

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah *point of view* (POV) menjadi suatu fenomena dakwah yang menggunakan gaya penyampaian melalui sudut pandang satu orang menjadi beberapa karakter guna menggambarkan masing-masing sudut pandang yang berbeda-beda pemikirannya.

Dakwah dengan gaya yang seperti ini cukup menarik banyak perhatian netizen. Ketika mencari informasi yang sedang dicari maupun tidak, karena gaya penyampaiannya tidak membosankan dan memberikan gambaran informasi secara jelas dan penerima informasi bisa menangkap sekaligus merasakan informasi yang sedang di lihat dengan membayangkan, jadi gaya *point of view* (POV) sangat sesuai dengan karakter netizen yang suka instan dalam hal pemilihan informasi.

Point of view (POV) adalah gaya sudut pandang yang artinya penunjuk pada cara sebuah cerita dikisahkan. Ia merupakan cara atau pandangan yang dipergunakan pengarang sebagai sarana untuk menyajikan cerita dalam sebuah karya kepada pembaca. Dari keunikan gaya penyampaian dan durasi yang tidak lama dapat mempermudah pemahaman akhirnya bisa menarik perhatian netizen untuk melihat dan bahkan mengikuti isi konten dakwah tersebut.¹

¹ Morissan, *Teori komunikasi : Individu Hingga Massa*, (Jakarta : Kencana Prenada Media 2013), 135.

Gaya atau cara penyampaian yang unik dapat menarik perhatian orang biasanya karena konten yang disajikan sesuai apa yang sedang terjadi atau informasi tersebut memang sedang dibutuhkan untuk membentuk suatu kepribadian seseorang, dari kepribadian mereka itulah terbentuk gaya atau ekspresi yang dikeluarkan dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Pada dasarnya setiap manusia memiliki gaya komunikasi yang unik dan menarik tentunya, karena itulah jika kita dapat mengenal gaya komunikasi seseorang maka kita juga dapat menemukan kesadaran dari diri kita sehingga dapat mengembangkan interaksi dan relasi antar personal demi tercapainya komunikasi efektif. Artinya, dari gaya komunikasi itu dapat membuat seseorang menjadi sukses dalam relasi dengan orang lain. Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara kita mengirim dan menerima pesan, bisa disebut “Gaya Komunikasi” karena kita paling sering memakai gaya tertentu ketika kita berkomunikasi dengan orang lain. Tiga kunci yang menjadi dasar bagi interaksi dan relasi dengan orang lain: Interaksi dengan diri sendiri, Interaksi dengan orang lain, Interaksi dengan kelompok.² Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial sangat berguna untuk interaksi satu sama lain.

Perkembangan media sosial pada saat ini sangatlah pesat, media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang memiliki banyak manfaat ketika digunakan, tergantung pada pemakaiannya, jika bisa memanfaatkan media sosial maka juga akan terarahkan dengan sendirinya kepada hal-hal yang bersifat positif dan juga sebaliknya jika tidak bisa menggunakannya maka

² Alo, Liliweri, *Komunikasi Antar Personal* (Kencana : Jakarta, 2015) h. 254

akan terarah ke hal-hal yang negatif. Media sosial memiliki banyak manfaat salah satunya adalah berbagi informasi dan berkomunikasi jarak jauh. Pada zaman sekarang ini sudah hampir semua orang mempunyai akun media sosial, baik dari kalangan muda sampai yang tua. Selain itu juga sangat mudah untuk diakses dan cepat dalam menyampaikan informasi dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun tanpa mengeluarkan banyak biaya. Media sosial yang sedang marak digunakan dalam pencarian informasi adalah TikTok.

Dari *platform* media sosial TikTok orang-orang yang menggunakannya sudah bisa mencari informasi apapun dari sini sesuai gaya yang mereka cari dan suka sehingga perkembangannya paling cepat didunia. Tiktok memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik sampai 10 menit disertai musik, filter dan beberapa fitur kreatif lainnya.³ Terbukti aplikasi ini adalah media sosial yang paling banyak dipakai netizen sebagai sumber informasi pada 2022. Berdasarkan hasil survei Jakpat, ada 24% responden dari generasi kelahiran 1997-2012 sebagai sumber informasi pada 2022.⁴

Adapun yang membuat TikTok lebih banyak digemari netizen adalah tiktok memungkinkan setiap orang untuk membagikan ekspresi kreatif melalui video dan informasi yang ada dalam konten TikTok tidak berdurasi lama selain itu gaya atau cara penyampaian informasi yang digunakan mempermudah penonton dalam memahami informasi yang disampaikan dan sesuai dengan apa

³ Melly, Velantin, *Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi*, IKON Jurnal Ilmu Komunikasi(Universitas Persada Indonesia Y.A.I,2022) h. 188

⁴ Shilvina Widi, *Tiktok Jadi Medsos Utama Gen Z Untuk Cari Infomasi Pada 2022*,DataIndonesia.Id 2023

yang mereka cari sehingga dari konten-konten tersebut akan dibuat contoh atau panutan dalam kegiatan mereka (netizen).

Netizen adalah istilah atau perumpamaan yang seringkali dipakai untuk “Warganya Internet”. Karena itu, Netizen biasa diartikan sebagai orang-orang yang secara aktif selalu hadir terlibat di komunitas-komunitas online, komunitas digital, atau Internet secara umumnya. Pada umumnya netizen adalah mereka yang mengakses dan menggunakan jaringan internet. Mereka juga saling berkolaborasi dan bertukar aspirasi di dunia maya. Misalnya melalui sosial media seperti Tiktok, Instagram, Twitter, dan sebagainya. Dengan kata lain netizen adalah aktivis dunia maya. Melakukan komunikasi dengan netizen lain melalui akses sosial media.

Tak mengherankan bila jagad dunia maya bergantung dengan para netizen ini, namun semua itu tergantung dari sikap individu masing-masing dalam menyikapi adanya fenomena ini. Bila kita mampu memanfaatkan sarana tersebut dengan baik dan benar, maka kita tidak akan tersesat dan terjebak dalam modernisasi bahkan digitalisasi.⁵

Salah satu gaya dakwah yang bisa digunakan untuk menarik perhatian banyak orang dengan pemahaman yang mudah adalah gaya dakwah *Poin Of View* (POV). Dakwah merupakan suatu kegiatan yang menyebarkan ajaran islam. Hingga saat ini agama islam berkembang pesat dan mempunyai pengikut yang cukup banyak. Hal tersebut dikarenakan adanya dakwah yang dilakukan oleh rasulullah dan para sahabatnya dan umat islam lainnya sampai

⁵ Romi Syahril, *Para Netizen Dalam Membentuk Opini Publik (Studi Kasus Pada Siswa SMKN 4 Bekasi)*, Jurnal Abdi Mas BSI, 2018. h. 529

saat ini. Menurut Nasarudin Latif dakwah merupakan setiap aktifitas yang dilakukan baik dengan lisan maupun tulisan yang didalamnya mengandung unsur menyeru, memanggil dan mengajak manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai dengan akhlak islamiyah dengan garis-garis akidah dan syariat.⁶ Dalam hal itu juga Allah SWT menegaskan dan menjelaskan dalam firman-Nya di Q.S Ali Imran ayat 104 :

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

Artinya : *Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*⁷

Dari banyaknya pendakwah ada salah satu pendakwah yang menyampaikan dakwahnya dengan gaya *point of view* (POV) ia adalah akun @cindy_rissa5 yang menggunakan TikTok sebagai sarana dakwah kepada netizen. Akun ini memiliki pengikut sebanyak 2,1 juta, like sebanyak 65,2 dan komentar-komentar yang positif. Akun @cindy_rissa5 berisi konten dakwah dengan gaya *point of view* yang menarik perhatian karena konten yang disajikan mudah dipahami sehingga cocok untuk netizen yang ingin memperoleh informasi yang cepat dan tidak bosan ketika dilihat karena keunikannya.

Dari penelitian di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai Gaya Dakwah *Point Of View* (POV) Pada Netizen Di Media Sosial TikTok @cindy_rissa5

⁶ Syamsudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2016) h. 9

⁷ Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat 104

B. Fokus Penelitian

Mengarah pada konteks penelitian, yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya dakwah *point of view* (POV) dilakukan untuk menarik perhatian netizen melalui akun media sosial TikTok @cindy_rissa5?
2. Bagaimana dampak gaya dakwah *point of view* (POV) yang dilakukan untuk menarik perhatian netizen pada akun media sosial TikTok @cindy_rissa5?

C. Tujuan Penelitian

Fokus penelitian diatas dijadikan acuan oleh penulis untuk merumuskan tujuan dari penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana gaya dakwah *point of view* (POV) dilakukan untuk menarik perhatian netizen melalui akun media sosial tiktok @cindy_rissa5.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak gaya dakwah *point of view* (POV) yang dilakukan untuk menarik perhatian netizen pada akun media sosial tiktok @cindy_rissa5

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat secara luas. Bermanfaat bagi khalayak umum maupun bagi penulis sendiri. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan wawasan mengenai gaya dakwah *point of view* (POV) pada netizen melalui media

sosial TikTok. Tentu saja hal ini masih perlu dikaji lebih dalam untuk menambah wawasan suatu bidang keilmuan.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pengalaman bagi penulis dalam kegiatan praktik, khususnya dalam bidang penulisan karya ilmiah. Selain itu, Penelitian ini bisa digunakan untuk bahan masukan dan pertimbangan dalam membuat konten yang unik, mendidik, serta mengandung muatan dakwah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran pada masyarakat tentang pesan dakwah yang dituangkan kedalam sebuah Video dan diharapkan menjadi bahan tambahan baru bagi mahasiswa maupun masyarakat dalam menerapkan dakwah melalui tiktok dengan cara yang kekinian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi dan pemahaman bagi para pembaca yang ingin mengkaji maupun meneliti isu yang sama.

E. Definisi Konsep

Maksud ataupun tujuan dari definisi konsep ini adalah untuk memberikan gambaran maupun penjelasan dasar mengenai istilah-istilah penting atau kata kunci yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti merumuskan beberapa istilah penting yang berhubungan dengan penelitian, yaitu:

1. Gaya Dakwah

Setiap pendakwah memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan dakwahnya agar mudah dipahami orang lain.

Hal tersebut dikarenakan berbagai faktor, seperti latar belakang pendidikan, usia, keluarga bahkan jenis kelamin pun dapat berpengaruh terhadap gaya dakwah. Terdapat perbedaan gaya dakwah pada setiap pendakwah yang biasa dikategorikan ke ciri khas para pendakwah saat menyampaikan materi. Sederhananya, Gaya bahasa dakwah merupakan cara untuk mengkomunikasikan suatu ide atau pikiran yang tertuang dalam tulisan ataupun lisan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa gaya bahasa dakwah yang digunakan.⁸

2. *Point Of View* (POV)

Istilah *point of view* (POV) atau sudut pandang, biasa digunakan untuk sarana bercerita agar mudah dipahami, diciptakan untuk menandakan adanya perbedaan sifat, karakteristik, ciri-ciri, pemikiran dari beberapa sudut pandang. Sudut pandang haruslah diperhitungkan kehadirannya, bentuknya, sebab pemilihan sudut pandang akan berpengaruh terhadap penyajian cerita. Sudut pandang pada hakikatnya merupakan strategi, teknik, siasat, yang secara sengaja dipilih pengarang untuk mengemukakan gagasan dan cerita.

Menurut Booth mengemukakan bahwa sudut pandang merupakan teknik yang dipergunakan pengarang untuk menemukan dan menyampaikan makna karya artistiknya, sehingga dapat sampai dan berhubungan dengan pembaca. Dengan teknik yang dipilihnya diharapkan pembaca dapat

⁸ Aflahal Misbah, *Fashion, Karismatik Dan Suara Ulama: Membaca Gaya Dakwah Kiai Shalih Darat*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 2018. h. 27

menerima dan menghayati terhadap pesan yang disampaikan. Adapun macam-macam sudut pandang :

a. Sudut pandang persona ketiga :

“Dia”. Sudut pandang “dia” dapat dibedakan dalam dua golongan berdasarkan tingkat kebebasan dan keterikatan pengarang dengan bahan ceritanya yaitu “Dia” mahatau dan “Dia” terbatas, “Dia” sebagai pengamat.

b. Sudut pandang persona pertama “Aku” berdasarkan peran dan kedudukan dalam cerita dibagi menjadi dua golongan yaitu “Aku” Mahatau dan “Aku” tokoh tambahan.⁹

c. Sudut pandang persona kedua: “Kau”.¹⁰

3. Netizen

Menurut sejumlah penelitian terdahulu, Netizen adalah wujud individu yang menjadi warga/masyarakat/penghuni dunia maya yang secara virtual tidak memiliki batasan, dan individu dapat berkomunikasi tanpa ada batasan. Keberadaan teknologi dan internet menjadi elemen penting dari kehidupan dan keseharian mereka.¹¹ Netizen adalah istilah atau perumpamaan yang seringnya dipakai untuk “Warganya Internet”. Karena itu, Netizen biasa diartikan sebagai orang-orang yang secara aktif selalu hadir terlibat di komunitas-komunitas *online*, komunitas digital, atau

⁹ Zusi Ardiana, Kahfie Nazaruddin, Edi Suyanto, *Sudut Pandang Pencerita Dalam Novel Padang Bulan Karya Andrea Hirata*, Jurnal Kata, 2014. hal. 46

¹⁰ Abrams, M.H., *A Glossary of Literary Terms*, New York:Holt, Rinehart and Winston, 1981. h. 113

¹¹ Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, Hendra Lukito, *Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?*, Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA), 2020. hal.

Internet, Pada umumnya netizen adalah mereka yang mengakses dan menggunakan jaringan internet.

Mereka juga saling berkolaborasi dan bertukar aspirasi di dunia maya. Misalnya melalui sosial media seperti Tik-tok, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Dengan kata lain netizen adalah aktivis dunia maya. Melakukan komunikasi dengan netizen lain melalui akses sosial media. Di sini antar netizen saling melakukan interaksi. Misalnya melalui kolom komentar, email, chat, dan sebagainya.¹² Menyuarakan pendapatnya ke publik luas, misalnya berupa opini, kecaman, promosi, dan sebagainya. Sejauh ini, netizen sangat berpengaruh dalam ranah dunia maya, karena netizen adalah mereka yang tergabung dalam jaringan yang luas dan berani menyuarakan pendapatnya dengan tegas.

4. Tiktok

Tiktok merupakan sebuah media sosial yang memiliki audio visual dan juga gambar yang dapat ditampilkan dengan berbagai kreasi dari penggunanya. Tiktok akan menarik minat dari semua kalangan tergantung bagaimana gambar dan suara disajikan, TikTok pada saat ini sangat diminati oleh semua kalangan terutama anak muda. Didalam TikTok bisa ditemukan berbagai hiburan, kata mutiara, lowongan pekerjaan, berbelanja *online*, beberapa materi dakwah dan tutorial memasak. Tiktok mempunyai manfaat

¹² Ilham Albar Pane, Romi Syahril, *Peran Netizen Dalam Membentuk Opini Publik (Studi Kasus Pada Siswa SMKN 4 Bekasi)*, JURNAL ABDIMAS BSI, 2018. hal. 526

yang sangat banyak bagi para penggunanya. Tiktok ini baru diluncurkan pada tahun 2016 oleh Zhang yiming.¹³

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya.¹⁴ Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Menurut mulyana, dalam penggunaan TikTok terdapat dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, ke berlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

¹³ Tri buana, "Pengguna Aplikasi Tiktok Versi Terbaru Kreatifitas Anak", Jurnal Inovasi (Palembang), 2020, h.2

¹⁴ Apriadi Tamburaka. 2013. *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo, 2013. h. 31

a. Faktor internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi TikTok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi juga untuk belajar interaksi terhadap orang-orang baru, aplikasi ini juga dapat meningkatkan kreatifitas seseorang. Dilihat dari sisi negatifnya juga penggunaan aplikasi TikTok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi TikTok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat

informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang juga sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang TikTok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi TikTok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini, terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai gaya dakwah *point of view* (POV) pada netizen di media sosial TikTok. Penelitian-penelitian sebelumnya memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu dapat dijadikan pedoman atau pegangan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Selain itu, penelitian sebelumnya digunakan untuk menandakan bahwa permasalahan yang akan diteliti memiliki perbedaan dan tidak sama dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Novel Manjali Dan Cakrabirawa Karya Ayu Utami Oleh Riska Halid (2019)

No.	Penulis/Judul	Hasil Penelitian
1.	Riska Halid (2019) “Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Novel Manjali Dan Cakrabirawa Karya Ayu Utami.	<p>Dalam penelitian ini meneliti tentang makna yang tersirat berupa bahasa simbolis dalam karya sastra seperti novel. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah semiotika Ferdinand De Saussure pada Novel ‘Manjali dan Cakrabirawa’ karya Ayu Utami. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa petanda dan penanda merupakan satu kesatuan dari tanda yang memiliki arti atau makna.¹⁵</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni metode yang digunakan, menggunakan metode penelitian kualitatif, dan menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika Ferdinand De Saussure dan ditemukan beberapa makna didalamnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada novel Manjali dan Cakrabirawa karya Ayu Utami sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah pada akun media sosial tiktok @cindy_rissa5 untuk mengetahui gaya dakwah yang dilakukan dan konten yang diupload.</p>

Tabel 1.2 Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu Zona Nyaman Karya Fourtwnty Oleh Larasati Nurindahsari (2019)

2.	Larasati Nurindahsari (2019) “Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu ‘Zona Nyaman’ Karya Fourtwnty.	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif teknik analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Setiap lirik dalam lagu Zona Nyaman Fourtwnty menggunakan perumpamaan yang bisa dianalisis dengan teori semiotika.¹⁶ Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa makna yang terkandung dalam lagu Zona Nyaman mengandung pesan positif dan motivasi untuk lebih berani keluar dari zona nyaman demi kehidupan yang lebih baik. Konteks penelitian ini memiliki keterkaitan dengan yang dikaji oleh peneliti sehingga cocok untuk dijadikan acuan dan referensi dalam kajian penelitian terdahulu. Titik perbedaan dalam penelitian ini terletak pada isi atau konten penelitian.</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni terdapat pada metode yang sama- sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni terdapat perbedaan pada media sosial yang diteliti, penelitian ini menggunakan lagu untuk dianalisis melewati lirik yang ada didalamnya, jika peneliti yang akan dilakukan menggunakan mediasosial tiktok pada akun @cindy_rissa5 yang menganalisis gaya dakwahnya melalui konten- konten yang sudah dibuat.</p>
----	---	--

¹⁵ Riska Halid, *Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Novel Manjali Dan Cakrabirawa Karya Ayu Utami*, Jurnal Komunikasi, 2018. h. 12

¹⁶ Larasati Nurindahsari, *Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu Zona Nyaman Karya Fourtwnty*, Jurnal Komunikasi, 2018)

Tabel 1.3 Analisis Semiotika Pesan Dakwah Video Kan Kan Challenge Di Youtube The Sungkars Family Oleh Anzen Bhilla Setya (2020)

3.	<p>Anzen Bhilla Setya (2020) Analisis semiotika Pesan Dakwah Video Kan Kan Challenge Di Youtube TheSungkars Family</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dengan cara observasi yaitu dengan menonton dan mengamati setiap adegan dan juga dialog yang terjadi. Selain itu peneliti juga menyimpan setiap adegan setiap scene dalam video kan kan challenge yang kemudian akan dianalisis. Penelitian ini menggunakan teori dari semiotika roland barthes yang mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan tanda, yaitu denotasi dan konotasi yang melahirkan makna baru yang berupa mitos untuk memberikan pembenaran bagi nilai- nilai dominan yang berlaku.</p> <p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada beberapa makna yang ditemukan, yang pertama yakni makna denotasi video ini adalah sebuah video permainan berupa katakan atau lakukan yang dikemas secara menarik, inspirasi yang mengandung pesan- pesan dakwah dari keluarga sungkar yang terdiri dari shireen sungkar, teuku wisnu, zaskia sungkar, dan irwansyah. Yang kedua yakni makna konotasi yang menggambarkan pesan- pesan akhlak dakwah dardiyah ringan dalam kehidupan sehari - hari diantaranya adalah keimanan kepada allah, nilai kejujuran, tentang silaturrahmi, adab terhadap orang tua, kasih sayang terhadap adik kandung, kasih sayang terhadap anak kandung, dan tentang bagaimana belajar untuk jad lebih baik dan sebelumnya.</p> <p>Yang ketiga yakni mitos menjelaskan bahwasannya islam mengajarkan kita untuk slalu berbuat baik dan menganjurkan agar menyampaikn hal- hal bak sekecil apapun. Penyebaran dakwah bukan perkara yang susah untuk zaman sekarang, dimana berdakwah tidak melulu tentang orang yang berdiri dan berceramah. Dakwah kini dapat dikemas lebih ringan dan menarik dalam bentuk video sehingga dapat diterima oleh masyarakat umum. Pada hakikatnya setiap manusia hidup di dunia ini semata- mata untuk mengumpulkan pahala dan untuk mendapatkan ridha allah swt. setiap manusia pasti pernah punya salah. Maka dari itu kita harus memperbaiki kesalahan-kesalahan itu sekecil apapun yang kita lakukan di dunia baik buruknya akan mendapat balasan dari Allah SWT.</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama- sama menggunakan metode kualitatif, dan menggunakan media sosial. perbedaannya terletak pada teori yang digunakan penelitian ini menggunakan semiotika roland barthes. Jika penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan teori gaya komunikasi dan menggunakan media sosial tiktok pada akun @cindy_rissa5 yang meneliti tentang gaya dakwahnya</p>
----	---	---

Tabel 1.4 Strategi Dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Ustadz Adi Hidayat Di Youtube serta efeknya Terhadap Publik Oleh Nurul Muzayyana (2020)

4.	Nurul Muzayyana (2020) Strategi Dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Ustadz Adi Hidayat Di Youtube Serta Efeknya Terhadap Publik	<p>Dalam penelitiannya, Fahdly hanya fokus meneliti bagaimana strategi komunikasi dakwah ustad Abdul Somad. Fahdly menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan dengan teknik wawancara dan dokumentasi yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari beberapa video dakwah yang ada di channel ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat. Dan data sekunder diperoleh dari tulisan-tulisan yang berkaitan dengan strategi dan gaya komunikasi dakwah kedua ustadz tersebut.</p> <p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat berdakwah dengan meyakini ayat-ayat Allah SWT dan hadis Nabi Muhammad SAW. Mereka juga sering mengadakan kajian yang membahas kitab maupun tafsir. Ustadz Abdul Somad lebih banyak menggunakan lelucon dan humor sedangkan Ustadz Adi Hidayat lebih banyak berdakwah dengan menganalisis isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Dalam berdakwah di Youtube Ustadz Abdul Somad terlihat tegas dan bijak sedangkan Ustadz Adi Hidayat lebih terlihat tenang dan ramah. Dengan strategi dan gaya komunikasi yang dibawakan kedua ustadz tersebut, menyebabkan banyak masyarakat melihat video dakwah mereka sehingga banyak masyarakat tidak tahu menjadi tahu dengan apa yang disampaikan kedua ustadz tersebut. Bahkan banyak masyarakat yang mengungkapkan keinginan mereka untuk mengikuti apa yang disampaikan Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dalam dakwahnya di Youtube.</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama menggunakan metode penelitian kualitatif, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada media yang diteliti, peneliti ini meneliti media Youtube jika penelitian yang akan dilakukan menggunakan media Tiktok.</p>
----	---	--

Tabel 1.5 Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Oleh Marzuki (2021)

5.	Marzuki (2021) Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari video Youtube Ustadz Abdul Somad resmi, data sekunder diperoleh dari dokumentasi, buku, jurnal, kamus internet, catatan kuliah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.</p> <p>Hasil penelitian ini dari video pertama yang berjudul wakaf yang akan lebih abadi, video yang kedua berjudul mewujudkan peradaban yang lebih baik, dan ketiga dengan judul tak ada yang kebetulan hidup adalah pilihan, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad mengacu pada gaya penandali "controller style" terdapat beberapa tipe-tipe yang mendukung seperti, selalu berorientasi pada tugas, selalu fokus pada tujuan akhir yang ingin dicapai,</p>
----	---	--

	<p>memiliki rasa peduli yang tinggi, dapat mengendalikan suaranya yang keras dan membatasi ekspresi emosi.</p> <p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti yang akan dilakukan menggunakan metode kualitatif karena menganalisis gaya dari sebuah konten yang menggunakan analisis gaya komunikasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada cara pengumpulan data yang dilakukan, penelitian yang akan dilakukan menggumpulkan data dengan analisis gaya komunikasi yang mengamati gaya dakwah dari akun @cindy_rissa5 dalam berdakwah melalui kontennya di tiktok, dan pesan yang terdapat dalam dakwahnya juga berbeda.</p>
--	--

Kesimpulan dari kelima penelitian tersebut dapat dirangkum sebagai berikut:

Penelitian pertama mengenai semiotika Ferdinand De Saussure pada novel "Manjali dan Cakrabirawa" karya Ayu Utami menunjukkan bahwa petanda dan penanda merupakan satu kesatuan dari tanda yang memiliki arti atau makna. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian lainnya dalam penggunaan metode kualitatif, meskipun berbeda dalam konteks teori dan objek penelitian.

Penelitian kedua mengenai lagu "Zona Nyaman" *Fourtwnty* menggunakan metode kualitatif dan analisis semiotika. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa lagu tersebut mengandung pesan positif dan motivasi untuk keluar dari zona nyaman. Terdapat persamaan dengan penelitian lain dalam metode kualitatif, namun berbeda dalam teori dan konten objek penelitian.

Penelitian ketiga mengenai video *challenge* dakwah di media sosial menggunakan metode kualitatif dan teori semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam video

tersebut. Persamaan dengan penelitian lainnya terletak pada metode kualitatif dan penggunaan media sosial, sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan dan objek penelitian.

Penelitian keempat fokus pada strategi komunikasi dakwah Ustad Abdul Somad dan Ustad Adi Hidayat melalui metode kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa keduanya menggunakan ayat-ayat Allah dan hadis Nabi Muhammad SAW dalam berdakwah dengan gaya yang berbeda. Persamaan dengan penelitian lainnya terletak pada metode kualitatif, sementara perbedaannya terdapat pada media yang diteliti.

Penelitian kelima mengenai gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad dalam video YouTube menggunakan metode kualitatif deskriptif. Kesimpulan menunjukkan bahwa gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad mengacu pada gaya penandai "*controller style*." Persamaan dengan penelitian lainnya terletak pada metode kualitatif, namun perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan cara pengumpulan data.

Secara umum, kelima penelitian memiliki persamaan dalam penggunaan metode kualitatif, namun berbeda dalam konteks dan objek penelitian serta teori yang digunakan.