

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pesan-pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan

Pesan pada istilah latin yakni “*missus*” yang artinya mengirim. Sementara pada istilah Perancis pesan yakni “*message*”. Pesan pada umumnya merupakan suatu informasi yang diberikan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak, baik secara langsung ataupun dengan media dan dapat menghasilkan efek tertentu. Setiap pesan yang diberikan pada komunikator memiliki maksud tertentu. Adapun tujuan tersebut digunakan untuk mencapai suatu kekuasaan, baik kekuasaan secara ekonomi, sosial, dan politik.¹

Pesan yang disampaikan bertujuan untuk dapat memberikan efek pengaruh, mengubah sikap dan perilaku orang, kelompok atau organisasi lainnya. Komunikasi yang baik yaitu apabila pesan yang disampaikan bisa diterima oleh pihak lain yang berkaitan atau memberikan *feedback*.² Jadi secara keseluruhan bahwa pesan sebagai unsur komunikasi, yang berisi konten mengenai pesan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan, seperti percakapan langsung (*interpersonal Communication*) atau melalui media massa (*mass communication*) yaitu telepon, internet, handphone, media cetak, elektronik maupun yang lainnya, seperti dalam segi pengemasan informasi (*massage packaging*). Adapun bentuk pengemasan pesan contohnya seperti buku, halaman internet, brosur, radio, televisi, baliho maupun seluruhnya yang menunjukkan isi pesan atau disebut juga dengan media konten.

Pada hakikatnya pesan adalah suatu hal yang diberikan kepada khalayak bisa berbentuk tulisan atau tulisan yang berupa komunikasi ataupun informasi. Tidak dapat dipungkiri dalam proses komunikasi pesan menjadi hal yang penting. Oleh karena itu, agar pesan dapat diterima oleh pengguna ke pengguna lain, maka proses

¹Andrik Purwasito, *Analisis Pesan, Jurnal The Messenger*, 9.1 (2017), 103
<<https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.434>>, hlm. 105.

²Sya'bania, *Penggunaan...*, hlm. 4.

pengiriman atau penyampaian pesan membutuhkan media sebagai perantara. Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan supaya pesan yang dikirimkan dari komunikator dapat memberikan respon yang baik pada komunikan. Dalam hal ini proses pengiriman pesan hendaknya disusun dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami isinya kepada komunikan supaya dapat mengatasi gangguan yang muncul dalam transmisi pesan sehingga tidak menimbulkan perbedaan makna yang diterima oleh komunikan.³

Message atau pesan dalam proses komunikasi, selalu berhubungan dengan simbol dan juga kode, sebab pesan yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas rangkaian simbol dan kode. Simbol merupakan tanda yang terlihat atau suatu proses komunikasi yang dibangun oleh sosial budaya yang berkembang dan disepakati atau dipakai oleh masyarakat. Simbol-simbol yang digunakan selain sudah ada yang diterima menurut konvensi internasional, seperti simbol-simbol alphabet latin, simbol lalu lintas, simbol matematika, dan juga terdapat simbol-simbol lokal yang hanya bisa dimengerti oleh kelompok-kelompok masyarakat tertentu. Sedangkan kode dalam pesan terbagi menjadi dua yaitu kode verbal (bahasa) dan kode nonverbal (isyarat).

a. *Kode verbal*

Kode verbal yang dimaksud adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa. Bahasa merupakan sekumpulan kata-kata yang sudah tersusun dengan berstruktur yang menjadikan terbentuk sebuah kalimat yang memiliki makna.

b. *Kode nonverbal*

Pada dasarnya individu melakukan komunikasi di samping menggunakan tanda bahasa atau verbal tetapi pula menggunakan tanda non verbal atau isyarat atau umumnya dikenal dengan *silent language*.⁴

Selain itu perlu diketahui bahwasanya pesan mempunyai karakteristik yang abstrak sehingga dengan begitu agar dapat mengkonkretkan, sehingga pesan perlu

³Alimuddin A. Djawad, *Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi*, Stalistika : Jurnal Bahasa, Sastra Dan Penjasannya, ISSN 25274104, <<https://jurnal.stkipbjm.ac.id/index.php/STI/article/download/344/146/>>, hlm. 95.

⁴Hafied, *Pengantar...*, hlm. 99-105.

dilakukan perubahan ke dalam simbol-simbol untuk berkomunikasi. Dan serangkaian simbol-simbol untuk berkomunikasi tersebut menciptakan artian yang dikenal juga bahasa. Proses mengubah pesan menjadi lambang komunikasi atau kode disebut proses penyedia, dan sarannya disebut alat penyandi (*encoder*), dan yang menyampaikan pesan tersebut ialah komunikator atau sebagai penyandi pesan (*encode*). Selanjutnya, rangkaian lambang komunikasi yang membentuk bahasa itu diubah kembali menjadi pesan agar dapat dimaknai oleh penerima.⁵

2. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari istilah (*da'a, yad'u. da'watan*) yang artinya memanggil, menyeru, mengajak dan panggilan. Berdasarkan makna tersebut dakwah dapat diartikan sebagai seruan, memanggil serta memberikan ajakan kejalan Allah. Pengertian tersebut sesuai pada Alquran surah Ali-Imran [3] : 104.

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

١٠٤

Artinya : “Dan hendaknya ada diantara kamu golongan umat yang menyeru pada kebaikan, mengajak untuk hal yang ma'ruf serta melakukan pencegahan pada yang mungkar, mereka manusia-manusia yang beruntung”.⁶(QS. Ali-Imran ayat 104)

Dari banyaknya definisi yang dikemukakan oleh para ahli, berikut ini beberapa definisi yang dianggap dapat mewakili (*representative*) dari definisi yang ada :

- a) Menurut Syekh Ali Mahfuzh dakwah merupakan sebagai pendorong (*motivasi*) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk dan menyuruh mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan di akhirat.⁷
- b) Berdasarkan pendapat M. Arifin, berdakwah merupakan sebuah aktivitas berbuat kebaikan yang berbentuk tulisan, lisan, perilaku serta sebagaimana

⁵Alimuddin, *Pesan...*, hlm. 96.

⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an...*, hlm. 63.

⁷Tata, *Ilmu...*, hlm. 8.

yang dilaksanakan dengan rencana serta sadar pada upaya memberikan pengaruh untuk individu lainnya yang bisa terbentuk perseorangan ataupun kelompok agar dapat muncul pada dalam diri sebuah kesadaran diri, sikap pengertian sikap saling peduli dan pengamalan, pada pengajaran kepercayaan sehingga amanat yang diberikan untuknya dapat dilakukan atas kemauan diri sendiri dan tidak ada unsur-unsur paksaan.⁸

- c) Berdasarkan pandangan A. Hasjmy, dakwah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.⁹

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah pada umumnya memberi ajakan individu ke arah kebaikan yang melibatkan sejumlah unsur yakni *dai*, *mad'u*, pesan yang berasal dari Alquran dan hadis, serta tujuannya agar dapat membahagiakan umat, pada saat di akhirat ataupun di dunia.

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah ialah segala sesuatu yang disampaikan oleh *dai* dan ditujukan kepada *mad'u* tentang pengajaran keislaman berdasarkan Alquran dan sunnahnya. Pada saat melakukan komunikasi diperlukan suatu pemahaman bahasa secara bersama atau pun pada istilah lainnya yaitu terdapat pihak yang memberikan informasi (mengirim) serta terdapat pihak yang memperoleh informasi.¹⁰ Setiap *dai* memiliki caranya dalam memberikan pesan dakwahnya. Dahulu sebelum munculnya teknologi komunikasi seperti saat ini, menyampaikan pesan dakwah hanya dilakukan dengan cara tatap muka atau secara langsung. Namun sekarang dalam menyampaikan pesan dakwah dapat dilaksanakan melalui berbagai macam bentuk, seperti dengan gambar atau foto, video, audio, visual, penulisan, serta hal yang lainnya.

⁸Abdullah, *Ilmu...*, hlm. 11.

⁹*Ibid*, hlm. 11.

¹⁰Abdul Pirol, *Komunikasi Dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 2.

Terdapat 3 komponen yang memiliki keterkaitan dengan istilah pesan dakwah. Pertama, pesan dakwah menggambarkan beragam istilah ataupun imajinasi tentang dakwah dan diekspresikan dalam bentuk perkataan. Kedua, pesan dakwah berkaitan dengan arti yang mudah di pahami sehingga dapat diterima oleh seseorang. Ketiga penerimaan pesan dakwah ditujukan oleh *mad'u*.¹¹ Dari ketiga dimensi pesan dakwah tersebut tidak dapat dipisahkan, karena pesan dakwah tidak hanya berupa penyampaian istilah kata melainkan terdapat makna yang harus disampaikan oleh *dai* kepada *mad'u*.

Pesan merupakan suatu komponen pokok pada aktivitas dakwah. Tanpa adanya pesan, aktivitas dakwah yang dilakukan tidak dapat berlangsung dengan baik. Oleh karena itu, untuk menghindari kegagalan *dai* dalam menyampaikan pesan dakwah, maka sebelum melakukan aktivitas dakwah *dai* harus mempersiapkan hal-hal berikut :

- a. Mempersiapkan pesan yang akan disampaikan dengan baik atau maksimal, sehingga para *mad'u* akan merasa tertarik dengan apa yang disampaikan oleh *dai*.
- b. Dalam menyampaikan pesan *dai* harus memahami tanda-tanda yang terarah atau karakter *mad'u*, sehingga mudah dimengerti dan diterima.
- c. Pesan yang disampaikan harus menghidupkan kembali kepentingan pribadi *dai*, dan menyarankannya kepada *mad'u* menggunakan cara-cara agar memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. *Dai* menyatakan suatu cara untuk mencapai suatu kepentingan yang layak sesuai dengan tempat *mad'u* berada supaya memperoleh pendapat yang dikehendaki.¹²

Sehingga dengan begitu seorang yang menjadi pendakwah seharusnya melakukan persiapan terhadap pesan ataupun materi dengan maksimal sebelum pesan dakwah disampaikan serta diterima oleh *mad'u*. Selain itu menjadi pendakwah haruslah memberikan contoh yang baik pada *mad'unya* dan tidak hanya bertujuan

¹¹Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017).

¹²Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

untuk memberikan pengaruh ataupun ajakan *mad'u* untuk berbuat baik namun perlu mempertimbangkan dampak atau pengaruh pada kegiatan berdakwah yang dilaksanakan terhadap perubahan *mad'u*.

4. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah di samping harus direncanakan dengan baik, juga perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan umum maupun tujuan khusus. Pada umumnya tujuan dakwah yaitu sebagai misi Nabi dan pewarisnya memiliki tujuan yang teramat mulia. Dengan adanya tujuan yang jelas, sehingga diharapkan dapat lebih terfokus kepada sasaran dan target yang akan dicapai. Adapun tujuan umum dakwah ialah mewujudkan kebahagiaan serta kesejahteraan hidup di dunia maupun di akhirat yang diridhai oleh Allah Swt. Sedangkan tujuan khusus dakwah yaitu sama-sama mengarah kepada tujuan umum baik pada individu, kelompok maupun pada masyarakat.¹³ Adapun maksud tujuan dakwah yaitu dengan adanya aktivitas dakwah sehingga pesan yang disampaikan oleh *dai* dapat merubah sikap dan tingkah laku *mad'u* menjadi lebih baik.

Adapun fungsi dakwah antara lain sebagai berikut :

a. Mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta

Dakwah memiliki fungsi sebagai penyebar atau memberikan penjelasan mengenai keislaman kepada setiap manusia supaya taat kepada Allah Swt. sebab berdakwah dijadikan sebuah keharusan bagi seluruh umat muslim.

b. Mengubah Perilaku Manusia

Aktivitas dakwah juga memiliki fungsi untuk memberikan perubahan terhadap sikap seseorang pada sikap yang tidak baik ke arah sikap yang baik. Selain itu berdakwah juga mengajarkan pembelajaran akhlak tauhid serta muamalah yang dijadikan sebagai kepentingan dasar manusia. Oleh karena itu, untuk meluruskan perilaku yang baik, maka dakwah perlu disampaikan kepada manusia.

c. Membangun Peradaban Manusia

¹³Abdullah, *Ilmu...*, hlm. 165.

Berdasarkan pada pembelajaran keislaman dakwah memiliki fungsi sebagai pembangun peradaban umat berdasarkan pada aturan-aturan islami yang terkandung dalam Alquran dan hadis. Sehingga dengan begitu supaya peradaban umat kian berkembang serta tidak melakukan penyimpangan pada pengajaran islami sehingga dakwah keislaman sangat penting untuk diberikan secara intensif kepada masyarakat secara luas.

d. Mengajak Kebajikan dan Mencegah Kemunkaran

Kegunaan dakwah yaitu memberikan ajakan terhadap perilaku yang baik serta melakukan pencegahan perilaku yang mungkar hal ini bermaksud untuk meluruskan akhlak atau perilaku setiap insan berdasarkan pada ajaran Allah dan menghindari suatu sikap yang telah dilarang oleh Allah.¹⁴

5. Bentuk-bentuk Dakwah

Aktivitas dakwah yang merupakan operasionalisasi dari dakwah yang dilakukan para pelaku dakwah dapat diklasifikasikan dalam 3 kategori, yaitu :¹⁵

a. Aktifitas Dakwah *bil lisan*

Dakwah *bil lisan* adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan (ceramah atau komunikasi langsung antara subjek dan objek dakwah). Dakwah *bil lisan* mempunyai beberapa media, seperti : *khutbah*, ceramah, ataupun pidato. Dakwah *bil lisan* secara umum dibagi menjadi dua macam. *Pertama*, dakwah secara langsung atau tanpa media, yaitu *dai* dan *mad'u* berhadapan wajah (*face to face*). Dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan komunikasi primer. *Kedua*, dakwah yang menggunakan media (*channel*), yaitu antara *dai* dan *mad'u* tidak saling berhadapan dan model komunikasi seperti ini disebut dengan komunikasi sekunder. Dakwah melalui media seperti televisi (TV), radio, film dan media lainnya.

b. Aktifitas Dakwah *bil qalam*

¹⁴Abdul Basit, *Filsafat...*, hlm. 55-58.

¹⁵Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wahan Ilmu, 1997), hlm.

Dakwah *bil qalam* adalah dakwah dengan menggunakan media tulisan, dakwah *bil qalam* merupakan bentuk dakwah yang penuh dipraktikkan Rasulullah SAW. Dakwah dalam bentuk tulisan yang dilakukan Rasulullah SAW adalah dengan mengirim surat-surat yang berisi seruan, ajakan atau panggilan. Dakwah *bil qalam* pada era sekarang ini menggunakan media cetak dan media online yang meliputi: surat kabar, majalah, brosur, bulletin dan media sosial lainnya seperti *instagram*, *youtube*, *facebook* dan lain sebagainya.

c. Aktifitas Dakwah *bil hal*

Dakwah *bil hal* adalah melaksanakan ama kebaikan dalam kehidupan sehari-hari yang meliputi bidang sosial, ekonomi, dan budaya dalam bingkai nilai-nilai ajaran Islam. Dakwah *bil hal* merupakan usaha merintis dan mempraktikkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah dalam bentuk ini dapat dilakukan oleh setiap orang manapun berada dengan profesi apapun.¹⁶

6. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan pokok-pokok yang selalu ada dalam setiap aktivitas dakwah. Jika unsur-unsur berdakwah tercukupi dengan baik sehingga keberhasilan aktivitas berdakwah juga bisa terwujud dengan baik, begitu pula sebaliknya apabila satu unsur dakwah tidak terpenuhi dalam aktivitas dakwah, maka dakwah tersebut dapat terhambat atau tidak berjalan dengan baik. Berikut unsur-unsur dakwah yaitu di antaranya : Subjek dakwah, objek dakwah, metode dakwah, materi dakwah serta media dakwah.¹⁷

a. Subjek Dakwah

Subjek Dakwah ataupun disebut juga dengan *dai*, juru dakwah, pelaku dakwah, merupakan orang yang melakukan tugas dakwah ataupun pihak yang

¹⁶Umi Musyarrofah, *Dakwah K.H. Hamam Dja'far Dan Pondok Pesantren Pabean*, Cetakan I (Jakarta: UIN Press, 2009), hlm. 20-21.

¹⁷I'anutut Thoifah, *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), hlm. 24.

melaksanakan dakwah. Sehingga subjek dakwah adalah pelaksana pada aktivitas dakwah yang bisa dilakukan dengan perseorangan ataupun kelompok.

Tanggung jawab dari seseorang yang menjadi pelaksana dakwah atau dai tidak gampang oleh karena itu dibutuhkan sikap profesional yang mampu serta siap pada saat mengemban tanggung jawabnya yakni memberikan dakwah dengan disertai oleh keahlian yang profesional. Agar dapat meraih suatu kesuksesan pada saat memberikan dakwah sehingga perlu memiliki bekal keahlian dan kemampuan dalam memimpin.

b. Objek Dakwah

Objek dakwah ataupun sering dikenal sebagai *mad'u* yang adalah *isim maf'ul* (objek) pada istilah *da'a-yad'u* yang kata objeknya adalah *mad'u* (objek dakwah). Secara umumnya objek dakwah merupakan orang yang berhak mendapatkan penyampaian dakwah. *Mad'u* ini juga dapat didefinisikan sebagai orang secara mutlak, baik jauh ataupun dekat, muslim ataupun nonmuslim, perempuan atau laki-laki dan berbagai karakter lainnya yang berhak untuk menerima dakwah.¹⁸

c. Metode Dakwah

Metode berasal dari istilah Yunani yaitu "*Methodos*", yang menjadi penggabungan pada istilah *meta* serta *hodos*. *Meta* artinya mengikuti, melalui serta *hodos* artinya arah, jalan ataupun cara. Secara umum metode merupakan suatu cara yang bisa ditempuh ataupun cara agar dapat mencapai tujuan dan dapat memberikan penyelesaian terhadap sebuah perencanaan, tujuan, serta penataan pikiran manusia.¹⁹ Sehingga metode dakwah merupakan cara ataupun teknik yang digunakan seorang *dai* terhadap objeknya yaitu *mad'u*, dalam menyampaikan pesan dakwahnya untuk mencapai tujuan dakwah tersebut. Setiap *dai* mempunyai metode yang berbeda saat menyampaikan isi pesan dakwahnya, karena setiap *dai* memiliki cara tersendiri dalam

¹⁸Muhammad Abu Al- Bayayunni Fath, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), hlm. 39.

¹⁹*Ibid*, hlm. 30.

melakukan proses dakwahnya. Adapun metode dakwah dengan jelas dijelaskan pada Alquran Q.S An-Nahl [16]: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

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”. (Q.S An-Nahl: 125).²⁰

Secara keseluruhan metode dapat didefinisikan sebagai suatu cara atau jalan yang dapat ditempuh. Sehingga metode dakwah adalah cara-cara yang digunakan oleh *dai* agar dapat menyampaikan pesan dakwahnya. Terdapat ketiga macam metode dakwah untuk diterapkan yakni *bil hikmah*, *mauidzah al hasanah*, dan *mujadalah*.²¹

a) Metode *Al-Hikmah*

Istilah hikmah yang berarti bijaksana. Metode *al-hikmah* merupakan penyampaian pesan dakwah melalui cara yang arif dan bijaksana dengan cara pendekatan sedemikian rupa sehingga objek dakwah dapat melakukan dakwah sesuai dengan keinginannya sendiri tanpa ada unsur paksaan, sehingga mereka merasa nyaman dan tidak keberatan. Dalam hal ini hikmah dalam dakwah yaitu mengajak manusia menuju jalan Allah dengan perkataan yang lembut, ramah tamah, kesabaran dan lapang dada akan tetapi tidak melebihi batasnya.

b) Metode *Mau'idzah Hasanah*

Metode *mau'idzah hasanah* atau biasanya disebut juga (nasihat yang baik) merupakan metode yang dilakukan melalui pengajaran yang baik dan bisa membuat hati tersentuh. Sehingga dengan cara ini, pesan yang disampaikan dapat menyentuh hati para *mad'u* dan juga merasakan kepuasan yang diterima dengan ikhlas dan atas kemauan diri sendiri untuk

²⁰Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an...*, hlm. 281.

²¹Thoifah, *Ilmu...*, hlm. 30.

mengikuti ajaran yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan pesan Rasulullah SAW dalam hadisnya “*Berbicaralah kamu dengan manusia sesuai dengan kemampuannya*”.

c) Metode Mujadalah

Metode mujadalah merupakan penyampaian pesan pada saat berdakwah melalui cara bertukar pikiran, pendapat ataupun berdiskusi melalui cara yang baik. Dan biasanya terjadi perdebatan namun melalui cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang sudah ada. Dalam metode ini penyampaian dakwah disampaikan dengan memberikan pendapat atau berdebat. Hanya dilakukan oleh kalangan yang intelektual atau orang-orang yang mampu berpikir secara logis seperti yang dilakukan oleh Ahli Kitab.²²

d. Materi Dakwah

Materi dakwah (*maddah*) ataupun yang biasanya dikenal juga pesan dakwah merupakan pesan-pesan yang diberikan oleh *dai* kepada *mad'u* agar tercapainya tujuan dakwah. Pada umumnya pesan dakwah berisi mengenai ajaran agama yang nantinya diberikan oleh *dai* kepada *mad'u* sesuai dengan ketentuan yang disyari'atkan dalam islam yaitu Alquran dan hadis sebagai sumber utamanya.²³

Sehingga materi dakwah merupakan isi pesan dakwah yang bertujuan untuk memperoleh tujuan dakwah berdasarkan pada ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Selain itu juga dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, perubahan yang terjadi dalam bidang pengetahuan, materi dakwah perlu dilandasi dengan paham keislaman, sehingga tidak hanya melaksanakan shalat, haji, zakat dan ibadah lainnya, akan tetapi dapat mengetahui kehidupan kontemporer seperti bagaimana dakwah tumbuh kedunia teknologi informasi seperti internet. Dan bagaimana dakwah dapat diterima dikalangan nonmuslim dan lain-lain.

²²Ilahi, *Komunikasi...*, hlm. 22.

²³Thoifah, *Ilmu...*, hlm. 33.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Seorang *dai*, dalam menyampaikan materi dakwah kepada mad'u tidak akan lepas dari sarana atau media. Seperti saat ini dakwah modern tidak cukup disampaikan melalui lisan saja tanpa bantuan media komunikasi lainnya. Sehingga media dakwah sangat diperlukan agar aktivitas dakwah lebih efektif cepat dan tepat, oleh karena itu media dakwah sangat diperlukan. Adapun media dakwah antara lain :

1) Media Cetak

Media cetak yang dimaksud merupakan media dakwah yang cetakannya berisi pesan *amar ma'ruf nahyi munkar* ataupun pesan-pesan Islam. Adapun jenis media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, dan spanduk.

2) Media audio

Media audio merupakan alat yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya bisa didengar dan tidak dapat dilihat. Jenis-jenis media audio seperti radio, serta *tape recoder*.

3) Media audio visual

Media ini paling banyak peminatnya sebab memiliki 2 dimensi yakni bisa didengarkan suaranya dan sekaligus bisa disaksikan gambar yang ada. Jenis-jenis media audio visual yaitu video kaset, TV, atau film.

4) Dakwah melalui internet

Dengan adanya teknologi informasi di masa kini peran media baru atau media sosial dalam dakwah sangat penting. Seperti berdakwah melalui Instagram, facebook dan media sosial lainnya.²⁴

A. Foto Jurnalistik

1. Pengertian Foto jurnalistik

Fotografi atau *photography*, berasal dari bahasa Yunani yakni "*photos*" yang artinya pencahayaan serta "*grafos*" berarti menulis atau melukis. Secara umum

²⁴Abdullah, *Ilmu...*, hlm. 154-160.

fotografi dapat diartikan sebagai sebagai teknik untuk menghasilkan sebuah foto dari suatu objek/ subjek dari hasil pantulan cahaya yang mengenai objek/subjek atau biasa disebut juga melukis dengan cahaya.²⁵ Jadi, fotografi merupakan sebuah proses melukis/menulis menggunakan media kamera sebagai alat untuk menangkap sumber cahaya.

Jurnalistik (*Journalistic*) berasal dari bahasa Perancis yakni “*du jour*” atau “*journal*” yang berarti “hari” ataupun catatan harian”. Sementara dalam bahasa Inggris, yaitu “*journal*” yang berarti penulisan, pelaporan, ataupun pencatatan kejadian. Dari definisi tersebut, maka jurnalistik dapat dipahami sebagai suatu pengelolaan laporan harian agar menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di dunia, apakah peristiwa tersebut bersifat factual (berita, news) atau pendapat seseorang (opini). Dapat disimpulkan bahwa kegiatan jurnalistik itu meliputi kegiatan mengumpulkan, menyiapkan, menuliskan, dan menyebarkan informasi berupa berita, opini dan feature disebar lewat media massa.²⁶ Adapun ciri khas foto jurnalistik adalah foto harus mengandung unsur fakta, informative dan mampu bercerita.²⁷

Foto jurnalistik juga merupakan karya foto biasa tetapi memiliki nilai berita atau pesan yang layak untuk diketahui orang banyak dan disebarluaskan lewat media massa. Foto jurnalistik mengandung unsur 5W + 1 H seperti halnya berita tulis. Jadi dalam sebuah foto menjelaskan *what* (apa) menyangkut sebuah benda. Sedangkan *who* (siapa) yang menyangkut tentang orang. *Where* ditandai dengan latar belakang pendukung yang hadir bersama *When*, *Why* dan *How*.

Teks foto (*Photo caption*) merupakan kata-kata yang menjelaskan tentang hasil rekaman sebuah foto jurnalistik. Foto dilengkapi dengan caption nantinya akan mempermudah fotografer dan editor serta memperlihatkan profesionalisme seorang wartawan foto dalam membuat teks foto berita. Untuk itu, teks foto sangat diperlukan

²⁵Bambang Karyadi, *Belajar Fotografi*, (Bogor: NahlMedia, 2017) <www.nahlmedia.com>, hlm. 6.

²⁶Ahmad Qorib, *Jurnalistik Islam*, (Jakarta: Guepedia, 2019), hlm. 7-8.

²⁷Taufan Wijaya, *Photo Story Handbook (Panduan Membuat Foto Cerita)*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), hlm. 6.

untuk melengkapinya. Upaya untuk melengkapinya unsur 5W+ 1H tersebut disesuaikan dengan gambar yang ditampilkan.²⁸

Adapun manfaat dan tujuan fotografi yaitu untuk dokumentasi, penelitian, maupun sebagai media dalam ranah estetika. Fungsi foto dalam media cetak atau media online bukan hanya sekedar ilustrasi atau pun pendukung sebuah berita semata. Tetapi dapat juga dikatakan, penyajian foto dalam surat kabar membuat pemberitaan menjadi lengkap, akurat, dan menarik, karena foto digunakan untuk menyalurkan ide, berkomunikasi, mempengaruhi orang lain, hingga menghadirkan pesan memiliki arti kenangan lama.

Pada umumnya gambar jurnalistik menghubungkan manusia di seluruh dunia dengan bahasa gambar. Foto hasil rekaman sebuah peristiwa dapat dengan segera disebarluaskan dalam hitungan detik saja dengan menggunakan kamera digital serta perangkat computer yang memiliki fasilitas internet.²⁹

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik merupakan foto yang mengandung nilai berita yang bersifat factual dalam suatu peristiwa atau kejadian. Faktual yang dimaksud adalah sesuatu yang berdasarkan fakta dan dapat melahirkan sebuah cerita dalam isi foto tersebut. Foto yang merekam suatu peristiwa disebut juga dengan foto jurnalistik. Foto peristiwa, wajib dan senantiasa menghiasi pemberitaan-pemberitaan surat kabar setiap harinya, apakah foto berita tentang olahraga, seni, fashion, ataupun kejadian-kejadian luar biasa lainnya.

2. Jurnalistik Islam

Jurnalistik dimulai pada 3000 tahun yang lalu, ketika Fir'aun di Mesir yaitu Amenhtep III, mengirimkan ratusan pesan kepada para perwiranya di provinsi-provinsi untuk memberitahukan apa yang terjadi di Ibu kota. Di Roma 2000 tahun yang lalu *Acta Diurna* (tindakan-tindakan harian), tindakan-tindakan senat, peraturan-

²⁸Muhammad Said Harahap, *Peristiwa Dalam Bingkai Foto Jurnalistik*, (Medan: UMSU Press, 2021), hlm. 3-5.

²⁹*Ibid*, hlm. 1.

peraturan pemerintah, berita kelahiran dan kematian. Selama abad pertengahan di Eropa, siaran berita yang ditulis tangan merupakan media informasi yang penting bagi para usahawan.

Pada dasarnya jurnalistik Islam adalah suatu aktivitas yang terdiri dari proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa atau pendapat dengan muatan norma-norma keislaman (dakwah), berdasarkan pada kaidah-kaidah jurnalistik atau nilai-nilai yang berlandaskan pada Alquran dan Sunah Rasulullah SAW. Oleh karena itu, jurnalistik Islam merupakan aktivitas yang membawa misi “*amar ma'ruf nahi munkar*” terdapat pada surah (QS. Ali Imran 104), dengan tujuan utamanya untuk menyebarluaskan pesan-pesan tentang ajaran Agama Islam.

Adapun pengertian jurnalistik Islam menurut para ahli yang memberikan pandangan yang berbeda mengenai makna jurnalistik Islam.

- a. Menurut Dedy Djamaluddin Malik, berpendapat bahwa jurnalistik Islam sebagai proses meliput, menyebarluaskan dan mengolah berbagai peristiwa yang menyangkut ajaran Islam kepada khalayak. Ia juga menyebut jurnalistik Islami sebagai *crusade journalism*, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai Islaminya.
- b. Menurut Dedy, Abdul Muis, juga menyatakan jurnalistik Islami adalah proses menyebarkan atau menyampaikan informasi kepada pendengar, penonton, atau pembaca mengenai perintah dan larangan Allah Swt.
- c. Menurut Suf Kasman, yang mendefinisikan yang mendefinisikan pengertian jurnalistik Islami secara luas, yakni sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan mematuhi aturan-aturan jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Alquran dan Al Sunnah Rasulullah SAW.

Merujuk dari definisi yang diberikan Suf Kasman, bahwa jurnalistik Islam lebih ditekankan kepada proses pengerjaannya. Apabila jika produk jurnalistik Islami dilakukan berdasarkan pada aturan-aturan dan nilai-nilai kandungan yang berasal dari

Alquran dan Sunnah Rasulullah SAW, sehingga produk jurnalistik akan dengan sendirinya menjadi produk yang Islami.³⁰

3. Jenis-jenis Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik memiliki beberapa jenis, diantaranya yaitu foto ilustrasi, foto feature, foto esai, foto berseri, foto *daily life*, arts intertain. Kegiatan fotografi yang berkaitan dengan foto berita terdiri dari dua jenis yaitu : foto *spot news*, yaitu foto peristiwa yang tidak direncanakan atau insidental dan foto general news, yaitu kegiatan rekaman foto berita yang direncanakan.³¹ Menurut *Word Press Photo Foundation*, foto jurnalistik dikelompokkan menjadi beberapa kategori, diantaranya :

1. *Spot News*, foto insidental yang terjadi tanpa direncanakan sebelumnya misalnya potret fenomena alam, kerusuhan, kecelakaan serta hal lain.
2. *General news*, foto yang sudah dijadwalkan sebelumnya misalnya konser, piala dunia, pemilu, olimpiade, serta lain sebagainya.
3. *People in the news*, foto mengenai tentang manusia dalam sebuah berita. Kecenderungan yang disajikan lebih bersifat profil seseorang.
4. *Daily file*, foto tentang berbagai aktifitas manusia yang mampu menggugah perasaan dalam kesehariannya atau memiliki sifat human interest.
5. *Sosial and Environment*, foto yang menggambarkan tentang kehidupan sosial masyarakat dengan lingkungannya.
6. *Art and Culture*. Foto tentang seni dan budaya. Seperti pertunjukkan wayang, sendra tari, tetare, pameran lukisan, konser music, dll.
7. *Science and Technology*, foto mengenai berkembangnya IPTEK.
8. *Portraiture*, foto yang mengilustrasikan suatu bentuk wajah seseorang baik secara medium shot maupun close up.
9. *Spot*, foto-foto peristiwa olahraga pada seluruh cabang olahraga apa saja.

³⁰Qorib, *Jurnalistik...*, hlm. 10-11.

³¹Harahap, *Peristiwa...*, hlm. 6.

4. Nilai Suatu Foto Jurnalistik

Seorang fotografer harus tahu nilai-nilai suatu foto sebagai berikut :

- a. Aktualitas. Semakin hangat suatu kejadian, semakin besar minat yang ditimbulkan.
- b. Hubungan yang Dekat. Semakin dekat suatu kejadian dengan pembaca, semakin muda menarik perhatian.
- c. Luar Biasa. Kejadian yang luar biasa membuat berita yang selalu dibicarakan dan ingin diketahui orang.
- d. Promosi. Foto-foto mengenai tokoh terkenal dan terkemuka selalu menarik untuk diperhatikan tingkah lakunya.
- e. Penting. Peranan suatu foto tergantung pada pengaruh foto terhadap pembaca. Semakin sedikit pembaca yang tertarik, semakin tidak ada artinya untuk dimuat.
- f. *Human Interest*. Foto-foto yang mengandung gambar manusia biasanya memberikan kepada pembaca cuplikan kehidupan nyata.³²

C. Media Sosial Instagram

1. Pengertian Media Sosial

New media atau sosial media berasal dari dua kata yaitu “media” dan “sosial”. Arti kata media yaitu alat komunikasi, sedangkan kata sosial yaitu hubungan yang baik antara setiap pribadi dengan manusia lainnya dalam melakukan interaksi sosial yang memberikan partisipasi pada masyarakat.³³

Secara umum, media sosial merupakan alat baru komunikasi modern yang tidak mengacu pada satu teknik komunikasi melainkan dapat berkolaborasi dengan banyak fitur lainnya. Adapun tujuan media sosial menurut Cris Brigen yaitu salah satu alat baru untuk berkomunikasi dan dapat dikombinasikan jenis interaksi yang sebelumnya masyarakat tidak mengetahuinya. Media sosial juga membawa dampak

³²Nawiroh Vera, *Semiotik Dalam Riset Komunikasi*, Cet. 2 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 63.

³³Elsa Carinta Putri, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus : Instagram @Nunuzoo)*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: 2018), hlm. 3.

yang signifikan untuk keberlangsungan hidup para kaum *millenials* pada zaman sekarang, hal ini sering terjadi dikarenakan masyarakat terutama anak muda sekarang telah berkembang dan sangat terintegrasi dengan perangkat dan situs –situs jaringan sosial yang interaktif.³⁴ Dewasa ini penggunaan media sosial harus dikembangkan kepada penggunanya yang harus kreatif dan inovatif sehingga pemikiran yang kreatif di media sosial kita bukan lagi menjadi penonton tetapi menjadi pemain.

2. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari dua kata, yaitu *insta* dan *gram*. Kata *insta* berarti pengguna aplikasi dapat membagikan foto maupun video secara instan. Sedangkan kata *gram* berarti pengguna aplikasi yang dapat membagikan foto maupun video dengan cepat. *Instagram* atau sering disebut dengan (IG) yaitu media sosial yang memiliki fitur posting foto, video dengan penambahan caption, filter, efek unik, dan stiker lucu, dan *instagram* juga menyediakan fitur *instastories*, *boomerang*, *superzoom* dan masih banyak fitur yang disediakan oleh *instagram*. Selain itu *instagram* dimanfaatkan oleh penggunanya untuk mengirim gambar, video dan pengguna juga bisa menyebarkannya ke media sosial lainnya seperti *whatsapp*, *Facebook*, *Twitter* dan lain-lain.³⁵ *Instagram* juga merupakan salah satu sosial media yang masuk dalam kategori jejaring sosial yang dapat diakses dengan mudah oleh penggunanya, *Instagram* juga dapat memberikan informasi dengan cepat, baik dalam segi informasi criminal, olahraga, selebritis dan juga agama.

³⁴Dhifa Nabila, dkk., *Peradapan Media Sosial Di Era Industri 4.0*, (Malang: Intrans Publishing Group), hlm. 9.

³⁵Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*, *Jurnal Inovasi*, Vol. 14.1 (2020), hlm. 36.

3. Fitur Media Sosial *Instagram*

Menurut Landsverk, *Instagram* memiliki dasar-dasar dalam penggunaannya, yaitu sebagai berikut:³⁶

a. *Feed*

Dalam fitur ini pengguna bisa melihat berbagai postingan yang telah diunggah oleh teman yang sudah diikuti.

b. *Popular “tab”*

Popular “tab” fitur ini dimanfaatkan oleh pengguna untuk melihat foto yang diunggah dan pengguna dapat melihat foto yang paling banyak disukai setiap waktunya.

c. *News and Updates*

Dengan *Instagram* ini suatu waktu berinteraksi dengan teman yang diikuti melalui foto yang diunggah dengan like, atau comment dan memunculkan notifikasi pada *Instagram* kita yang menimbulkan informasi pengguna *Instagram*.

c. *Like and comment*

Like dan *comment* pada *Instagram* merupakan suatu bentuk apresiasi dan penghargaan tersendiri bagi pengguna *instagram*. Jika pengguna menyukai pada suatu postingan tersebut maka kita bisa memberikan like pada foto atau video tersebut dan juga bisa memberikan *comment* jika ingin berinteraksi dengan pengguna lainnya.

d. *Your Profile*

Profile yaitu identitas pengguna atau juga bisa ditinjau dalam icon kotak di profil juga terdapat pengarsipan gambar yang sudah diunggah oleh pemakainya.

e. *Posting*

³⁶Monica Utari, *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*, *Jurnal JOM FISIP*, Vol. 4 No. (2017), 9<<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/14636>>, hlm. 9.

Posting yaitu unggahan foto atau video. Pada postingan ini juga dapat ditambahkan dengan caption untuk melengkapi postingan foto atau video tersebut.³⁷

4. Peranan Media Sosial

a) Membangun dan Menjaga Hubungan

Untuk tetap menjaga hubungan antar pengguna media sosial, biasanya para pengguna membentuk suatu komunitas yang bertujuan pada saling berbagi informasi, mengirim pesan, atau bahkan mengadakan semacam pertemuan. Sehingga hubungan antar pengguna tetap terjalin satu dengan yang lainnya.

b) Efektifan Kerja

Adanya media sosial sangat berpengaruh terhadap keefektifan dan produktifitas kerja masyarakat. Karena itu, dengan mengakses media sosial pengguna bisa merasakan kemudahan dalam menyelesaikan suatu kegiatan tanpa ada batasan ruang dan waktu. Misalnya dengan adanya aplikasi *go food* dapat mempermudah pesan makanan dari rumah, kantor, dan tempat lainnya.

c) Mengekspresikan Diri

Melalui media sosial masyarakat dapat mengekspresikan diri secara bebas. Media sosial Instagram menjadi salah satu media untuk mengekspresikan diri melalui postingan foto atau video menarik yang dapat memberikan motivasi pada diri sendiri bahkan orang lain. Selain itu, Instagram juga berguna untuk mengekspresikan suatu produk atau brand, sehingga dapat dikenali masyarakat.

d) Mendidik

Beragam jenis informasi dapat masyarakat peroleh dengan mudah melalui media sosial. Informasi yang ada di media sosial lebih cepat dan mudah untuk dijangkau melebihi informasi dari koran maupun televisi. Dalam hal ini peran sosial media untuk mendapatkan informasi sumber pendidikan bagi masyarakat.

³⁷Utari, *Pengaruh...*, hlm. 10.

5. *Instagram* sebagai Media Dakwah

Di era teknologi komunikasi saat ini terjadi perubahan yang cukup signifikan sejak awal generasi. Saat ini, manusia bisa dengan mudah untuk dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Menurut John Vivian, dengan munculnya *new* media seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, dan sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.³⁸

Pada perkembangan teknologi ini, peran media baru serta media sosial dalam dakwah sangatlah penting. Dakwah bukan hanyalah dilaksanakan dalam masjid saja namun dapat pula dilaksanakan melalui internet. Melalui media sosial, sangat layak dijadikan sebagai media dakwah, seperti email, blog, forum diskusi *Wikipedia* dan mailing list. Selain itu, media sosial lainnya juga sangat penting untuk dimanfaatkan contohnya Facebook, Instagram, Twitter, serta sosial media yang lain.³⁹

Pada umumnya dakwah islam merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam kepada seluruh umat. Dakwah bukan hanya sebagai usaha menyampaikan pesan-pesan keislaman, akan tetapi dakwah dapat mengubah *way of thinking*, *way of feeling* dan *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah menuju ke arah kehidupan yang lebih baik. Pada saat ini seorang *dai* tidak hanya menyampaikan pesan dakwahnya secara langsung atau tatap muka, akan tetapi seorang *dai* lebih memanfaatkan media internet yaitu dengan menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial khususnya *Instagram*.

Instagram merupakan sosial media yang memiliki beragam penggunanya baik dalam negeri maupun luar negeri. Di mana *Instagram* dapat melakukan pemostingan suatu teks yang disertakan gambar dan juga video. Melalui eksistensi *Instagram* penyampaian dakwah bisa lebih mudah yaitu dengan memposting foto yang berisi video ataupun gambar yang menjadi media untuk dakwah, hal inilah yang menjadikan masyarakat khususnya pengguna *Instagram* tertarik untuk melihatnya

³⁸Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 14.

³⁹Abdullah, *Ilmu...*, hlm. 159.

ataupun mengikutinya. Kini semakin dibutuhkan para *dai* yang bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media. *Instagram* memiliki berbagai kemudahan dalam menyampaikan dakwah Islam dalam bentuk gambar, video atau tulisan, dan memberi kemudahan kepada *followers* untuk berkomentar serta bertanya melalui kajian yang diposting. Sebagai ajang silaturahmi, mencari informasi dan ilmu pengetahuan dan *Instagram* dapat dijadikan sebagai lahan berbisnis.⁴⁰

D. Kajian Terdahulu

Sebelum penelitian dilakukan mengenai “*Pesan-Pesan Dakwah Foto Jurnalistik Pada Akun Instagram @Fotografermuslim Pada Tahun 2021*”, terdapat beberapa penelitian yang relevan, yang dapat dijadikan acuan dalam menyusun rencana penelitian, diantaranya :

1. Skripsi Miftahul Khasanah (2018) mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Pongoro berjudul “*Pesan Dakwah Anti Korupsi Dalam Fotografi Jurnalistik (Analisis Semiotika Pada Rubik Kriminal Di Koran Jawa Pos Edisi 16-18 November 2017)*”. Penelitian ini bertujuan agar dapat memahami serta mengidentifikasi arti suatu foto di rubik kriminal masalah korupsi elektronik KTP Setya Novanto dan untuk menjelaskan pesan dakwah anti korupsi dalam fotografi jurnalistik rubik criminal kasus korupsi e-KTP Setya Novanto edisi 16-18 November 2017 pada koran Jawa Pos. Metode penelitian pada skripsi ini ialah metode penelitian kualitatif dan jenis pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah semiotika Roland Barthes. Penelitian ini diteliti dengan menggunakan tahap denotative dan tahap konotatif sebagai pendukung interpretasi makna.

Hasil penelitian penelitian ini berfokus pada pesan dakwah foto jurnalistik berdasarkan teknik analisis semiotika Roland Barthes. Perbedaan skripsi yang terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sumber/objek

⁴⁰Fifit Difika, *Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Yusuf Mansur, Felix Siauww, Aa Gym, Arifin Ilham)*, (Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang : 2016), <[https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/6462/3/BAB II.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/6462/3/BAB%20II.pdf)>, hlm. 31-33.

yang diteliti berbeda, penelitian terdahulu menggunakan sumber foto Jurnalistik rubrik criminal kasus korupsi e-KTP Setya Novanto edisi 16-18 November 2017 di Koran Jawa Pos, sedangkan penulis meneliti foto jurnalistik yang terdapat pada akun *Instagram @fotografermuslim*.

2. Skripsi Shera Maulidia Gusniati (2020) mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hijablila*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui isi komunikasi intrapribadi pesan dakwah, yang terkandung dalam akun *Instagram @hijabalila* pada periode 1 Oktober sampai 31 Desember 2018. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dan pendekatan penelitiannya menggunakan analisis isi (*content analysis*).

Hasil observasi ini berfokus pada analisa kandungan isi dakwah pada sosial media Instagram hijab Alila edisi Oktober hingga November 2018 dan memberikan pusat observasi tentang kandungan dakwah dzatiah. Perbedaan skripsi yang terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sumber yang diteliti berbeda, penelitian terdahulu meneliti pada akun *Instagram @hijabalila* sedangkan penelitian yang penulis teliti pada akun *Instagram @fotografermuslim*. Dan pendekatan penelitian juga berbeda, penelitian terdahulu menggunakan analisis isi (*content analysis*) sedangkan penulis menggunakan pendekatan semiotik.

3. Skripsi Riski Amelia (2018) mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang berjudul “*Foto Jurnalistik Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Rubrik Frame “Pengabdian Penggali Kubur” Edisi 10 Januari 2016 pada harian Sindo Makassar)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik-teknik foto jurnalistik pada rubrik frame “pengabdian penggali kubur” pada Harian Sindo Makassar, sehingga foto jurnalistik tersebut dapat dijadikan sebagai media komunikasi dan juga untuk mengetahui pesan dakwah foto jurnalistik yang terkandung dalam Rubrik Frame “pengabdian penggali kubur” Edisi 10 Januari 2016 pada Harian Sindo Makassar. Metode

penelitian pada skripsi ini bersifat deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan konstruksi interpretasi yaitu memberikan gambaran secara menyeluruh, mendalam tentang suatu keadaan atau gejala yang diteliti dengan penafsiran atau interpretasi hukum sampai diperoleh rekonstruksi yang dikehendaki untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

Hasil pada penelitian ini berfokus pada kandungan isi dakwah gambar jurnalistik pada suatu frame dengan judul pengabdian penggali kubur di edisi 10 Januari 2016 . Perbedaan skripsi yang terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu media yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan media cetak Harian Sindo sedangkan penelitian yang penulis teliti menggunakan media Instagram dan objek/subjek yang diteliti juga berbeda.

4. Skripsi Muhammad Ikbal Sirait (2021) mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “*Analisis Pesan Sosial Foto Jurnalistik Dalam Rubik Karhutla September 2021 Pada Situs Online Cakapla.com*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan dan mengetahui mengenai dan pesan sosial pada situs online Cakaplah.com dari foto jurnalistik dalam rubik Karhutla September 2021. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif.

Hasil pada penelitian ini berfokus pada situs online Cakaplah.com edisi Karhutla September 2021 yang memiliki foto jurnalistik yang menggambarkan aktivitas atau acara yang positif. Dengan menggunakan teknik semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu menjelaskan dengan menggunakan tiga elemen utama yaitu tanda, objek, dan interpretan. Adapun hasil penelitian pada penelitian ini adalah menggambarkan dari segi arti tanda, objek, dan interpretan dari setiap foto jurnalistik yang diperoleh dari foto, keterangan caption maupun isi berita dari objek berupa foto karhutla.

5. Skripsi Yesi Amalia (2020) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “*Pesan Dakwah Dalam Foto Jurnalistik Harian Riau Pos Edisi Ramadhan 1440 H*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, makna pesan dakwah yang terdapat dalam foto jurnalistik harian

Riau Pos edisi ramadhan 1440 H dan apa-apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam foto jurnalistik pada Harian Riau Pos edisi Ramadhan 1440 H. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dan jenis penelitian adalah analisis semiotika.

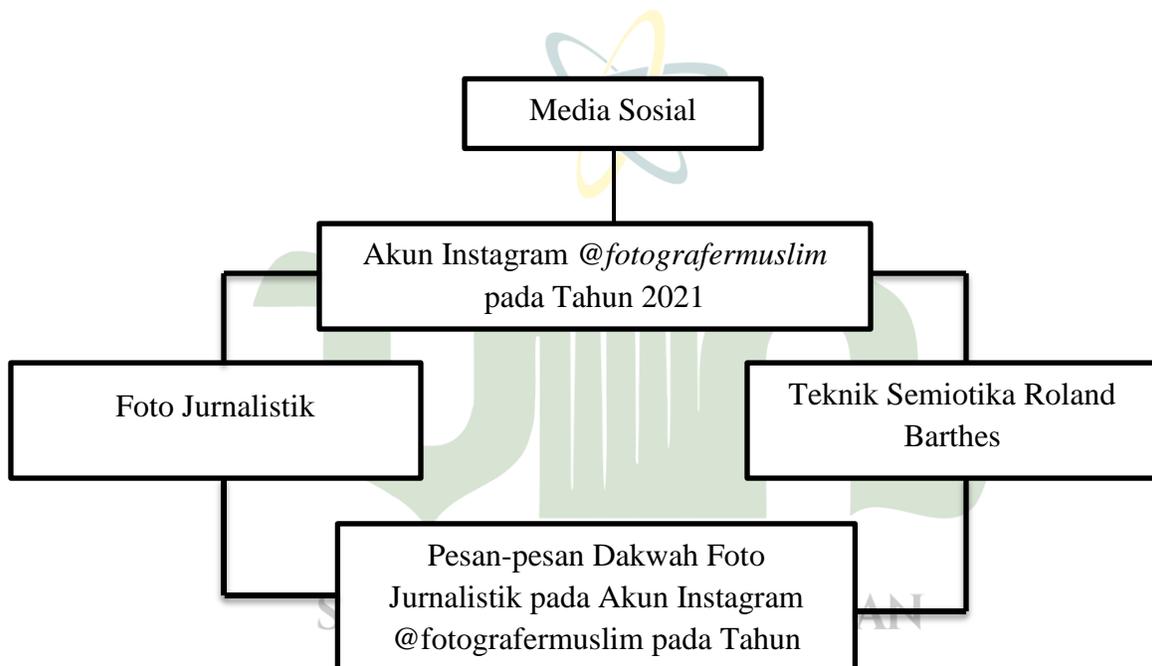
Hasil pada penelitian ini berfokus pada pesan dakwah dalam foto jurnalistik pada surat kabar Harian Riau Pos edisi Ramadhan 1440 H. Pada penelitian ini penulis menganalisis pesan dakwah yang terkandung dalam foto jurnalistik dengan menggunakan metode analisis kualitatif berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Dan dipenelitian ini terdapat tiga pesan dakwah yang dianalisis oleh peneliti yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.

6. Jurnal Yusup Jatnika & Nurdin Qusyaeri (2022), Mahasiswa STAIN PERSIS Bandung, yang berjudul "*Pesan-Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Fotografer Muslim (FM) : Analisis Semiotika Roland Barthes*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan -pesan foto dakwah pada akun media sosial Fotografer Muslim, baik makna denotasi, konotasi, maupun mitos. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisis. Fokus perhatiannya lebih tertuju pada gagasan tentang signifikansi dua tahap (two order of signification).

Hasil pada penelitian ini didapatkan makna denotasi sesuai dengan karakteristik fotografer dalam pengambilan gambar. Makna konotasi dari foto-foto yang diteliti yaitu pesan dakwah yang terdapat dengan tujuan untuk selalu bersyukur atas nikmat Allah Subhanahu wa Ta'ala. Sedangkan makna mitos dalam foto supaya selalu bersyukur atas apa yang telah diciptakan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala yang mencakup nilai-nilai kehidupan sehari-hari.

E. Kerangka Berpikir

Agar mempermudah dalam melakukan pengamatan pada penelitian ini dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, maka berdasarkan latar belakang dan landasan teori diatas, penuli membuat kerangka berpikir sebagai tolak ukur dalam penulisan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam skripsi ini. Dalam riset foto jurnalistik ini, model semiotic yang digunakan dalam membedah foto jurnalistik untuk pengkerangkaan realitas pesan dakwah pada foto jurnalistik pada akun Instagram @fotografemuslim pada tahun 2021 yang ingin disampaikan adalah dengan menggunakan model semiotik Roland Barthes.



Gambar. 2.1 Bagan Kerangka Berpikir