mengukur waktu dengan cara mengalirkan pasir dari satu bagian ke bagian lainnya, dan melambangkan berlalunya waktu dengan cepat dan tidak bisa dikembalikan. Dalam pandangan Islam, gambar jam pasir dapat mengajarkan pentingnya memanfaatkan waktu dengan baik dan bijaksana. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَالْعَصْرُ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ إِلَّا الَّذِينَ
آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ
وَتَوَّصَوْا بِالصَّبْرِ ۝

Artinya: “*Demi masa, sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh serta saling menasihati untuk kebenaran dan kesabaran*”. (QS. Al-‘Asr [103]:1-3).⁶⁴

Dalam ayat ini, Allah mengungkapkan bahwa manusia sebagai makhluk Allah sungguh secara keseluruhan berada dalam kerugian bila tidak menggunakan waktu dengan baik atau dipakai untuk melakukan keburukan. Perbuatan buruk manusia merupakan sumber kecelakaan yang menjerumuskannya ke dalam kebinasaan. Dosa seseorang terhadap Tuhannya yang memberi nikmat tidak terkira kepadanya adalah suatu pelanggaran

⁶⁴ “Al-‘Asr [103]:1-3,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/103>.

yang tidak ada bandingannya sehingga merugikan dirinya.⁶⁵

d. *Scene* 4

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 13 Persiapan bekal manusia

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Ada yang Allah wafatkan ketika dia umur remaja atau dia masih kecil atau ketika dia sudah dewasa. Banyak yang diwafatkan oleh Allah Swt, tinggal kembali, apakah dia sudah mempersiapkan bekal atau belum?”

c) Warna

Ikon *tanda tanya* (?) berwarna putih dengan ukuran besar. Kata *Sudah* ditulis dengan warna hijau, kata *Bekal* berwarna oren dan kata *Belum* ditulis dengan warna merah merah.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menjelaskan bahwa manusia harus mempunyai bekal pahala sebelum meninggal.

3) *Interpretant*

⁶⁵ “Tafsir Tahlili,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/>.

Makna ikon *tanda tanya (?)* berukuran besar ditekankan untuk menjadi fokus utama yang dilihat *audiens* dan warna putih. Artinya, netral. Sementara itu, kata *Sudah* ditulis dengan warna hijau. Artinya, kesuburan dan harapan. Kata *Bekal* berwarna oren. Artinya, semangat dan kata *Belum* ditulis dengan warna merah yang. Artinya, peringatan.⁶⁶

Kehidupan manusia di dunia hanya sementara, sedangkan akhirat menjadi tujuan akhir. Oleh karena itu, mempersiapkan bekal di dunia sangat penting untuk kehidupan di akhirat yang kekal. Bekal yang dimaksud adalah segala bentuk amal kebaikan selama hidup di dunia, seperti beribadah, sering berbagi rizki, menolong orang, dan sejenisnya.

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut menggunakan teknik dakwah rasional. Terlihat pada *scene* 1 kalimat yang digunakan mengajak *audiens* untuk merenung dan berfikir tentang tujuan manusia diciptakan oleh Allah Swt. *Scene* 2 terdapat visualisasi, seperti gambar rambu larangan yang menjadi simbol peringatan dari sebagian ulama'. *Scene* 3 terdapat gambar jam pasir untuk memperjelas makna atau memberikan contoh konkret terkait dengan topik tersebut. Pada *Scene* 4 juga terdapat ikon tanda tanya yang membuat *audiens* berfikir. Selain itu, video ini juga menerapkan teknik indrawi melalui unsur audio visual. Video tersebut memuat narasi atau dialog yang dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan lebih interaktif dan menarik perhatian *audiens*.

2. Video Motion Graphic: Sejarah Abu Bakar Ash-Shiddiq

a. Scene 1

⁶⁶ Monica dan Luzar, "Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan."

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 14 Tahun Gajah (tahun kelahiran Nabi Muhammad Saw)

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Abu Bakar lahir dua tahun setelah Tahun Gajah (*‘Aml al-Fi*). Abu Bakar wafat 2 tahun setelah wafatnya Nabi, yaitu sekitar tahun 13 Hijriyah. *‘Aml al-Fil*. Artinya, tahun di mana tentara bergajah yang dibawa oleh Abrahah menyerang Kota Mekah. Di Tahun itulah lahir Nabi Muhammad Saw.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan peristiwa perang dengan pasukan bergajah.

3) *Interpretant*

Scene di atas adalah pasukan prajurit perang dengan beberapa gajah besar dijadikan sebagai kendaraan yang berarti bahwa peristiwa tersebut merupakan peristiwa yang sangat besar pada tahun itu. Perang Gajah terjadi saat kelahiran Nabi Muhammad Saw sehingga tahun itu disebut *‘Aml al-Fil* atau Tahun Gajah, sedangkan kelahiran Abu Bakar dua tahun setelah Tahun Gajah atau dua tahun setelah kelahiran Nabi. Jadi, umur Abu Bakar dua tahun lebih muda dari umur Nabi Muhammad Saw.

Analisis Pesan Dakwah

Ilustrasi pasukan perang dengan kendaraan gajah merupakan contoh ketika Allah menunjukkan kekuasaannya terhadap penduduk makkah. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ فَعَلَ رَبُّكَ بِأَصْحَابِ الْفِيلِ

Artinya: “*Tidakkah engkau (Nabi Muhammad) memperhatikan bagaimana Tuhanmu telah bertindak terhadap pasukan bergajah?*”. (QS. Al-Fil [105]:1).⁶⁷

Dalam surah ini, Allah mengingatkan Nabi Muhammad dan pengikutnya dengan suatu peristiwa yang menunjukkan betapa besarnya kekuasaan Allah. Peristiwa itu adalah penyerbuan tentara gajah yang dipimpin oleh panglima Abrahah dari Yaman untuk menundukkan penduduk Mekah dan meruntuhkan Ka'bah. Akan tetapi, Allah membinasakan mereka sebelum maksud yang jahat itu tercapai. Peristiwa Gajah adalah suatu peristiwa yang paling terkenal di kalangan bangsa Arab, sehingga peristiwa ini mereka jadikan patokan tanggal bagi peristiwa-peristiwa lainnya.⁶⁸

b. Scene 2

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar

⁶⁷ “Al-Fil,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/105?from=1&to=5>.

⁶⁸ “Tafsir Tahlili.”



Gambar 4. 15 Abu Bakar berbincang dengan orang quraisy

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Diantara akhlak Abu Bakar Ra orangnya, kalau bahasa kita pandai bergaul, Kenapa karena beliau termasuk orang yang paling pakar nasab.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan kepandaian Abu Bakar RA dalam bergaul.

3) *Interpretant*

Abu Bakar memiliki banyak sekali akhlak yang baik, salah satunya adalah pandai bergaul. Orang yang pandai bergaul memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan orang lain dan mampu memahami perbedaan dan keberagaman dalam masyarakat sebab akhlak tersebut Abu Bakar bisa dikenal banyak orang dengan kebaikannya.

Analisis Pesan Dakwah

Ilustrasi pada *scene* di atas menggambarkan adanya keutamaan pandai bergaul dengan orang di sekitar. Dari Ibnu ‘Umar i berkata, Rasulullah ﷺ bersabda,

الْمُؤْمِنُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ وَيَصْبِرُ عَلَى
أَذَاهُمْ خَيْرٌ مِنَ الْمُؤْمِنِ الَّذِي لَا يُخَالِطُ النَّاسَ
وَلَا يَصْبِرُ عَلَى أَذَاهُمْ

“Orang mukmin yang bergaul dengan manusia dan sabar terhadap kejahatan mereka lebih baik daripada orang mukmin yang tidak bergaul dengan manusia dan tidak sabar terhadap kejahatan mereka.” (HR. At-Tirmidzi no. 2507 dan Ibnu Majah no. 4032)⁶⁹

Hadits ini menunjukkan keadaan mukmin itu bertingkat-tingkat. Ada mukmin yang sibuk dengan dirinya sendiri, ada yang berusaha bergaul dengan masyarakat sekitarnya. Dan syariat mendorong kita agar menjadi makhluk yang bersosial. Hal ini banyak dijumpai dalam berbagai amalan ibadah semisal shalat berjamaah di masjid, shalat Jumat, shalat ‘id, ibadah haji. Dalam agama Islam dianjurkan agar seorang mukmin berinteraksi dengan kaum mukminin lainnya.

c. Scene 3

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶⁹ Firanda Andirja Abidin, “Keutamaan Bergaul dengan Orang di Sekitar – Hadis 17,” <https://bekalislam.firanda.com>, diakses April 18, 2023, <https://bekalislam.firanda.com/6570-keutamaan-bergaul-dengan-orang-di-sekitar-hadis-17.html>.



Gambar 4. 16 Abu Bakar membenarkan ucapan Nabi Muhammad Saw

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Abu Bakar saja yang langsung membenarkan Rasulullah SAW. Jadi, beliau ketika ditawarkan Islam, tidak ragu, langsung terima, tidak mikir-mikir dulu. Kenapa bisa demikian? Kata para ulama karena Abu Bakar adalah teman dekat Nabi SAW. Jadi, dia tahu kejujuran Nabi Saw, tahu amanahnya Nabi Saw, sering bareng sama Nabi Saw. Ketika Nabi bilang, “saya seorang Nabi” dia langsung percaya, makanya dia Ash-Shiddiq.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan kepercayaan Abu Bakar terhadap kenabian Nabi Muhammad Saw.

3) *Interpretant*

Pada *Scene* di atas terdapat ikon centang dalam lingkaran hijau yang memiliki makna benar atau bisa diartikan bahwa Abu bakar selalu membenarkan dan percaya apa yang diucapkan oleh Nabi Saw. Karena kepercayaan itu, Abu Bakar diberi julukan “*Ash-Shiddiq*”. Artinya, orang yang sangat jujur dan percaya sepenuhnya.

d. *Scene* 41) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 17 Abu Bakar berdakwah setelah masuk Islam

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Abu Bakar begitu Islam langsung dia berdakwah. Ingin tahu siapa yang masuk Islam gara-gara Abu Bakar? Luar biasa!”.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan bahwa dakwah Abu Bakar memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan Islam.

3) *Interpretant*

Abu Bakar setelah masuk Islam langsung bersemangat berdakwah kepada orang-orang disekitarnya karena Abu Bakar sudah dikenal banyak orang dan mudah membuat orang lain percaya dengan perkataannya, sebab pengaruh Abu Bakar berhasil mengajak orang-orang masuk Islam, seperti Utsman bin Affan, Zubair bin Awwam, dan lainnya.

Analisis Pesan Dakwah

Ilustrasi pada scene di atas dapat diartikan bahwa sebagai orang Islam berkewajiban untuk berdakwah. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

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

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. Āli ‘Imrān [3]:104).⁷⁰

Pada ayat ini Allah memerintahkan orang mukmin agar mengajak manusia kepada kebaikan, menyuruh perbuatan makruf, dan mencegah perbuatan mungkar.

e. Scene 5

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 18 Abu Bakar memerdekakan budak

b) Teks

⁷⁰ “Āli ‘Imrān [3]:104,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 18, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=104&to=200>.

Data teks dari *Scene* ini adalah “Beliaulah Abu Bakar yang telah memerdekakan Bilal dan beberapa budak-budak lainnya. Abu Bakar mengeluarkan uangnya semua, memerdekakan budak, dan inilah Abu Bakar ra, sedekahnya luar biasa, dan itu di awal-awal Islam. ”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan bahwa Abu Bakar memiliki sifat yang dermawan.

3) *Interpretant*

Sikap Abu Bakar ketika memerdekakan budak merupakan sifat yang mulia dan penuh pengorbanan. Abu Bakar menunjukkan komitmen terhadap prinsip keadilan dan kesetaraan yang merupakan nilai dasar dalam agama Islam. Pentingnya tanggung jawab sosial dan kebutuhan untuk membantu mereka yang membutuhkan ditunjukkan lebih lanjut oleh keputusan Abu Bakar yang menggunakan semua uangnya untuk membebaskan budak.

Analisis Pesan Dakwah

Dalam Islam, memerdekakan budak atau perbudakan secara umum dianggap sebagai amal yang sangat mulia dan diberi penghargaan tinggi. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

فَاكْرُمُوا رِقَابَهُمْ

Artinya: “(Itulah upaya) melepaskan perbudakan.” (QS. Al-Balad [90]:13).⁷¹

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut menggunakan teknik indrawi. Teknik ini

⁷¹ “Al-Balad [90]:13,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 18, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/90?from=13&to=20>.

mengilustrasikan sesuatu yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat di lihat dengan jelas. Teknik ini diterapkan melalui unsur audio visual. Video tersebut memuat narasi atau dialog yang dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan interaktif dan menarik perhatian. Selain itu, video ini menerapkan teknik rasional dengan memberikan kisah Nabi atau Sahabat Nabi untuk memberikan pemahaman yang didasarkan pada fakta-fakta sejarah dan bertujuan untuk membangkitkan perasaan *audiens* dengan memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam melalui kisah-kisah para Nabi dan Sahabat Nabi.

3. Video Motion Graphic: Masih Memilih Pemimpin Non Muslim?

a. Scene 1

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 19 Kewajiban seorang Muslim

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Saudaraku mengapa Anda masih pemimpin nonmuslim? Saudaraku, jika kita memang merasa menjadi seorang muslim maka taatilah apa yang sudah diperintahkan oleh Allah dan RasulNya serta jauhilah larangannya”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan seorang muslim yang berkewajiban menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya.

3) *Interpretant*

Seorang muslim memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk menjalankan perintah Allah SWT, seperti beribadah, melakukan hal baik, tolong menolong, dan lain sebagainya. Di sisi lain, Allah SWT juga memberikan larangan terhadap perilaku atau tindakan yang tidak baik dilakukan. Salah satunya adalah ketika kita memilih seorang pemimpin Non Muslim. Karena hal tersebut dilarang oleh Allah SWT.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ
الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي
شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاتًا وَيَحْذَرُكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ
وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya: “Janganlah orang-orang mukmin menjadikan orang kafir sebagai para wali⁸⁸) dengan mengesampingkan orang-orang mukmin. Siapa yang melakukan itu, hal itu sama sekali bukan dari (ajaran) Allah, kecuali untuk menjaga diri dari sesuatu yang kamu takuti dari mereka. Allah memperingatkan kamu tentang diri-Nya (siksaan-Nya). Hanya kepada Allah tempat kembali.” (QS. Āli ‘Imrān [3]:28).⁷²

⁷² “Āli ‘Imrān [3]:28,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=28&to=200>.

- b. *Scene 2*
 1) Tanda (*Representamen*)
 a) Gambar



Gambar 4. 20 Larangan menjadi orang munafik

- b) Teks
 Data teks dari *Scene* ini adalah “Ketahuilah saudaraku memilih pemimpin Non Muslim adalah salah satu sifat orang munafik. Wahai saudaraku, Jangan sampai kita menjadi orang munafik hanya karena kita membela orang Non Muslim. Sungguh begitu berat siksaan yang Allah siapkan bagi orang munafik.”
- c) Warna
 Gambar orang munafik berwarna hitam dan orang Non Muslim berwarna merah.
- 2) Objek (*Object*)
Scene di atas menggambarkan pembelaan seorang Muslim terhadap Non Muslim.
- 3) *Interpretant*
 Warna hitam pada gambar objek manusia maknanya dikaitkan dengan kekuasaan, kesunyian, serius dan misteri yang dapat membangkitkan emosi, seperti rasa sedih atau amarah, sedangkan warna merah berarti kekuatan, kekejaman, bahaya

atau peringatan.⁷³ Jadi, orang Muslim yang munafik adalah mereka yang membela orang Non Muslim dan menjadikannya sebagai pemimpin.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

بَشِّرِ الْمُنَافِقِينَ بِأَنَّ لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا
الَّذِينَ يَتَّخِذُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ
الْمُؤْمِنِينَ ۚ أَيْبَتُونَ عِنْدَهُمْ الْعِزَّةَ فَإِنَّ الْعِزَّةَ لِلَّهِ
جَمِيعًا

Artinya: “Berilah kabar ‘gembira’ kepada orang-orang munafik bahwa sesungguhnya bagi mereka azab yang sangat pedih. (Yaitu) orang-orang yang menjadikan orang-orang kafir sebagai pelindung¹⁷⁴) dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Apakah mereka mencari kekuatan di sisi orang kafir itu? (Ketahuilah) sesungguhnya semua kemuliaan itu milik Allah.” (QS. An-Nisā’ [4]:138-139).⁷⁴

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT mengvonis munafik bagi orang muslim yang menjadikan orang kafir sebagai pemimpin.

c. Scene 3

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar

⁷³ Monica dan Luzar, “Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.”

⁷⁴ “An-Nisā’ [4]:138-139,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=138&to=139>.



Gambar 4. 21 Kisah Nabi Nuh dengan Anaknya

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Mungkin kita pernah mendengar kisah Nabi Nuh dengan anaknya ketika azab Allah berupa banjir besar diturunkan kepada kaumnya yang membangkang, lalu Beliau pun naik perahu yang beliau buat bersama orang-orang beriman. Kemudian yang melihat anaknya, Nabi Nuh pun memanggil anaknya agar ikut naik ke perahu. Namun, anaknya tidak mau dan justru ikut berlari menyelamatkan diri ke atas gunung bersama orang-orang kafir maka anaknyapun ikut tenggelam dan binasa karena lebih memilih kekafiran daripada keimanan.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan kisah Nabi Nuh dan Anaknya di tengah bencana banjir bandang.

3) *Interpretant*

Gambar pada *Scene* 3 mengilustrasikan adanya banjir bandang yang hampir mencapai puncak gunung karena Allah SWT menurunkan azab kepada kaumnya Nabi Nuh yang membangkang. Adanya ikon perahu merupakan kendaraan Nabi Nuh dan anaknya untuk menyelamatkan diri dari musibah itu.

Namun, anaknya lebih memilih naik ke atas gunung bersama orang-orang kafir.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَهِيَ تَجْرِي بِهِمْ فِي مَوْجٍ كَالْجِبَالِ وَنَادَى
نُوحٌ ابْنَهُ وَكَانَ فِي مَعْزَلٍ يُبْنِي أَرْكَبَ مَعَنَا وَلَا
تَكُنْ مَعَ الْكَافِرِينَ
قَالَ سَأُوِي إِلَى جَبَلٍ يَعْصِمُنِي مِنَ الْمَاءِ قَالَ لَا
عَاصِمَ الْيَوْمَ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِلَّا مَنْ رَحِمَ وَحَالَ
بَيْنَهُمَا الْمَوْجُ فَكَانَ مِنَ الْمُغْرَقِينَ

Artinya: “Bahtera itu berlayar membawa mereka dalam gelombang laksana gunung-gunung. Nuh memanggil anaknya, sedang dia (anak itu) berada di tempat (yang jauh) terpencil, “Wahai anakku, naiklah (ke bahtera) bersama kami dan janganlah engkau bersama orang-orang kafir. Dia (anaknya) menjawab, “Aku akan berlindung ke gunung yang dapat menyelamatkanmu dari air (bah).” (Nuh) berkata, “Tidak ada penyelamat pada hari ini dari ketetapan Allah kecuali siapa yang dirahmati oleh-Nya.” Gelombang menjadi penghalang antara keduanya, maka jadilah dia (anak itu) termasuk orang-orang yang ditenggelamkan.” (QS. Hūd [11]:42-43).⁷⁵

Ayat di atas menceritakan tentang peristiwa Nabi Nuh yang memerintahkan anaknya, yang bernama Kan'an, untuk naik ke dalam kapal ketika banjir besar datang. Namun, anak itu menolak dan memilih untuk mencari perlindungan di gunung. Nabi Nuh mengingatkannya bahwa hanya mereka yang diberi

⁷⁵ “Hūd [11]:42-43,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/11?from=42&to=43>.

rahmat Allah yang akan selamat dari hukuman-Nya. Akhirnya, anak itu tenggelam bersama dengan orang-orang kafir lainnya dalam banjir yang menghancurkan.

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut menggunakan teknik dakwah sentimental dengan cara menggugah emosi dan perasaan *audiens*. Pada *Scene* 1 dan 2 memuat kalimat yang mengesankan dan mampu memotivasi *audiens* untuk berbuat baik dengan meninggalkan larangan Allah SWT. Adapun teknik dakwah rasional dengan menggunakan kisah Nabi Nuh dan anaknya yang bertujuan untuk menyentuh hati *audiens*. Selain itu, video ini juga menerapkan teknik dakwah indrawi yang menambahkan elemen visual sehingga pesan yang disampaikan bisa lebih mudah dipahami maknanya.

4. Video Motion Graphic: Dampak Buruk Sifat Malas

a. *Scene* 1

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 22 Orang malas

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Sifat malas adalah karakter buruk yang menjangkiti sebagian sebagian manusia. Gara-gara sifat jelek ini, seseorang terhalang dari banyak amal shaleh dan ibadah”.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas adalah ilustrasi sifat orang malas yang tidur di atas kasur dengan memegang *handphone*.

3) *Interpretant*

Elemen seorang laki-laki yang tidur dengan memegang *handphone* yang masih menyala dan sisa makanan ringan yang berserakan menandakan sifat orang yang malas. Orang yang malas cenderung tidak melakukan produktifitas, tidak rapi, dan kotor.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا
بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدٍّ
لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (QS. Ar-Ra’d [13]:11).⁷⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa takdir seseorang masih dapat berubah tergantung dengan usaha yang

⁷⁶ “Ar-Ra’d [13]:11,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/13?from=11&to=43>.

dilakukannya. Karena itu, penting untuk melawan sifat malas, agar bisa memotivasi diri sendiri agar bisa produktif dan melawan kebiasaan buruk.

b. *Scene 2*

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 23 Masjid

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Gara-gara sifat jelek Ini, seseorang terhalang dari banyak amal sholeh dan ibadah. Tidak mau *sholat*, tidak mau puasa Ramadhan, tidak mau membaca Alquran,”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas adalah gambar masjid sebagai tempat ibadah umat Islam.

3) *Interpretant*

Makna ikon masjid pada *Scene* di atas mengilustrasikan bahwa seharusnya sebagai umat Islam tidak boleh malas beribadah terutama sholat. *Sholat* adalah salah satu rukun Islam dan amalan yang wajib dikerjakan. Pada umumnya orang mengerjakan *sholat* di masjid. Oleh sebab itu, pada

Scene 2 masjid merepresentasikan perintah untuk beribadah, yaitu *sholat*.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا

Artinya: “Sesungguhnya masjid-masjid itu milik Allah. Maka, janganlah menyembah apa pun bersamaan dengan (menyembah) Allah.” (QS. Al-Jinn [72]:18).⁷⁷

Ayat di atas menekankan bahwa masjid-masjid adalah tempat ibadah yang suci, dan tunduk sepenuhnya kepada Allah. Oleh karena itu, kita seharusnya hanya beribadah kepada Allah ketika berada di dalam masjid, dan tidak menyekutukannya dengan yang lain.

c. *Scene 3*

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 24 Jemuran pakaian

⁷⁷ “Al-Jinn [72]:18,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/72?from=18&to=28>.

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “..., tidak mau membantu orang tua, tidak mau belajar dan menghadiri pengajian karena malas dan masih banyak amal saleh dan ibadah yang lainnya yang ditinggalkan gara-gara kemalasan.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan jemuran pakaian yang menjadi bagian pekerjaan orang tua.

3) *Interpretant*

Pakaian yang dijemur merupakan representasi dari pekerjaan orang tua. Sebagai seorang anak, membantu orang tua adalah kewajiban. Anak yang berbakti kepada orang tua adalah sifat yang baik dan mulia.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حُسْنًا

Artinya: “*Kami telah mewasiatkan (kepada) manusia agar (berbuat) kebaikan kepada kedua orang tuanya.*” (QS. Al-‘Ankabūt [29]:8).⁷⁸

Allah memerintahkan manusia berbuat baik kepada orang tua (ibu bapak). Jalan berbuat baik itu ialah dengan memberi nafkah (belanja), memelihara, dan menghormati keduanya dengan penuh kasih sayang.⁷⁹ Selain itu, membantu pekerjaan orang tua juga merupakan perbuatan yang baik.

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut

⁷⁸ “Al-‘Ankabūt [29]:8,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/29?from=8&to=69>.

⁷⁹ “Tafsir Tahlili.”

menggunakan teknik indrawi yang menggambarkan sesuatu yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat di rasakan dengan jelas. Teknik ini diterapkan melalui unsur audio visual. Video tersebut memuat narasi atau dialog yang dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan lebih interaktif dan menarik perhatian *audiens*. Video ini juga menerapkan teknik sentimentil dengan membangkitkan perasaan *audiens* untuk memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam melalui topik keagamaan yang ringan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

5. Video Motion Graphic: Cara Cerdas Berbekal Untuk Perjalanan Menuju Akhirat

a. Scene 1

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 25 Perjalanan hidup manusia

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Semua dari kita akan mengalami dua perjalanan, satu perjalanan jarak dekat dan yang satu perjalanan jarak jauh. Perjalanan jarak dekat itu adalah perjalanan kita di dunia ini, sedangkan perjalanan jarak jauh adalah perjalanan kita ke akhirat nanti.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan dua perjalanan hidup manusia di dunia dan di akhirat.

3) *Interpretant*

Kehidupan manusia memiliki dua sisi yang berbeda. Namun, kehidupan di dunia dan kehidupan di akhirat sangat erat kaitannya. Kualitas hidup di dunia telah meningkat sejak kemunculan manusia di habitat alaminya hingga akhir kehidupan fananya. Di kehidupan ini manusia menjalani berbagai peran dan tanggung jawab, seperti beribadah, bekerja, berinteraksi dengan sesama manusia, dan sebagainya. Namun, berbeda dengan kehidupan diakhirat yang sifatnya kekal abadi. Kehidupan akhirat merupakan tempat manusia memperoleh balasan atas kebaikan atau keburukan selama di dunia maka manusia akan diminta pertanggung jawaban atas apa yang dilakukannya.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ
خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: “Kehidupan dunia hanyalah permainan dan kelengahan, sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?.” (QS. Al-An‘ām [6]:32).⁸⁰

Ayat ini menegaskan gambaran kehidupan duniawi dan ukhrawi. Kehidupan dunia sesungguhnya tidak lain hanyalah permainan dan hiburan. Bagi mereka yang mengingkari hari

⁸⁰ “Al-An‘ām [6]:32,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/6?from=32&to=165>.

kebangkitan sehingga mereka sangat mencintai hidup duniawi, seperti anak-anak bermain-main, mereka memperoleh kesenangan dan kepuasan sewaktu dalam permainan itu. Semakin pandai mereka mempergunakan waktu bermain semakin banyak kesenangan dan kepuasan yang mereka peroleh. Sehabis bermain itu, mereka tidak memperoleh apa-apa.⁸¹

Bagi orang beriman, kematian merupakan salah satu fase dalam kehidupan yang panjang. Batas akhir dari kehidupan dunia yang pendek, sementara, melelahkan, dan menyusahakan untuk menuju akhirat yang panjang, kekal, menyenangkan, dan membahagiakan.

b. *Scene 2*

1) Tanda (*Representamen*)

a) Gambar



Gambar 4. 26 Orang mengendarai motor diperjalanan

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Sekarang coba, jenengan kerja sehari berapa jam? delapan jam. Kerja sehari 8 jam, 8 jam itu untuk bekal buat apa? Dunia. Terus bekal akhiratnya mana? Oh berarti ga perlu kerja? “Kerja!” Islam sangat memuliakan

⁸¹ “Tafsir Tahlili.”

orang yang mau bekerja. Njenengan bekerja 8 jam itu bisa jadi bekal pahala!”.

2) Objek (*Object*)

Scene di atas mengilustrasikan orang yang berangkat bekerja menggunakan sepeda motor.

3) *Interpretant*

Bekerja merupakan bentuk ikhtiar agar bisa manusia dapat bertahan hidup di dunia. Selain itu, manusia yang bekerja dengan niat yang baik dan sungguh-sungguh akan bernilai ibadah. Artinya, jika manusia bekerja untuk mencari nafkah dengan cara yang halal, memenuhi kebutuhan keluarga, menghindari perilaku yang bertentangan dengan agama, seperti mencuri, menipu orang, korupsi, Allah akan mendatangkan pahala dan bisa menjadi bekal untuk perjalanan menuju akhirat.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitaskan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (QS. At-Taubah [9]:105).⁸²

Ayat di atas menjelaskan bahwa bekerja merupakan kewajiban bagi setiap individu untuk

⁸² “At-Taubah [9]:105,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=105&to=129>.

dapat hidup dengan tenang, baik dalam beribadah maupun dalam berinteraksi dengan masyarakat. Karena melalui usaha keras, seseorang akan memperoleh kehidupan yang layak."

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut menggunakan teknik indrawi yang memanfaatkan indra manusia dengan mengilustrasikan sesuatu yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat dilihat dengan jelas. Teknik ini diterapkan melalui unsur audio visual. Video tersebut memuat narasi atau dialog yang dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik perhatian *audiens*. Video ini juga menerapkan teknik sentimental dengan membangkitkan perasaan *audiens* untuk memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam melalui topik keagamaan yang ringan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pada *Scene* 2 memuat kalimat yang mengesankan, menyentuh hati dan mampu memotivasi *audiens* untuk lebih bersyukur sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan mudah.

6. Video *Motion Graphic*: Ucapan Saat Melihat Sesuatu Yang Menakjubkan

- a. *Scene* 1
 - 1) Tanda (*Representamen*)
 - a) Gambar



Gambar 4. 27 Mobil dan pemandangan alam

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Jika kita melihat sesuatu yang menarik, menakjubkan maka senantiasa Rasulullah Saw menyebutkan “*Labbaik, Innal ‘Aisyah, ‘Aisyul Akhiroh*”. Apabila kita melihat kemegahan dunia maka kita mengatakan: “*Labbaik*” saya datang kepadamu ya Allah tinggalkan itu dunia.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan kemegahan dunia dalam bentuk pemandangan alam.

3) *Interpretant*

Gambar pemandangan alam dan sebuah mobil merupakan bentuk dari kemegahan di dunia. Namun, tidak hanya itu saja, banyak sekali ragam kemegahan yang lainnya. Allah Swt menciptakan kemegahan mulai dari hal-hal kecil yang tidak pernah kita duga. Bahkan manusia tidak akan mampu menghitungnya. Oleh sebab itu, kita harus senantiasa bisa bersyukur atas segala nikmat yang Allah Swt berikan.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya: “(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.” (QS. Ibrāhīm [14]:7).⁸³

Dalam ayat di atas Allah swt kembali mengingatkan hamba-Nya untuk senantiasa bersyukur atas segala nikmat yang telah dilimpahkan-Nya. Bila mereka melaksanakannya, maka nikmat itu akan ditambah lagi oleh-Nya. Sebaliknya, Allah juga mengingatkan kepada mereka yang mengingkari nikmat-Nya, dan tidak mau bersyukur bahwa Dia akan menimpakan azab-Nya yang sangat pedih kepada mereka.⁸⁴

- b. *Scene 2*
 - 1) Tanda (*Representamen*)
 - a) Gambar

⁸³ “Ibrāhīm [14]:7,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/14?from=7&to=52>.

⁸⁴ “Tafsir Tahlili.”



Gambar 4. 28 Masjid

b) Teks

Data teks dari *Scene* ini adalah “Sesungguhnya kehidupan yang hakiki adalah kehidupan akhirat, yaitu dengan nikmat yang ada di dalam surga selamanya kekal abadi, tinggalkan dunia semegah apa pun.”

2) Objek (*Object*)

Scene di atas menggambarkan masjid sebagai tempat ibadah umat Islam.

3) *Interpretant*

Gambar masjid menandakan bahwa manusia bisa meninggalkan dunia dengan membawa bekal ibadah, salah satunya adalah *sholat* di masjid. Meninggalkan dunia berarti bahwa kehidupan dunia memang sifatnya sementara. Apa pun yang manusia miliki dan dibangga-banggakan semasa di dunia tidak akan ada artinya lagi jika manusia sudah meninggal karena harta, kekayaan, jabatan, dan yang lainnya hanyalah sebuah titipan. Kehidupan yang kekal abadi dan hakiki adalah kehidupan akhirat.

Analisis Pesan Dakwah

Allah *Subhanahu wa Ta'ala* berfirman:

يَقُومُ إِنَّمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا مَتَاعٌ وَإِنَّ الْآخِرَةَ
هِيَ دَارُ الْقَرَارِ

Artinya: “Wahai kaumku, sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal.” (QS. Gāfir [40]:39).⁸⁵

Pada ayat di atas menjelaskan bahwa orang yang beriman kepada Musa berkata kepada kaumnya, “Wahai kaumku, kehidupan dunia ini adalah kehidupan yang fana, di mana kesenangan serta kebahagiaan yang diperoleh di dalamnya adalah kesenangan dan kebahagiaan yang tidak sempurna serta tidak kekal. Adapun kehidupan akhirat adalah kehidupan yang kekal, kesenangan dan kebahagiaan yang diperoleh adalah kesenangan dan kebahagiaan yang sempurna. Oleh karena itu, janganlah sekali-kali kamu mengingkari Allah dalam kehidupan dunia ini agar kamu terhindar dari siksa-Nya di akhirat nanti.”⁸⁶

Analisis Teknik Komunikasi Dakwah

Dari beberapa *Scene* yang sudah dianalisis di atas menunjukkan bahwa penyajian video tersebut menggunakan teknik indrawi yang memanfaatkan indra manusia dengan mengilustrasikan objek yang dapat di dilihat dengan jelas. Teknik ini diterapkan melalui unsur audio visual. Video tersebut memuat narasi atau dialog yang dikombinasikan dengan elemen

⁸⁵ “Gāfir [40]:39,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses April 17, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/40?from=39&to=85>.

⁸⁶ “Tafsir Tahlili.”

visual yang menarik perhatian *audiens*. Video ini juga menggunakan teknik sentimental dengan membangkitkan perasaan *audiens* untuk memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam melalui topik keagamaan yang ringan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

D. Interpretasi Sesuai Perspektif Islam

Dari hasil analisis dan interpretasi teori semiotika Charles Sanders Peirce, postingan video pada akun Instagram @yufid.tv menggunakan teknik dakwah menurut Al-Bayanuni. Diantaranya,

1. Teknik Dakwah Sentimentil memanfaatkan emosi dan perasaan manusia dalam menyampaikan pesan dakwah melalui kalimat yang menyentuh hati dan lemah lembut sehingga mudah dipahami dan diterima oleh *audiens*. teknik ini diterapkan pada video *Motion Graphic* yang berjudul *Masih Memilih Pemimpin Non Muslim?*. Pada *Scene* 1 dan 2 memuat kalimat yang mengesankan dan mampu memotivasi *audiens* untuk berbuat baik dengan meninggalkan larangan Allah SWT. Pada video *Berbekal Untuk Perjalanan Menuju Akhira* di *Scene* 2 juga memuat kalimat yang mengesankan, menyentuh hati, dan mampu memotivasi *audiens* untuk lebih bersyukur sehingga pesan yang disampaikan bisa mudah diterima. Selain itu, penerapan teknik sentimental dengan membangkitkan perasaan *audiens* untuk memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam melalui topik keagamaan yang ringan dan relevan dengan kehidupan sehari-hari ada pada video yang berjudul *Dampak Buruk Sifat Malas, Cara Cerdas Berbekal Untuk Perjalanan Menuju Akhirat*, dan *Ucapan Saat Melihat Sesuatu Yang Menakjubkan*. Sesuai firman Allah Swt dalam Al-Qur'an.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl [16]:125).⁸⁷

2. Teknik Dakwah Rasional berfokus pada aspek akal pikiran yang bertujuan untuk mendorong *audiens* berfikir, mempertimbangkan, merenung, dan memperoleh pemahaman dari pesan yang disampaikan dengan memuat berbagai argumen serta bukti nyata. Teknik ini diterapkan pada video *Motion Graphic* yang berjudul *Rahasia Umur 40 Tahun*. Pada bagian *scene 1* yang memperlihatkan kalimat dengan tujuan mengajak *mad'u* merenung dan berpikir tentang tujuan manusia diciptakan oleh Allah Swt, pada *scene 2* terdapat visualisasi, seperti gambar rambu larangan yang menjadi simbol peringatan dari sebagian ulama', *scene 3* terdapat potongan ayat sebagai Al-Qur'an sebagai bukti yang konkret terhadap topik yang disampaikan. Teknik ini juga diterapkan pada video *Motion Graphic* yang berjudul *Sejarah Abu Bakar Ash-Shiddiq*. Pada setiap *scene* video mengemas kisah Sabahat Nabi dengan memberikan pemahaman yang didasarkan pada fakta-fakta sejarah. Selain itu, pada video *Motion Graphic* yang berjudul *Masih Memilih Pemimpin Non Muslim?* juga menerapkan teknik dakwah rasional pada *scene 3* dengan menampilkan kisah Nabi Nuh dan anaknya yang bertujuan untuk memperkuat keyakinan terhadap ajaran Islam

⁸⁷ “An-Nahl [16]:125.”

melalui kisah-kisah para Nabi dan Sahabat Nabi. Sesuai firman Allah Swt dalam Al-Qur'an.

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (seluruh manusia) kepada Allah dengan bukti yang nyata. Maha Suci Allah dan aku tidak termasuk golongan orang-orang musyrik.” (QS. Yūsus [12]:108).⁸⁸

Ayat ini menekankan pentingnya memberikan bukti atau argumen yang nyata dalam menyampaikan dakwah, sebagai upaya untuk meyakinkan orang lain tentang kebenaran Islam. Sebagai muslim, kita dituntut untuk tidak hanya menyampaikan dakwah dengan mengandalkan keyakinan pribadi, tetapi juga dengan memberikan argumentasi yang jelas dan rasional.

3. Teknik Dakwah Indrawi memanfaatkan indra manusia dengan mengilustrasikan sesuatu yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat dilihat dengan jelas. Teknik diterapkan pada semua video *Motion Graphic* melalui unsur audio visual yang memuat narasi atau dialog dan dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik sehingga pesan yang disampaikan lebih interaktif. Saat ini teknik indrawi dipakai sebagai pembaruan dalam metode dakwah digital dengan berinovasi dan berfikir kreatif melalui akalunya sehingga menghasilkan konten-konten video dakwah yang menarik.⁸⁹ Sesuai firman Allah Swt dalam Al-Qur'an.

⁸⁸ “Yūsus [12]:108,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses Maret 29, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/12?from=108>.

⁸⁹ Nur Kumala, “Al- Qur ’ an Dan Etika Dakwah Virtual,” *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 59–84.

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Artinya: “Dia telah menundukkan (pula) untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berpikir.” (QS. Al-Jāsiyah [45]:13).⁹⁰



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁹⁰ “Al-Jāsiyah [45]:13,” <https://quran.kemenag.go.id/>, diakses Maret 29, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/45?from=13>.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang teknik komunikasi dakwah akun Instagram @yufid.tv dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @yufid.tv menggunakan teknik dakwah menurut Al-Bayanuni, yaitu teknik dakwah sentimental, teknik dakwah rasional dan teknik dakwah indrawi.

Teknik dakwah sentimental diterapkan dengan tujuan untuk menggugah emosi dan perasaan melalui pesan dakwah yang mengesankan dan menyentuh hati, seperti penggunaan kalimat yang mampu memotivasi *audiens* untuk selalu berbuat baik dengan menjalankan perintah Allah Swt dan selalu bersyukur atas nikmat yang Allah Swt berikan. Adapun teknik dakwah rasional yang berfokus pada aspek akal pikiran atau logika dengan memberikan argumentasi dan penjelasan secara logis, seperti penggunaan kalimat yang mengajak *audiens* untuk merenung dan berfikir tentang tujuan hidup manusia. Selain itu, pada teknik rasional juga menyantumkan kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, atau kisah-kisah Nabi dan Sahabat Nabi yang bisa mendukung pemahaman pesan dakwah. Sementara itu, teknik indrawi diterapkan dengan memanfaatkan unsur audio visual yang memuat narasi atau dialog dan dikombinasikan dengan elemen visual yang menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan lebih interaktif untuk menarik perhatian *audiens*.

B. Keterbatasan Penulis

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya

1. Keterbatasan pada data penelitian, dalam penelitian ini data yang dianalisis terbatas pada 1 jenis video, yaitu 6 video

Motion Graphic yang merupakan sebagian kecil dari total proyek video yang diunggah.

2. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki waktu terbatas yang menjadi kendala dalam analisis data lebih mendalam.
3. Kurangnya penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini.

C. Rekomendasi

Berdasarkan penyajian data dan hasil analisis mengenai teknik komunikasi dakwah akun Instagram @yufid.tv, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi, diantaranya

1. Kepada para pemilik akun dakwah di media sosial khususnya Instagram, sebaiknya lebih mengemas konten yang akan disajikan dengan kreatif dan inovatif agar *audiens* lebih tertarik dan pesan yang disampaikan mudah diterima.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji teknik komunikasi dakwah di Instagram dengan memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh konten yang dapat meningkatkan daya tarik *audiens*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Abdullah, Saida Nafisah, dan Yayah Nurhidayah. “Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo.” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 Juli (2019): 114.
- Abidin, Firanda Andirja. “Keutamaan Bergaul dengan Orang di Sekitar – Hadis 17.” <https://bekalislam.firanda.com>. Diakses April 18, 2023. <https://bekalislam.firanda.com/6570-keutamaan-bergaul-dengan-orang-di-sekitar-hadis-17.html>.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al-Fath. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021.
- Amanillah, Khairul. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- Antari, Ni Putu Elly Kisna, Ida Bagus Ketut Trinawindu, dan I Gusti Ngurah Wirawan. “Perancangan Animasi Reels Instagram Sebagai Media Promosi Merchandise HNS Invasion Di HNS Studio.” *Jurnal Amarasi* 3, no. 2 (2022): 173–180. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id>.
- Askinita, Dwi. “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers).” Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021.
- Atkin, Albert. “Peirce’s Theory of Signs.” *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Metaphysics Research Lab,

Stanford University, 2022. Last modified 2022. Diakses November 5, 2022. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/peirce-semiotics/>.

Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2019.

Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Baryadi, I. Praptomo. *Teori Ikon Bahasa: Salah Satu Pintu Masuk ke Dunia Semiotika*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Press, 2007.

Darsam. “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @Taubatters).” Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019.

Ersyad, Firdaus Azwar. *Semiotika Komunikasi Dalam Prespektif Charles Sanders Peirce*. Yogyakarta: CV Mitra Cendikia Media, 2022.

Estuningtyas, Retna Dwi. “Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi.” *Jurnal Muttaqien* 2, no. 01 (2021): 75–86.

Fahma, Al Himni, dan Mohammad Darwis. “Eksistensi Para ‘Gus’ di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 6, no. 2 (2020): 138.

Faustyna, dan Rudianto. *Filsafat Komunikasi*. Medan: UMSU Press, 2023.

Haqani, Mudzammil Fikri, dan Dasrun Hidayat. “Komunikasi Antarpribadi Dalam Membangun Kepribadian Santri.” *Jurnal Ilmu Komunikasi II*, no. 1 (2015): 39–52.

- Harisnur, Fadhlina, dan Suriana. “Pendekatan, Strategi, Metode dan Teknik dalam Pembelajaran PAI di Sekolah Dasar.” *Genderang Asa: Journal of Primary Education* 3, no. 1 (2022): 248–253.
- Husna, Zida Zakiyatul. “Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram.” *Ath Thariq :Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 197.
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Jasafat. *Konvergensi Media Dakwah*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2020.
- Kahfi, Ilyunal Iqbal. “Karakter Desain Dakwah Visual pada Akun Instagram"@ lemonmove".” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Kumala, Nur. “Al- Qur ’ an Dan Etika Dakwah Virtual.” *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 59–84.
- Kusumastuti, Adhi, dan Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- Lantowa, Jafar, Nila Mega Marahayu, dan Muh. Khairussibyan. *Semiotika Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2017.
- Lianovanda, Devi. “Begini 7 Cara Membuat Feed Instagram yang Aesthetic dan Menarik.” *Skill Academy by Ruang Guru*. Last modified 2022. Diakses Januari 29, 2023. <https://blog.skillacademy.com/cara-membuat-feed-instagram>.
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, dan Jouke J Lasut. “Peran

Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara.” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2.

M. Nasor. “Teknik Komunikasi Guru Dan Siswa Dalam Peningkatan Prestasi Siswa.” *Ijtimaiyya; Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 7, no. 1 (2014): 150–165.

<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ijtimaiyya/article/view/928>.

Mamdud, Rijal. “Dakwah Islam di Media Massa.” *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2019): 47–54.

Masruroh, Lina. *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah : Edisi Revisi*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.

Mauludin, Haris. “Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019.

Megadini, Risma, dan Meirina Lani Anggapuspa. “Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya.” *Jurnal Barik* 3, no. 1 (2021): 69–81. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.

Monica, dan Laura Christina Luzar. “Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.” *Humaniora* 2, no. 2 (2011): 1084.

Nurhadi, Zikri Fachrul, dan Achmad Wildan Kurniawan. “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi.” *Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (2017): 90–95.

Patompo, Roebbie Ajie. “Perkembangan Dakwah Dan Segala Tantangannya Melalui Media Teknologi Komunikasi.” *OSF Preprints*. Last modified 2020. Diakses November 1,

2022. <https://osf.io/53v6s/>.

- Pradipta, Rexa Ridho, Febi Listiyani Sunarto Putri, Muhammad Rafi Rakananda, Isti Zulaefah Romadhoni, dan Astika Nurul Hidayah. “Perkembangan Dakwah Muhammadiyah di Desa Pamijen, Sokaraja.” *COMSERVA Indonesian : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 10 Februari (2022): 770–776.
- Pratama, Andri Albertha, dan Santosa Soewarlan. “Semiosis Process in the Sounds of Gamelan and Pesinden in Sandekala Film.” *Capture : Jurnal Seni Media Rekam* 11, no. 1 (2019): 60–80.
- Pratama, Ryan Rizal. “Strategi Dakwah Nabi Sulaiman Dalam Film The Kingdom Of Solomon The Prophet.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Pujiati, Tri. “Analisis Semiotika Struktural Pada Iklan.” *Jurnal Sasindo Unpam* 3, no. 3 (2015): 9–10.
- Ritonga, Anas Habibi. “Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga.” *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2020): 87–102.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Laporan terbaru pada April 2022 dari We Are Social: Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia.” *DataIndonesia.id*. Last modified 2022. Diakses November 1, 2022. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.
- Rizki, Dewantara, Pandu Adi Cakranegara, Ahmad Jurnaidi Wahidin, Arianto Muditomo, dan I Gede Iwan Sudipa. “Implementasi Metode Preference Selection Index Dalam Penentuan Jaringan Dan Pemanfaatan Internet Pada Provinsi Indonesia.” *Jurnal Sains Komputer & Informatika*

(*J-SAKTI*) 6, no. 2 September (2022): 1226–1238.

Roni. “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial (online).” Universitas Negeri Ar-Raniry, 2020.

Sirajuddin, Saleh. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.

Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.

Sudaryono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2016.

Syamhudi, Kholid. “Faidah Hadits Keutamaan Mendahulukan Sebelah Kanan.” *muslim.or.id*. Last modified 2023. Diakses April 16, 2023. <https://muslim.or.id/23382-faidah-hadits-keutamaan-mendahulukan-sebelah-kanan.html>.

Ummah, Athik Hidayatul. “Dakwah Digital dan Generasi Milenial.” *Jurnal Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78.

Wulandari, Sovia, dan Erik D Siregar. “Kajian Semiotika Charles Sanderspierce: Relasitrikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpenanak Mercusuar karya Mashdar Zainal.” *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora* 04, no. 1 (2020): 29–41. <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>.

Yufid Network. “Laporan Produksi Yufid.” <https://yufid.org/>. Last modified 2023. Diakses Februari 20, 2023. <https://yufid.org/laporan-produksi-yufid-bulan-januari-2023/>.