

ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERKAIT ISU PEREMPUAN PADA KONTEN DAKWAH TIKTOK @KADAMSIDIK00

Oleh : Lailatur Rahmi

Pembimbing : Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl.H.R Soebrantas KM 12,5 Simp. Baru,Pekanbaru 28293

Telp/Fax.0761-63277

ABSTRAK

Dakwah merupakan suatu hal yang mendasar dalam Islam, serta merupakan salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan agama Islam. Akun tiktok @kadamsidik00 merupakan salah satu pendakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwahnya terkhusus untuk generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna denotasi, konotasi dan mitos terkait isu perempuan dalam akun tiktok @kadamsidik00.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Subjek dalam penelitian ini adalah video pada daftar putar isu perempuan di akun tiktok @kadamsidik. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Analisis dilakukan mulai dari mencari makna denotasi, kemudian konotasi lalu berhubungan dengan mitos berdasarkan potongan video dan pesan yang telah dipilih.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan penelitian menunjukkan makna denotasi dalam konten video Husain yaitu gambaran umum serta isi pesan dari video yang disampaikan oleh Husain dalam menyampaikan dakwahnya. Makna konotasi pada konten video berupa penampilan, intonasi suara, serta makna dibalik pesan yang disampaikan oleh Husain mengenai adab perempuan, tanggung jawab, serta menjaga hawa nafsu dan teruslah mengikuti perintah Allah. Sehingga membentuk mitos berupa pesan-pesan yang diyakini oleh masyarakat secara visual maupun verbal.

Kata kunci: Semiotika; Roland Barthes; Isu Perempuan; Dakwah; Tiktok

ABSTRACT

Da'wah is a fundamental thing in Islam, and is a form of communication in society that aims to spread Islamic religious messages. The @kadamsidik00 tiktok account is one of the preachers who utilizes social media as a means of da'wah, especially for the younger generation. This study aims to analyze the meaning of denotation, connotation and myth related to women's issues in the @kadamsidik00 tiktok account.

This research uses qualitative research methods using Roland Barthes' semiotic theory. The subjects in this study are videos on the women's issues playlist on the @kadamsidik tiktok account. Data collection techniques using documentation techniques and literature studies. The analysis is carried out starting from looking for denotation meaning, then connotation and then relating to myths based on video pieces and messages that have been selected.

The results showed that the denotation meaning in Husain's video content is the general description and message content of the video delivered by Husain in delivering his da'wah. The connotation meaning in the video content is in the form of appearance, voice intonation, and the meaning behind the message conveyed by Husain regarding women's manners, responsibility, and maintaining lust and continuing to follow Allah's commands. Thus forming myths in the form of messages that are believed by the public visually and verbally.

Keywords: Semiotics; Roland Barthes; Women's Issues; Da'wah; Tiktok

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ilmu pengetahuan, teknologi, serta perkembangan globalisasi yang semakin cepat sekarang berdampak kepada kehidupan semua orang seperti mempermudah mencari informasi salah satunya yaitu dakwah. Dakwah pasti tidak akan jauh dari kehidupan kita yang beragama Islam. Dalam beragama Islam Allah menekankan pada hamba-Nya agar selalu mensyiarkan dan mengajarkan kebaikan kepada seluruh manusia. Ajaran dan wahyu tentang Islam yang disampaikan oleh Rasulullah Saw bisa disebar di seluruh penjuru dunia tak terlepas dari adanya proses dakwah dan komunikasi.

Dakwah mesti dilakukan agar manusia bisa menambah pengetahuannya tentang agama Islam pada masyarakat. Menurut Syeikh Ali Mahfudz, dakwah Islam merupakan suatu cara untuk memotivasi agar para manusia melakukan kebajikan sesuai dengan perintah Allah, mengingatkan manusia selalu melakukan hal yang baik dan mencegah melakukan kemungkaran, agar manusia bisa meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Toha Yahya berpendapat, berdakwah ialah ajakan dengan cara bijaksana kepada manusia untuk selalu berjalan di jalan yang lurus seperti apa yang diperintah Tuhan, dengan tujuan keselamatan dan kebahagiaan dunia (Purnamasari & Thoriq, 2021).

Dakwah merupakan hal yang tidak akan dapat dipisahkan islam, peran dakwah dalam islam sangatlah penting. Kalau tidak ada dakwah maka manusia tidak akan mendapatkan ajaran islam serta memahaminya (Sumadi, 2016). Menjadi tanggung jawab umat islam untuk tetap menjalankan dakwah ditengah-tengah masyarakat, karena kegiatan dakwah adalah tanggung jawab setiap pengikut Nabi Muhammad SAW. Oleh sebab itu, karena perkembangan zaman yang semakin maju dakwah harus bisa mengikuti perkembangan tersebut khususnya perkembangan pada hal teknologi. Dakwah dahulu sangat terbatas dalam pelaksanaannya seperti dilakukan hanya di atas mimbar. Tetapi sekarang, karena pesatnya perkembangan zaman dan media, dakwah tidak hanya terbatas di atas mimbar tetapi bisa dilakukan melalui berbagai media.

Munculnya media sosial memberikan begitu banyak manfaat dan kemaslahatan bagi dakwah. Salah satunya adalah dakwah kini tidak hanya bisa dilakukan secara tatap muka atau di atas mimbar, sambil pengajian/taklim di masjid, namun dakwah juga bisa diakses dan dilakukan atau ditampilkan di manapun kita berada.

Namun permasalahan tantangan dakwah menjadi semakin kompleks di era digital saat ini. Salah satunya soal bagaimana para pendakwah harus menyampaikan pesan dakwah dan mengemasnya semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian *mad'u* atau bisa disebut juga dengan jamaah. Selain itu para dai harus pandai dalam memahami media yang mereka, karena jika seorang dai tidak menguasai teknologi atau media yang mereka gunakan, hal ini menunjukkan salah satu tantangan dalam berdakwah di era digital (Mubasyaroh, 2016).

Strategi komunikasi dalam berdakwah adalah kunci utama dalam keberhasilan dakwah. Dakwah harus dilakukan dengan pendekatan, teknik dan metode yang tepat. Semakin kompleks masalah dakwah, maka dai harus mampu mengembangkan strategi yang baik untuk memecahkan masalah-masalah masyarakat yang menjadi mitra dakwah. Komunikasi dapat terhubung dengan baik bila komunikator dapat menggunakan komunikasi dan dakwah dengan baik, dalam mengungkapkan nilai-nilai Islam, isi pesan yang disampaikan juga harus menarik perhatian dan sederhana, agar pesan tersebut tersampaikan kepada *mad'u* dan dapat mempengaruhi sehingga bisa langsung diaplikasikan serta diterapkan oleh *mad'u* tersebut (Arifin, 2018).

Pesan adalah simbol atau sekumpulan tanda atau lambang yang dikirimkan dari komunikator ke komunikan. Pesan bisa mempunyai arti yang berbeda-beda, tergantung persepsi masing-masing penerimanya. Isi pesan dakwah sendiri adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan ajaran Islam yang terdapat dalam kitabullah dan sunnah Nabi yang wajib disampaikan.

Dakwah dapat disampaikan kepada seluruh umat islam diseluruh dunia mulai dari laki-laki, wanita, dari lansia hingga anak-anak, maka dari itu pesan dakwah yang disampaikan beragam pula macamnya sesuai kepada siapa dakwah tersebut akan disampaikan.

Pada zaman sekarang ini dakwah menjadi satu

hal yang penting untuk diketahui semua orang terutama generasi *millennial* sampai generasi Z, perubahan zaman yang semakin cepat banyak membawa dampak negatif kepada generasi-generasi tersebut.

Perempuan merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang diistimewakan dalam Islam, di dalam Al-Quran perempuan memiliki keistimewaan sendiri seperti wanita adalah makhluk mulia yang harus dijaga, wanita merupakan madrasah pertama bagi anak-anaknya, posisi perempuan dalam Islam adalah sebagai pendamping atau pasangan dari laki-laki. Maka dari itu perempuan harus banyak belajar mengenai agama islam agar menambah pengetahuannya mengenai Islam, menjaga marwahnya sebagai seorang muslimah, dan membentengi diri dari hal-hal negatif, pembelajaran ini selain dengan belajar dengan guru atau ustadz bisa juga dengan mendengarkan dakwah.

Tiktok menjadi salah satu dari sekian banyak aplikasi paling populer dan banyak diminati saat ini. Pada aplikasi tiktok pengguna dapat menciptakan video dengan panjang 15 detik hingga 10 menit dengan filter yang unik dan banyak, musik yang beragam, serta berbagai fitur menarik lainnya. Diluncurkan melalui perusahaan Tiongkok, China, ByteDance tiktok awalnya dikenalkan melalui aplikasi yang bernama *Douyin*. Rentang tempo 1 tahun, *Douyin* dapat meraih seratus juta pengguna dan satu miliar tayangan video perhari. Karena *Douyin* memiliki popularitas yang tinggi, maka perusahaan mengembangkannya ke luar Tiongkok dengan memberi nama aplikasi Tiktok.

Dilihat dari liputan *We Are Social* dan *Hootsuite*, aplikasi ini memiliki 1,05 miliar pengguna per Januari 2023. Di Indonesia menduduki peringkat kedua dengan jumlah pengguna sampai dengan 109,9 juta (Annur dalam Fachruddin, 2023). Karena hal tersebut Tiktok bisa mengungguli sebagian aplikasi dari perusahaan Meta. Tiktok berhasil memegang peringkat ke dua mengalahkan Whatsapp dengan satu koma lima miliar pengunduh (Kusuma, 2020).

Di Tiktok sendiri ada beragam konten yang dapat kita nikmati sebagai hiburan ada komedi, sebagai penyampaian pendidikan, informasi kesehatan, berita, tren masa kini, hingga agama yang salah satunya yaitu dakwah yang berguna untuk mengajak seseorang untuk lebih memahami agama Islam.

Tiktok merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui Tiktok lah dakwah dibagikan dengan meng-upload video, sehingga para mad'u dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di Tiktok.

Saat ini, banyak dai yang melakukan inovasi saat berdakwah di media sosial. Menyajikan pesan dakwah yang menarik dengan keunikannya masing-masing dan lebih bergaya anak muda sehingga dakwah semakin populer khususnya di kalangan milenial dan menjadi simbol serta kebangkitan fenomena hijrah. Salah satu pendakwah yang menerapkan inovasi baru ini adalah Husain Basyaiban yang namanya tenar dan eksis di media sosial khususnya tiktok. Beliau menggunakan tiktok sebagai alat untuk dia melakukan dakwah.

Husain Basyaiban dengan akun tiktoknya @kadamsidik00 memanfaatkan Tiktok sebagai sarana dakwahnya dalam menyampaikan syiar agama. Saat kebanyakan remaja menggunakan aplikasi Tiktok sebagai hiburan, Husain malah menggunakan Tiktok sebagai media menyampaikan dakwahnya tentang agama islam terkhusus yang berkaitan dengan generasi muda saat ini.

Namanya dikenal oleh masyarakat setelah mengunggah video di tiktok pada awal 2020, konten yang disajikannya berupa permasalahan dan isu-isu terkait yang terjadi pada remaja saat ini. Konten yang dibawakan Husain pun dikemas dengan milenial dan kekinian dengan gayanya sendiri. Dalam wawancaranya dengan Seputar *INews RCTI* Husain menyebutkan bahwa "Sebagai santri ia merasa bertanggung jawab untuk menyampaikan dakwah di sosial media, karena generasi sekarang nyaris 24 jam menggunakan sosial media, semisal media sosial tidak digunakan untuk kebaikan dan taqwa siapa

lagi yang akan menggunakannya untuk itu”.

Meski usianya yang masih terbilang muda yaitu 20 tahun, namun Husain dapat menanggapi pertanyaan dari pengikutnya mengenai permasalahan agama dengan sederhana tapi mengena yang pastinya dengan landasan Al-Quran dan Hadist serta mampu mengajak penonton untuk mengikuti perkataannya yang berkaitan dengan hal-hal yang baik (Yustina, 2022).

Husain mendapatkan dan memperdalam pengetahuan agama melalui ayahnya sendiri yang merupakan seorang Kiyai. Selain itu Husain dianggap sebagai “pencetus” pendakwah di *Tiktok* karena termasuk orang pertama yang menggunakan *tiktok* sebagai *platform* untuk membagikan pesan-pesan islaminya kepada masyarakat luas. Husain sudah mulai memposting video pertamanya pada tanggal 5 September 2020 yang mana sampai sekarang sudah memposting 1103 video. Terhitung Juli 2023 ini Husain sudah memiliki jumlah Pengikut yang banyak yaitu 5.9 Juta Pengikut dan 300 Juta lebih suka (Uyun, 2023).

Tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat memaknai isi dari konten-konten dakwah yang dibagikan Husain pada akun *tiktok* @kadamsidik00 dengan menggunakan teori semiotika milik Roland Barthes. Dengan penelitian ini diharapkan *audience* lebih mengerti mengenai makna atau tanda dari video-video yang ada pada akun *tiktok* @kadamsidik00 serta mendapatkan pesan yang positif dari dakwah yang disampaikannya. Para konten kreator akan juga lebih termotivasi untuk membuat konten yang bermanfaat untuk dibagikan kepada masyarakat.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari mengenai tanda (*sign*), fungsi tanda, dan produksi tanda, berasal dari bahasa Yunani: *Semeion*, yang memiliki arti tanda. Menurut Roland Barthes semiotika adalah ilmu yang digunakan untuk menafsirkan tanda, dimana bahasa juga merupakan gabungan tanda-tanda yang mengandung pesan-pesan tertentu tentang masyarakat (Sobur, 2013). Tanda dapat berupa

lagu, dialog, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah bahkan gerakan tubuh atau gestur, dan tipe wicara dalam konteks iklan, berita, teks, adegan di film (Rohmaniah, 2021).

Model semiotika Roland Barthes membahas makna tanda melalui dua langkah penandaan, yaitu penandaan dua langkah, mencari makna denotatif dan konotatif yakni makna sebenarnya dan makna kiasan. Gagasan Barthes ini dikenal dengan sebutan “*two orders of significations*”. Ide ini mencakup makna denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat makna yang menjelaskan hubungan tanda dan acuannya dengan realitas, sehingga menghasilkan makna yang tegas, langsung dan pasti.

Pada saat yang sama, tingkat konotatif tanda menjelaskan penanda dan pertanda, yang didalamnya bersifat tersembunyi dan implisit (Hoed, 2014). Barthes tidak hanya memahami proses penandaan, tetapi juga faktor-faktor pemaknaan lainnya, seperti “mitos” yang mendefinisikan masyarakat. Melalui kajian budaya, Barthes mencoba membuka mitos-mitos masyarakat modern dalam realitas masyarakat sehari-hari dengan cara yang unik.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini berusaha memaknai isi konten video dakwah yang terdapat dalam akun *tiktok* @kadamsidik00. Peneliti memakai metode semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Pada penelitian ini, peneliti memilih beberapa kriteria video yang diantaranya yaitu 3 video mengenai isu perempuan yang berisikan pesan-pesan terkait akidah dan akhlak. Dengan pertimbangan tersebut peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Analisis Semiotika Roland Barthes Terkait Isu Perempuan Pada Konten Dakwah *Tiktok* @kadamsidik00”

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika disepadankan dengan logika yang membuka ruang terjadinya komunikasi melalui proses signifikansi ide. Sudjiman (1992) mengatakan semiotika adalah ilmu tentang simbol-simbol dan semua atau apapun yang berkaitan dengan hal tersebut, termasuk cara

berfungsinya, kaitannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaan bagi pemakainnya. Dalam pengertian teoritis yang luas, kajian semiotika mengacu pada kajian sistematis mengenai produksi dan interpretasi tanda, fungsi, dan kegunaannya dalam kehidupan manusia (Rohmaniah, 2021).

Menurut Barthes semiotika atau semiologi pada hakikanya bertujuan untuk menyelidiki bagaimana kemanusiaan (*humanity*), menjelaskan hal-hal (*things*). Membuat suatu tanda (*to signify*) dalam konteks ini tidak dapat dicampur dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek tidak hanya membawa data, dan yang mana objek-objek itu ingin berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2013).

Barthes tidak hanya memahami proses penandaan, tapi juga memahami faktor makna yang lain dari penandaan, seperti “mitos” yang mendefinisikan masyarakat. Dengan cara yang unik, Barthes berupaya mengungkap mitos masyarakat modern dalam realitas keseharian masyarakat melalui kajian budaya, hal ini merupakan ciri khas semiologinya yang mengembangkan ranah baru semiologi.

Pada kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai “mitos” berguna untuk mengungkapkan serta memberikan pembenaran kepada nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu periode tertentu (Sobur, 2013). Menurut Barthes, tanda konotatif tidak hanya mempunyai makna sekunder, tetapi juga dua aspek tanda denotatif yang melandasi keberadaanya. Dalam kajian semiotika Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, dan konotasi merupakan tingkat kedua.

Denotasi yaitu “makna kata atau sekelompok kata yang didasarkan atas penunjukkan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu; sifatnya objektif”. Sedangkan konotasi (*connotation, evertone, evocatory*) sebagai “makna kata atau kelompok kata yang timbul dari atau membangkitkan perasaan atau gagasan si pembicara (penulis) dan pendengar

(pembaca)”. Jika denotasi sebuah kata merupakan definisi objektif kata tersebut, maka konotasi sebuah kata adalah makna subjektif atau emosionalnya (DeVito, 1997). Makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, sedangkan makna konotatif ini hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya relatif lebih kecil. Jadi, suatu kata bisa dikatakan memiliki makna konotatif apabila mempunyai “nilai rasa”, baik positif maupun negatif (Sobur, 2013).

Mitos adalah cerita yang menggambarkan atau mengartikan suatu kebudayaan sebagai fakta atau fenomena alam. Menurut Barthes mitos merupakan suatu sistem komunikasi, atau sistem informasi. Mitos tidak bisa berupa benda, konsep, atau ide. Mitos digunakan untuk mendeskripsikan penandaan (*signification*) sebuah bentuk. Mitos berbeda dengan mitos tahayul, kebohongan, sejarah, dan sebagainya. Menurut Barthes sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang.

Mitos merupakan tipe wicara, semauanya bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. Mitos tidak ditentukan oleh objek pesannya, namun ditentukan oleh cara penyampaianya.

Teori New Media

Pierre Levy membuat teori media baru yang menjelaskan bagaimana media berkembang. Teori ini terbagi menjadi dua bidang, yang pertama membahas interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan seberapa dekat merea dengan komunikasi pribadi. Pierre Levy berpendapat bahwa *World Wide Web* (WWW) adalah lingkungan informasi yang fleksibel, dinamis, terbuka, dan kuat yang memungkinkan individu memperoleh pengetahuan baru dan berpartisipasi dalam dunia yang demokratis, saling terhubung dan lebih interaktif.

Sehubungan dengan perspektif integrasi sosial, pendekatan ini menganggap media sebagai ritual karena telah berkembang menjadi kebiasaan, suatu hal yang formal dan memiliki nilai yang lebih besar dari pada hanya pemakaian media itu sendiri. Dalam perspektif ini juga

disebutkan bahwa cara orang menggunakan media untuk menciptakan masyarakat. Media tidak hanya alat untuk menyebarkan informasi atau memperoleh keuntungan, mereka juga menyatukan kita dalam masyarakat dan memberi kita rasa memiliki satu sama lain.

New media atau media online dapat didefinisikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi yang tersedia dikomputer digital (Creeber & Martin dalam Misnawati, 2020) dan dapat diakses secara public maupun privat melalui internet. Media online berbasis teknologi ini fleksibel dan interaktif (Mondry, 2008).

Dakwah

Menurut Arfin (2011) istilah *da'wah* berasal dari bahasa Arab dan berarti adalah mengajak, menyeru, memanggil, menyampaikan, mendorong atau memohon. Untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat, *da'wah* adalah tindakan yang dilakukan oleh individu dengan tujuan mengajak, meminta atau memanggil orang lain untuk berbuat kebaikan.

Dakwah islam mempunyai peran baru dalam konsep penyebaran ilmu agama yang digunakan oleh para da'i atau pendakwah. Komunikasi dakwah sendiri mempunyai pesan, yaitu simbol-simbol. Istilah pesan dakwah dianggap lebih tepat untuk menjelaskan isi dakwah melalui kata-kata, gambar, lukisan dan lain-lain, yang diharapkan dapat dipahami bahkan mengubah sikap dan perilaku (Cahyono, 2019).

Pesan dakwah yang disampaikan sama dengan pokok-pokok ajaran Islam. Endang Saifuddin Anshari yang dikutip Aziz mengklasifikasikan pokok-pokok ajaran Islam seperti akidah, syariah, dan akhlak. Kita masih sering melihat dakwah yang ditayangkan di televisi. Munculnya jejarin sosial seperti tiktok menawarkan standar baru untuk membentuk dakwah dengan format berbagai link atau video. Sampai saat ini pengajian secara konvensional membutuhkan ruang dan waktu tertentu, sehingga tiktok bisa memungkinkan jamaah untuk mendapatkan dan menyediakan konten pengajian di mana saja.

Secara umum semua materi dakwah, terutama bersumber dari dua pokok ajaran Islam, yaitu al-quran dan hadis. Islam terdiri dari tiga komponen utama, yaitu komponen akidah, komponen syariah dan komponen akhlak. Akidah disebut iman, sedangkan syariah disebut Islam dan akhlak disebut ihsan. Akidah berarti kebenaran Islam, syariah berarti keadilan Islam dan Akhlak berarti keindahan Islam.

Media Sosial

Media dapat diartikan sebagai alat komunikasi seperti yang dikenal selama ini (Laughy dalam Mcquail, 2003). Namun menurut Durkheim, sosial adalah tentang realitas sosial (*the social as social facts*) yaitu tentang individu yang melakukan aktivitas yang memberikan kontribusi kepada masyarakat (Durkheim dalam Fuchs, 2014).

Sementara itu, media sosial merupakan “medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk koneksi sosial virtual”.

Media sosial adalah salah satu platform yang muncul pada media siber, media sosial mempunyai berbagai macam jenis mulai dari *blog*, *media sharing*, *social bookmarking*, *wiki*, dan *tiktok* yang mana akan dibahas lebih mendalam mengenai *tiktok* tersebut.

Tiktok

Aplikasi Tiktok adalah perangkat lunak media sosial yang digunakan untuk membuat video pendek dengan waktu 15 detik sampai 10 menit bisa disertakan musik, bahkan bisa saling berinteraksi dikolom komentar ataupun chat pribadi apabila sudah berteman. Tiktok juga menyediakan *special effects* yang sangat atraktif dan sesuai dengan tren, sehingga membuat video bisa menjadi lebih hidup dan menarik.

Konten yang ada pada tiktok sangat beragam mulai dari kegiatan *online* maupun *offline*, yang targetnya mulai dari kaum remaja hingga dewasa untuk berimajinasi dan menunjukkan bakat diri ke arah yang positif bahkan negatif sekalipun. Tiktok memiliki berbagai macam video yang tidak hanya

bertujuan sebagai hiburan tetapi juga bisa menjadi konten jualan, konten edukasi pendidikan, kesehatan, politik, bahkan agama atau biasanya disebut berdakwah.

Aplikasi Tiktok untuk Berdakwah

Selama ini dakwah biasanya dilakukan secara konvensional pada tempat dan waktu tertentu, sehingga dengan penggunaan aplikasi tiktok memungkinkan untuk memberikan materi dakwah kepada masyarakat kapanpun dan dimanapun, tiktok juga memungkinkan kita mendapatkan konten pengajian yang tidak terbatas.

Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal (verbal communication) merupakan suatu bentuk komunikasi yang disampaikan dari satu komunikator ke komunikan melalui sarana tertulis atau lisan. Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan, baik dalam bentuk percakapan ataupun tulisan (*speaking language*).

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya diungkapkan tanpa kata-kata. Dalam berkomunikasi nonverbal digunakan hampir secara otomatis. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat konstan dan selalu ada.

Video

Video merupakan media penyampai pesan yang bersifat fiktif, informatif, edukatif dan instruksional. (Purwati, 2015 dalam Apriansyah, 2020) Video merupakan salah satu kemajuan teknologi yang banyak memberikan pengaruh positif serta kemajuan bagi manusia dan kebudayaannya. Adanya video, membuat orang akan lebih mudah mendapatkan informasi, pengetahuan, serta hiburan. Peristiwa bahkan kejadian-kejadian penting yang terjadi di seluruh dunia bisa disaksikan secara cepat dan mudah, hal tersebut menjadikan dunia yang luas ini seakan menjadi lebih dekat dan dapat dijangkau melampaui batas waktu dan tempat.

Terdapat beberapa teknik untuk pengambilan video atau *Type of Shot* (teknik pengambilan gambar) adalah teknik pengambilan gambar yang bertujuan untuk

memilih luas *frame* yang diintegrasikan ke dalam objek utama video atau gambar misalnya pengambilan gambar lebar atau jarak dekat. *Type shot* dapat dibagi menjadi tiga ukuran, dan memiliki fokus berbeda di antaranya:

1) Close Up Shot

Close up shot mempunyai 4 bagian yaitu:

- a. *Extreme Close Up*, yaitu pengambilan gambar dengan sangat dekat, sehingga memperlihatkan detail objek secara jelas. Seperti mata, hidung atau mulut.
- b. *Big Close Up*, kerap dipakai untuk menekankan keadaan emosional objek. Biasanya mengambil objek manusia pada bagian kepala saja.
- c. *Close Up*, mengambil objek manusia mulai dari bahu hingga kepala, *close up* berguna juga untuk menampilkan detail dan dapat digunakan untuk *cut in*.
- d. *Medium Close Up*, jenis *shot* yang menunjukkan wajah objek agar lebih jelas dengan ukuran shot biasanya sebatas dada hingga kepala.

2) Medium Shot

Medium shot terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. *Medium Shot*, yaitu tipe pengambilan yang menunjukkan beberapa bagian dari objek dengan lebih rinci, pada objek manusia tipe pengambilan gambar ini akan menampilkan sebatas pinggang hingga atas kepala.
- b. *Knee Shot*, menampilkan bagian dari atas kepala hingga lutut dari objek, pengambilan ini menambahkan pergerakan arah jalan yang dapat dilihat dari lutut objek.
- c. *Medium Long Shot*, yaitu pengambilan objek dari pinggang hingga atas kepala, latar belakang dengan objek utama sebanding.

3) Long Shot

Long shot terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. *Full Shot*, yaitu pengambilan gambar penuh suatu objek dari kepala hingga kaki, fungsinya memperlihatkan objek beserta lingkungannya.
- b. *Long Shot*, pengambilan terkecil dengan motivasi untuk memperlihatkan situasi dari keadaan sekitar objek, bahkan cenderung menghiraukan objek.

c. *Etreme Long Shot*, menampilkan keseluruhan pemandangan dan tidak fokus bahkan tidak memperlihatkan objek (Nathania, 2019).

METODE PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian di Pekanbaru terhadap media sosial tiktok @kadamsidik00 dengan unit analisis postingan tiktok Husain yang dikhususkan pada daftar putar mengenai isu perempuan yang diambil berupa 3 video dengan jumlah suka dan views terbanyak yang berisikan isu perempuan yang didalamnya terdapat aspek akidah dan akhlak.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yang menjadikan manusia tersebut sebagai subjek dari fenomena atau peristiwa yang akan diteliti. Peneliti juga menggunakan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Metode semiotika sendiri berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda dalam konteks iklan, berita, gambar, teks, dan adegan pada film.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu, menggunakan dokumentasi berupa data mentah beberapa video dalam tiktok @kadamsidik yang berada pada daftar putar “isu perempuan”, observasi online dimana pada observasi ini dikumpulkan berupa 3 video dakwah dalam akun tiktok @kadamsidik00 atau sesuai kebutuhan penelitian nantinya untuk menganalisis makna tanda yang tersembunyi dalam konten dakwah Husain Basyaiban tersebut.

Selanjutnya yang terakhir yaitu studi kepustakaan untuk membantu peneliti memperoleh data melalui referensi buku yang dapat digunakan sebagai pedoman serta untuk memperoleh landasan ilmiah yang berbentuk teoritis maupun definisi-definisi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif dimana data yang diperoleh oleh peneliti ialah dengan memilih data berupa potongan-potongan *shot* seperti teks dan gambar dari video tiktok

@kadamsidik00 yang mengandung masalah isu perempuan yang berkaitan dengan Aqidah dan Akhlak. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dengan fase aktivitas data menjadi tiga alur, yakni:

1. Reduksi data (*Data reduction*)

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, perhatian dan menyederhanakan, pengabstrakan dan transformasi data mentah dari catatan tertulis selama analisis data. Dengan adanya reduksi data, maka akan memastikan kejelasan informasi dan menyederhanakan pengumpulan data bagi peneliti. Dalam penelitian ini peneliti mereduksi atau memilih data hasil observasi dari video tiktok @kadamsidik00 dan data dokumentasi berupa video terkait dan buku yang berkaitan dengan pesan dakwah..

2. Penyajian data (*Data display*)

Penyajian data merupakan bagian penting dalam kegiatan analisis. Miles dan Huberman menyatakan bahwa penyajian adalah kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data yang diperoleh berupa transkrip data dari video tiktok @kadamsidik00 berupa teks pesan dakwah melalui proses reduksi data penelitian, kemudian dilanjutkan proses untuk penarikan kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan & verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh.

Kesimpulan penelitian ini didasarkan pada proses observasi dan dokumen pendukung lainnya seperti buku atau artikel, video lainnya yang memuat tentang pesan dakwah Husain kemudian disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Terdapat beberapa video dalam akun TikTok @kadamsidik00 sebagai unit analisis data yang dikumpulkan. Peneliti menemukan dan memilih 3 video. Dimana pada video terserbut berdurasi kurang lebih 1-3 menit

dengan pembahasan video mengenai isu perempuan yang berkaitan dengan aqidah dan akhlak. Video tersebut dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode pendekatan Semiotika Roland Barthes yang mengacu pada tingkatan denotasi

Shot	Gambar	Deskripsi
1.		(20.8 M views, 1,4 M likes, 15,8k comment) Durasi : 00:00 - 00:02 Pada shot ini memperlihatkan <i>stitch</i> -an dari video lain (Ariel Noah dengan gitarisnya yang sedang bermain gitar) yang menjadi fokus permasalahan pada pesan yang akan disampaikan Husain
2.		Durasi : 00:03 – 00:34 Pada shot ini Membahas permasalahan seksualisasi yang dilakukan oleh perempuan

(Sumber : Olahan Peneliti 2023)

Shot	Gambar	Deskripsi
1.		(16.7 M views, 2.2 M likes, 11.8 k comment) Durasi : 00:00 - 00:38 Pada shot ini Husain membahas tentang dosa yang dianggap ditanggung oleh suami atau orangtua nya,
2.		Durasi : 00:39 – 01:08 Pada shot ini Husain menyampaikan perihal dosa yang ditanggung oleh diri masing-masing

(Sumber : Olahan Peneliti 2023)

Shot	Gambar	Deskripsi
1.		(2.9 M views, 507 K likes, 3,5 K comments) Audio : As It Was (Harry Styles) Durasi : 00:00 - 00:08 Pada shot ini terdapat animasi berupa perempuan berhijab yang bertuliskan jangan berhijab agar tidak dilecehkan
2.		Durasi : 00:09 – 00:18 Pada shot ini Husain menyampaikan kelakuan laki-laki pada zaman sekarang

(Olahan Peneliti 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial adalah salah satu media komunikasi massa yang paling banyak digunakan saat ini, yang mampu membantu orang-orang dalam menyampaikan informasi dan mendapatkan informasi.

Seperti dakwah yang sudah menjadi kebutuhan setiap orang terutama umat islam dalam membantu menunjukkan kita ke jalan yang benar dan berbuat sesuatu yang diridhoi oleh Allah.

Sebagai penyampai dakwah di aplikasi tiktok Husain membawakan dakwah yang berkaitan dengan permasalahan Aqidah dan Akhlak di lingkungan masyarakat terkhususnya isu-isu mengenai perempuan. Peneliti menemukan bahwa isu perempuan yang disampaikan Husain dalam videonya disampaikan melalui isi pesannya, komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan oleh Husain sendiri.

Melalui akun tiktoknya Husain hendak menyampaikan kritik serta pesan kepada perempuan-perempuan diluar sana yang masih banyak belum bisa menjaga harkat dan martabatnya sendiri. Melalui video yang dibuat oleh Husain dapat kita lihat bahwa terkait pembahasan mengenai permasalahan Aqidah seorang perempuan yang masih bodoh dengan hukum-hukum agama, tidak mau belajar mendalami tentang agamanya. Serta permasalahan akhlak seorang wanita seperti tidak menjaga aibnya sendiri, tidak taat kepada orangtua atau suaminya, dan tidak menjaga tutur katanya bahkan harga dirinya.

Dalam 3 video Isu Perempuan yang ada dalam akun tiktok @kadamsidik00, semuanya terdapat makna denotasi, konotasi dan mitos pada video tersebut. Pada video Husain lebih banyak menggunakan komunikasi verbal dari pada non verbal, karena Husain lebih “vulgar” atau lebih menyampaikan isi pesan dakwahnya secara langsung dan tegas kepada *audience*-nya yang mana ini menjelaskan bahwa dalam 3 video tiktok yang diteliti lebih banyak tataran denotasi atau makna sebenarnya yang terdapat dalam video tersebut dari pada konotasi atau makna kiasan.

Berikut pada penelitian ini akan dijelaskan bagaimana bentuk penggambaran isu perempuan yang ditunjukkan dalam video tiktok @kadamsidik00 tersebut melalui kajian semiotika Roland Barthes yakni tataran denotasi pada konten dakwah terkait Isu Perempuan dalam video Tiktok @kadamsidik00 :

Makna denotasi yang ditampilkan pada video mengenai isu perempuan pada akun tiktok @kadamsidik00 menemukan makna denotasi melalui isi konten yang ada pada akun tiktok Husain itu sendiri seperti pada video pertama yang berjudul Seksualisasi oleh Perempuan terlihat Husain mengenakan pakaian berwarna hitam serta *airpod* ditelinganya sedang menyampaikan kritiknya mengenai komenan perempuan tentang video yang di *sticth* oleh Husain diawal videonya. Dalam video detik detik awal ditampilkan video Ariel Noah dan *gitaris* nya sedang memainkan gitar untuk memperjelas video apa yang dimaksud oleh Husain selain dengan verbal atau audio, selanjutnya berganti dengan wajah Husain yang menyampaikan kritiknya mengenai perilaku perempuan yang termasuk kategori pelecehan.

Konten yang kedua dengan judul “Dosa ditanggung oleh diri masing-masing” pada video memperlihatkan Husain dengan baju kemeja polos berwarna hijau *army*, dan memakai topi terbalik. Husain sedang menyampaikan ketidaksetujuannya mengenai stigma masyarakat yang mengatakan dosa anak akan menjadi tanggung jawab orang tuanya atau dosa istri yang menjadi tanggung jawab suaminya. Pada video ini disertai dengan penjelasan menggunakan audio dan teks untuk mempertegas pesan yang disampaikan, Husain mengatakan bahwa dosa tidak akan ditanggung oleh orang lain tapi menjadi tanggung jawab diri sendiri, Husain juga menambahkan beberapa hadist untuk memperkuat perkataannya.

Konten yang ketiga dengan judul “Jangan berhijab agar tidak dilecehkan” memperlihatkan Husain dengan baju putih memakai microphone di lehernya, sedang menyampaikan edukasi kepada perempuan

agar memakai hijab hanya karena Allah bukan karena maksud lain, bahkan bukan karena agar tidak dilecehkan sekalipun. Karena pada zaman sekarang ini banyak pria yang masih saja tetap bisa menggoda bahkan melecehkan perempuan walaupun mereka sudah menutup auratnya.

PENUTUP

Berdasarkan penyajian data yang telah dipaparkan dan hasil analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti terhadap pesan dakwah dan makna denotasi, konotasi dan mitos pada akun Tiktok Husain yaitu @kadamsidik00 berupa tiga konten video dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes serta mengaitkan dengan ayat-ayat Al-Quran dan Hadits dapat ditarik kesimpulan, yakni: Makna denotasi pada konten dakwah terkait isu perempuan dalam video tiktok Husain secara umum dapat dilihat yaitu dari keseluruhan isi video tiktok tentang isu perempuan Husain Basyaiban dalam menyampaikan dakwah.

Pada video yang pertama berjudul Seksualisasi oleh Perempuan secara umum adalah bahwasannya pada zaman sekarang ini Perempuan banyak yang tidak sadar melakukan pelecehan dengan kalimat tidak senonoh atau tidak layak bagi seorang perempuan untuk mengatakannya, yang menyalahi akidah dan akhlak muslimah. Pada video yang kedua yaitu Dosa ditanggung oleh diri masing-masing secara umum makna denotasinya adalah dalam keluarga merupakan dosa merupakan tanggung jawab individu masing-masing siapa yang melakukan perbuatan yang tidak baik maka ialah yang akan menanggung dosanya. Pada video ketiga yang berjudul Jangan berhijab agar tidak dilecehkan secara umum makna denotasi dapat dilihat dari perempuan yang beranggapan memakai hijab, suatu bentuk penjagaan diri dari pelecehan padahal kenyataannya banyak laki-laki yang masih melakukan pelecehan walaupun sudah menutup aurat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu*

- Dakwah*. Penerbit Qiara Media
- Ardial. (2015). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara.
- Eriyanto, (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Prenadamedia Group
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif*. Remaja Rosdakarya.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Deepublish.
- Ruliana, P., Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Kanisius.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Wahyuni, S. (2019). *Qualitative Research Method Theory and Practice*. Salemba Empat.
- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran. *Al-Hikmah Jurnal Dakwah*, 13(1).
- Fachrudin, I., & Latumahina, R. E. (2023). Tindakan Eksploitasi Lansia di Tiktok dapat Dikategorikan sebagai Tindak Pidana. *Jurnal Sosial dan Sains*, 3(6).
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal dan Non Verbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2).
- Mubasyaroh. (2016). Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa dalam Dakwah). *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*,

4(1).

- Nuriarta, I. W., & Ari, I. A. D. K. (2022). KAJIAN SEMIOTIKA BARTHES PADA KARTUN MICE TAHUN 2022. *Jurnal Semiotika*, 17(1)
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021) Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien*, 2(2).
- Putri, N., Hayati, S., Haritsah, R., & Mariyam, S. Strategi Komunikasi Dakwah Husain Basyaiban Melalui Media Sosial Tiktok @Basyasman00. *Jurnal An-Nida*, 14(2).
- Rohmaniah, A. F. (2021). *Kajian Semiotika Roland Barthes. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2).
- Toha, F. R. M. (2015). Islam Agama Dakwah. *El-Hikmah* 7(2).
- Uyun, U. (2023). Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2).
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes on the causes of the “Tiktok” app becoming popular and the existing problems. *Journal of advance management science*, 7(2).
- Yustina, Cahya, M., Zahratul, N., Huwaidah, N., Fajrussalam, H., & Ramadhan, O. M. Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial Tiktok. *At-Tabasyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 9(2).