

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Media Sosial

Media sosial adalah suatu media online, yaitu untuk memudahkan pengguna untuk bergabung, berbagi, dan dunia maya. Blog, jejaringan sosial, dan wiki adalah suatu bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh banyak orang diseluruh dunia. Pendapat lain tentang media sosial merupakan suatu bentuk media yang harus online dan mendukung intraksi sosial, dan media sosial juga menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog intraktif.²¹

Media sosial, menurut Maulidi, adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, seperti Instagram. Menurut Maulidi, media sosial bukanlah media komunikasi melainkan media hiburan karena menyajikan konten yang memberikan pengetahuan tentang ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang terlihat di Instagram @hawaariyyun.²²

²¹ Aan Mohammad, Yayah Nurhidayah., Ulfa Chaerunnisa. Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 10, No. 2, Desember 2019. Hlm 240

²² Anang Sugeng Cahyono. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal. Hlm 142.

Pada saat yang sama, menurut Ball-Rokeach dan DeFleur dalam bukunya "*Dependency Models of Mass Media Effects*", mereka berpendapat bahwa:

*That individuals and society in general develop a dependence on mass media for information, entertainment, and the fulfillment of other communication needs. The media is considered the primary source for acquiring knowledge about the world, keeping up with social and political developments, and connecting with others.*²³

Dalam arti media massa dianggap sebagai sumber utama untuk memperoleh pengetahuan tentang dunia, mengikuti perkembangan sosial dan politik, dan menjalin hubungan dengan orang lain. Secara umum, masyarakat dan individu mengembangkan ketergantungan terhadap media massa untuk berbagai kebutuhan komunikasi, termasuk mendapatkan informasi dan hiburan. Dan Ball-Rokeach dan DeFleur menegaskan bahwa:

*That mass media has a significant influence on the perceptions, attitudes, and behavior of individuals and groups. Mass media is considered to have the power to shape and influence people's worldviews, values and actions. Then the relationship between media and society is interdependent. The mass media needs society as an audience and source of news, while society needs the media as a source of information and entertainment. This relationship creates interdependence between the media and society.*²⁴

Maksudnya ialah Media massa memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku individu dan kelompok. Dianggap bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membentuk dan mempengaruhi perspektif, prinsip,

²³ Ball-Rokeach, Sandra J., and Melvin L. DeFleur. "A dependency model of mass-media effects." *Communication research* 3.1 (1976): 3-21.

²⁴ Ball-Rokeach, Sandra J., and Melvin L. DeFleur. "A dependency model of mass-media effects." *Communication research* 3.1 (1976): 3-21.

dan tindakan manusia. Selanjutnya, media dan masyarakat saling bergantung satu sama lain karena keduanya membutuhkan satu sama lain sebagai audiens dan sumber berita, dan masyarakat membutuhkan media sebagai sumber hiburan dan informasi.

Selain itu, dalam buku yang diterbitkan pada tahun 2012 oleh Pamela Shoemaker dan Akiba Cohen berjudul *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*, disebutkan bahwa:

*That mass media has a significant influence on society. News content presented by the media can shape people's perceptions, attitudes and knowledge about certain issues. In this case, the media is considered to have an important role in shaping the public agenda and helping to shape public opinion.*²⁵

Dalam ungkapan tersebut sudah dapat dipahami bahwa media massa memiliki kekuatan besar terhadap masyarakat. Media dapat memainkan peran penting dalam menentukan agenda publik dan membentuk opini masyarakat karena konten berita yang mereka sajikan dapat memengaruhi persepsi, sikap, dan pengetahuan masyarakat tentang masalah tertentu.

Hal tersebut senada dengan buku yang berjudul *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places* yang ditulis oleh Byron Reeves dan Clifford Nass dan diterbitkan pada tahun 1996 dan mengatakan bahwa:

*That humans naturally have a tendency to provide social responses to media. This means that people tend to treat media as living entities that interact and respond to them in the same way that they interact with other people in real life.*²⁶

²⁵ Shoemaker, Pamela J., and Akiba A. Cohen. *News around the world: Content, practitioners, and the public*. Routledge, 2012.

²⁶ Dovey, Jon, and Helen Kennedy. *EBOOK: Game Cultures: Computer Games as New Media*. McGraw-Hill Education (UK), 2006.

Bahwa manusia secara alami memiliki kecenderungan untuk memberikan respons sosial terhadap media. Ini berarti bahwa orang cenderung memperlakukan media sebagai entitas hidup yang berinteraksi dan merespons mereka dengan cara yang sama seperti mereka berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan nyata.²⁷

Pada dasarnya media sosial akan memudahkan siapa saja penggunaannya yang akan membuat mereka yang nantinya akan memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah kenal dengan media sosial dalam kehidupannya sehari-hari, sampai dengan keluarganya juga bisa saling berhubungan dengan penggunaan media sosial.²⁸

Intinya siapa saja yang menggunakan media sosial akan menjadikannya sebagai diri kita sendiri, selain kecepatan informasi yang dengan mudah kita aksesnya cuma dalam hitungan detik saja akan menjadikan diri kita dalam media sosial tersebut. Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan media sosial Instagram untuk berdakwah seperti pada akun Instagram @hawaariyyun.

Selain itu juga media sosial sangat berperan dalam pertukaran informasi dengan individu maupun kelompok. Agar dapat membangun suatu hubungan yang baik, pada saat ini banyak sekali orang yang menggunakan media sosial salah satunya seperti Instagram, baik itu dari

²⁷ Malin, Brenton J. *Feeling Mediated: A History Of Media Technology And Emotion In America*. Nyu Press, 2014.

²⁸ Raharja, Ivan Fauzani. "Bijak Menggunakan Media Sosial Di Kalangan Pelajar Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Jurnal Selat* 6.2 (2019): 235-246.

kalangan tuan, muda, sampai anak-anak.²⁹

Jenis media social pada saat ini juga banyak sekali dapat kita temukan seperti Instagram, WhatsApp, Line, Facebook, Youtube dan masih banyak lagi dapat kita temukan, hal ini dapat kita gunakan sebagai penunjang untuk menyebarkan dakwah-dakwah di era digitalisasi seperti pada saat ini. Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan media social instgram untuk berdakwah seperti pada akun @hawaariyyun, yang banyak memberikan nilai-nilai positif untuk hukum kehidupan kita sehari-hari.³⁰

B. Pesan Dakwah Pada Konten The Law Of Life Pada Akun Instagram @Hawaariyyun.

Pesan dakwah yang terkandung dalam konten di media social sering kita jumpai, termasuk pada akun Instagram yang memiliki nama @hawaariyyun, akun @hawaariyyun adalah milik Alfa Abdurrahman, akun ini sering mengunggah konten-konten yang berbaur ajaran agama islam salahsatunya kontennya yang berupa hukum kehidupan (*The Law of Life*).³¹

Dalam hal ini, dengan mempertimbangkan beberapa pendapat yang telah melakukan riset untuk mengungkapkan masalah dalam konteks penelitian, seperti yang dinyatakan oleh Edward T. Hall dalam bukunya yang berjudul *The Silent Language* yang diterbitkan pada tahun 1959 dan

²⁹ Rahadi, Dedi Rianto. "Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 5.1 (2017): 58-70.

³⁰ Bastian, Christ Sony, Atwar Bajari, and Aceng Abdullah. "Dinamika Aplikasi dan Regulasi Konvergensi Media di Indonesia." *Communication and Information Beyond Boundaries* 45 (2018).

³¹ Karimah, Umami Wahdatul. *Analisis Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram @Hawaariyyun*. Diss. IAIN KUDUS, 2023.

buku *The Hidden Dimension* yang diterbitkan pada tahun 1966 mengatakan bahwa:

*There are other ways to communicate outside language, including through body language, facial emotions, physical proximity, and time. This book provides examples of how cultural differences in nonverbal communication can impact how people from various cultural backgrounds interact and perceive messages. Since nonverbal communication can convey significant meanings and information, communication is not just confined to spoken language. Hall stresses the significance of comprehending social distance, facial expressions, body language, gestures, and other indicators when communicating.*³²

Kutipan diatas dapat diasumsikan bahwa bahasa bukanlah satu-satunya bentuk komunikasi, melainkan terdapat bahasa diam atau "silent language" yang terkandung dalam gerakan tubuh, ekspresi wajah, jarak fisik, dan waktu yang digunakan. Buku ini mengilustrasikan bagaimana perbedaan budaya dalam komunikasi nonverbal dapat mempengaruhi persepsi, interaksi, dan interpretasi pesan di antara individu dari latar belakang budaya yang berbeda.

Kemudian komunikasi tidak hanya terbatas pada kata-kata yang diucapkan, tetapi juga melibatkan komunikasi nonverbal yang dapat membawa makna dan informasi penting. Edward T. Hall menekankan pentingnya memahami bahasa tubuh, gerakan, jarak sosial, ekspresi wajah, dan isyarat lainnya dalam berkomunikasi. Dan Edward T. Hall menambahkan bahwa:

*Social, historical and cultural contexts are crucial to understanding and interpreting messages.*³³

³² Edwards, Tim. *Cultures of masculinity*. Routledge, 2004.

³³ Edwards, Tim. *Cultures of masculinity*. Routledge, 2004.

Ungkapan diatas dapat ditelaah bahwa konteks sosial, sejarah, dan budaya sangat penting untuk memahami dan menafsirkan pesan. Kemudian dari sudut pandang *Persuasion Theory* seperti yang diungkapkan oleh Carl Hovland bersama dengan Irving Janis dan Harold Kelley dalam buku yang berjudul *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*". Yang diterbitkan pada tahun 1953. Menyatakan bahwasanya:

*Communication has the power to influence people's opinions and attitudes. Persuasive communication can influence individuals to change their views, attitudes, and behaviors. Then opinion change through persuasive communication involves processing information, considering arguments, and evaluating the messages conveyed.*³⁴

Jika dilihat dari ungkapan tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami bahwa komunikasi dapat mempengaruhi pandangan dan sikap seseorang. Komunikasi persuasif dapat mempengaruhi seseorang untuk mengubah pandangan, sikap, dan perilaku mereka. Komunikasi persuasif mencakup pengolahan informasi, pertimbangan argumen, dan evaluasi pesan yang disampaikan.

Dalam hal ini tentu senada jika ditinjau dengan arah pandang teori *Communication for Development*, yang diungkapkan melalui salah satu karya buku Srinivas R. Melkote dan H. Leslie Steeves dengan judul "*Theory and Practice for Empowerment and Social Justice*" yang dinyatakan bahwa:

Communication is considered an important component in development efforts and meeting people's needs as it can serve

³⁴ Riley, Matilda White. "Communication and persuasion: psychological studies of opinion change." (1954): 355-357.

*as an effective tool to facilitate positive social, economic and political change.*³⁵

Komunikasi dianggap sebagai komponen penting dalam upaya pembangunan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat karena dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memfasilitasi perubahan sosial, ekonomi, dan politik yang positif. Dan Srinivas R. Melkote dan H. Leslie Steeves juga menambahkan dalam bukunya bahwa:

*Understanding the local context is essential in development communication. Every society has its own unique cultural, social and political landscape, and communication approaches should be tailored to this situation.*³⁶

Selain itu, Srinivas R. Melkote dan H. Leslie Steeves mengakui bahwa memahami konteks lokal sangat penting dalam komunikasi pembangunan. Setiap masyarakat memiliki budaya, sosial, dan politik yang unik, dan pendekatan komunikasi harus disesuaikan dengan situasi ini.

Menurut beberapa pendapat para pakar, jelas bahwa pesan dakwah selalu bersambung dengan komunikasi, dan komunikasi memiliki pola dan efek tertentu untuk memudahkan penyampaian pesan. Namun peneliti akan merinci perihal tersebut supaya lebih mudah untuk mengkaji persoalan yang dipermasalahkan pada bab I sebagai berikut:

1. Pesan Dakwah

Dakwah secara estimologi yaitu, kata dakwah sendiri

³⁵ Melkote, Srinivas Raj, and H. Leslie Steeves. *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice*. SAGE Publications India, 2015.

³⁶ Melkote, Srinivas Raj, and H. Leslie Steeves. *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice*. SAGE Publications India, 2015.

berasal dari bahasa arab yaitu da'a-da'wan yang artinya ajaran atau panggilan.³⁷ Secara terminologis dakwah merupakan mengajak manusia dengan bijaksana pada jalan kebenaran sesuai yang telah diperintahkan Allah SWT agar nantinya manusia kan selamat di dunia maupun akhirat.

Sedangkan arti dakwah menurut Khadir Khatib Bandaro, dakwah adalah sebagai aktifitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf hidup manusia yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT.³⁸ Pesan dakwah juga memiliki tujuan yaitu untuk mencapai tujuan tertentu. Maksud dari tujuan tersebut ialah mengarah atau menjadi acuan pergerakan langkah aktifitas berdakwah salah satunya hukum kehidupan kita sehari-hari. Tujuan dakwah adalah suatu unsur dakwah yang telah dikemukakan dalam Al-qur'an pada surah Yusuf ayat 108.

Hal tersebut jika ditinjau dengan dua arah sudut pandang seperti menggunakan arah pandang dari *Intercultural Communication Theory* dan *Communication for Development Theory* serta *Framing Theory*. Salah satunya dari ketiga hal tersebut yakni yang diungkapkan oleh Edward T. Hall dalam bukunya yang berjudul *The Silent Language* pada tahun 1959 dan buku *The Hidden Dimension* pada tahun 1966. Menyatakan bahwa:

³⁷ Hidayat, Muhammad Manarul. *Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram@ Santringasinan Dalam Meningkatkan Eksistensi Dakwah Di Era Digital Pondok Pesantren Al-Amien Kediri*. Diss. Iain Kediri, 2021.

³⁸ Hardian, Novri. "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* (2018): 42-52.

There are other ways to communicate outside language, including through body language, facial emotions, physical proximity, and time. This book provides examples of how cultural differences in nonverbal communication can impact how people from various cultural backgrounds interact and perceive messages. Since nonverbal communication can convey significant meanings and information, communication is not just confined to spoken language. Hall stresses the significance of comprehending social distance, facial expressions, body language, gestures, and other indicators when communicating.³⁹

Bahwa bahasa bukanlah satu-satunya bentuk komunikasi, melainkan terdapat bahasa diam atau "silent language" yang terkandung dalam gerakan tubuh, ekspresi wajah, jarak fisik, dan waktu yang digunakan. Buku ini mengilustrasikan bagaimana perbedaan budaya dalam komunikasi nonverbal dapat mempengaruhi persepsi, interaksi, dan interpretasi pesan di antara individu dari latar belakang budaya yang berbeda.⁴⁰

Kemudian komunikasi tidak hanya terbatas pada kata-kata yang diucapkan, tetapi juga melibatkan komunikasi nonverbal yang dapat membawa makna dan informasi penting. Edward T. Hall menekankan pentingnya memahami bahasa tubuh, gerakan, jarak sosial, ekspresi wajah, dan isyarat lainnya dalam berkomunikasi. Selanjutnya arah sudut pandang Communication for Development Theory yang dimukakan oleh Jan Servaes dalam bukunya yang berjudul *Communication for Development and*

³⁹ Edwards, Tim. *Cultures of masculinity*. Routledge, 2004.

⁴⁰ INDONESIA, PADA SISWA MUSIK REMAJA, and BERPENDIDIKAN BARAT. "Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi The London School of Public Relations-Jakarta."

Social Change mengungkapkan bahwasanya:

*Communication plays an important role in development efforts, both in social, economic and political contexts. Effective communication can facilitate information exchange, community participation, and empowerment of individuals and groups in the development process.*⁴¹

Bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam upaya pembangunan, baik dalam konteks sosial, ekonomi, maupun politik. Komunikasi yang efektif dapat memfasilitasi pertukaran informasi, partisipasi masyarakat, dan pemberdayaan individu serta kelompok dalam proses pembangunan. Dan Jan Servaes juga menambahkan bahwa:

*Communication has the potential to create positive social change. In this context, communication is not just about conveying messages, but also about influencing people's attitudes, beliefs and behaviors.*⁴²

Bahwa komunikasi memiliki potensi untuk menciptakan perubahan sosial yang positif. Dalam konteks ini, komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku masyarakat. Dalam hal ini tentu akan lebih memperjelas serta memperkuat akan perihal tersebut jika meninjau dari arah Framing Theory yang diungkapkan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, yang katakan sebagai berikut:

⁴¹ Mathur, Kanwar Bahadur. *Communication for development and social change*. Allied Publishers, 1994.

⁴² Mathur, Kanwar Bahadur. *Communication for development and social change*. Allied Publishers, 1994.

*Framing is a mental process that people engage in to give meaning to their experiences. Through framing, people organize the information and experiences they have in a framework of understanding that is meaningful to them. Frames also function as cognitive structures that shape the way people understand and interpret the world. Thus, frames function as frames of reference that allow people to give meaning and significance to the situations and experiences they experience.*⁴³

Framing merupakan proses mental yang dilakukan oleh individu untuk memberikan makna pada pengalaman mereka. Melalui framing, individu mengatur pengalaman dan informasi yang mereka terima dalam kerangka pemahaman yang bermakna bagi mereka. dan frame adalah struktur kognitif yang membentuk cara individu memahami dan menginterpretasikan dunia. Frame berfungsi sebagai kerangka acuan yang memungkinkan individu memberikan arti dan makna pada situasi dan pengalaman yang mereka alami.

Dalam hal ini tentu berbeda dengan pendapat yang ditulis oleh Dietram A. Scheufele pada tahun 1999 dengan konteks Framing Theory dengan judul *A Comparative Content Analysis* yang katakan bahwa:

Framing is a relevant analytical approach in understanding the media's influence on public perception and interpretation. Framing refers to the way media select, frame and communicate information to influence audience perception and interpretation. Then comparing media content from different sources or contexts can reveal differences in the use of framing, as well as understanding the influence of context on news

⁴³ Stevenson, Deborah. *Ebook: Cities And Urban Cultures*. Mcgraw-Hill Education (Uk), 2003.

*presentation.*⁴⁴

Framing merupakan pendekatan analisis yang relevan dalam memahami pengaruh media terhadap persepsi dan interpretasi publik. Framing mengacu pada cara media memilih, membingkai, dan mengkomunikasikan informasi untuk mempengaruhi persepsi dan penafsiran audiens. Kemudian membandingkan konten media dari berbagai sumber atau konteks dapat mengungkapkan perbedaan dalam penggunaan framing, serta memahami pengaruh konteks terhadap penyajian berita.

Selanjutnya, berdakwah kini dapat kita jangkau dengan mudah menggunakan media-media salah satunya media sosial instagram Dengan menyampaikan dakwah pada objek yang dituju.⁴⁵



Gambar 2.1 Akun media Sosial @Hawaariyyun

⁴⁴ Thein, Amanda Haertling, Mark A. Sulzer, and Renita R. Schmidt. "Critical comparative content analysis: Examining violence, politics, and culture in two versions of I am Malala." *Engaging with multicultural YA literature in the secondary classroom*. Routledge, 2019. 153-161.

⁴⁵ Tania, Guesty. *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2019.

Media dakwah yaitu media yang digunakan saat kita melakukan dakwah yakni dengan menggunakan media auditif (yang bisa kita dengar) atau media visual(dilihat), seperti di media social Instagram pada akun @hawaariyyun yang menyebarkan nilai-nilai dakwah pada konten-konten yang dibuatnya.

2. Akun Instagram @Hawaariyyun

Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk kita berbagi foto yang dapat kita lihat oleh *followers* dari pengunggahan foto maupun video, kita juga dapat saling memberikan komentar antar sesamanya. Nama istagram sendiri yang berasal dari insta dan gram, “*insta*” yang berasal dari kata instant dan “*gram*” yang berasal dari telegram, dapat kita simpulkan nama yang berarti yaitu menginformasikan atau membagikan foto maupun video kepada orang lain dengan cepat.⁴⁶

Aplikasi yang diluncurkan pada 6 Oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOS.⁴⁷ Perusahaan kemudian melebarkan jangkauawannya dengan merilis Aplikasi yaitu istagram, pada saat itu baru saja dirilis Aplikasi istagram, sudah banyak yang menggunakannya sampai mencapai 30 juta pengguna. Namun pada saat itu istagram dianggap sebagai

⁴⁶ Adiansyah, Muh. *Pengaruh Kredibilitas Penyiar Radio Madama Pada Instagram Story@ Madamaradio Terhadap Loyalitas Pendengar (Studi Pada Followers Radio Madama Makassar)*. Diss. Universitas Hasanuddin, 2021.

⁴⁷ Wifalin, Michelle. "Efektivitas Instagram Common Grounds." *Jurnal E-Komunikasi* 4.2 (2016).

jaringan sosial yang juga sangat kompetitif.⁴⁸



Gambar 2.2 Akun Instagram @Hawaariyyun

@hawaariyyun merupakan nama akun Instagram yang di kelolah oleh Alfa Abdurrahman, seorang pendakwah di media sosial di *youtubedan Instagram*. Kini pengikutnya sudah mencapai 1,1 juta *followers*. Banyak sekali mendapatkan respond, *like* dan *coment* positif dari para pengikutnya, dikarenakan banyak yang tertari terhadap video yang di unggah pada akun instagramnya. Tidak hanyah sekedar itu, akan tetapijuga ada *request-request* isi pesan yang disampaikan pada instagramnya.⁴⁹

Nama Hawariyyun sendiri memang sengaja di buat oleh

⁴⁸ Anshari. Hermeneutika Sebagai Teori Dan Metode Interpretasi Makna Teks Sastra. Jurnal. (Makassar: Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Negeri Makassar, 2009). hlm. 188.

⁴⁹ Eureka Intan Innova. Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas InstameetIndonesia. Jurna E. Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya, 2016. hlm. 2

Alfa Abdurrahman, nama Hawariyyun di ambil dari Al-quran “hawary” yang memiliki arti yaitu pembela atau pengikut setianya, kata Hawary memang tidak ditemukan didalam Al-quran tetapi bentuk jamaknya Al-Hawariyyun disebut sebanyak tiga kali, yaitu terdapat dalam surat Ali Imran ayat 52, Al-Maidah ayat 122 dan Ash-Shaf ayat 14. Mulai dari situlah nama Hawariyyun mulai dikenal oleh media sosial.

a. Konten dakwah

Komunikasi dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi dimana penyampaiannya yang berupa pesan dari komunikator dimana pesan tersebut berasaskan dari Al-qur’an maupun diri Hadist. Tujuannya agar orang yang mendengarkannya bisa berbuat kebaikan sesuai dengan apa yang disampaikan melalui pesan-pesan tersebut.⁵⁰

Akun istagram yang digunakan tidak hanya oleh para da’i saja, namujuga digunakan oleh para remaja juga yang mempunyai kesenangan mengaplikasikan hiburan maupun sekedar menjadi motivasi dan hiburan bagi pengguna istagram bagi tua, remaja maupun anak-anak.⁵¹ Media dakwah memiliki peluang yang sangat besar bagi pengembangan media dakwah. Terutama bagi para calon pendakwah yang pendakwah

⁵⁰ Aliyudin, Prinsip-prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur’an, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 4 No. 15, Hlm 5 (2015).

⁵¹ Aliyudin, Prinsip-prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur’an, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 4 No. 15, Hlm 5 (2015).

tersebut memiliki keterampilan dan kreativitas yang sangat tinggi. Sehingga para calon pendakwah bisa menyalurkan dakwahnya melalui media-media seperti media social Instagram pada akun @hawaariyyun. Instagram yang sangat berguna untuk dimanfaatkan sebagai media berdakwah.

Di masa sekarang bisa dikatakan sangat mudah dan praktis jika memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk berdakwah, membagikan ilmu pengetahuan kepada khalayak awam. Tidak hanya sekedar gambar tetapi juga menggunakan video, seperti konten-konten yang berada di media sosial *platform* Instagram.⁵²

C. Analisis Semiotika

Analisis semiotika secara istilah adalah semiotik yang berasal dari kata Yunani yang memiliki arti yaitu *semion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri memiliki arti sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi social yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap juga sebagai mewakili sesuatu yang lain. Secara *terminology* yaitu semiotik, dapat kita definisikan juga sebagai ilmu yang mempelajari tentang luasnya objek- objek, peristiwa-pristiwa atau seluruh kebudayaan sebagai tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan, fungsi, pengirimnya, dan penerimanya.⁵³

⁵² Abdul Karim, Dakwah Melalui Media sebuah peluang dan tantangan, *Jurnal AtTabsyir*, Vol. 4 No. 1 (2016).

⁵³ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta PrEnadamediaGroup 2013), hlm 33.

Dalam hal ini tentu akan lebih jelas jika meninjau pendapat yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure, beliau seorang ahli linguistik Swiss pada awal abad ke-20 dalam hal ini berpendapat bahwa:

*Semiotics is the basic unit of communication and understanding. Semiotics consists of two main components: the signifier, which is the physical form or concrete representation of the sign, and the signified, which is the concept or meaning attributed to the sign.*⁵⁴

Komponen utama semiotik dalam komunikasi dan pemahaman adalah signifier (penandanya), yang merupakan representasi fisik atau konkret dari tanda, dan signified (yang ditandai), yang merupakan konsep atau makna yang terkait dengan tanda. Dan beliau juga menegaskan bahwa:

*Sign systems are a universal and fundamental phenomenon in human communication. This sign system can be applied to various communication contexts, including language, images, symbols, gestures, and other social actions.*⁵⁵

Dari ungkapan tersebut dapat dipahami yang lebih baik tentang semiotik, yaitu sebuah sistem tanda suatu bagian penting dari komunikasi manusia dan dapat ditemukan dalam berbagai konteks, seperti bahasa, gambar, simbol, gestur, dan tindakan sosial lainnya. Namun Charles Peirce dan Roland Barthes memberikan pendapat bahwa:

Symbolic signs are interpreted by the receiver of the message through a process of interpretation. This process involves recognizing, understanding, and making meaning of signs in the relevant context. Interpretation can vary between individuals and

⁵⁴ Joseph, John E. "Beyond Pure Reason: Ferdinand de Saussure's Philosophy of Language and Its Early Romantic Antecedents" BORIS GASPAROV New York: Columbia University Press, 2013; xi+ 227 pp.; 39.99 (ebook)." *Dialogue: Canadian Philosophical Review/Revue canadienne de philosophie* 53.1 (2014): 197-199.

⁵⁵ Joseph, John E. "Beyond Pure Reason: Ferdinand De Saussure's Philosophy Of Language And Its Early Romantic Antecedents" boris Gasparov New York: Columbia University Press, 2013; Xi+ 227 Pp.; 39.99 (Ebook)." *Dialogue: Canadian Philosophical Review/Revue Canadienne De Philosophie* 53.1 (2014): 197-199.

*groups, depending on cultural background, knowledge, and social context.*⁵⁶

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa simioitik diinterpretasikan oleh penerima pesan melalui proses interpretasi. Proses ini melibatkan pengenalan, pemahaman, dan pemaknaan tanda-tanda dalam konteks yang relevan. Interpretasi dapat bervariasi antara individu dan kelompok, tergantung pada latar belakang budaya, pengetahuan, dan konteks sosial.

Semiotika juga merupakan studi mengenai tanda atau symbol yang menjadi tradisi penting dalam pemikiran komunikasi. Tradisi semiotika mencakup teori utama tentang cara tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan, dan lainnya yang berada diluar diri. Studi mengenai tanda tidak hanya memberi jalan atau cara dalam mempelajari komunikasi tetapi juga memiliki efek yang sangat besar terhadap aspek yang digunakan diteori komunikasi.⁵⁷

Semiotika, menurut Roland Barthes, didefinisikan sebagai “ilmu mengenai bentuk (*form*)”.⁵⁸ Studi ini juga mengkaji signifikasi yang terpisah dari isinya (*content*) seperti pada konten-konten di media sosial instagram pada akun @hawaariyyun. Teks yang dimaksud Roland Barthes adalah dalam artian yang luas. Teks tidak hanya berarti berkaitan dengan aspek linguistik saja. Semiotik juga dapat melihat teks dimana teks tersebut memiliki tanda-tanda termodifikasi dalam sebuah system termasuk pada teks, seperti berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi, drama,

⁵⁶ Sheriff, John K. *The fate of meaning: Charles Peirce, structuralism, and literature*. Princeton University Press, 1989.

⁵⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), Hlm, 123.

⁵⁸ Moriarty, Michael. *Roland Barthes*. Stanford University Press, 1991.

dan termasuk infografis yang memang merupakan representasi dari teks di media massa.⁵⁹

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Teori Semiotika memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami peran tanda dalam komunikasi manusia dan memberikan wawasan tentang bagaimana makna dibangun, dipertukarkan, dan diinterpretasikan. Penerapannya luas dan relevan dalam berbagai disiplin ilmu, membuka pemahaman yang lebih dalam tentang struktur komunikasi, budaya, dan interaksi sosial.⁶⁰



⁵⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), Hlm, 128.

⁶⁰ Wijaya, Hengki. *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.