

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah merupakan aktifitas muslim untuk menyeru, mengajak, kepada orang lain terhadap ajaran Islam untuk diamalkan dan hal tersebut suatu penyampaian kebenaran sebagai tanggung jawab umat. Terdapat perintah dalam Alqur'an dan Shunnah Nabi Rasulullah SAW, tentang kewajiban dakwah agar ajaran berada di jalan Allah yaitu di Q.S. An-Nahl ayat 125 yang artinya, "Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."

Cara penyampaian dakwah juga perlu diperhatikan berharap ajaran yang dibawa dapat diterima dengan mudah dan dapat dijangkau umat. Berkembangnya teknologi tentu berpengaruh dalam berdakwah dengan berbagai cara. Zaman sekarang menyeru ajaran tidak harus dalam acara

pengajian, masjid, musholla, majlis ta'lim dan peringatan hari besar. Media turut berperan aktif dalam keberlangsungan dakwah dengan bermacam-macam teknik, metode yang digunakan. Audio visual yang hanya menggunakan suara ataupun gambar yang dapat dilihat atau didengar yang tentu hal tersebut banyak digunakan untuk berdakwah agar topik yang disampaikan lebih mudah dan tepat sasaran.

Abdul Karim Z mengatakan dalam bukunya berjudul Pengantar Retorika bahwa dakwah dapat disampaikan memiliki tiga cara yakni melalui proses *communication* tindakan dan lisan serta tulisan.¹ Menyampaikan dakwah pada umumnya dapat dilakukan oleh seseorang yang sangat paham betul di bidang tersebut. Yang dimaksud di sini adalah dai atau seorang yang paham tentang ajaran agama. Seringkali, seorang dai memiliki ciri khas bahkan unik dalam pesan dakwah yang disampaikan, baik berupa gaya berbicara, gaya logat bahasa, atau gaya berbusana dalam pesan dakwah yang disampaikan.²

Retorika komunikasi harus mempunyai bakat alami atau yang disebut talenta dan keterampilan. Ilmu retorika merupakan ilmu yang bukan hanya bicara lantang tanpa ada visi misi melainkan mempunyai tujuan tertentu dengan membawa isi pesan yang jelas dan mengesankan. Seni berbicara menjadikan pesan lebih tertuju ke penerima pesan dan memiliki efek tertentu bagi para pendengar atau pembaca.

¹ Abidin Zainal, Yusuf. *Pengantar Retorika*. Bandung: Pustaka Setia, 2013. hal. 127.

² Sumarsono. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Lembaga Studi Agama Budaya dan Perdamaian, 2014. hal. 18.

Efek yang muncul yakni *kognitif, afektif dan behavior*. Dampak *kognitif* adalah penerima informasi menjadikan tahu akan sesuatu hal yang sebelumnya belum diketahui. Pesan yang disampaikan di sini oleh da'i berupaya untuk mengubah pikiran yang lama. Dampak *afektif* adalah mad'u dapat tergerakkan hatinya untuk melakukan sesuatu serta merasakan perasaan tertentu, misalnya perasaan terharu, iba, marah, gembira, sedih dan sebagainya. Sedangkan dampak *behavior* terhadap komunikasi yaitu merubah masyarakat dari cara hidup, perilaku norma-norma dan nilai sosial di masyarakat.³

Walaupun tidak semua media informasi sekarang bersifat positif, namun terdapat kekurangan dan kelebihan bagi masing-masing pengguna dikarenakan sarana dan fungsi disetiap media berbeda, apalagi dalam dakwah yang berbagai cara dapat dilakukan disana seperti mengirim pesan singkat (sms), membuat artikel atau majalah, video ceramah dan sebagainya. Sekarang paling banyak digemari media sosial *facebook* dengan memanfaatkan komunikasi interpersonal secara online melalui jejaring sosial. Dulu awal pengguna *facebook* hanya digunakan untuk mengirim pesan lewat *messenger, upload* status dan tambah pertemanan, namun seiring berjalannya waktu fasilitas mulai bertambah seperti menambahkan *story, reels, short video* dan sebagainya. Hal tersebut menjadi peluang efektif untuk berdakwah di era digitalisasi.

³ Gunadi. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo, 1998. hal. 47-49.

Dalam pengajian Gus Baha di video *facebook* Santri Gayeng salah satu kreator video yang memiliki 362.104 pengikut memuat berpuluh video dan *reels* singkat membuat para mad'u lebih nyaman dan tidak bosan untuk menikmatinya. Penerima pesan (mad'u) sangat antusias mendengarkan dan tertawa akan dakwah yang disampaikan.

Seni berbicara Gus Baha menandakan mampu menarik minat audien yang sehingga dapat diterima baik oleh mad'u. Dengan memiliki ciri khas dalam berdakwah yakni tetap menggunakan bahasa daerah sebagai simbol ta'dhim terhdap audien bahwa Gus Baha adalah kiai kampung hal ini pernah diucapkan saat di salah satu acara seminar. Meskipun menggunakan bahasa daerah beliau juga seringkali menyelipkan bahasa baku yang dengan tujuan audien luar kota dapat mengerti apa yang disampaikan. Dalam analisis semiotika aliran Eropa murid dari Saussure yaitu Roland Barthes dengan menjelaskan relasi-relasi sosial apa adanya dan pemaknaan konotasi yang dapat mengkaji segi penanda dengan ditambahi mitos yang berkembang. Cara berdakwah Gus Baha menggunakan analisis semiotika Barthes dengan konsep *signification*, *denotation and conotation* dan *mythologies* yang menekankan interaksi teks atau tanda dengan pengalaman dan kultural. Contohnya dalam ceramah Gus Baha terdapat tanda berupa kata peramal di Indonesia memiliki arti orang yang dianggap dapat memprediksi kejadian yang belum terjadi dimasa depan yang biasa dipanggil orang pintar. Di zaman sebelum kelahiran Nabi Muhammad SAW. Peramal sangat dipercayai

berbeda di zaman sekarang dimana peramal semakin tidak dipercayai dan dibenci karena kejadian yang diramalkan tidak terjadi. Hal seperti itu terdapat *mitologi* atau mitos sesuai konsep Barthes yang perlu dijelaskan lagi sehingga tanda denotasi dan konotasi harus disesuaikan dengan kultural yang berlaku.

Di Indonesia banyak ulama' atau dai dengan ke luas dan luwes dalam ceramah agama Islam seperti Gus Miftah, Gus Muwafiq, Ustadz Abdul Somad, Habib Bahar dan sebagainya. Namun ada satu ulama' yang baru muncul di media sosial tetapi membuat gempar seluruh ulama di Indonesia yaitu KH. Ahmad Bahauddin Nursalim yang sering dipanggil dengan nama Gus Baha. Salah satu faktor mengapa banyak sekali penggemar ceramahnya terutama di kalangan warga NU dikarenakan memiliki *style fashion* sederhana yang menjadi ciri khas santri tulen yakni memakai peci songkok hitam polos, baju putih berkerah lengan panjang dan bersarung tapi memiliki kecerdasan intelektual dengan membangun analogi berpikir secara sistematis bahkan menjadi murid acuan Mbah Maimoen Zubair.

Gus Baha nama yang cukup terkenal di masyarakat Indonesia, kiai muda dari Narukan Rembang. Lahir pada tanggal 15 Maret 1970 yang merupakan anak kedua dari pasangan KH. Nursalim dan Nyai Yuchanidz Nursalim selaku pengasuh pondok pesantren Tahfidzul Quran LP3IA (Lembaga Pembinaan Pendidikan Pengembangan Ilmu Alquran). Beliau semasa kecilnya mondok di pondok pesantren dengan pendidikan salaf

yaitu pendidikan langsung dari orang tuanya. Orang tua beliau juga merupakan tokoh agama yang alim tak heran kalau Gus Baha meniru dari sang ayah. Lalu meranjak usia remaja beliau mondok di pesantren Al-Anwar yang nama pengasuhnya adalah KH. Maimoen Zubair.

Sampai saat ini Gus Baha dengan kekayaan dan kealiman intelektualnya tidak diragukan sehingga disebut salah satu murid atau santri kesayangannya Mbah Maimoen Zubair. Mempunyai gaya penampilan yang cukup sederhana dalam berdakwah ataupun setiap kali pengajian. Gus Baha kerap memakai songkok hitam dan baju hem putih lengan panjang. Gus Baha merupakan *public figure* dalam pesantrennya dan merupakan lulusan dari pondok pesantren. Seringkali mengikuti Bahtsul Masail keberbagai daerah dengan mewakili dari ponpes Al Anwar. “Diantara aktivis Bahtsul Masail yang sekarang populer dimasyarakat, tampil biasa namun berpikir luar biasa ke Islaman terutama dalam fiqih dan tafsir adalah Gus Baha” Menurut Yusuf Suharto aktivis NU di Jombang.

Masyarakat Indonesia yang mayoritas mendengarkan kajian atau ceramah dari ulama seringkali memilih yang cenderung isi pembahasannya guyonan atau tidak terlalu keras dalam topik yang disampaikan dan tidak membawa kitab yang apabila ulama tersebut keliru menyampaikan dapat membuka kembali kitab yang dibawanya atau bisa dibilang sudah pada umumnya keterangan bahasan. Namun tidak dengan Gus Baha, beliau tidak jarang kalau ceramah membawa kitab kemana-

mana karena menurut beliau kalau ceramah atau pengajian tidak bawa kitab itu sama halnya semua keterangan ajaran bukan berdasarkan kitab namun berdasarkan diri sendiri.

Penelitian ini melihat bagaimana representasi retorika Gus Baha dalam video *facebook* di akun Santri Gayeng pada seri terbaru di tafsir kitab Al Jalalain surat Al Qasas berjudul “Kekuatan Dukun Dan Peramal Apakah Boleh Dipercaya” dengan penonton paling banyak dari sekian ceramahnya yaitu 168 ribu tayangan memiliki 5.682 suka, 55 komentar dan 653 kali dibagikan. Dalam Gus Baha dalam video tersebut mengatakan yang diartikan dalam bahasa formal Indonesia contohnya begini ketika menjelang kelahiran Nabi Muhammad SAW. Itu yang menyebarkan gosip adalah seorang pendeta Rahibu Buhaira. Kita mulai kecil diajarkan bahwa ketika Rasulullah berusia dua belas tahun Abu Thalib hendak ke negeri Syam yang disana dihentikan oleh Rahibu Buhaira dengan mengatakan “ini siapa”, jawab Abu Thalib “ini anakku”, dan diulang pertanyaan tersebut sampai tiga kali. Ketika ada indikasi ketidakpercayaan Abu Thalib bertanya balik “memangnya apa salahnya kalau ini anak saya”, lalu dijawab oleh pendeta Rahibu Buhaira “semua tanda kenabian ada pada anak ini, kecuali anak ini anak kamu”. Cerita bahwa Nabi Muhammad yang masih 12 tahun adalah calon nabi itu masyhur oleh kaum Yahudi Madinah dan pendeta Rahibu Buhaira berdasarkan kitab agama dari nenek moyangnya. Gus Baha’ mengatakan bahwa orang Yahudi dan Pendeta Buhaira adalah orang yang tidak benar

semua tapi ciri utama kebenaran itu orang tidak benar pun akan mengatakan hal itu. Ya sudah seperti itulah sunatullah, anda harus mengakuinya.

Gus Baha menerangkan sedemikian tekstual dan kontekstual atas kitab yang dibaca. Berpikir dengan analogi yang sehat dan kuat beliau secara ilmiah sangat sulit untuk ditentang dan membangun pola pikir sistematis agar dalam berpikir tidak keluar jalur pembahasan. Ini salah satu alasan mengangkat judul “Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahaudin Nursalim Dalam Video *Facebook*”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana representasi retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim dalam video *Facebook* Santri Gayeng berjudul kekuatan dukun dan peramal apakah boleh dipercaya menurut perspektif semiotika Roland Barthes ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui representasi retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim dalam video *Facebook* Santri Gayeng berjudul kekuatan dukun dan peramal apakah boleh dipercaya menurut perspektif semiotika Roland Barthes.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan informasi yang akurat dalam pengembangan kajian ilmu pengetahuan tentang retorika berdakwah secara Islami terutama di bidang Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan motivasi komunikasi ringan terhadap para da'i saat berdakwah melalui *facebook*, sehingga pesan-pesan dakwah dapat diterima oleh masyarakat pengajian.
 - b. Menjadikan rujukan keterampilan berdakwah oleh para da'i muda khususnya mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri dan pelajar milenial dengan latar belakang pesantren.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka menjadi pandangan wawasan sebelumnya atau penelitian terdahulu yang diangkat atau dikembangkan dalam penelitian selanjutnya dengan tema sejenis, sehingga memberikan sumbangsih bahan dan terhindar dari pengulangan beberapa bahasan.

Adapun tema yang diangkat peneliti dari beberapa sumber jurnal dengan tema sejenis, diantaranya sebagai berikut:

1. Artikel jurnal, yang berjudul “ Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Pada Tema “Rumah Tangga” Dalam Channel Ustadzah Halimah Alaydrus)” Journal

Communication Science and Islamic Dakwah, Vol. 6, No.2 2022, karya Pridiastuti. Karya ilmiah ini menjelaskan mengenai seni berbicara seorang perempuan yang berdakwah dalam media sosial dan tujuan penelitian ini adalah untuk penerapan retorika yang digunakan. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif dengan memfokuskan pada lima teori yang terdiri dari materi dakwah, mengatur teks dakwah, gaya bahasa, mengingat materi dakwah dan penyampaian dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi analisis isi.

Persamaan dalam penelitian ini membahas tentang retorika dakwah, manfaat media sosial dan teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya yaitu menggunakan lima metode retorika dari Zainul Ma'arif, teori yang diterapkan pada obyek penelitian dan sumber primernya menggunakan media Youtube.

2. Artikel jurnal, yang berjudul “ Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada *Account Instagram* Bank BNI “. Jurnal Desain Grafis Dan Media Kreatif Kalatanda, karya Sorson Nurusholih. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan dan menganalisis pesan retorika visual dari apa yang ditampilkan pada beberapa iklan yang disampaikan oleh *account instagram* bank BNI. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan memungkinkan peneliti mendeskripsikan dan menganalisis pesan retorika visual yang terkandung dalam iklan promosi produk bank BNI. Hasil pengamatan

sementara yang dilakukan penelitian terdahulu yakni dalam promosi iklan bank BNI ditemukan kegiatan visual yang muncul seperti foto-foto yang tidak eksplisit berhubungan langsung dengan tujuan pesan yang ingin disampaikan.

Adapun persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yakni mengambil data dari proses visualisasi pada konten di media sosial *instagram* dan *facebook* yang kemudian pemaknaan dengan menggunakan *two order of significations*, sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian yang menemukan kegiatan promosi iklan bank BNI sebagai bentuk branding di *instagram* kepada masyarakat dengan menyampaikan pesan-pesan visual tertentu.

3. Artikel jurnal, yang berjudul “ Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali “. Jurnal Manajemen Komunikasi, karya Putu K N Kusuma dan Iis Kurnia N. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis beberapa makna yang terkandung dalam denotatif, konotatif, dan mitos atau ideologi dalam ritual Otonan di Bali. Metode yang dilakukan penelitian terdahulu adalah penelitian kualitatif dengan analisis semiotika dari Roland Barthes karena berkaitan dengan pembahasan yang diteliti yaitu ritual Otonan umat Hindu di Bali. Hasil dari penelitian ini adalah dalam mengetahui makna denotasi dalam prosesi Mebyakaonan yang ada pada ritual Otonan di Bali berupa susunan kegiatan Mebyakaonan ritual Otonan. Di mana gerakan visual

yang ditandai dengan pakaian, warna, gestur tubuh dan juga aktifitas verbal lainnya dimunculkan adanya doa-doa dan audio ditandai sebagai simbol yang dibarengi dengan bunyi lonceng. Terdapat juga pemaknaan konotasi dengan ajaran agama Hindu yang substansional seperti ajaran Tri Murti, Sad Ripu, makna Air Tirtha, dan lain-lain serta berbagai mitos dan ideologi seperti ungkapan religius kolektif, hierofani, religiusitas, serta agama sebagai sistem budaya.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan ini terlihat pada analisis semiotika Roland Barthes dengan penggunaan metode kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada obyek penelitian berupa Salah satu *public figure* Islam yang berkembang di Indonesia yaitu Gus Baha sedangkan penelitian terdahulu obyek penelitiannya adalah kultur yakni ritual Otonan di Bali.

4. Artikel jurnal dengan berjudul “ Analisis MEME “Kok Bisa Ya” Di Media Sosial Menggunakan Semiotika Roland Barthes “. Jurnal Barik, Vol. 1, No. 2, tahun 2022, karya Fina Fitriana dan Eko Agus Basuki Oemar. Karya ilmiahnya menjelaskan fenomena MEME yang ada dimedia sosial yang terkenal di pertengahan tahun 2022 menggambarkan berkarakter kepala gundul dengan ilustrasi sederhana sedang termenung memikirkan suatu hal. Tujuan penelitian ini menganalisis suatu tanda dan makna serta mitos yang ada didalamnya selain itu diharapkan dapat meningkatkan apresiasi terhadap MEME

yang berdampak negatif atau positif di masa depan bagi pengguna internet.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pengkajian isi data menggunakan *content analysis* dengan mengumpulkan gambar-gambar MEME diberbagai media sosial. Hasil penelitiannya adalah mendeskripsikan aktifitas seorang yang termenung secara berlebihan dengan kepala yang mendongakkan kepala ke atas. Munculnya karakter baru MEME berupa template ilustrasi dengan ekspresi datar menjadi hal baru yang dapat menarik perhatian dan respon yang beragam dari warganet yaitu respon positif seperti ajakan untuk introspeksi diri dan respon negatif yaitu kebiasaan berpikir terlalu berlebihan tanpa tindakan.

Adapun penelitian ini ada di analisis dengan sama-sama menggunakan semiotika Roland Barthes. Pada penelitian terdahulu memaknai tanda, denotasi dan konotasi serta mitos melalui MEME yang ada di media sosial. Untuk penelitian ini analisisnya pada retorika dakwah salah satu *public figure* Islam. Perbedaannya dalam penelitian terdahulu adalah metode kualitatif yang *content analysis* sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

5. Artikel jurnal dengan berjudul “ Analisis Semiotika Barthes Pada Billboard Burger Bros “ Masih Gentayangan Karena Pemasaran “”. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, Vol. 9, No. 10 tahun 2022, karya Aldairasyah dan Arif Ardy Wibowo. Penelitian ini menjelaskan

sebagian besar pemaknaan tampilan visual iklan *billboard* kepada masyarakat meliputi warna dan gambar. Tujuan penelitian ini mengungkapkan tampilan visual di *billboard* mengenai pengaplikasian tulisan yang mempunyai konotasi *horror* gabungan dengan gambar tangan Genderuwo agar masyarakat tahu bahwa Burger Bros mempunyai banyak varian dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan cara mendeskripsikan bahasa gantayangan, pemasaran dan beberapa gambar secara kontekstual. Hasil penelitian ini adalah sebuah kegiatan strategi *marketing reverse psychology* yang membuat reaksi terhadap konsumen dengan beberapa rangsangan yang bertentangan saat proses keputusan untuk mengingat iklan tersebut.

Terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu yakni pada penekanan obyek yang mengarah ke strategi *marketing* melalui *reverse psychology* seseorang bukan seperti penelitian yang terkini yang mengarah pada analisis komunikasi verbal seseorang. Adapun persamaannya dengan penelitian terkini terletak pada bagian analisis semiotika Roland Barthes sebagai acuan tahap penelitian dengan cara pemaknaan *sign, denotation and connotation*, dan mitos agar masyarakat lebih mudah dalam pemahaman visual dan audio visual.

6. Artikel jurnal, yang berjudul “ Mengungkap Retorika Iklan Melalui Pendekatan Semiotika Pada Iklan FedEx “. Jurnal Demandia, Vol. 01, No. 01 tahun 2016, karya Mohamad Tohir. Tujuan penelitian terdahulu

adalah mengungkapkan makna didalam iklan FedEx sesuai retorika yang muncul saat peristiwa kebakaran pada ruko yang kedapatan mobil FedEx disebelah jalan raya sebagai mobil dinas kebakaran yang datang tepat waktu. Metode penelitiannya kualitatif dengan pendekatan deskriptif yakni penggambaran makna pada iklan FedEx secara visual. Hasil penelitian ini adalah memunculkan tanda dan makna denotasi dan konotasi sesuai analisis semiotika Roland Barthes serta pencitraan bahwa jasa pengiriman paket FedEx lebih cepat daripada fungsi mobil dinas kebakaran saat terjadinya peristiwa kebakaran didaerah tertentu.

Adapun persamaan penelitian terdahulu yakni analisis dan metode yang digunakan dalam pencarian tanda, denotasi dan konotasi serta mitos didalam iklan FedEx. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah tujuan yang lebih mengungkapkan dalam makna strategi *marketing* dalam meningkatkan citra branding iklan FedEx sebagai jasa pengiriman paket bukan untuk mengungkapkan pemaknaan mitos lebih rinci yang ada pada konten.

7. Artikel jurnal, yang berjudul “ Representasi Nilai-Nilai Islam Pada Film Aisyah Biarkan Kami Bersaudara “. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Jil. 4, No. 1 tahun 2023, karya Mariam Ulfa Kamaria. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan nilai-nilai Islam yang dipresentasikan dalam film “Aisyah Biarkan Kami Bersaudara”. Fokus penelitian ini adalah representasi nilai-nilai Islam yang terkandung dalam film tersebut yang berdurasi 110 menit. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika John Fikse yang terbagi dari tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Hasil penelitian ini pada tingkat realitas Islam digambarkan dengan penampilan Aisyah yang bersahaja dibalut busana muslimah. Pada level representasi menampilkan pengambilan gambar sehingga mengetahui karakter aktor dalam film. Level ideologi, nilai Islam ditunjukkan dengan bentuk dialog.

Adapun persamaan penelitian terdahulu yakni menggunakan representasi untuk mengetahui pengambilan data dalam film tersebut. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada analisis semiotika yang digunakan seperti John Fikse dengan penggunaan tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi.

F. Definsi Konsep

1. Representasi

Konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia seperti dalam dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan lain sebagainya. Dan juga sebuah produksi makna melalui bahasa, lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan atau gambar) tersebut itulah seseorang yang dapat memperlihatkan pikiran, konsep dan ide-ide tentang sesuatu.

2. Retorika

Retorika merupakan gaya seni berbicara yang dapat dicapai berdasarkan bakat alami atau talenta maupun keterampilan teknis seseorang. Nilai-nilai retorika seperti kalimat sederhana, mulia, menengah, percakapan, klimaks dan repetisi juga diperlukan dalam memahami suatu makna yang terkandung dalam suatu kalimat pembicaraan.

3. Dakwah

Dakwah adalah suatu kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok agama sesuai kemampuan yang dimilikinya dengan bertujuan menjadikan umat manusia memiliki kehendak untuk percaya menerima dan memeluk agama dengan baik dan benar serta memperoleh kesejahteraan di dunia dan kebahagiaan terus menerus di akhirat kelak.

4. Semiotika

Menurut Roland Barthes, semiotika merupakan suatu ilmu yang digunakan untuk memaknai sesuatu tanda bahasanya dan merupakan susunan atas tanda-tanda yang mempunyai makna tertentu dari masyarakat (*mitologi*).

5. Facebook

Facebook adalah salah satu platform di situs jejaring sosial berbasis internet. Jejaring yang dimaksud ini berfungsi untuk menunjukkan jalan yang di mana mereka berhubungan kesesama,

mulai dari mereka yang sudah saling kenal maupun belum kenal sama sekali di internet.