

**PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sketsadakwahh  
(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh:

**ZALUL LINA RACHMAWATI**

**NIM. 161211156**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zalul Lina Rachmawati  
NIM : 161211156  
Tempat, Tanggal Lahir : Sukoharjo, 17 Januari 1998  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah  
Alamat : Ngoro-Oro RT 1 RW 2, Malangan, Bulu, Sukoharjo  
Judul Skripsi : PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM  
@sketsadakwahh (Analisis Semiotika Charles  
Sanders Pierce)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 19 Mei 2023

Penulis,



**Zalul Lina Rachmawati**

NIM. 161211156

**Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.**

**DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdr. Zalul Lina Rachmawati

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Zalul Lina Rachmawati

NIM : 161211156

Judul : PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM

@sketsadakwaah (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui dan diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 19 Mei 2023

Pembimbing,



(Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.)

NIP. 19700723 200112 2 003

**HALAMAN PENGESAHAN**

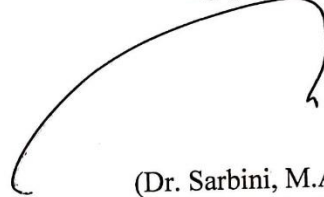
**PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sketsadakwahh  
(Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)**

Disusun Oleh:  
**Zalul Lina Rachmawati**  
**NIM. 161211156**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Pada Hari Kamis Tanggal 25 Mei 2023  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial


Surakarta, 30 Mei 2023

Penguji Utama



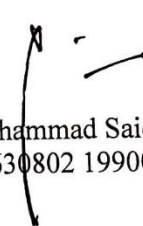
(Dr. Sarbini, M.Ag.)  
NIK. 19690426 201701 1 166

Penguji II/Ketua Sidang




(Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.)  
NIP. 19700723 200112 2 003

Penguji I/Sekretaris Sidang



(Drs. H. Muhammad Saidun, M.Ag.)  
NIP. 19630802 199003 1 001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. Islah, M.Ag.)  
NIP. 19730522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah rabbi'l'amin. Puji syukur penulis panjatan kepada Allah SWT atas taufik dan rahmat-Nya yang begitu luas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan penuh rasa terimakasih, penulis mempersembahkan karya ini untuk orangtua tercinta, bapak Sugiyarto dan ibu Ustrinah yang telah memberikan kasih sayang, pengajaran, serta doa yang tak pernah putus untuk anaknya. Terimakasih untuk segala pengorbanan dan usaha keras hingga mampu menghantarkan penulis mengenyam pendidikan di perguruan tinggi. Semoga Allah senantiasa mencurahkan rahamat dan keberkahan pada keduanya.

Kemudian untuk adik-adik penulis, Atala Rania Insyara dan Bela Faniya Shaleha yang telah memberi pelajaran menjadi pribadi yang kuat. Terimakasih atas segala dukungan yang diberikan. Semoga Allah senantiasa melindungi dan merahmati keduanya.

Terakhir untuk keluarga besar yang juga menjadi orangtua kedua bagi penulis. Terimakasih atas kasih sayang yang diberikan selama ini serta dukungan tanpa henti untuk tercapainya impian penulis. Semoga Allah membalas kebaikan keluarga penulis dengan balasan yang lebih baik dan keberkahan yang luas. Aamiin.

## **MOTTO**

“Menggapai Ridha Allah dalam Setiap Aktivitas”

“Senantiasa Memperbaiki Niat, Fokus pada Proses, dan Tidak Berputus Asa dari  
Rahmat Allah”

**(Zalul Lina Rachmawati)**

## ABSTRAK

**Zalul Lina Rachmawati. NIM: 161211156. Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta. 2023.**

Aktivitas dakwah kini telah berkembang luas hingga mampu menjangkau lebih banyak masyarakat melalui media sosial. Lewat kemajuan teknologi masyarakat dapat mengakses informasi dengan lebih mudah. Namun tidak dipungkiri jika hal itu beriringan dengan munculnya *hoax* (berita bohong) hingga maraknya konten negatif. Sehingga dakwah di media sosial dinilai lebih efektif memberikan pengaruh kepada masyarakat. Salah satunya dilakukan oleh akun instagram @sketsadakwahh yang berdakwah melalui gambar *hand drawn*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahh berdasarkan struktur semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi *representament*, *object*, dan *interpretant* dengan unsur tanda ikon, indeks, dan simbol. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Pierce terhadap pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahh.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dapat menghasilkan pendiskripsin yang tajam dan mendalam. Penelitian ini menganalisis 7 postingan akun instagram @sketsadakwahh sepanjang bulan September 2021-September 2022. Gambar yang memuat pesan dakwah diteliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan lewat observasi, yaitu mengamati gambar pada akun instagram @sketsadakwahh dan dokumentasi yang diperoleh dari sumber tertulis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam 7 postingan akun instagram @sketsadakwahh terdapat tiga struktur semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi, *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dengan acuan tanda di dalamnya, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Dimana yang memiliki keragaman adalah unsur ikon dan indeks. Disamping itu, dalam 7 postingan tersebut memuat tiga jenis pesan dakwah berupa aqidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah aqidah mencakup iman kepada kitab Allah, yaitu al-qur'an dan iman terhadap ketetapan Allah. Kemudian pesan dakwah syariah memuat masalah ibadah tentang menjaga ilmu dengan menulis, menjaga rakaat shalat wajib dan sunnah, serta bersedekah lewat senyum. Adapun pesan dakwah akhlak meliputi sikap menghadapi masalah dengan sabar dan sholat serta sikap seseorang dalam meninggalkan keburukan untuk berubah ke arah yang lebih baik.

*Kata Kunci: Pesan Dakwah, Instagram @sketsadakwahh, Analisis Semiotika*

## ABSTRACT

**Zalul Lina Rachmawati. NIM: 161211156. Da'wah Messages on the Instagram Account @sketsadakwahh (Semiotics Analysis by Charles Sanders Pierce). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurusan Dakwah dan Komunikasi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta. 2023.**

Da'wah activities have now expanded widely to be able to reach more people through social media. Through advances in technology, people can access information more easily. However, it is undeniable that this goes hand in hand with the emergence of hoaxes (fake news) and the rise of negative content. So da'wah on social media is considered more effective in influencing the community. One of them is done by the Instagram account @sketsadakwahh which preaches through hand drawn pictures. The purpose of this study was to determine the meaning of da'wah messages on the Instagram account @sketsadakwahh based on Charles Sanders Pierce's semiotic structure which includes representament, object, and interpretant with elements of icons, indexes, and symbols. The formulation of the problem in this study is how Charles Sanders Pierce's semiotic analysis of da'wah messages on the Instagram account @sketsadakwahh.

This research is a qualitative descriptive research that can produce sharp and deep descriptions. This study analyzes 7 posts on the Instagram account @sketsadakwahh from September 2021 to September 2022. Images containing da'wah messages are examined using Charles Sanders Pierce's semiotic analysis. The data collection technique in this study was carried out through observation, namely observing pictures on the Instagram account @sketsadakwahh and documentation obtained from written sources.

The results of this study indicate that in the 7 posts of the @sketsadakwahh Instagram account, there are three Charles Sanders Pierce semiotic structures which include, representament, object, and interpretant. With reference to the signs in it, namely icons, indexes, and symbols. Where those that have diversity are icons and index elements. Besides that, the 7 posts contain three types of da'wah messages in the form of aqidah, syariah, and akhlak. The message of da'wah aqidah includes faith in God's book, namely the qur'an and faith in God's decrees. Then the syariah da'wah message contains issues of worship about maintaining knowledge by writing, keeping the obligatory and sunnah prayer cycles, and giving alms through a smile. The message of preaching akhlak includes the attitude of facing problems patiently and praying as well as one's attitude in leaving bad things to change in a better direction.

*Keywords: Da'wah Messages, Instagram @sketsadakwahh, Semiotic Analysis*



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *rabbil'alamin*. Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan taufiq-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi suri teladan bagi seluruh manusia dan kita harapkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Skripsi berjudul Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @sketsadakhwah (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce), disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S.1) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam proses pengerjaan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana, M.I.Kom., selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Dr. Zainul Abas, S.Ag., M.Ag., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
5. Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Dr. Sarbini, M.Ag., selaku Penguji Utama dalam sidang skripsi yang telah memberikan masukan serta koreksi terhadap skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.

7. Drs. H. Muhammad Saidun, M.Ag., selaku Penguji I dalam sidang skripsi yang telah memberikan masukan serta koreksi terhadap skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
8. Muhammad Liwaus Shidqy dan Evin Alvan selaku pengelola akun instagram @sketsadakh
9. Orang tua tercinta, bapak Sugiyato dan ibu Ustrinah yang tidak lelah melantuntan doa, memberikan dukungan moral maupun spiritual dari waktu ke waktu, serta memberikan pelajaran tentang makna hidup dan perjuangan.
10. Kedua adik tersayang, Atala Rania Insyara dan Bela Faniya Shaleha yang senantiasa mendukung serta memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Keluarga besar yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan untuk terus berjuang meraih impian.
12. Teman-teman satu angkatan di KPI 2016 yang memberi semangat serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa membantu dan mendukung terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca dan bagi pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 19 Mei 2023

Penulis,



**Zalul Lina Rachmawati**

NIM. 161211156

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Kajian Teori .....	11
1. Konsep Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce .....	11
2. Konsep Dakwah .....	13
3. Konsep Pesan Dakwah .....	17
4. Konsep Komunikasi Visual .....	20
5. Konsep Komunikasi Massa .....	26
6. Konsep <i>New Media</i> .....	28
7. Konsep Media Sosial .....	31
8. Konsep Instagram .....	36
B. Kajian Pustaka .....	41

C. Kerangka Berpikir .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	49
B. Pendekatan Penelitian .....	49
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	50
D. Sumber Data .....	50
E. Teknik Pengumpulan Data .....	51
F. Teknik Analisis Data .....	52
G. Keabsahan Data .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
A. Gambaran Umum Akun Instagram @sketsadakwahr .....	56
1. Sejarah Akun Instagram @sketsasakwahr .....	56
2. Visi dan Misi Akun Instagram @sketsadakwahr .....	59
B. Penyajian Data .....	60
C. Analisis Data .....	67
1. Pesan Dakwah Aqidah .....	67
2. Pesan Dakwah Syariah .....	74
3. Pesan Dakwah Akhlak .....	82
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Berpikir.....	48
Tabel 2 Tabel Postingan @sketsadakwahh yang Diteliti.....	61
Tabel 3 Tabel Postingan @sketsadakwahh yang Dianalisis .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Semiotika Charles Sanders Pierce.....	12
Gambar 2 <i>Screenshot</i> Halaman Profil Instagram @sketsadakwabh.....	56
Gambar 3 Logo Akun Instagram @sketsadakwabh.....	58
Gambar 4 Postingan @sketsadakwabh Tema Tingkatan Interaksi Al-Qur'an	68
Gambar 5 Postingan @sketsadakwabh Tema Kesulitan dan Kemudahan.....	71
Gambar 6 Postingan @sketsadakwabh Tema Menjaga Ilmu .....	74
Gambar 7 Postingan @sketsadakwabh Tema Menjaga Rakaat Shalat .....	76
Gambar 8 Postingan @sketsadakwabh Tema Senyum Adalah Sedekah.....	79
Gambar 9 Postingan @sketsadakwabh Tema <i>Problem</i> dan <i>Solution</i> .....	82
Gambar 10 Postingan @sketsadakwabh Tema Kapan Mau Hijrah? .....	85

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah dengan berbagai bentuk merupakan perintah Allah SWT dan kewajiban bagi setiap muslim, bisa dengan amar ma'ruf, nahi anil mungkar, memberi nasihat dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa syari'at atau hukum Islam lebih fokus pada usaha manusia melalui kemampuan dan keahliannya dibandingkan hasil yang maksimal (Syukir, 1983: 87).

Muhammad Husain Haekal dalam (Munir & Ilaihi, 2006:18) menjelaskan arti dakwah, yaitu seruan dan ajakan yang berorientasi pada Islam. Maksudnya adalah seruan atau ajakan tersebut perlu diarahkan menuju pandangan Islam dengan cara yang baik. Hal ini pula yang menjadikan Islam disebut sebagai “agama dakwah”, yaitu agama yang disebarluaskan dengan cara damai, bukan lewat kekerasan.

Banyak ayat al-qur'an yang secara tegas menjelaskan tentang kewajiban dakwah Islam, satu diantaranya terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125 (Aziz, 2009:145-146).

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ 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 pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

*tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”*

Ayat diatas ditujukan kepada umat Islam secara keseluruhan dan bersifat umum. Artinya perintah dakwah tidak hanya dibebankan kepada sebagian pribadi umat Islam atau kelompok tertentu. Pernyataan serupa juga disampaikan oleh A. Hasymi yang mengatakan sesungguhnya dakwah bukanlah tugas kelompok secara khusus dimana orang lain terbebas dari tanggung jawab. Disamping itu, M. Natsir juga menegaskan bahwa tugas dakwah adalah tugas umat secara keseluruhan bukan monopoli golongan yang disebut ulama atau cerdik cendekiawan (Aziz, 2009:151-152).

Dakwah juga bisa diartikan sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyeru berbuat baik dan mencegah berbuat mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir & Ilaihi, 2006:17). Aktivitas dakwah perlu dilakukan untuk meluruskan perilaku di masyarakat yang tidak sejalan dengan nilai Islam. Meskipun Islam telah sempurna dengan aturan hidup yang ada di al-qur'an dan as-sunnah, akan tetapi manusia mempunyai potensi untuk berbuat salah, lalai, atau lupa. Sehingga perlu adanya arahan supaya masyarakat tetap berjalan pada koridor agama yang benar.

Dakwah berkembang sesuai dengan kemajuan zaman dan secara signifikan mengalami perubahan, mulai dari jumlah pengikut, metode, materi hingga media yang digunakan. Kegiatan dakwah di zaman modern seperti



sekarang dapat menyebar lebih luas dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan cara dan media baru yang beragam (Zahra et al., 2016).

Tidak dapat dipungkiri bahwa era revolusi industri 4.0 telah melahirkan peradaban baru bagi umat manusia yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi industri dan teknologi informasi. Hampir seluruh aspek kehidupan manusia yang awalnya bersifat tradisional perlahan mulai berubah mengikuti arus modernisasi dan digitalisasi. Anthony Giddens dalam (Wibowo, 2020) melihat perubahan ini sebagai bentuk budaya baru yang tidak dapat ditolak kehadirannya. Siapapun harus siap menyesuaikan pola hidup tersebut dan mengikuti setiap perkembangan teknologi yang terjadi.

Produk teknologi yang kini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dan berkembang cukup pesat adalah internet. Sebagai produk teknologi, internet telah memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika di masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi lewat dunia maya. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Alyusi, 2016:1).

Internet merupakan sebuah ruang informasi dengan sifat yang heterogen. Segala jenis informasi dapat dijumpai di dalamnya, mulai dari politik, pendidikan, kesehatan, olahraga, budaya, hiburan, hingga informasi keagamaan. Selain itu, pemberitaan tentang kejahatan juga kerap meramaian

dunia internet. Semua jenis informasi tersebut memiliki potensi yang sama di internet (Fakhruroji, 2019:187).

Tujuan hadirnya internet adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, salah satunya pemenuhan kebutuhan akan informasi. Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupan serta penunjang berbagai aktivitasnya. Maka, internet berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. (Alyusi, 2016:1).

Perkembangan internet di Indonesia sendiri cukup pesat. Dilansir dari liputan 6.com, Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Johnny G. Plate mengungkapkan, hingga Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta orang. Sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak ke-4 di dunia. Tak hanya itu, pengguna layanan digital di Indonesia juga mengalami pertumbuhan sebesar 37 persen selama pandemi Covid-19. Melihat jumlah tersebut, internet sangat mungkin dijadikan sarana berdakwah melalui interaksi sosial online (Prasasti, 2021).

Kemunculan internet akhirnya berpengaruh pada aspek religiusitas. Dimana masyarakat muslim mengalami transformasi dalam berbagai aspek terutama dalam bidang dakwah. Di era ini dakwah dihadapkan dengan peluang dan tantangan yang sangat kompleks. Aktivitas dakwah tidak lagi dilakukan secara lisan atau verbal melalui ceramah di mimbar ataupun di majelis ta'lim saja. Kini pesan dakwah harus mampu menjangkau kebutuhan informasi

masyarakat terhadap kajian nilai-nilai keislaman. Muhtadi dalam (Wibowo, 2020) juga mengingatkan betapa pentingnya ijtihad dakwah dilakukan agar bersifat adaptif terhadap perkembangan zaman dan dapat dikomunikasikan melalui beragam media.

Hadirnya internet diikuti pula dengan munculnya berbagai media sosial. Mulai dari facebook, twitter, youtube, instagram, dan lain sebagainya. Media sosial tersebut sangat relevan untuk menunjang aktivitas dakwah di zaman sekarang supaya belangsung secara efektif dan efisien. Menurut trainer media sosial, Hilal Achmad dalam (Zahra et al., 2016) “Media sosial memang tempat yang cocok untuk berdakwah”. Menurutnya dakwah melalui media sosial bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acara keislaman. Hal ini dimungkinkan karena masyarakat, yaitu para pemilik akun media sosial, berada dalam situasi ‘tidak dipaksa’.

Diantara banyaknya media sosial saat ini, instagram menjadi sarana yang tepat untuk berdakwah. Hal ini dimungkinkan karena jumlah pengguna instagram yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Pertumbuhan pengguna instagram berhasil mengalahakan facebook. Survei yang dilakukan Hootsuite (*We Are Social*) memperlihatkan tahun 2021 instagram naik di peringkat ketiga menggeser posisi facebook sebagai *platforms* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Dimana prosentase pengguna instagram mencapai 86,6% dari jumlah populasi atau sekitar 85 juta jiwa. Jumlah ini meningkat jika dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya berjumlah 63 juta jiwa atau 79% dari jumlah populasi. Di samping itu, waktu yang digunakan untuk mengakses

media sosial juga mengalami peningkatan. Tahun 2020 rata-rata setiap hari orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 26 menit dalam menggunakan media sosial melalui perangkat apa pun. Sedangkan tahun 2021 meningkat menjadi 3 jam 41 menit per hari (Hootsuite, 2021).

Instagram merupakan aplikasi yang berfungsi sebagai tempat berbagi informasi kepada penggunanya. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk *upload* pesan berupa foto maupun video yang dapat dibagikan ke sesama pengguna instagram atau ke media sosial lain. Instagram memiliki ciri khas pada filter digitalnya yang mampu mentransformasikan foto menjadi lebih menarik hanya dengan satu klik (Atmoko, 2012:8-9).

Selain media dakwah, bentuk komunikasi juga berpengaruh terhadap penerimaan pesan dakwah. Salah satu bentuk penyampaian dakwah tersebut ialah melalui komunikasi visual, yaitu jenis komunikasi yang menggunakan mata sebagai alat penglihatan dengan memadukan berbagai elemen visual. Pesan dakwah yang dikemas melalui komunikasi visual memiliki tampilan yang khas, sehingga menjadi daya tarik bagi yang melihat atau yang membacanya (Kursianto, 2009:10).

Instagram dan komunikasi visual memiliki keterkaitan yang erat. Fitur maupun tampilan yang tersedia di instagram sangat mendukung penyampaian pesan dakwah dengan konsep komunikasi visual. Media dan bentuk komunikasi tersebut dapat dimanfaatkan para penggerak dakwah dalam mendigitalisasi dakwahnya secara kekinian. Konsep komunikasi visual

bertujuan supaya dakwah memiliki daya tarik dan digemari oleh objek dakwah (*mad'u*). Format visual disini selain memberikan tampilan baru dalam berdakwah di media sosial juga bisa menjadi salah satu sarana mengalihkan perhatian pengguna media soisial terhadap hoaks (berita bohong) dan disinformasi yang sulit terfilterasi (Wibowo, 2020). Di sisi lain juga untuk menjauhkan masyarakat dari maraknya konten negatif yang tersebar di internet, khususnya di instagram.

Dikutip dari liputan6.com, data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menunjukkan bahwa sepanjang Agustus 2018 hingga 30 November 2021 pihaknya telah menghapus lebih dari 1,5 juta konten negatif di situs internet. Tak hanya itu, penanganan konten negatif juga dilakukan di media sosial, dimana yang paling mendominasi adalah twitter dengan 568.843 konten; diikuti oleh facebook, instagram, dan whatsapp dengan 39.129 konten; google & youtube: 3.249 konten; file sharing: 5.000 konten; telegram: 1.077 konten; michat: 165 konten; tik tok: 210 konten; dan line: 24 konten (Wardani, 2021). Maka dari itu, dakwah perlu dilakukan di media sosial untuk menjangkau lebih banyak kalangan mayarakat. Sehingga masyarakat tidak terpengaruh dengan adanya konten negatif serta mendapatkan pemahaman dan arahan yang benar.

Dari paparan diatas, instagram dapat dijadikan sarana tepat bagi umat Islam untuk menunjang aktivitas dakwah di zaman modern seperti sekarang. Melalui akun instagram, para penggerak dakwah bisa membuat dan menyampaikan pesan atau materi keislaman dalam bentuk gambar. Terdapat

beberapa akun instagram yang memanfaatkan aplikasi ini untuk syiar Islam yang juga telah menarik banyak pengguna instagram. Hal ini terlihat dari cukup banyaknya jumlah *followers* pada beberapa akun dakwah. Pertama, @xkwavers yang berdakwah lewat video dan gambar kartun dengan *audiance* utama adalah para korean wavers. Saat ini jumlah pengikutnya mencapai 78,2 ribu orang. Kedua, akun @\_meme\_dakwah\_islam yang berdakwah dengan meme berupa gambar dan video. Dimana jumlah *followersnya* saat ini adalah 62,1 ribu orang. Ketiga, akun @quotehijrah.id dengan dakwah berupa video yang diisi quote atau kutipan sebagai pengingat diri, motivasi, dan inspirasi. Saat ini jumlah pengikutnya sebanyak 59,2 ribu orang.

Dari beberapa akun yang memanfaatkan instagram untuk berdakwah, penulis memilih akun instagram @sketsadakhah untuk diteliti. Hal ini dikarenakan @sketsadakhah mempunyai jumlah pengikut yang cukup banyak, yaitu mencapai 108 ribu orang. Selain itu, @sketsadakhah juga memiliki keunikan dan ciri khas pada gambar yang diunggahnya. Pesan dakwah di akun tersebut disampaikan melalui gambar yang dibuat dengan teknik *hand drawn* atau goresan tangan, sehingga terkesan tidak kaku dan lebih natural. Di samping itu, walaupun hanya dibuat dengan *smartphone* android tapi gambar yang dihasilkan tidak kalah menarik dengan yang dibuat lewat komputer. Dakwah dengan gambar seperti ini akan lebih diterima khalayak karena menarik untuk dilihat, dibaca, dan dicermati.

Namun demikian, pesan dakwah yang disampaikan lewat komunikasi visual di Instagram tidak serta-merta memberikan pemahaman yang gamblang

terkait isi pesannya. Ada pula pesan dakwah dalam bentuk komunikasi visual yang menimbulkan makna ganda atau multi tafsir yang akhirnya berujung pada kesalahpahaman.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul “Pesan Dakwah pada Akun Instagram @sketsadakhah (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. Fokus penelitian ini adalah mengambil gambar yang dibagikan di akun instagram @sketsadakhah. Kemudian diteliti isi pesan dakwah yang terkandung dalam gambar tersebut menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi, *representant*, *object*, dan *interpretant*.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Pemahaman di masyarakat bahwa kewajiban dakwah hanya tugas orang tertentu.
2. Banyak konten negatif di instagram yang bertentangan dengan nilai Islam.
3. Terdapat perdebatan mengenai cara berdakwah dengan gambar bernyawa.
4. Netizen salah paham dalam memahami pesan dakwah yang di posting akun instagram @sketsadakhah.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini perlu adanya batasan masalah yang akan dikaji. Pembatasan ini dilakukan supaya penelitian lebih terfokus pada masalah. Peneliti fokus pada pembahasan pesan dakwah di postingan akun instagram @sketsadakhah yang berupa gambar dan mengandung pesan dakwah.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah, yaitu bagaimana analisis semiotika Charles Sanders Peirce terhadap pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakhwah ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakhwah berdasarkan struktur semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi, *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dengan melihat tanda dari segi acuannya, yaitu ikon, indeks, dan simbol.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Akademik

- a. Diharapkan dapat memperoleh pengetahuan mengenai penggunaan instagram sebagai media dakwah terkhusus bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- b. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran secara jelas mengenai pesan dakwah yang disampaikan akun instagram @sketsadakhwah.
- b. Meningkatkan ketertarikan bagi pengguna instagram terhadap materi keislaman.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Konsep Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

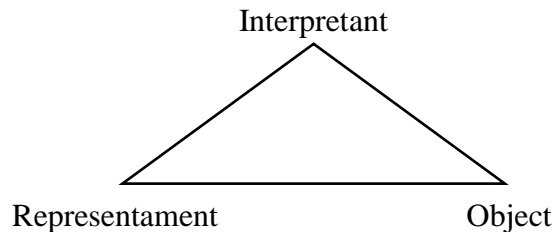
Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semeion* yang artinya tanda atau dari kata *semeiotikos* yang berarti teori tanda. Di samping itu, Paul Colbey dalam (Rusmana, 2014:19-20) menjelaskan pula dasar kata semiotika adalah kata *seme* (Yunani) yang berarti penafsir tanda.

Secara sederhana semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis dalam mengkaji tanda. Sedangkan tanda sendiri adalah perangkat yang dipakai dalam usaha mencari jalan di dunia, yaitu di tengah-tengah manusia dan bersama manusia (Sobur, 2006:15).

Salah satu tokoh *founding father* semiotika adalah Charles Sanders Pierce (1839-1914). Dalam buku serba-serbi semiotika yang ditulis kembali dalam (Rusmana, 2014:107), menjelaskan bahwa semiotika menurut Pierce adalah studi mengenai tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda; cara berfungsi (sintaktik semiotik) dan hubungan antartanda (semantik semiotik); serta mengkaji pengirim dan penerimanya oleh mereka yang menggunakan tanda (pragmatik semiotik). Sehingga menurut Pierce, tanda menjadi sifat yang melekat pada seluruh gejala alam (pansemiotik) dan tidak hanya menjadi otoritas bahasa dan kebudayaan.

Dalam pandangan Pierce terdapat relasi triadik dalam semiotika, yaitu *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dari ketiga relasi tersebut

dapat dipahami bahwa proses pemaknaan tanda bermula dari persepsi atas dasar (*representament*) kemudia dasar (*representament*) tersebut merujuk atau mengacu pada objek, dan akhirnya terjadi proses *interpretant* (Rusmana, 2014:108).



Gambar 1. Struktur Semiotika Charles Sanders Peirce

Melihat dari sisi acuan (tipologi tanda), Peirce memilah tanda menjadi tiga macam, yaitu ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*) (Rusmana, 2014).

- a. Ikon merupakan hubungan *representament* dan *object* yang mempunyai kemiripan atau tiruan tak serupa dengan bentuk objek, misalnya terlihat pada lukisan atau gambar.
- b. Indeks merupakan hubungan *representament* dan *object* yang terjadi karena adanya keterkaitan atau hubungan kausal (sebab-akibat) antara dasar dan objeknya. Misalnya, asap adalah indeks dari api.
- c. Simbol merupakan hubungan antara *representament* dan *object* yang terbentuk karena adanya konvensi (perjanjian) masyarakat. Hubungan yang ditunjukkan bersifat arbitrer. Misalnya lampu rambu lalu lintas dengan tiga warna, di mana masing-masing warna memiliki makna yang berbeda. Warna merah menandakan berhenti atau larangan, warna kuning berarti hati-hati, dan warna hijau artinya jalan terus.

## 2. Konsep Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Pada Majma' al-Lughah al-'Arabiyah yang tertulis dalam (Munir & Ilaihi, 2006:17,19) dijelaskan secara etimologis, bahwa dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, *du'a*, yang berarti menyeru/mengajak, memanggil, permintaan, dan permohonan. Sedangkan secara terminologis, pengertian dakwah dimaknai sebagai ajakan dalam aspek yang positif, yaitu ajakan mengenai kebaikan dan keselamatan dunia akhirat.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa esensi dakwah ialah aktivitas atau upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari keadaan yang tidak baik menuju keadaan yang lebih baik (Munir & Ilaihi, 2006:21).

### b. Unsur-Unsur Dakwah

(Munir & Ilaihi, 2006:19) Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat pada setiap kegiatan atau aktivitas dakwah. Unsur-unsur dakwah meliputi:

#### 1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga (Munir & Ilaihi, 2006:21).

Secara umum kata *da'i* sering disebut dengan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam), akan tetapi sebutan

tersebut konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung melekat istilah tersebut pada orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan saja, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Sedangkan dakwah sendiri mestinya dijalankan oleh semua pengikut Nabi Muhammad dengan bukti nyata. Berbeda dengan bidang ilmu agama tertentu yang membutuhkan keterampilan khusus, maka kewajiban dakwah dibebankan kepada orang-orang tertentu (Munir & Ilaihi, 2006:22).

Da'i atau pendakwah menurut Toto Tasmara dalam (Aziz, 2009:216) jika dilihat dari segi keahlian yang dimiliki, terdiri dari dua macam, yaitu:

- a) Secara umum adalah setiap muslim yang *mukalaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.
- b) Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (*mutakhashish*) di bidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya.

## 2) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah. Maksud manusia disini adalah manusia secara keseluruhan, yaitu yang beragama Islam maupun selain Islam, baik

sebagai individu maupun kelompok. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam. Adapun kepada orang yang telah beragama Islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan (Munir & Ilaihi, 2006:23).

### 3) *Maddah* (Materi) Dakwah

*Maddah* adalah materi atau isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini jelas yang dimaksud *maddah* adalah ajaran Islam (Munir & Ilaihi, 2006:24).

Pesan-pesan dakwah harus disampaikan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi objek dakwah, supaya dakwah dapat diterima dengan baik oleh *mad'u* sesuai karakter dan cara berpikirnya (Amin, 2009:14).

### 4) *Wasilah* (Media) Dakwah

*Wasilah* dakwah adalah media atau alat yang dipakai untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Dalam penyampaian ajaran Islam, *wasilah* yang digunakan bisa beragam. Hamzah Ya'qub dalam (Munir & Ilaihi, 2006:32) membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam sebagai berikut:

- a). Lisan adalah media dakwah dengan suara atau lidah, bisa berupa ceramah, pidato, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lainnya.
- b). Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, koran, spanduk, dan sebagainya.

- c). Lukisan adalah media dakwah lewat gambar dan sejenisnya.
- d). Audiovisual adalah media dakwah yang bisa dilihat, didengar, atau keduanya, seperti televisi, film, video, internet, dan sebagainya.
- e). Akhlak merupakan media dakwah melalui perbuatan nyata sesuai ajaran Islam yang dapat dilihat atau didengar oleh *mad'u* secara langsung.

#### 5) *Thariqah* (Metode) Dakwah

Metode dakwah adalah suatu jalan atau cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah Islam. Ketika menyampaikan pesan dakwah, peran metode ini sangat penting, karena suatu pesan meskipun baik, tapi apabila disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan (Munir & Ilaihi, 2006:33).

Berdasarkan al-qur'an surat An-Nahl ayat 125 (Munir & Ilaihi, 2006:34), secara garis besar metode dakwah terbagi menjadi tiga, yaitu:

- a). *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi dengan fokus pada kemampuan sasaran dakwah, sehingga mereka dengan sukarela menjalankan berbagai ajaran Islam selanjutnya, tidak lagi merasa keberatan atau terpaksa.
- b). *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan rasa kasih sayang dengan menyampaikan ajaran Islam atau memberikan nasihat, sehingga dakwah yang dilakukan bisa menyentuh hati mereka.

c). *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang baik tanpa memberikan tekanan yang berat pada individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah.

#### 6) *Atsar* (Efek) Dakwah

Setiap aktivitas dakwah akan menimbulkan reaksi, yaitu muncul respon atau *feed back* (umpan balik) pada *mad'u* (penerima dakwah). Respon atau *feed back* inilah yang disebut *atsar* (efek) yang muncul setelah adanya materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqoh* tertentu (Munir & Ilaihi, 2006).

Ada dua jenis efek dakwah yang dijelaskan Jalaluddin Rahmat dalam (Munir & Ilaihi, 2006:35). Pertama, efek kognitif yang berhubungan dengan pengetahuan, pemahaman, dan persepsi khalayak, sehingga berpengaruh pada perubahan sikap serta nilai. Kedua efek behavioral yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat dilihat atau diamati, berupa pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

### 3. Konsep Pesan Dakwah

#### a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah menurut Hafi Anshari dalam (Amin, 2009:88) diartikan sebagai materi dakwah yang memuat seluruh ajaran Islam yang terdapat dalam kitabullah dan sunnah Rasul. Pesan ini disampaikan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah (*mad'u*)

## **b. Sumber Pesan Dakwah**

Pada dasarnya, keseluruhan pesan dakwah bersumber dari dua pokok ajaran Islam (Amin, 2009:88-89), yaitu:

### **1. Al-Qur'an**

Al-qur'an didefinisikan oleh sejumlah ulama sebagai kalamullah (ucapan Allah) yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW dan sampai kepada manusia melalui jalan mutawatir, tertulis dalam mushaf, diawali dengan Surat al-Fatihah dan diakhiri dengan Surat an-Nas, serta membacanya dipandang ibadah (Supandi, 2013:5). Dalam menyampaikan pesan dakwah, al-qur'an menjadi sumber utama dan pertama. Sehingga, subjek dakwah harus menguasai al-qur'an, baik dalam membaca maupun penguasaan isi kandungannya.

### **2. Hadis**

Hadis merupakan sumber kedua materi dakwah berupa penjelasan Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasarkan al-qur'an. Penguasaan materi hadis sangat penting karena beberapa ajaran Islam yang bersumber dari al-qur'an diinterpretasikan dalam hadis melalui sabda Nabi. Oleh karena itu, penguasaan materi hadis menjadi salah satu bekal yang harus disiapkan subjek dakwah.

## **c. Jenis Pesan Dakwah**

Secara umum, pesan dakwah Islam dapat diklasifikasikan menjadi tiga pokok (Amin, 2009:90-92), yaitu:



a. Masalah Keimanan (aqidah)

Dalam agama Islam, aqidah merupakan kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang disebut dengan tauhid. Aqidah mencakup masalah-masalah yang erat kaitannya dengan rukun iman, meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada kitab Allah, iman kepada rasulullah, iman kepada hari akhir, dan beriman dengan adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk (qada dan qadar).

b. Masalah Keislaman (Syariah)

Syariah merupakan seluruh hukum dan perundang-undangan yang ada dalam Islam, baik yang menyangkut hubungan antara manusia dengan Tuhan (vertikal) yang disebut ibadah maupun hubungan antara manusia dengan manusia lain (horizontal) yang disebut muamalat.

Aspek yang menyangkut masalah ibadah meliputi penyembahan kepada Allah dengan tidak mempersekutukan-Nya, mengerjakan shalat, membayar zakat, berpuasa, dan menunaikan ibadah haji. Pembahasan ini juga menyangkut hukum Allah (Ishaq, 2016:78) mengenai perkara-perkara yang diharuskan (wajib), dilarang (haram), dianjurkan (sunnah), dibolehkan (mubah), dan makruh (meningalkannya lebih utama).

Sedangkan dalam aspek muamalat menjelaskan mengenai pergaulan hidup antar sesama manusia. Seperti hukum jual beli,

warisan, berumah tangga, bertentangga, kepemimpinan, serta amal baik lainnya. Demikian pula yang berhubungan dengan larangan Allah, misalnya mencuri, membunuh, berzinah, minum minuman keras, dan masalah lain yang menjadi materi dakwah Islam.

c. Masalah Budi Pekerti (Akhlaqul Karimah)

Akhlaq dalam aktivitas dakwah berfungsi sebagai penyempurna keimanan dan keislaman seseorang. Ajaran akhlak atau tingkah laku dimaksudkan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia.

Masalah akhlak menyangkut tata cara menghias diri dalam melakukan hubungan dengan Allah (Ibadah) dan berhubungan dengan sesama manusia maupun sesama makhluk. Pembahasan akhlak sangat luas berkaitan dengan baik buruk, pantas dan tidak pantas, hingga menyangkut rasa terhadap sesama (Ishaq, 2016:80).

#### **4. Konsep Komunikasi Visual**

**a. Pengertian Komunikasi Visual**

komunikasi visual adalah jenis komunikasi yang menggunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi ini merupakan komunikasi dengan bahasa visual, di mana unsur dasar atau kekuatan utama dalam penyampaian pesannya adalah segala hal yang dapat dilihat serta dapat digunakan untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Kursianto, 2009:10).

## **b. Unsur-Unsur Komunikasi Visual**

Setiap komunikasi visual atau yang saat ini lebih dikenal dengan sebutan desain komunikasi visual mengandung satu atau beberapa unsur dasar (Anggraini & Nathalia, 2020:32-40). Unsur dasar tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

### 1) Garis (*Line*)

Garis merupakan unsur dasar dalam membangun sebuah bentuk dengan cara menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin lainnya. Bentuknya dapat berupa garis lengkung (*curve*) atau garis lurus (*straight*). Lebih khusus lagi, garis memiliki beragam bentuk, seperti lurus, melengkung, putus-putus, *zig-zag*, meliuk-liuk, bahkan tidak beraturan. Masing-masing memiliki pencitraan yang berbeda.

Arah garis juga dapat diatur sesuai dengan citra yang ditampilkan. Misalnya, garis lurus horizontal akan membuat segala sesuatu terlihat lebih tenang, formal tapi tetap terlihat profesional. Berbeda dengan garis vertikal yang memperlihatkan kesan keseimbangan, stabil dan elegan. Di sisi lain, garis dapat pula menjadi sebuah fungsi atau pertanda hal-hal tertentu. Pada Desain komunikasi visual, garis dipakai dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca.

## 2) Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah segala sesuatu yang mempunyai diameter, tinggi, dan lebar. Pada umumnya bentuk-bentuk dasar yang dikenal ialah bentuk kotak (*rectangle*), segitiga (*triangle*), lingkaran (*circle*), lonjong (*elips*), dan lainnya. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

### a) Bentuk Geometrik

Bentuk Geometri ialah bentuk yang segala sesuatunya dapat diukur. Misalnya, bentuk kubus, silinder, limas, atau kerucut.

### b) Bentuk Natural

Bentuk natural ialah segala sesuatua yang dapat berubah ukurannya serta dapat bertumbuh dan berkembang. Bentuk yang tergolong dalam kategori natural misalnya bunga, pohon, serta manusia.

### c) Bentuk Abstrak

Bentuk abstrak ialah segala sesuatu yang tidak jelas, kasat mata, dan tidak berdefinisi. Jika dalam seni, dapat berupa bentuk yang tidak sesuai dengan bentuk aslinya.

## 3) Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah corak atau tampilan permukaan suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Pada kenyataannya, tekstur sering dikategorikan sebagai tekstur dari suatu permukaan benda.

Penggunaan tekstur pada desain menjadi nilai tambah daripada sekedar estetik. Dalam desain, tekstur yang umum digunakan adalah tekstur semu, yaitu tekstur yang dibuat secara visual dari suatu bidang. Tekstur banyak dipakai untuk mengatur keseimbangan pada desain.

#### 4) Gelap Terang / Kontras

Kontras merupakan warna yang berlawanan antara satu dengan lainnya, terdapat perbedaan baik dalam segi warna maupun titik fokus. Selain warna, bisa berupa perbedaan antara gelap dan terang. Gelap terang atau kontras dalam desain dapat digunakan sebagai salah satu langkah untuk menonjolkan informasi atau pesan serta bisa menambah kesan dramatis. Dengan mengatur komposisi gelap terang suatu desain, maka nilai keterbacaan, fokus, dan titik berat suatu desain akan lebih jelas dan mudah dipahami.

Warna kontras bisa diperoleh dari warna yang bersebrangan antara warna primer dan warna sekunder. Contohnya, warna merah dengan hijau, kuning dengan ungu, dan biru dengan jingga. Apabila warna terang dipadukan dengan bidang latar yang gelap atau sebaliknya, maka pesan akan mudah terbaca.

#### 5) Ukuran (*Size*)

Ukuran merupakan perbedaan besar kecilnya suatu objek. Unsur ini dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada objek desain yang dibuat. Pemilihan ukuran visual diperlukan

agar dapat diketahui dan diperhatikan bagian mana yang sangat penting, penting, dan kurang penting.

#### 6) Warna (*Color*)

Warna merupakan elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra atau identitas suatu lembaga atau perusahaan. Warna juga dapat digunakan dalam menyampaikan pesan atau membedakan sifat secara jelas. Dalam penggunaan warna, penting diperhatikan bahwa warna pada bidang *background* sangat mempengaruhi warna pada *foreground*, sehingga apabila salah dalam pemilihan warna, hal tersebut akan menghilangkan minat untuk membaca. Di samping itu, warna juga berpengaruh pada kesan yang ingin dibangun, misalnya warna pink memiliki kesan lembut, feminim sehingga cocok untuk wanita. Sedangkan warna biru menggambarkan kesan tangguh, jantan, bersih yang mencerminkan kepribadian lelaki.

Setiap warna memiliki karakter dengan sifat yang berbeda-beda. Berikut adalah arti warna berdasarkan lingkup yang universal:

##### a) Warna Merah

Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrem. Menyimbolkan kekuatan, keberanian, semangat, percaya diri, gairah, agresivitas, dan vitalitas.

b) *Warna Pink*

Warna yang umumnya digemari banyak wanita ini menyiratkan sesuatu yang lembut dan menenangkan, cinta, kasih sayang, feminim.

c) *Warna Biru*

Warna yang berasosiasi dengan alam ini melambangkan keharmonisan, kesetiaan, ketenangan, kepercayaan, sensitif, serta memberi kesan lapang.

d) *Warna Kuning*

Warna yang dapat meningkatkan konsentrasi ini disimbolkan sebagai warna persahabatan, optimisme, harapan, santai, gembira, toleran, menonjol, eksentrik.

e) *Warna Hijau*

Hijau melambangkan alam, kehidupan, dan simbol fertilitas, kesehatan, natural.

f) *Warna Orangen*

Warna yang melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, semangat, kesegaran, keseimbangan, dan energi.

g) *Warna Ungu*

Warna yang menyimbolkan kekayaan, kebangsawanan, dan memberi kesan spiritual, seperti magis, mistis, misterius, serta mampu menarik perhatian.

h) Warna Coklat

Coklat merupakan warna netral yang natural, membumi, hangat dan stabil, menghadirkan kenyamanan, memberi kesan anggun, elegan, dan kesejahteraan.

i) Warna Abu-Abu

Warna ini menyimbolkan kesederhanaan, intelek, millennium, futuristik.

j) Warna Hitam

Warna hitam ialah warna yang kuat dan penuh percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis, dan misterius.

## 5. Konsep Komunikasi Massa

### a. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney dalam (Nurudin, 2015:12), komunikasi massa merupakan sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/banyak disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Massa di sini dapat diartikan sebagai khalayak, *audiance*, penonton, pemirsa, maupun pembaca. Luas dalam pengertian tersebut dimaknai dengan lebih luas dari sekedar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik. Anonim berarti individu penerima pesan tidak saling kenal satu sama lain dan cenderung asing. Sedangkan heterogen berarti pesan dikirim kepada yang berkepentingan, yakni kepada semua orang dari berbagai latar belakang, atribut, status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik



yang berbeda satu dengan yang lain serta bukan penerima pesan yang homogen.

#### **b. Media Komunikasi Massa**

Menurut *Association For Education And Communicatin Thechnologi* (AECT), media adalah segala bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi. Media komunikasi Massa lebih umum disebut dengan media massa. Secara sederhana, media massa merupakan media yang digunakan dalam komunikasi massa (Tamburaka, 2013:39).

Media massa dapat diartikan sebagai alat dalam komunikasi massa yang dapat menyebarkan pesan secara cepat, serempak kepada khalayak yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa yakni menghilangkan hambatan ruang dan waktu, sehingga mampu menyebarkan pesan hampir seketika dengan waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2015:9).

Saat ini media massa dapat dikelompokkan menjadi 3 macam, yaitu:

##### **1) Media Massa Cetak**

Media massa cetak merupakan media massa yang menggunakan media cetak seperti kertas yang di dalamnya memuat teks dan gambar. Contoh media ini adalah surat kabar, majalah, tabloid, buku, dan sejenisnya (Tamburaka, 2013:42).

##### **2) Media Massa Elektronik**

Media Massa elektronik adalah media massa yang mengubah gelombang elektromagnetik menjadi suara (audio) dan gambar (visual) atau keduanya secara bersamaan. Radio dan televisi merupakan kategori dari media ini (Tamburaka, 2013:42).

### 3) Internet

Internet adalah suatu jaringan (*network*) yang menghubungkan setiap komputer atau gawai di seluruh dunia sehingga terbentuklah suatu komunitas maya yang dikenal dengan istilah desa global (*global village*). Internet merupakan media baru yang dapat menyatukan setiap karakteristik dari media lama, baik tulisan, suara, dan gambar hidup. Pengguna internet dapat membaca tulisan lewat *blog* atau *website*, mendengarkan *podcast* atau radio internet, menonton siaran berita melalui *live streaming*, hingga mengunduh suara dan video (Tamburaka, 2013:75,77).

## 6. Konsep *New Media*

### a. Pengertian *New Media*

*New media* merupakan studi tentang sebuah medium komunikasi yang terintegrasi secara luas ke dalam jaringan internet atau media elektronik. Menurut Terry Flew dalam (Syaibani, 2011:6), *new media* ditekankan pada format isi media yang dikombinasikan dalam kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital kemudian disebarluaskan melalui jaringan internet.

Dari istilah *mediamorphosis* yang dikenalkan oleh Roger Fidler mengenai transformasi media komunikasi, dapat dipahami bahwa media baru bukan hanya sekedar media yang baru muncul dalam media komunikasi. Kemunculan media baru berasal dari inovasi media lama yang kurang relevan dengan perkembangan teknologi di masa sekarang (Syaibani, 2011:5).

**b. Jenis *New Media***

Dikutip dari [kompas.com](http://kompas.com) yang melihat tipologi dari Denis McQuail, *new media* dapat diklasifikasikan menjadi lima jenis (Putri, 2022), yaitu sebagai berikut:

1) Media Komunikasi Interpersonal

Jenis *new media* ini mencakup berbagai media yang dapat digunakan untuk komunikasi interpersonal yang bersifat privat atau personal. Sehingga dalam proses penyampaian dan penerimaan pesannya berlangsung secara interaktif.

2) Media Permainan Interaktif

Media baru jenis ini meliputi permainan berbasis komputer, *games*, video, dan perangkat realitas virtual. Inovasi media ini yaitu para pemainnya dapat bermain secara kelompok dan tidak terbatas hanya satu individu saja, sehingga terjadi dinamika interaktivitas serta kepuasan dalam proses bermain.

### 3) Media Pencari Informasi

*New media* yang termasuk kategori ini adalah berbagai media yang dapat dimanfaatkan untuk mencari atau memperoleh informasi. Dengan penggunaan yang baik dan tepat, media pencari informasi dapat menjadi sarana belajar dan menambah pengetahuan baru.

### 4) Media Partisipasi Kolektif

Media baru ini muncul karena pengguna internet yang ingin berbagi dan bertukar informasi, ide, gagasan, pengalaman dan pengembangan relasi personal. Sehingga dapat dikatakan bahwa media ini dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyalurkan pemikiran dan pendapatnya tentang suatu peristiwa, isu, atau permasalahan.

### 5) Substitusi Media Penyiaran

*New media* ini dapat mempermudah pengguna untuk menerima, mengunduh, menonton, mendengar siaran, seperti siaran berita, film, musik, dan lain sebagainya. Masyarakat sangat diuntungkan dengan adanya media ini khususnya dalam mendapatkan informasi lama, atau mencari beragam hiburan yang dengan mudah dapat diakses melalui perangkat teknologi digital, seperti komputer dan *gadget*.

## 7. Konsep Media Sosial

### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri ataupun berinteraksi, berbagi, bekerja sama dan berkomunikasi dengan pengguna lain, hingga terbentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016:11).

### b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial sebagai salah satu *platform* yang hadir di media siber memiliki ciri khusus yang tidak dimiliki jenis media lain. Dalam (Nasrullah, 2016:15-33) karakteristik media sosial adalah sebagai berikut:

#### 1) Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Media sosial dengan karakter jaringan sosial maksudnya adalah jaringan atau internet mampu membangun struktur sosial dalam media sosial. Castells dalam (Nasrullah, 2016:16) menjelaskan jika jaringan yang menghubungkan setiap pengguna (*users*) dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, *gadget*, atau *tablet*. Sehingga dapat dikatakan bahwa karakter media sosial adalah membentuk jaringan antarpengguna, baik mereka saling kenal atau tidak ketika di dunia nyata (*offline*).

## 2) Informasi (*Information*)

Informasi di media sosial menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Pada dasarnya komoditas tersebut diproduksi dan didistribusikan di antara para pengguna itu sendiri. Melalui kegiatan konsumsi ini antara pengguna satu dengan pengguna lain membentuk suatu jaringan yang secara sadar atau tidak menghasilkan institusi masyarakat berjejaring atau *network society*.

Karakter informasi ini juga dapat dilihat melalui media sosial sebagai medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun melalui informasi yang dikodekan (*encoding*) dan disalurkan lewat berbagai perangkat hingga terakses ke pengguna (*decoding*). Sedangkan dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan para pengguna dalam berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet.

## 3) Arsip (*Archive*)

Menurut Carroll & Romano dalam bukunya *Your Digital Afterlife* yang dikutip dalam (Nasrullah, 2016:22-23) menyebutkan bahwa karakter arsip bagi pengguna media sosial artinya informasi yang telah tersimpan dapat diakses kapan saja dan dengan perangkat apa pun.

Dilihat dari kerangka teknologi komunikasi, arsip memberikan perubahan pada cara menghasilkan, mengakses,

sampai menaruh informasi. Informasi yang diproduksi dan dikonsumsi oleh pengguna media sosial menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan dan dapat dibagikan.

#### 4) Interaksi (*Interactivity*)

Terbentuknya jaringan antarpengguna sebagai karakter dasar media sosial tidak hanya digunakan untuk memperluas hubungan pertemanan atau memperbanyak jumlah pengikut (*follower*), akan tetapi harus dibangun melalui interaksi antarpengguna juga, minimal dengan saling melontarkan komentar atau memberikan tanda, seperti tanda jempol 'like' (Nasrullah, 2016:25).

#### 5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Jean Baudrillard dalam karyanya, *Simulations and Simulacra* (1994), menjelaskan gagasannya mengenai simulasi sebagai kesadaran khalayak terhadap yang *real* semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini ditimbulkan oleh imaji yang secara terus-menerus ditampilkan media. Khalayak seolah-olah tidak dapat membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Di benak khalayak, mereka seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi karena tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas (Nasrullah, 2016:28).

#### 6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna atau lebih dikenal dengan *user generated content* (UGC) merupakan term yang menunjukkan

bahwa konten di media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pemilik atau pengguna akun. Lister dalam bukunya *new media* yang dikutip dalam (Nasrullah, 2016:31) menjelaskan bahwa UGC merupakan hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang melibatkan pengguna media sosial untuk ikut berpartisipasi dengan lebih leluasa.

Jenkins dalam (Nasrullah, 2016:31) menyebutkan media sosial sebagai media baru yang menawarkan alat atau perangkat serta teknologi baru yang memungkinkan khalayak (konsumen) untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media, sehingga menjadikan produksi media sebagai *Do-It-Yourself*.

#### 7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Benkler dalam bukunya *In The Social Media Readers* yang ditulis kembali dalam (Nasrullah, 2016:33) menjelaskan bahwa penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter media sosial sebagai medium dalam mendistribusikan atau menyebarkan konten yang telah dihasilkan sehingga pengguna dapat mengembangkan medianya. Praktik ini menunjukkan ciri khas bahwa di media sosial khalayak aktif membagikan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud pengembangan di sini adalah konten yang dibuat mendapatkan *feedback* atau respon dari pengguna media sosial lain, seperti komentar yang berupa opini atau bahkan fakta terbaru.



### c. Jenis-Jenis Media Sosial

Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2016:39-46) membagi media sosial menjadi enam kategori besar, yakni:

#### 1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Jejaring sosial merupakan medium atau sarana yang dimanfaatkan pengguna dalam melakukan interaksi sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari interaksi sosial tersebut, di dunia virtual. Interaksi atau hubungan yang terjadi dapat berupa pesan teks, foto maupun video.

#### 2) Jurnal Online (*Blog*)

*Blog* merupakan media sosial untuk mengunggah aktivitas keseharian penggunanya, saling memberi komentar, berbagi informasi atau tautan web lain, dan masih banyak lainnya. Istilah *blog* diambil dari kata “*weblog*”, yang diperkenalkan pertama kali oleh Jorn Berger pada tahun 1997 yang merujuk pada jurnal pribadi *online*.

#### 3) Jurnal Online Sederhana Microblog (*Microblogging*)

Hampir sama dengan jurnal *online (blog)*, *microblogging* adalah jenis media sosial yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk menulis dan dipublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran *microblogging* merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

#### 4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media atau *media sharing* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, seperti dokumen (*file*), gambar, audio, video, dan sebagainya.

#### 5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda Sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, serta mencari berita atau informasi tertentu secara *online*.

#### 6) Media Konten Bersama atau Wiki

Disebut media konten bersama karena media sosial ini merupakan situs yang hasil kontennya diperoleh dari kerja sama atau kolaborasi para penggunaannya. Mirip dengan ensiklopedia atau kamus, *wiki* menyediakan pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan dari suatu kata.

### 8. Konsep Instagram

#### a. Pengertian Instagram

Instagram (IG) merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Wikipedia, n.d.).

Nama instagram berasal dari kata instant dan telegram. Nama ini dipilih berdasarkan semangat aplikasi tersebut, yaitu merekam sesuatu dalam hidup pengguna yang dikombinasikan dengan aspek “*right here*

*right now*". Pemilihan nama ini juga dianggap lebih familiar dan mudah dieja oleh semua orang. Di samping juga erat hubungannya dengan kamera (Atmoko, 2012:7-8).

#### **b. Sejarah Instagram**

Instagram lahir pada 6 Oktober 2010 sebagai aplikasi *photo sharing revolutioner* melalui *startup* Burbn. Aplikasi ini dikenalkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada awalnya Kevin membangun sebuah prototipe bernama Burbn dan mengembangkannya secara solo. Kemudian Mike ikut bergabung dan akhirnya menjadikan Burbn sebagai aplikasi mobile berbasis HTML5. Namun karena banyaknya fitur pada Burbn yang membuat berantakan, mereka berdua akhirnya memutuskan untuk mempertahankan fitur kapabilitas foto, komentar, dan like. Keputusan ini dibuat karena melihat tren pengguna Burbn yang lebih banyak memanfaatkan fitur berbagi foto dibanding fitur lain (Atmoko, 2012:3-7).

Kevin dan Mike selanjutnya mencari nama baru yang dianggap lebih familiar dibanding nama Burbn. Nama ini disesuaikan dengan semangat aplikasi tersebut dan bisa memudahkan semua orang untuk mengingatnya. Dengan ide merekam sesuatu dalam hidup pengguna yang dikombinasikan dengan aspek "*right here right now*", akhirnya dipilih nama instagram dari kata instant dan telegram. Selama 8 minggu, Kevin dan Mike bekerja keras mentransformasikan Burbn menjadi Instagram (IG). Mereka menganalisis kelebihan dan kekurangan pada

semua layanan *photo sharing* dan mengembangkan aplikasi tersebut dengan menambahkan beberapa fitur (Atmoko, 2012:7-8).

Instagram resmi berada di platform iOS dan terdaftar di App Store pada 6 Oktober 2010. Di hari pertama peluncurannya, Instagram berhasil menjaring 25 ribu pengguna dan dalam waktu satu minggu sudah mencapai 100 ribu orang. Instagram terus mengalami peningkatan jumlah pengguna dan sempat menjadi *trending topic* di Twitter dalam waktu yang cukup lama. Selama lebih dari setahun berada di platform iOS, Instagram beberapa kali mendapat apresiasi dari App Store, seperti masuk dalam *featured apps*, *top free apps* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah penghargaan sebagai *App of The Year* 2011 (Atmoko, 2012:11-13).

Seiring berjalannya waktu dan melihat perkembangan Instagram yang cukup pesat sebagai layanan *photo sharing*, Kevin akhirnya memutuskan untuk masuk ke platform Android buatan Google. Hal ini dilakukan untuk menjangkau lebih banyak pengguna di seluruh dunia. Setelah peluncurannya di Android pada 3 April 2012, pengguna Instagram yang sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam tempo 12 jam dan terus meningkat secara signifikan. Namun hanya berselang 9 hari setelah viral di Android tepatnya tanggal 12 April 2012, kehebohan baru terjadi karena Instagram telah diakuisisi Facebook dengan nilai mencapai USD 1 miliar dalam bentuk uang tunai dan saham (Atmoko, 2012:14-15).

### c. Fitur Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur utama yang bisa dipakai oleh penggunanya (Instagram, n.d.). Dikutip dari info center instagram, fitur tersebut antara lain adalah:

#### 1. *Reels*

*Reels* merupakan fitur terbaru dari instagram di tahun 2021. Fitur ini digunakan untuk membuat video multi-klip hingga 30 detik yang kemudia dibagikan kepada teman atau siapa pun di instagram. Pengguna instagram juga dapat mengkreasikan video dengan teks, filter, dan audio. Selain itu, *reels* juga memungkinkan pengguna membuat transisi video yang mulus dengan *align* untuk menyejajarkan objek di antara klip, mengkolaborasikan video pribadi dengan video lain di instagram dengan *me-remix reels*, serta melihat dan menjelajahi *reels* di profil seseorang.

#### 2. *Stories*

*Stories* atau cerita adalah cara cepat untuk berbagi momen dan pengalaman baik berupa foto maupun video. Setiap *stories* atau cerita memiliki batas waktu untuk ditampilkan, yaitu hanya berlangsung selama 24 jam, setelah itu *stories* akan hilang secara otomatis. Fitur ini dilengkapi dengan ikon teks, musik, stiker, dan GIF untuk menambah kesan hidup pada *stories*. Selain itu, terdapat efek kamera, seperti *boomerang* dan *superzoom*, fitur interaktif,

seperti stiker pertanyaan, serta sorotan yang digunakan untuk menyimpan cerita di postingan profil.

### 3. *Messenger*

Pengguna Instagram bisa mengirimkan *direct message* atau DM berupa foto, video, dan pesan secara pribadi kepada teman di *Messenger*. Fitur ini dilengkapi dengan efek dan teks. Pengguna juga dapat mengirim postingan atau terhubung di obrolan video. Di samping itu, pengguna juga bisa mengirimkan pesan yang hanya berlangsung sesaat dengan mengaktifkan mode lenyap, pesan dan foto akan hilang setelah dilihat atau saat pengguna menutup obrolan.

### 4. *Shopping*

Ada banyak cara untuk berbelanja di Instagram, mulai dari mengetuk *tag* produk dan menyimpan *item* di daftar keinginan hingga membeli langsung dengan *checkout*, semua disediakan pada fitur layanan *shopping*.

### 5. *Search & Explore*

Fitur *search* memudahkan pengguna untuk mencari foto, video, akun, dan hal menarik lain yang ingin dilihat. Caranya dengan menuliskan kata kunci dari topik yang ingin dicari. Sedangkan *explore* merupakan tampilan dari konten populer yang paling banyak disukai atau mendapat *like* dari pengguna Instagram.

Fitur ini dapat dimanfaatkan untuk menemukan banyak hal menarik yang diminati dan disukai.

## 6. *Home Page*

*Home Page* adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di Komputer (Sidiq, 2017).

## 7. Profil

Profil pengguna adalah bagian untuk mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui *ikon* kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following* (Sidiq, 2017).

## **B. Kajian Pustaka**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan perbandingan terhadap penelitian yang dilakukan, baik berupa jurnal, skripsi, maupun tesis. Adapun skripsi dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Skripsi berjudul “*Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*”, tahun 2020. Skripsi tersebut merupakan karya Siti Nur Alqairiyah, Mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dalam skripsi tersebut membahas mengenai makna pesan

dakwah pada desain komunikasi visual akun instagram @sketsadakwahh yang disajikan menggunakan teori analisis semiotika model Roland Barthes, sehingga diketahui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Penelitian tersebut merupakan penelitian dengan analisis kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terletak pada teori dan metode yang digunakan. Pada penelitian terdahulu terdapat teori desain komunikasi visual dan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan penelitian ini tidak menerapkan teori desain komunikasi visual dan metode yang digunakan adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk persamaannya, yaitu sama-sama mencari dan menjabarkan pesan dakwah dari akun instagram @sketsadakwahh (Nur Alqoiriyah, 2020).

2. Skripsi berjudul “*Pesan Dakwah Visual pada Kalangan Millennial Melalui Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Teori Semiotika Roland Barthes)*”, tahun 2022. Skripsi tersebut ditulis oleh Nur Aminah Munthe, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sjech Djambek Bukittinggi. Tujuan penelitian tersebut, yaitu untuk mengetahui pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahh dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan pada penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis dapat dilihat pada metode analisis yang digunakan. Di mana dalam penelitian terdahulu menggunakan metode analisis



semiotika dari Roland Barthes sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Untuk letak persamaannya dapat dilihat bahwa keduanya sama-sama mencari dan menguraikan pesan dakwah di akun instagram @sketsadakhah (Aminah Munthe, 2022).

3. Skripsi berjudul “*Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Peruasif pada Kartun Instagram @xkwavers)*”, tahun 2021. Skripsi tersebut merupakan karya Dwi Askinita, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Penelitian tersebut membahas mengenai makna dakwah dan elemen komunikasi visual pada akun instagram @xkwavers yang diuraikan menggunakan analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce. Selain itu dijelaskan juga tentang prinsip-prinsip dakwah persuasif dengan melihat *caption*-nya. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terletak pada objek penelitian dan pembahasannya. Di mana dalam penelitian terdahulu objeknya adalah gambar di akun instagram @xkwavers dan membahas mengenai makna dakwah yang dikaitkan dengan elemen komunikasi visual serta prinsip dakwah persuasif. Sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah gambar di akun instagram @sketsadakhah dan menjabarkan tentang pesan dakwah. Untuk persamaannya terlihat pada metode yang digunakan, yaitu sama-sama menerapkan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce (Askinta, 2021).

4. Skripsi berjudul “*Pesan Dakwah dalam Film Air Mata Surga (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*”, tahun 2020. Skripsi tersebut disusun oleh Henny Ayu Purwanda, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Penelitian tersebut mengkaji tentang pesan dakwah syariah dalam film Air Mata Surga dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Jenis penelitian tersebut adalah kualitatif dengan metode deskriptif analisis semiotika Charles Sanders Pierce yang khusus menelaah mengenai representant, objek, dan interpretant. Letak perbedaan antara penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis dapat dilihat dari objek penelitian dan pesan dakwah yang dikaji. Objek penelitian terdahulu adalah *scene* film Air Mata Surga dan membahas tentang pesan dakwah syariah. Sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah unggahan akun instagram @sketsadakwahh dan mengkaji tentang pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlak. Untuk persamaan keduanya, yaitu sama-sama menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce (Ayu Purwanda, 2020).
5. Skripsi berjudul “*Pesan Dakwah dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*”, tahun 2020. Skripsi tersebut disusun oleh Yunita Aris Melia, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian tersebut membahas mengenai makna pesan dakwah pada poster akun instagram

@bukumojok yang diuraikan melalui analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis bisa dilihat dari objek dan metode analisisnya. Pada penelitian terdahulu objek kajiannya adalah poster @bukumojok yang diteliti menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Sedangkan penelitian ini objeknya adalah poster @sketsadakwahh yang diteliti menggunakan analisis smiotika Charles Sanders Peirce. Untuk persamaannya, yaitu keduanya sama-sama menguraikan tentang pesan dakwah (Aris Melia, 2020).

6. Skripsi berjudul "*Dakwah di Instagram (Analisis Wacana Teun A Van Dijk pada Akun @NUNUZOO*", tahun 2019 yang disusun oleh Mufid Anshori, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dakwah di instagram melalui wacana dari video yang diposting akun @nunuzoo, dimana model dakwah yang ditawarkan adalah model dakwah komedi dan tema utama video yang diposting adalah mengenai pacaran. Dalam penelitian tersebut Mufidz Anshori menggunakan teknik analisis wacana kritis Teun A Van Dijk. Bentuk perbedaan antara penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis ialah pada objek penelitian dan metode analisis yang digunakan. Objek dari penelitian terdahulu adalah video yang diposting pada akun @nunuzoo dengan menerapkan metode analisis wacana Teun A Van Dijk. Sedangkan

pada penelitian yang penulis lakukan objeknya berupa poster yang diposting di akun @sketsadakhah dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk letak persamaannya, keduanya sama-sama menggali mengenai pesan dakwah pada akun yang diteliti serta menggunakan jenis media sosial instagram (Anshori, 2019).

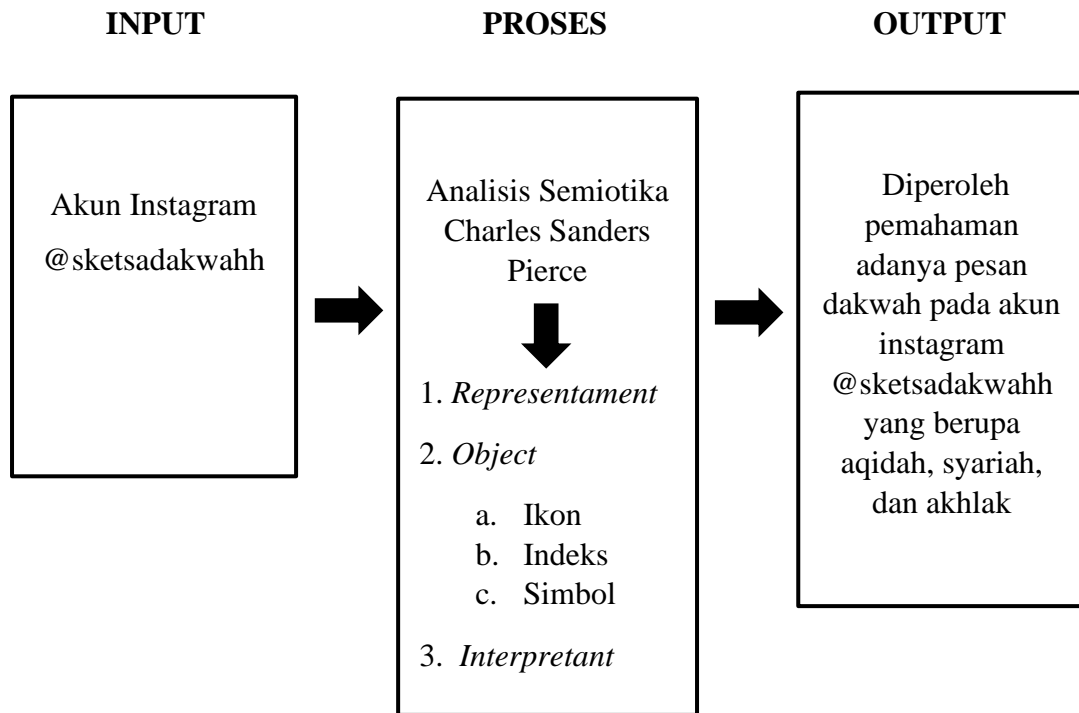
7. Skripsi berjudul “*Nilai-Nilai Dakwah pada Akun Instagram @Rumayshocom (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*”, tahun 2022. Skripsi tersebut ditulis oleh Mia Endika Rahma, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam akun instagram @Rumayshocom periode Januari-September 2021 dengan menggunakan analisis isi Philipp Mayring. Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada objek penelitian dan metode analisis yang digunakan. Dalam penelitian terdahulu objek penelitiannya berupa postingan @Rumayshocom yang diteliti menggunakan analisis isi Philipp Mayring. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah postingan @sketsadakhah yang diteliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk letak persamaannya, yaitu sama-sama memaparkan mengenai nilai atau pesan dakwah (Endika Rahma, 2022).

8. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKRI) volume 2, no 1 berjudul “*Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @iqomic Januari-Maret 2021*” yang terbit pada bulan Juli 2022. Jurnal tersebut disusun oleh Indah Siti Nurazizah dan Nia Kurniati. Tujuan penelitian tersebut adalah menguraikan pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlak pada postingan akun instagram @iqomic periode Januari-Maret 2021 dengan metode analisis isi Klaus Krippendorff. Jenis penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif. Bentuk perbedaan antara penelitian tersebut dengan yang dilakukan penulis terlihat pada objek dan metode penelitiannya. Pada penelitian terdahulu objeknya adalah postingan @iqomic yang diteliti menggunakan metode analisis isi Klaus Krippendorff. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah postingan @sketsadakwahh yang diteliti menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Untuk persamaan keduanya, yaitu sama-sama mencari dan menguraikan pesan dakwah pada objek penelitiannya (Nurazizah, 2022).

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir dimaksudkan untuk memberikan garis besar tentang struktur pembahasan masalah sehingga mudah dipahami. Fokus penelitian ini adalah penguraian pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahh melalui analisis semiotika Charles Sanders Pierce, dengan kerangka berpikir sebagai berikut:

Tabel 1. Kerangka Berpikir



Dari kerangka berpikir di atas dapat diketahui bahwa input dari penelitian ini adalah akun instagram @sketsadakhwahh. Kemudian untuk mencari pesan dakwah, dilakukan melalui proses Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce melalui hubungan triadik semiotika antara *representament*, *object*, dan *interpretant*. Hingga diperoleh output pesan dakwah yang berupa pesan aqidah, pesan syariah, dan pesan akhlak di akun instagram @sketsadakhwahh.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi atau pengamatan di media sosial instagram. Objek yang dikaji berupa postingan pada akun instagram @sketsadakhwahh berupa gambar yang mengandung pesan dakwah.

Waktu yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Tahap Persiapan Penelitian
  - a. Pra-penelitian : September 2020
  - b. Pengajuan judul : Oktober 2020
  - c. Penyusunan dan pengajuan proposal : April - November 2022
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Pengamatan dan pengumpulan data : Desember-Januari 2022
  - b. Analisis data : Februari 2023
3. Tahap penyusunan laporan : Maret 2023

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan subjektif. Pendekatan ini membahas bagaimana perilaku manusia dibangun melalui pemikiran dan perasaan dengan berlandaskan unsur yang tidak dapat diindera. Kepercayaan, keinginan, niat, maksud, dan tujuan yang dimiliki manusia tidak dapat diverbalkan secara menyeluruh (Hikmat, 2011:32).

Metode penelitian ini ialah deskriptif kualitatif yang mana akan menghasilkan pendeskripsian yang tajam dan mendalam. Menurut Soeharto

dalam (Hikmat, 2011:30) metode penelitian adalah cara atau strategi yang dipakai untuk menemukan dan memperoleh data.

Untuk mencari pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahh, penelitian ini menggunakan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Dengan analisis semiotika dapat diketahui makna dari sebuah tanda. Pengkajian objek penelitian ini dilakukan dengan struktur semiotika yang dikenalkan Charles Sanders Peirce dengan melihat hubungan antara *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dimana tanda disini dipilih dari segi acuannya yang meliputi, ikon, indeks, dan simbol.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Pada penelitian ini yang menjadi subjek adalah akun instagram @sketsadakwahh. Sedangkan objek dari penelitian ini, yaitu postingan gambar @sketsadakwahh pada bulan September 2021-September 2022. Objek penelitian tersebut kemudian diamati dan dipilih berdasarkan jenis kontennya. Akun instagram @sketsadakwahh sendiri memposting konten yang berupa gambar dan video dengan beragam informasi, seperti tutorial, promosi, dan materi pesan dakwah. Dalam penelitian ini yang diteliti yaitu gambar yang memuat pesan dakwah dan dipilih secara *random*, kemudian dianalisis menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce.

### **D. Sumber Data**

Sumber data merupakan data maupun informasi yang digunakan dalam proses penelitian, sehingga persoalan yang dibahas bisa menemui jalan terang. Sumber data yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



### 1. Data Primer

Data primer merupakan data utama dalam pembahasan masalah penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini adalah postingan akun instagram @sketsadakwahh yang berupa gambar yang memuat pesan dakwah.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang berasal dari studi kepustakaan yang sifatnya melengkapi data primer. Data ini diperoleh melalui dokumen, buku, jurnal, hasil studi, hasil survey, situs internet, dan sumber bacaan lain yang relevan dengan tema penelitian. Selain itu data sekunder pada penelitian ini juga berupa wawancara terhadap admin atau pengelola akun, yaitu Muhammad Liwaus Shidqy. Wawancara dilakuka secara daring melauli *whatsapp*

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2016:145) observasi merupakan suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Terdapat dua proses penting dalam obsersasi, yaitu pengamatan dan ingatan.

Proses observasi pada penelitian ini ialah mengamati postingan gambar pada akun instagram @sketsadakwahh mulai bulan September 2021-September 2022, kemudian memilih 7 gambar yang mengandung

pesan dakwah. Gambar yang sudah dipilih kemudian dianalisis menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce untuk diketahui isi pesan dakwah yang terkandung didalamnya.

## 2. Dokumen

Sugiyono (2016: 240) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, baik berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan dokumen diperoleh melalui buku, jurnal, skripsi, internet, maupun bahan tertulis lainnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh yang selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis (Sugiyono, 2016:244-245).

Sedangkan Noeng Muhadjir dalam (Rijali, 2018:84) menjelaskan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai

temuan bagi orang lain. Sedangkang untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.”

Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2016:246) menjelaskan bahwa kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga tuntas, sampai datanya jenuh. Analisis data dilakukan dengan beberapa aktivitas sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti membuat rangkuman, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, atau mencari data tersebut bila diperlukan (Sugiyono, 2016:247).

Reduksi data juga diartikan sebagai proses pemilahan, pemusatan perhatian dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul (Rijali, 2018:83,91).

Penelitian ini diawali dengan menentukan objek penelitian, yaitu postingan @sketsadakhwahh pada periode September 2021-September 2022 yang berjumlah 54 postingan. Kemudian dari periode waktu tersebut dipilih 7 postingan secara acak dengan beberapa kategori, yaitu postingan berupa

gambar yang memuat pesan dakwah, postingan bukan hasil dari kolaborasi dengan akun lain, serta tidak menyertakan promosi.

## 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data adalah kegiatan menyusun sekumpulan informasi, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga apa yang sedang terjadi dapat dilihat dengan mudah untuk diambil kesimpulan atau melakukan analisis kembali (Rijali, 2018:94).

Data yang telah dipilih melalui reduksi data kemudian dianalisis menggunakan struktur semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu *representament*, *object*, dan *interpretant*. Dengan acuan tanda berupa ikon, indeks, dan simbol. Hasil analisis tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk teks naratif.

## 3. *Conclusion Drawing/Verificaton* (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi)

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama melakukan pengamatan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti sesuatu yang diamati, mencatat keterangan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. (Rijali, 2018:94).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap namun setelah diteliti menjadi jelas dan pasti. Kesimpulan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2016:253).

Kesimpulan diperoleh dari postingan @sketsadakwa yang telah dianalisis dan diinterpretasikan, sehingga diketahui pesan Aqidah, syariah, dan akhlak.

#### **G. Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data diperlukan untuk memperoleh derajat kepercayaan (kredibilitas), yaitu melihat seberapa jauh kebenaran antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan beragam cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2016:273).

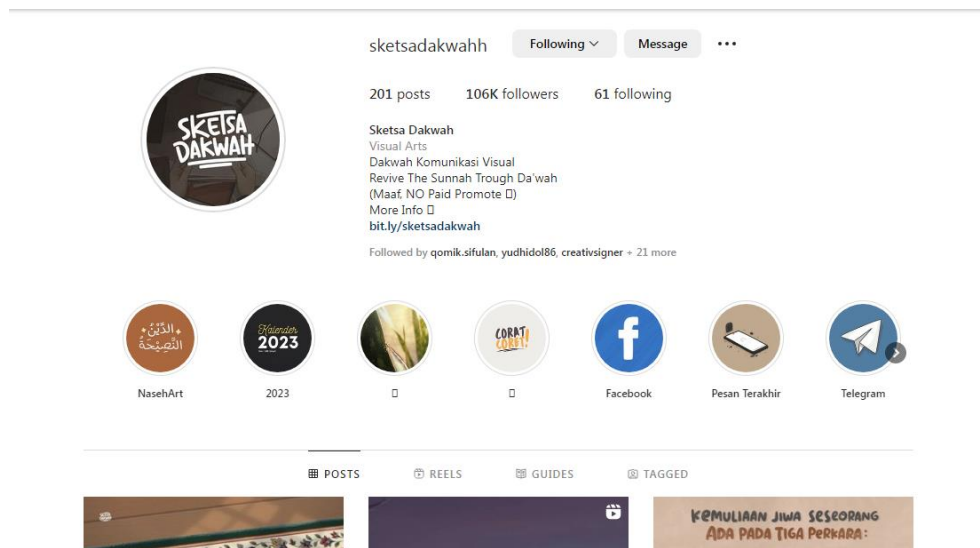
Pada penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah jenis triangulasi dengan sumber yang dimaksudkan untuk membandingkan atau mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi melalui alat dan waktu yang berbeda (Moleong, 2017:331).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Akun Instagram @sketdadakwahn

##### 1. Sejarah Akun Instagram @sketsasadakwahn



Gambar 2. *Screenshot* Halaman Profil Instagram @sketsasadakwahn  
Sumber: Instagram @sketsasadakwahn diakses tanggal 17 Maret 2023

Akun instagram @sketsasadakwahn merupakan akun dakwah yang digagas oleh Muhammad Liwaus Shidqy pada tanggal 6 Juni 2019. Terbentuknya @sketsasadakwahn bermula dari kekaguman Shidqy terhadap komik-komik bertemakan Islam serta akun-akun di instagram yang mengemas dakwah dengan tampilan visual menarik. Setiap melihat poster dakwah dengan desain yang menurutnya menarik, ia selalu berpikir dan berkeinginan untuk membuat hal serupa.

Shidqy juga berharap supaya keterampilan dan kemampuan yang dimilikinya bisa bernilai pahala dan mampu menjadi wasilah bagi orang lain

untuk mendapatkan hidayah. Ia ingin kemampuannya tersebut tidak hanya berorientasi pada dunia saja namun bernilai untuk akhirat juga. Sebab sebagai seorang muslim, ia yakin bahwa apa pun yang dihasilkan seseorang baik atau buruk, semuanya pasti akan dimintai pertanggungjawaban kelak di akhirat. Sehingga, apabila ilmu yang ia pelajari dan keterampilan yang dimilikinya tidak digunakan untuk menyebarkan agama Islam, ia merasa sangat rugi. Dari sinilah keinginan untuk membuat akun dakwah semakin kuat. Keinginan tersebut muncul tahun 2016, saat ia menempuh kuliah di jurusan Pendidikan Seni Rupa semester V.

Akan tetapi keinginan Shidqy dalam membuat akun dakwah belum bisa diwujudkan saat itu juga. Hal ini dikarenakan belum adanya pengetahuan dan informasi yang cukup terkait pembuatan akun dakwah di instagram. Selain itu, ia juga masih disibukkan dengan banyaknya tugas kuliah yang menyita waktu serta hal-hal lain yang membuat kondisinya tak menentu. Hingga akhirnya, keinginan tersebut menjadi harapan jangka panjang yang suatu hari ingin ia wujudkan.

Selama menempuh perkuliahan, Shidqy terus mengasah kemampuan dalam bidang desain, seni, dan visual. Disamping itu, ia berusaha menggali sebanyak mungkin informasi untuk mempersiapkan pembuatan akun dakwah sendiri.

Dalam mewujudkan harapannya, Shidqy tidak sendiri. Ia dibantu dan didukung adiknya, Evin Alvan yang juga memiliki keterampilan dan tujuan yang sama. Mereka lalu bersama-sama merencanakan dan

mengonsep kembali pembuatan akun dakwah yang sudah diimpikan sejak dulu. Sampai akhirnya, pada tanggal 6 Juni 2019 @sketsadakwahh resmi dibuat.

Pemilihan nama instagram “Sketsa Dakwah” dengan *user name* @sketsadakwahh mempertimbangkan dua hal. Pertama, tujuan dibentuknya @sketsadakwahh adalah untuk menyebarkan agama Islam dan berdakwah dengan landasan al-qur’an dan as-sunnah. Dimana materinya akan diolah dan ditampilkan dalam bentuk karya dan bahasa yang mudah dipahami semua kalangan, khususnya bagi anak muda. Kedua, istilah sketsa dipilih untuk mendiskripsikan gaya atau penyampaian visual yang berupa sketsa dalam bentuk gambar ilustrasi atau kartun sebagai ciri khasnya.



Gambar 3. Logo Akun Instagram @sketsadakwahh  
Sumber: Telegram Sketsa Dakwah

Akun instagram @sketsadakwahh memiliki *tagline* “*Revive the Sunnah Through Dakwah*” atau jika diartikan berarti “Menghidupkan Sunnah Melalui Dakwah”. Ungkapan tersebut memiliki makna untuk mengajak orang-orang supaya menghidupkan sunnah atau ajaran Nabi



Muhammad SAW dalam setiap aspek kehidupan. Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya umat Islam yang mengaku cinta nabi namun enggan mengamalkan ajaran Rasulullah SAW. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang menarik melalui media-media sosial untuk memahamkan umat akan pentingnya menghidupkan sunnah.

Selain itu, ada pula istilah “Dakwah Komunikasi Visual” yang disertakan dalam *bio* instagram @sketsadakwahh. Maknanya adalah penyampaian dakwah dilakukan melalui media visual secara komunikatif dengan harapan bisa diterima oleh seluruh kalangan usia.

Saat ini akun instagram @sketsadakwahh dikelola oleh dua admin, yaitu Muhammad Liwaus Shidqy yang bertugas sebagai ilustrator atau pembuat ilustrasi dan Evin Alvan sebagai pembuat materi atau penyedia konten. Sedangkan untuk kegiatan lain, seperti membalas *direct message* (DM), membalas komentar, mengatur promosi, dan hal lainnya dilakukan bersama-sama secara bergantian.

Hingga Mei 2023, jumlah pengikut akun instagram @sketsadakwahh mencapai sekitar 108 ribu orang dengan postingan gambar dan video berjumlah 208 postingan. Dimana postingan pertama berupa gambar yang di unggah pada bulan Agustus 2019.

## **2. Visi dan Misi Akun Instagram @sketsadakwahh**

### **a. Visi**

Menjadi *platform* dakwah yang menginspirasi umat untuk menghidupkan sunnah.

b. Misi

- 1) Menyampaikan dakwah dengan cara yang menarik dan dengan bahasa yang mudah dipahami, khususnya anak muda.
- 2) Mengajak orang-orang untuk ikut mengambil peran dalam berdakwah dengan *skill* atau keterampilan yang mereka miliki.
- 3) Mengajak orang-orang untuk memanfaatkan sosial media sebagai ladang amal dan dakwah, bukan sekedar untuk hiburan semata.
- 4) Berbagi pengetahuan tentang cara membuat konten dakwah yang menarik melalui grub diskusi, tanya jawab, dan tutorial.
- 5) Mengajak orang-orang untuk terus menumbuhkan kecintaannya terhadap Islam melalui konten-konten yang dibuat.
- 6) Berusaha untuk selalu menyajikan konten yang berkualitas, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat lebih mengena.
- 7) Membuat konten secara berkala dan terus menerus sepanjang hayat.

**B. Penyajian Data**

Dalam penelitian ini, postingan akun instagram @sketsadakhah yang diteliti berupa gambar yang memuat pesan dakwah. Terdapat 7 postingan gambar sebagai fokus penelitian ini yang diambil dari akun instagram @sketsadakhah antara bulan September 2021-September 2022. Dimana 7 postingan gambar tersebut selanjutnya disajikan menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk diuraikan struktur pembangunnya, yaitu *representant*, *object*, dan *interpretant*. Dengan acuan tanda berupa ikon, indeks, dan simbol. Sehingga diketahui jenis pesan dakwahnya. Secara

umum postingan akun instagram @sketsadakwahh pada bulan September 2021-September 2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Postingan Gambar Akun Instagram @sketsadakwahh sepanjang bulan September 2021-September 2022**

No	Bulan	Tema	Keterangan	Jumlah
1	September			
	4/09/21	a. Hari Lahir dan Hari Akhir	a. 3 <i>slide</i> gambar	5
	7/09/21	b. Tingkatan Interaksi Al-Qur'an	b. 1 <i>slide</i> gambar	
	14/09/21	c. Foto <i>Selfie</i> dan Rasa Malu	c. 3 <i>slide</i> gambar	
	22/09/21	d. Wujud Syukur dan Sabar	d. 1 <i>slide</i> gambar	
	26/09/21	e. Menyikapi Suka dan Duka	e. 1 <i>slide</i> gambar	
2	Oktober			
	5/10/21	a. Memilih Teman Dekat	a. 3 <i>slide</i> gambar	4
	9/10/21	b. Keinginan Manusia dan Keinginan Allah	b. 6 <i>slide</i> gambar	
	21/10/21	c. Level Hijrah	c. 6 <i>slide</i> gambar	
	28/10/21	d. Sunnah Hari Jum'at (Membaca Al-Kahfi)	d. 2 <i>slide</i> gambar	
3	November			
	1/11/21	a. Promosi Kalender	a. 4 <i>slide</i> gambar	7
	3/11/21	b. 4 Hal Penghambat Rezeki	b. 2 <i>slide</i> gambar	
	5/11/21	c. 4 Hal Pelancar Rezeki	c. 2 <i>slide</i> gambar	
	8/11/21	d. Nasehat Emas Imam Asy-Syafi'i	d. 2 <i>slide</i> gambar	
	14/11/21	e. Ekspektasi dan Realita	e. 2 <i>slide</i> gambar	
	21/11/21	f. Hal yang Paling Dekat dengan Manusia	f. 8 <i>slide</i> gambar	
	26/11/21	g. Umur dan Amal	g. 1 video	



4	Desember 1/12/21 2/12/21 18/12/21 25/12/21	a. Kondisi Hati dengan Al-Qur'an b. Shalawat di Hari Jum'at c. How to Make Konten Dakwah d. Kapan Mau Hijrah?	a. 3 <i>slide</i> gambar b. 7 <i>slide</i> gambar c. 10 <i>slide</i> gambar d. 1 <i>slide</i> gambar	4
5	Januari 1/01/22 7/01/22 30/01/22	a. Keep Up the Sunnah b. Menjaga Ilmu c. Do'a Nabi Musa	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar c. 2 <i>slide</i> gambar	3
6	Februari 3/02/22 16/02/22 22/02/22 26/02/22	a. <i>Problem dan Solution</i> b. Nikmat Ilmu c. Masa Lalu dan Masa Depan d. Lalai Terhadap Shalat	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar c. 1 <i>slide</i> gambar d. 3 <i>slide</i> gambar	4
7	Maret 4/03/22 5/03/22 14/03/22 18/03/22 24/03/22 26/03/22 30/03/22	a. Bersyukur Atas Rezeki b. <i>Upgrade</i> Amal Kebaikan di Bulan Sya'ban c. Persiapan Bulan Ramadhan d. Hidayah Allah e. Al-Qur'an adalah Dzikir f. Petunjuk Saat Tersesat g. Ganti Musik dengan Al-Qur'an	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 2 <i>slide</i> gambar c. 4 <i>slide</i> gambar d. 1 <i>slide</i> gambar e. 4 <i>slide</i> gambar f. 3 <i>slide</i> gambar g. 5 <i>slide</i> gambar	7
8	April 4/04/22 14/04/22 19/04/22 22/04/22 25/04/22	a. Menjaga Rakaat Shalat b. Sedekah di Bulan Ramadhan c. Panduan Tanda Waqaf d. Sedekah Qur'an e. Murotal Al-Qur'an (Kewajiban Berpuasa)	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 2 <i>slide</i> gambar c. 9 <i>slide</i> gambar d. 2 <i>slide</i> gambar e. 1 video	6



	29/04/22	f. Manusia yang Paling Bahagia	f. 3 <i>slide</i> gambar	
9	Mei 6/05/22 21/05/22 27/05/22	a. Fase Menghadapi Ramadhan b. Kesulitan dan Kemudahan c. Senyum adalah Sedekah	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar c. 1 <i>slide</i> gambar	3
10	Juni 8/06/22 13/06/22	a. Berjuang b. Belajar dari Kematian	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar	2
11	Juli 10/07/22 16/07/22 27/07/22 31/07/22	a. Selamat Idul Adha b. Bekal Pengetahuan Dunia dan Akhirat c. Antara Mencari Dunia dan Menggapai Akhirat d. Jadwal Puasa Sunnah Bulan Muharram 1444H	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar c. 1 <i>slide</i> gambar d. 1 <i>slide</i> gambar	4
12	Agustus 11/08/22 18/08/22 22/08/22	a. Rasa Malu Seorang Muslimah b. <i>Outfit</i> Muslimah Saat Keluar Rumah c. Ibu adalah Madrasah Anak	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 1 <i>slide</i> gambar c. 1 <i>slide</i> gambar	3
13	September 3/09/22 16/09/22	a. Ulangtahun dan Kematian b. Ekspektasi dan Realita Perjalanan Hidup	a. 1 <i>slide</i> gambar b. 2 <i>slide</i> gambar	2
<b>Jumlah Seluruh Postingan</b>				<b>54</b>

Sedangkan tabel berikut ini merupakan penyajian data dari gambar yang diposting akun instagram @sketsadakhwahh yang dianalisis menggunakan struktur semiotika milik Charles Sanders Peirce.


**Tabel 3. Postingan Gambar Akun Instagram @sketsadakhwahh yang Dianalisis**

No	Tanggal	Tema	Gambar
1	7/09/21	Tingkatan Interaksi Al-Qur'an	
2	21/05/22	Kesulitan dan Kemudahan	

<p>3</p>	<p>7/01/22</p>	<p>Menjaga Ilmu</p>	 <p>sketsadakhahh Kajian Sunnah</p> <p>- IKATLAH - <b>ILMU</b> DENGAN <b>TULISAN</b></p>																
<p>4</p>	<p>4/04/22</p>	<p>Menjaga Rakaat Shalat</p>	 <p>sketsadakhahh</p> <p>BERAPA RAKAAT SHOLAT MU DALAM SEHARI?</p> <p>JAGA 48 RAKAAT:</p> <table border="1"> <tr> <td>Sunnah Tahajud : 8</td> <td>Fardhu Ashar : 4</td> </tr> <tr> <td>Sunnah Witr : 3</td> <td>Fardhu Maghrib : 3</td> </tr> <tr> <td>Sunnah Qobilyah subuh : 2</td> <td>Sunnah Ba'diyah Maghrib : 2</td> </tr> <tr> <td>Fardhu Shubuh : 2</td> <td>Fardhu Isya : 4</td> </tr> <tr> <td>Sunnah Dhuha : 8</td> <td>Sunnah Ba'diyah Isya : 2</td> </tr> <tr> <td>Sunnah Qobilyah Dzuhur : 4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fardhu Dzuhur : 4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sunnah Ba'diyah Dzuhur : 2</td> <td></td> </tr> </table> <p>Ini adalah jumlah rakaat yg afdhol untuk dikerjakan. Jumlah bisa bervariasi tergantung tingkat ketakwaan masing-masing</p>	Sunnah Tahajud : 8	Fardhu Ashar : 4	Sunnah Witr : 3	Fardhu Maghrib : 3	Sunnah Qobilyah subuh : 2	Sunnah Ba'diyah Maghrib : 2	Fardhu Shubuh : 2	Fardhu Isya : 4	Sunnah Dhuha : 8	Sunnah Ba'diyah Isya : 2	Sunnah Qobilyah Dzuhur : 4		Fardhu Dzuhur : 4		Sunnah Ba'diyah Dzuhur : 2	
Sunnah Tahajud : 8	Fardhu Ashar : 4																		
Sunnah Witr : 3	Fardhu Maghrib : 3																		
Sunnah Qobilyah subuh : 2	Sunnah Ba'diyah Maghrib : 2																		
Fardhu Shubuh : 2	Fardhu Isya : 4																		
Sunnah Dhuha : 8	Sunnah Ba'diyah Isya : 2																		
Sunnah Qobilyah Dzuhur : 4																			
Fardhu Dzuhur : 4																			
Sunnah Ba'diyah Dzuhur : 2																			

5	27/05/22	Senyum adalah Sedekah	 <p>sketsadakwahr</p> <p><b>Smile... it's Sunnah</b></p> <p>"Senyummu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu" (HR. At-Tirmidzi dan Ibnu Hibban)</p>
6	3/02/22	Problem dan Solution	 <p>sketsadakwahr</p> <p>My problem :</p> <p>Solution :</p> <p>SABAR &amp; SHOLAT</p>



7	25/12/2	Kapan Mau Hijrah?	
---	---------	-------------------	--

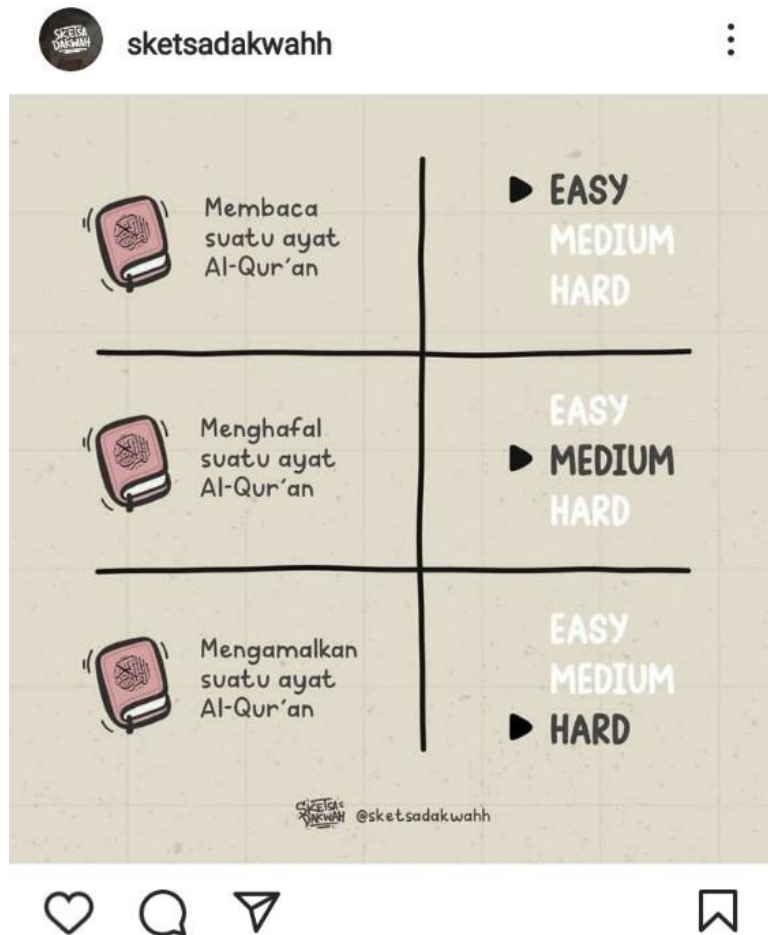
### C. Analisis Data

Bagian analisis data ini berisi pemaparan mengenai temuan data dari postingan akun instagram @sketsadakwahr yang diuraikan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce. Dari analisis ini akan dijabarkan struktur penyusunan gambar mulai dari *representament*, *object*, hingga *interpretant*. Disertai acuan tanda dari Pierce berupa ikon, indeks, dan simbol. Sehingga melalui serangkaian tahap tersebut akan diketahui jenis pesan dakwah yang terkandung dalam gambar. Berikut adalah hasil analisis pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakwahr menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce:

#### 1. Pesan Dakwah Aqidah

- a. Gambar @sketsadakwahr yang diunggah tanggal 7 September 2021

- 1) *Representament*



Gambar 4. *Screenshot* Postingan Instagram @sketsadakwahr, Tema Tingkatan Interaksi Al-Qur'an

Sumber: Instagram @sketsadakwahr diakses tanggal 17 Maret 2023

## 2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat objek yang saling berhubungan dalam memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Objek tersebut dijabarkan melalui acuan tanda sebagai berikut:

### a) *Ikon*

Pada gambar di atas ada beberapa ikon yang dapat ditemukan antara lain, yaitu ikon al-qur'an, ikon garis vertikal, ikon garis

horizontal, dan ikon panah segitiga. Semua ikon tersebut merupakan visualisasi atas pesan dakwah bertema tingkatan interaksi al-qur'an.

b) Indeks

Dari gambar di atas ada tiga indeks yang ditemukan. Pertama, kata "EASY" dengan warna hitam di bagian atas merupakan indeks dari kalimat "Membaca suatu ayat Al-Qur'an". Kedua, kata "MEDIUM" dengan warna hitam di bagian tengah menunjukkan indeks dari kalimat "Menghafal suatu ayat Al-Qur'an". Ketiga, kata "HARD" dengan warna hitam di bagian bawah adalah indeks dari kalimat "Mengamalkan suatu ayat Al-Qur'an".

c) Simbol

Pada gambar di atas ada beberapa simbol yang dapat dijumpai. Pertama, kaligrafi Bahasa Arab bertuliskan "al-qur'an" di bagian sampul buku yang menjadi simbol kitab suci umat Islam. Kedua, tanda panah segitiga yang dimaknai sebagai penunjuk. Ketiga, logo SKETSA DAKWAH sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakwahh. Keempat, nama pengguna akun instagram @sketsadakwahh di bagian bawah gambar sebagai simbol dari pembuat konten.

### 3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas mengandung pesan dakwah aqidah, yaitu iman kepada kitab Allah. Al-qur'an merupakan kitab Allah yang diturunkan untuk mengatur kehidupan manusia. Sehingga interaksi dengan al-qur'an harus dijaga dan terus ditingkatkan. Mulai dari level yang termudah, yaitu membaca ayat al-qur'an dengan tartil yang berkualitas. Sebagaimana dijelaskan melalui firman Allah di surat Muzammil ayat 4 yang artinya “....*dan bacalah al-quran itu dengan perlahan-lahan (dengan tartil)*” (Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, n.d.).

Kemudian di level menengah, terdapat peningkatan hubungan al-quran dengan menghafal ayatnya. Di mana pada level tersebut, tidak hanya sekedar hafal dalam waktu singkat namun harus terus menjaganya agar tidak hilang. Sedangkan level tertinggi dan paling sulit dijalankan oleh umat Islam adalah mengamalkan suatu ayat al-qur'an. Jika membaca dan menghafal al-qur'an sudah dijalankan, belum tentu bisa mengamalkannya. Hal ini dapat dilihat dari kondisi umat Islam saat ini yang belum dapat menjalankan kehidupan sesuai kandungan al-qur'an. Tidak sedikit yang mengaku Islam, namun dalam kesehariannya belum menjalankan perintah al-qur'an, misalnya perintah mengerjakan sholat dan menutup aurat.

b. Gambar @sketsadakwahh yang diunggah tanggal 21 Mei 2022

#### 1) *Representament*



Gambar 5. Screenshot Postingan Instagram @sketsadakhwahh, Tema Kesulitan dan Kemudahan

Sumber: Instagram @sketsadakhwahh diakses tanggal 17 Maret 2023

## 2) Object

Gambar di atas memiliki serangkaian objek yang saling berhubungan satu sama lain dalam memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut diurai dengan acuan tanda sebagai berikut:

### a) Ikon

Pada gambar di atas terdapat beragam ikon diantaranya adalah ikon perempuan berhijab, ikon lingkaran benang kusut, ikon kursi, ikon meja, ikon tumpukan buku, ikon skripsi, ikon laptop,

ikon al-qur'an, ikon kertas, ikon kotak pensil, ikon pensil, ikon pulpen, dan ikon tanaman hias. Keseluruhan ikon tersebut menggambarkan penyampaian pesan dakwah bertema kesulitan dan kemudahan.

b) Indeks

Dari gambar di atas indeks yang dapat ditemukan terlihat dari seorang perempuan berhijab dengan wajah lesu dan pikiran tak karuan sebagai indeks dari banyaknya tugas kuliah yang harus dikerjakan. Kemudian, dijumpai pula sebuah hadis bertulis “Ya Allah Tidak Ada Kemudahan Kecuali yang Engkau Buat Mudah dan Engkau Menjadikan Kesulitan Jika Engkau Kehendaki Pasti Akan Menjadi Mudah (HR. Ibnu Hibban dalam Shahihnya, 3/255)” sebagai indeks untuk mengisyaratkan agar tetap bertahan dalam keadaan sesulit apapun karena segala kesulitan pasti ada jalan keluarnya, salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan berdoa memohon kemudana urusan kepada Allah SWT.

c) Simbol

Pada gambar diatas ditemukan beberapa simbol. Pertama, lingkaran benang kusut yang menandakan kerumitan atau ketidakberaturan. Kedua, kaligrafi Bahasa Arab bertuliskan “al-qur'an” di bagian sampul buku sebagai simbol kitab suci umat Islam. Ketiga, tulisan Bahasa Arab “tauhid” yang berarti aqidah atau kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Keempat, logo

kampus di sampul skripsi menyimbolkan identitas suatu perguruan tinggi. Kelima, logo SKETSA DAKWAH sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakwahh. Keenam, nama pengguna akun instagram @sketsadakwahh di bagian bawah gambar sebagai simbol dari pembuat konten.

### 3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas mengandung pesan dakwah aqidah, yaitu iman terhadap ketetapan Allah. Di mana ketika seseorang mengalami kesulitan yang berakibat pada kelelahan fisik hingga kacaunya pikiran, seperti diakibatkan menumpuknya tugas kuliah atau masalah lain, maka perlu menyadari bahwa hal tersebut adalah ketetapan dari Allah dan pasti ada hikmah serta kebaikan di balik itu semua. Seseorang yang ditimpa kesulitan hendaknya menggantungkan diri pada Dzat yang Maha Agung dan bukan pada dirinya sendiri. Sembari berusaha dan tetap bertahan dengan keadaan yang tengah dialami, tak lupa juga menyelipkan doa memohon pertolongan kepada Allah agar dimudahkan urusannya. Seperti doa yang pernah diajarkan Rasulullah SAW dari riwayat Anas bin Malik yang berbunyi:

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا وَأَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا شِئْتَ سَهْلًا

Artinya: “Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah. Dan Engkau menjadikan kesedihan (kesulitan), jika Engkau kehendaki pasti akan menjadi mudah” (Abduh Tuasikal, 2010).

## 2. Pesan Dakwah Syariah

a. Gambar @sketsadakwabh yang diunggah tanggal 7 Januari 2022

### 1) *Representament*



Gambar 6. *Screenshoot* Postingan Instagram @sketsadakwabh, Tema Menjaga Ilmu

Sumber: Instagram @sketsadakwabh diakses tanggal 17 Maret 2023

### 2) *Object*

Pada gambar di atas terdapat objek yang saling berhubungan untuk memvisualisasikan suatu pesan dakwah.

Objek tersebut dijabarkan dengan acuan tanda sebagai berikut:

#### a) Ikon

Pada gambar di atas ditemukan berbagai ikon, yaitu ikon perempuan berhijab, ikon laptop, ikon buku catatan, ikon



pulpen, ikon kertas, ikon lukisan gambar, ikon *handphone*, ikon secangkir minuman, ikon tanaman kaktus, dan ikon daun menjalar. Keseluruhan ikon tersebut merupakan pengilustrasian terhadap pesan dakwah bertema menjaga ilmu.

b) Indeks

Dari gambar di atas indeks yang dapat ditemukan adalah seorang perempuan berhijab sedang mencatat ilmu di buku sebagai indeks dari melihat tayangan ceramah di youtube. Kemudian terdapat kalimat “Ikatlah Ilmu Dengan Tulisan” sebagai indeks yang mengisyaratkan kepada setiap umat Islam agar senantiasa mengingat dan menjaga ilmu yang diperoleh dengan cara mencatatnya.

c) Simbol

Dari gambar di atas ditemukan simbol berupa logo SKETSA DAKWAH yang ditempel di atas buku catatan sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakhah. Lalu terdapat pula *user name* akun instagram @sketsadakhah sebagai simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas berisi pesan dakwah syariah tentang menjaga ilmu. Seorang muslim selain diwajibkan menuntut ilmu, juga sangat disarankan untuk menjaga ilmunya. Salah satu langkah penting untuk mewujudkan hal tersebut adalah melalui tulisan, yaitu dengan

menyalin atau mencatat ilmu yang diperoleh ke dalam buku sehingga senantiasa terikat dengan pemiliknya. Hal ini dikarenakan manusia memiliki ingatan yang terbatas sehingga apabila semua ilmu yang diperoleh hanya dihafal tanpa ditulis maka lambat laun akan hilang. Sehingga menulis diperlukan agar ilmu senantiasa terjaga. Imam Syafi'i juga pernah berkata “ *Ilmu adalah buruan dan tulisan adalah ikatannya, ikatlah buruanmu dengan tali yang kuat. Termasuk kebodohan jika engkau memburu kijang, setelah itu engkau tinggalkan terlepas begitu saja*” (Abduh Tuasikal, 2020).

b. Gambar @sketsadakwabh yang diunggah tanggal 4 April 2022

1) *Representament*



Gambar 7. *Screenshoot* Postingan Instagram @sketsadakwabh, Tema Menjaga Rakaat Shalat

Sumber: Instagram @sketsadakwabh diakses tanggal 17 Maret 2023

## 2) *Object*

Gambar di atas memiliki serangkaian objek yang saling berkaitan untuk memvisualisasikan suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut diurai dengan acuan tanda sebagai berikut:

### a) Ikon

Pada gambar di atas terlihat beberapa ikon yang bisa ditemukan, yaitu ikon gambar laki-laki shalat, ikon *sprinkle star*, serta ikon yang digunakan sebagai latar tulisan berupa ikon persegi panjang, ikon lingkaran, dan ikon lonjong atau oval. Berbagai ikon tersebut merupakan ilustrasi dalam penyampaian pesan bertema menjaga rakaat shalat.

### b) Indeks

Dari gambar di atas ditemukan indeks berupa gambar Seorang laki-laki yang sedang shalat sebagai penyebab adanya pertanyaan “Berapa Rakaat Sholat Mu Dalam Sehari?”. Kemudia tulisan “Jaga 48 Rakaat:” merupakan sebab adanya keterangan dari jumlah rakaat shalat wajib dan sunnah, yaitu “Sunnah Tahajud: 8, Sunnah Witir: 3, Sunnah Qobliyah Subuh: 2, Fardhu Subuh: 2, Sunnah Dhuha: 8, Sunnah Qobliyah Dzuhur: 4, Fardhu Dzuhur: 4, Sunnah Ba’diyah Dzuhur: 2, Fardhu Ashar: 4, Fardhu Maghrib: 3, Sunnah Ba’diyah Maghrib: 2, Fardhu Isya: 4, Sunnah Ba’diyah Isya: 2”. Sedangkan kalimat yang

berbunyi “Ini adalah jumlah rakaat yang afdhol untuk dikerjakan. Jumlah bisa bervariasi tergantung tingkat ketakwaan masing-masing.” adalah indeks yang mengisyaratkan sebuah pilihan kepada umat Islam dalam menjalanjan shalat sunnah.

c) Simbol

Pada gambar di atas terdapat logo SKETSA DAKWAH di samping kanan gambar laki-laki shalat sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakwahh. Kemudian ditemukan pula *user name* akun instagram sketsadakwahh di bagian bawah gambar laki-laki sholat sebagai simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas memuat pesan dakwah syariah tentang menjaga rakaat shalat. Sebagai umat Islam, setiap muslim memiliki konsekuensi yang sama untuk menjalankan seluruh ajaran Islam termasuk mengerjakan shalat. Di mana dalam sehari terdapat 17 rakaat sholat yang menjadi standar dan wajib dikerjakan, yaitu sholat subuh, dhuhur, asar, maghrib, dan isya’. Salah Satu perintah mengerjakan shalat ini terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 238 sebagai berikut:

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَىٰ وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ

Artinya: “*Peliharalah semua shalat (fardhu) dan shalat Wusta. Berdirilah karena Allah (dalam shalat) dengan khusyuk*” (Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur’an, n.d.).

Di samping itu umat Islam juga dianjurkan menambah jumlah rakaat shalatnya melalui shalat sunnah secara bertahap untuk memperbanyak pahala sekaligus memperkuat keimanannya. Adapun shalat sunnah yang bisa dikerjakan antara lain adalah tahajud, witr, qobliyah subuh, dhuha, qobliyah dhuhur, ba'diyah dhuhur, ba'diyah maghrib, dan ba'diyah isya'.

c. Gambar @sketsadakwahn yang diunggah tanggal 27 Mei 2022

1) *Representament*



Gambar 8. *Screenshoot* Postingan Instagram @sketsadakwahn, Tema Senyum Adalah Sedekah

Sumber: Instagram @sketsadakwahn diakses tanggal 17 Maret 2023

## 2) *Object*

Terdapat serangkaian objek pada gambar di atas yang saling berhubungan sehingga terbentuklah suatu pesan dakwah. Serangkaian objek tersebut akan dijabarkan dengan acuan tanda sebagai berikut:

### a) Ikon

Pada gambar di atas ditemukan beberapa ikon, yaitu ikon perempuan berhijab, ikon daun, dan ikon bunga. Ketiga ikon tersebut merupakan ilustrasi dalam penyampaian pesan dakwah bertema senyum adalah sunnah.

### b) Indeks

Dari gambar di atas memuat beberapa indeks, diantaranya terlihat pada perempuan berhijab dengan raut wajah tersenyum sebagai indeks adanya perasaan bahagia dan senang bertemu saudara sesama muslim. Sedangkan tulisan “Smile... it’s Sunnah” disertai hadis yang bertulis “Senyummu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu (HR. At-Tirmidzi dan Ibnu Mabban)” merupakan indeks yang mengisyaratkan bentuk sedekah yang paling ringan untuk dilakukan, yaitu dengan senyum kepada sesama umat Islam.

### c) Simbol

Dari gambar di atas ditemukan beberapa simbol. Pertama, raut wajah tersenyum menunjukkan tanda ekspresi senang atau

bahagia. Kedua, logo SKETSA DAKWAH sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakh. Ketiga, tulisan *user name* akun instagram @sketsadakh di bagian bawah gambar sebagai simbol dari pembuat konten.

### 3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Gambar di atas berisi pesan dakwah syariah, yaitu senyum adalah sedekah. Umumnya sedekah identik dengan pemberian berupa harta atau materi. Namun sedekah juga bisa dilakukan dengan hal yang mudah dan murah, yaitu lewat senyuman. Seperti yang telah disabdakan Rasulullah SAW, yaitu “*Senyum di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (berniat) sedekah bagimu*” (HR. At-Tirmidzi dan Ibnu Hibban) (Taslim, 2021).

Senyum merupakan bentuk ibadah yang paling sederhana. Walaupun terlihat mudah, sebagai umat Islam tidak diperkenankan meremehkan hal tersebut. Hal ini dikarenakan setiap kebaikan yang dilakukan seseorang sekecil apa pun itu pasti ada balasannya. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW bersabda “*Janganlah meremehkan kebaikan sedikit pun juga walau engkau bertemu saudaramu dengan wajah berseri*” (HR. Muslim no. 2626) (Abduh Tuasikal, 2012).

### 3. Pesan Dakwah Akhlak

a. Gambar @sketsadakwabh yang diunggah tanggal 3 Februari 2022

#### 1) *Representament*



Gambar 9. *Screenshoot* Postingan Instagram @sketsadakwabh, Tema *Problem dan Solution*

Sumber: Instagram @sketsadakwabh diakses tanggal 17 Maret 2023

#### 2) *Object*

Pada gambar di atas ditemukan rangkaian objek yang saling berhubungan dalam pembentukan pesan dakwah. Berikut adalah penjabaran objek berdasarkan acuan tandanya:

##### a) *Icon*

Pada gambar di atas dijumpai beberapa ikon antara lain adalah ikon garis vertikal, ikon garis horizontal, ikon tangan, ikon



*handphone*, ikon lingkaran benang kusut, ikon *sprinkle star*, dan ikon lingkaran di sisi kanan gambar sebagai *background* atau latar tulisan. Serangkaian ikon tersebut merupakan bentuk ilustrasi dalam penyampain pesan dakwah terkait *problem* dan *solution*.

b) Indeks

Di bagian sisi kiri gambar ditemukan tulisan panjang yang ditampilkan di layar *handphone* sebagai indeks dari tulisan “*My problem*”. Ilustrasi tersebut menandakan adanya sebuah masalah yang cukup banyak dan kompleks. Sedangkan di sisi kanan gambar terdapat tulisan “Sabar & Sholat” sebagai indeks dari tulisan “*Solution*”. Solusi yang berupa sabar & sholat tersebut merupakan petunjuk untuk umat Islam dalam menyelesaikan suatu masalah.

c) Simbol

Pada gambar di atas simbol yang dapat ditemukan antara lain adalah lingkaran benang kusut sebagai simbol kerumitan atau keruwetan. Kemudian logo SKETSA DAKWAH sebagai tanda identitas akun instagram @sketsadakwahh. Sedangkan nama pengguna akun instagram @sketsadakwahh yang terletak di kanan bawah gambar adalah simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Pesan yang terkandung pada gambar bertema *problem* dan *solution* di atas adalah pesan akhlak. Kehidupan setiap orang tidak

selalu berjalan mudah dan mulus. Ada kalanya seseorang dihadapkan pada sebuah persoalan. Akan tetapi yang perlu diingat bahwa setiap masalah pasti ada jalan keluarnya. Hal ini dijelaskan langsung oleh Allah dalam QS. Al-Insyira ayat 5 dan 6 yang artinya *“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*(Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur’an, n.d.).

Pesan yang terlihat pada gambar di atas bahwa saat seseorang tengah menghadapi masalah yang kompleks dan rumit, maka kunci menyelesaikannya adalah dengan bersikap sabar lalu menunaikan shalat. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 153 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”* (Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur’an, n.d.).

Ketika seseorang mendapatkan masalah dan dihadapkan pada situasi sulit, maka tidak perlu berkecil hati dan merasa lemah atau bahkan menyerah. Persoalan tersebut perlu dihadapi dengan bijak melalui sikap sabar dan berlapang dada menerima ujian dari Allah. Kemudian mencari jalan keluar disertai dengan doa memohon pertolongan kepada Allah melalui shalat. Seperti yang

telah dicontohkan Rasulullah SAW, dari sayyidina Hudzaifah RA, dia berkata, “*Apabila Rasulullah SAW ditimpa suatu kesulitan, maka beliau bergegas mengerjakan shalat.*” (HR. Ahmad, Abu Dawud, dari kitab Darrul Mantsur) (Yusuf, 2020).

b. Gambar @sketsadakwahh yang diunggah tanggal 25 Desember 2021

1) *Representament*



Gambar 10. *Screenshot* Postingan Instagram @sketsadakwahh, Tema Kapan Mau Hijrah?

Sumber: Instagram @sketsadakwahh diakses tanggal 17 Maret 2023

2) *Object*

Pada gambar dia atas terdapat rangkaian objek yang saling berhubungan dalam pembentukan suatu pesan dakwah. Objek tersebut akan dijabarkan dengan acuan tanda sebagai berikut:

a) Ikon

Pada gambar di atas terdapat berbagai ikon diantaranya adalah ikon perempuan berambut lurus, ikon perempuan berhijab, ikon kepala bertanduk, ikon tanda panah kiri, ikon *love*, ikon tanda panah kanan, ikon tembok bata, dan ikon rumput. Kumpulan ikon tersebut merupakan visualisasi penyampaian pesan dakwah bertema kapan mau hijrah?.

b) Indeks

Dari gambar di atas dapat ditemukan beberapa hubungan sebab akibat. Di sisi kiri terlihat gambar perempuan yang tidak menutup aurat menjadi sebab munculnya pertanyaan “Kapan Mau Hijrah?”. Hal itu diisyaratkan kepada seluruh umat Islam terutama bagi muslimah agar kembali ke jalan yang benar sesuai ajaran agama. Kemudian terdapat tanda kepala bertanduk dan arah panah kiri sebagai indeks dari perempuan yang tidak menutup aurat dan tetap memilih berada pada keburukan, maka hal itu termasuk mengikuti jalan setan. Sedangkan di sisi kanan terdapat firman Allah yang berbunyi “..Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri..” (QS. Ar-Ra’d:11) menjadi sebab adanya gambar perempuan yang telah menutup aurat sebagai isyarat bahwa perubahan yang baik bermula dari diri sendiri. Lalu ditemukan pula tulisan “To Jannah” diikuti

arah panah kanan menjadi sebab adanya isyarat bagi siapa pun yang menjalankan perintah agama termasuk menutup aurat bagi muslimah, maka termasuk orang-orang yang memilih jalan menuju surga.

c) Simbol

Pada gambar di atas ada berbagai simbol yang bisa ditemukan. Pertama, gambar kepala bertanduk disimbolkan sebagai iblis atau setan. Kedua, tanda panah berarti arah penunjuk. Ketiga, tanda *love* menyimbolkan cinta. Keempat, logo SKETSA DAKWAH di bagian pojok kiri bawah merupakan tanda identitas akun instagram @sketsadakwahh. Sedangkan nama pengguna akun instagram @sketsadakwahh di bagian pojok kanan bawah adalah simbol dari pembuat konten.

3) *Interpretant* (Interpretasi Pesan Dakwah)

Pesan yang terkandung pada gambar bertema “kapan mau hijrah?” di atas adalah pesan akhlak. Dijelaskan bahwa setiap manusia tak luput dari berbuat kesalahan. Akan tetapi ampunan Allah maha luas sehingga setiap manusia pasti diberi kesempatan untuk memperbaiki diri dan bertaubat memohon ampunan-Nya. Hal yang paling berperan adalah sikap manusia itu sendiri. Apakah ingin benar-benar berubah ke arah yang lebih baik atau tetap dalam keburukan. Apakah tujuannya benar-benar surga atau sebaliknya.

Kesadaran itu perlu dibangun mulai dari diri sendiri. Bergegas mempersiapkan diri untuk hijrah dengan hati, yaitu berpindah dari segala kemaksiatan dan semua yang Allah larang menuju ketaatan (Abduh Tuasikal, 2016). Tentu ini tidak mudah, pasti banyak rintangan dan ujian yang harus dihadapi. Akan tetapi Allah senantiasa melihat usaha hamba-Nya. Perlu diketahui juga bahwa tonggak utama penentu perubahan ada pada kemauan masing-masing pribadi individu. Sebagaimana firman Allah dalam potongan surat Ar-Ra'd ayat 11 yang artinya “....*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka....*” (Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an, n.d.).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 7 postingan gambar akun instagram @sketsadakwaih sepanjang bulan September 2021-September 2022 melalui metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam 7 postingan gambar akun instagram @sketsadakwaih terdapat tiga struktur semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi, *representant*, *object*, dan *interpretant*. Dengan acuan tanda di dalamnya, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Dimana yang memiliki keragaman adalah unsur ikon dan indeks.
2. Dalam 7 postingan gambar akun instagram @sketsadakwaih terdapat tiga jenis pesan dakwah, yaitu pesan aqidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah aqidah mencakup iman kepada kitab Allah, yaitu al-qur'an dan iman terhadap ketetapan Allah. Pesan dakwah syariah berisi tentang menjaga ilmu dengan menulis, menjaga rakaat shalat wajib dan sunnah, serta bersedekah lewat senyum. Sedangkan pesan dakwah akhlak yang ditemukan berupa sikap menghadapi masalah dengan sabar dan sholat serta sikap seseorang dalam meninggalkan keburukan untuk berubah ke arah yang lebih baik.
3. Dalam postingan gambar akun instagram @sketsadakwaih berpotensi terjadi multi tafsir dikarenakan penilaian setiap orang yang bersifat

subjektif. Akan tetapi, mudharat yang dihasilkan dari multi tafsir tersebut kecil dan bisa tereliminir oleh peran dakwah yang lebih besar.

## **B. Saran**

Adapun saran dari penulis yang dapat dipertimbangkan terkait penelitian mengenai pesan dakwah pada akun instagram @sketsadakhwahh dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola akun instagram @sketsadakhwahh, bisa memperluas kontennya dengan mengangkat isu yang sedang viral dan ramai diperbincangkan. Isu tersebut dapat dibuat materi dengan sudut pandang Islam. Sehingga masyarakat luas khususnya *followers* akun instagram @sketsadakhwahh bisa menentukan sikap yang tepat dalam menghadapi sebuah isu viral.
2. Bagi pengikut (*followers*) akun instagram @sketsadakhwahh, diharapkan agar tidak terpaku hanya pada visual gambar saja. Akan tetapi memperhatikan pula keterangan yang ada pada gambar tersebut supaya pesan yang ada pada postingan bisa dipahami secara menyeluruh dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Kemudian ilmu yang telah diperoleh bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Bagi peneliti berikutnya, bisa menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi sesuai dengan bidang akademiknya. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada pada penelitian ini serta



menghasilkan kebaruan dengan teori dan metode berbeda supaya diperoleh keragaman ilmu pengetahuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh Tuasikal, M. (2010). *Do 'a Memohon Kemudahan*. Rumaysho.Com. <https://rumaysho.com/1182-doa-memohon-kemudahan.html>
- Abduh Tuasikal, M. (2012). *Bermuka Manis di Hadapan Orang Lain*. Rumaysho.Com. <https://rumaysho.com/2341-bermuka-manis-di-hadapan-orang-lain.html>
- Abduh Tuasikal, M. (2016). *Kapan Mau Hijrah?* Rumaysho.Com. <https://rumaysho.com/12977-kapan-mau-hijrah.html>
- Abduh Tuasikal, M. (2020). *Beliau Pun Menyimak dan Mencatat (Ikatlah Ilmu dengan Menulis)*. Rumaysho.Com. <https://rumaysho.com/13457-beliau-pun-menyimak-dan-mencatat-ikatlah-ilmu-dengan-menulis.html>
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Prenada Media Groub.
- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Aminah Munthe, N. (2022). *Pesan Dakwah Visual pada Kalangan Millenial Melalui Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Teori Semiotika Roland Barthes)*. Universitas Islam Negeri Sjech Djambek Bukittinggi.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2020). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Anshori, M. (2019). *Dakwah di Instagram (Analisis Wacana Teun A Van Dijk pada Akun @NUNUZOO)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Aris Melia, Y. (2020). *Pesan Dakwah dalam Poster Akun Instagram @bukumojok (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Askinta, D. (2021). *Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce (Komunikasi Visual Dakwah Peruasif pada Kartun Instagram @xkwavers)*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook (Cetakan Pr)*. Mediakita.
- Ayu Purwanda, H. (2020). *Pesan Dakwah dalam Film Air Mata Surga (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Prenada Media Groub.
- Endika Rahma, M. (2022). *Nilai-Nilai Dakwah pada Akun Instagram @Rumayshocom (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Fakhruroji, M. (2019). *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet (Cetakan Ke)*. Simbiosis Rekatama Media.

- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian Dalam perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu.
- Hootsuite. (2021). *Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Instagram. (n.d.). *Features*. Retrieved May 5, 2009, from <https://instagram-press.com/>
- Ishaq, R. el. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Madani.
- Kursianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. C.V Andi Offset.
- Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an. (n.d.). *Qur'an Kemenag*. Retrieved April 4, 2023, from <https://quran.kemenag.go.id/>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media Groub.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nur Alqoiriyah, S. (2020). *Makna Pesan Dakwah Pada Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @sketsadakwahh (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nurazizah, S. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @iqomic Januari-Maret 2021. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKRI)*, Volume 2,.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa (Cetakan ke)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Prasasti, G. D. (2021). *Menkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang per Januari 2021*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4683148/menkominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-2026-juta-orang-per-januari-2021>
- Putri, V. K. M. (2022). *Jenis-jenis New Media (Media Baru)*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/25/120000469/jenis-jenis-new-media-media-baru-?page=all>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah, Vol. 17*.
- Rusmana, D. (2014). *Filsafat Semiotika paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika struktural hingga dekonstruksi praktis (Ke-1)*. CV Pustaka Setia.
- Sidiq, A. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi* (Ke-3). PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supandi, I. (2013). *Agar Bacaan Al-Qur'an Tak Sia-Sia* (Cetakan Pe). Tinta Medina.
- Syaibani, Y. A. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Lindu Pustaka.
- Syukir, A. (1983). *dasar-dasar strategi dakwah*. Al Ikhlas.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Cetakan Pe). PT RajaGrafindo Persada.
- Taslim, A. (2021). *Keutamaan Tersenyum di Hadapan Seorang Muslim*. Muslim.or.Id. <https://muslim.or.id/3421-keutamaan-tersenyum-di-hadapan-seorang-muslim.html>
- Wardani, A. S. (2021). *Kemkominfo Takedown 1,5 Juta Konten Negatif, Ini Detailnya*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4726843/kemkominfo-takedown-15-juta-konten-negatif-ini-detailnya>
- Wibowo, A. (2020). *Dakwah Berbasis Media dan Komunikasi Visual. Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 02*.
- Wikipedia. (n.d.). *Instagram*. Retrieved May 17, 2009, from <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#:~:text=Instagram> (disingkat IG atau Insta,sosial%2C termasuk milik Instagram sendiri).
- Yusuf, A. (2020). *Rasulullah SAW akan Bergegas Sholat Saat Hadapi Kesulitan*. Republika.Co.Id. <https://islamdigest.republika.co.id/berita/qkue6y320/rasulullah-saw-akan-bergegas-sholat-saat-hadapi-kesulitan>
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah. Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Vol.1*.

## LAMPIRAN

### *Screenshot Percakapan dengan Pengelola Akun Instagram*

**@sketsadakwahh, Muhammad Liwaus Shidqy**

