

## KOMUNIKASI DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Semiotika John Fiske Tentang Video One Minute Booster “Sabar” pada Akun Instagram

@pemudahijrah)

Alta Indah Kaloka<sup>1</sup>, Rana Akbari Fitriawan<sup>2</sup>

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom<sup>1</sup>  
indahalta@gmail.com<sup>1</sup>, ranaakbarifitriawan@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, saat ini penyampaian dakwah dapat menggunakan media visual, contohnya dengan menggunakan video. salah satunya adalah video *One Minute Booster*. *One Minute Booster* adalah video dakwah yang diunggah oleh akun Instagram milik komunitas gerakan pemuda hijrah. Salah satu videonya yang berjudul “Sabar” menjelaskan mengenai keutamaan dari sabar. Di dalam video tersebut terdapat potongan-potongan gambar bergerak yang melukiskan tanda-tanda dari sabar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna kode semiotika mengenai komunikasi dakwah tentang sabar dalam level realitas, level representasi, dan level ideologi. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske berdasarkan *The Codes Of Television* yang terbagi kedalam tiga level, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi dakwah tentang sabar diperlihatkan dengan menampilkan seorang pemuda dengan aktivitas yang dikerjakannya. Pada level realitas, komunikasi dakwah tentang sabar ditunjukkan melalui kode kostum, gerakan, ekspresi, seting, dan teks. Pada level representasi penggambaran komunikasi dakwah ditunjukkan melalui kode kamera, suara, dan musik. Pada level ideologi, komunikasi dakwah sabar direpresentasikan pada keutamaan-keutamaan sabar.

Kata kunci : Komunikasi Dakwah, Pemuda Hijrah, Semiotika, Semiotika John Fiske.

### Abstract

Along with increasingly rapid development of technology and information, nowadays delivering da'wah can use visual media, such as video. One of the example is named, “One Minute Booster”. It's da'wah videos that were uploaded by an Instagram account from a hijra youth community movement. One of the video named “Sabar”, explains the virtue of patience. In this video, there were several scenes that describe signs of patience. The purpose of this research is to understand the semiotic meaning behind da'wah communication about patience on the level of reality, representation and ideology. To achieve the purposes, researcher use qualitative research method with John Fiske's semiotic approach. Based on “The Codes of Television” which is divided into three levels, such as reality level, representation level, and ideology level. The result shows that da'wah communication about patience was shown by showing a man with the activities that he is doing. On reality level, da'wah communication about patience was shown through the code of costume, movement, expression, seting, and text. While on representation level, the depiction of da'wah communication was shown through the code of camera, sound, and music. Lastly, on the level of ideology, da'wah communication about patient was represented in patience virtue.

Keywords : Da'wah Communication, Pemuda Hijrah, Semiotic, John Fiske's Semiotic.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memicu inovasi para *creator*, salah satunya terdapat di media sosial. Beberapa perkembangan inovasi tersebut misalnya, penyampaian informasi, opini bahkan berbagi pengalaman dan cerita sehari hari melalui video yang diunggah ke dunia sosial media. Salah satunya adalah video *One Minute Booster*. *One Minute Booster* adalah sebuah fenomena baru dalam dunia media digital. Menurut Muhammad Fajar Ariawan dalam Pengaruh Video *One Minute Booster* @pemudahijrah Terhadap Perilaku Keagamaan *Followers* Akun Instagram @pemudahijrah menjelaskan bahwa *One Minute Booster* adalah video yang berupa potongan materi dari para pengisi kajian, video tersebut biasanya memiliki durasi waktu selama satu menit yang merupakan batas panjang waktu video dalam Instagram. Penelitian ini mencoba untuk membedah atau mengkaji Video *One Minute Booster* dari Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah.

Dalam video *One Minute Booster* yang berdurasi kurang lebih satu menit ini, terdapat potongan-potongan gambar bergerak, dakwah dari para pemateri kajian, serta instrumental musik. Elemen-elemen tersebut dapat menjelaskan isi dari materi dakwah dan membawa perasaan atau suasana dari khalayak yang menonton video tersebut.

Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah adalah suatu komunitas gerakan yang berdiri pada bulan Februari 2015. Komunitas menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah sekumpulan organisme (orang dan sebagainya)

yang hidup dan saling berinteraksi yang memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama. Komunitas tersebut dipelopori oleh sejumlah pemuda dari berbagai komunitas di Kota Bandung yang memiliki keutamaan terhadap agama Islam serta telah memiliki kemauan untuk berhijrah atau memperbaiki diri ke jalan yang benar dan sesuai syariat Islam. Tidak hanya menyampaikan dakwah secara langsung, tetapi Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah juga menyampaikan secara digital. Dengan mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi di era sekarang, komunitas ini menggunakan media sosial sebagai cara menyampaikan dakwah. Media sosial yang dipakai antara lain ada Youtube, Facebook, Twitter dan Instagram.

Dari beberapa jenis media sosial yang digunakan oleh Komunitas Pemuda Hijrah tersebut, media sosial Instagram memiliki jumlah pengikut atau *followers* yang paling banyak, yaitu 1.6 M pengikut (data dihimpun pada tanggal 25 Agustus 2018). Gerakan Pemuda Hijrah menggunakan media sebagai komunikasi dalam dakwah atau menyampaikan suatu ajaran Agama Islam sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah. Yang mana komunikasi dakwah menurut Bambang Syaiful Ma'arif dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Dakwah*, komunikasi dakwah adalah suatu retorika persuasif yang dilakukan oleh komunikator dakwah (dai) untuk menyebarluaskan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, kepada Jemaah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat. Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah atau *shift* secara aktif menggunakan media Instagram sebagai media dakwah melalui video *One Minute Booster* yang berdurasi selama satu menit sesuai dengan batas maksimal unggah video di media sosial Instagram. Hal yang menarik penulis untuk meneliti Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah adalah unggahan video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" yang diunggah oleh akun Instagram @pemudahijrah sebagai pengingat atau *self reminder* bagi para pemuda atau para pengguna jejaring sosial Instagram dalam kehidupan sehari-hari sesuai ajaran Islam.

Sebuah tayangan video/visual menurut John Fiske tidak hanya menyapaikan sebuah pesan, tetapi juga pemaknaan mengenai simbol-simbol. Untuk memahami makna dalam video ini, kita dapat menggunakan kajian semiotika. Semiotika sendiri memiliki arti suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda.

Berdasarkan pemaparan dan beberapa fenomena di atas yang telah penulis jabarkan, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan menganalisis komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* "Sabar" pada akun Instagram @pemudahijrah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis akan menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk melihat lebih dalam bagaimana pemaknaan pada level realitas, representasi, dan ideologi dalam video *One Minute Boosteryang* berjudul "Sabar".

### 1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian, maka peneliti menetapkan fokus permasalahan yang akan diteliti agar lebih terfokus pada satu topik masalah saja, yaitu komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" pada akun Instagram @pemudahijrah.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemaknaan pada level realitas dalam video *One Minute Booster* "Sabar"?
2. Bagaimana pemaknaan pada level representasi dalam video *One Minute Booster* "Sabar"?
3. Bagaimana pemaknaan pada level ideologi dalam video *One Minute Booster* "Sabar"?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana makna realitas dalam video *One Minute Booster* "Sabar".
2. Mengetahui bagaimana makna representasi dalam video *One Minute Booster* "Sabar".
3. Mengetahui bagaimana makna representasi dalam video *One Minute Booster* "Sabar".

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat Menjadi referensi tinjauan ilmiah berikutnya mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dakwah. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi dakwah.
2. Secara praktis, diharapkan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan bagi penulis dan wawasan bagi pembacanya. Dapat menginspirasi para pemuda untuk melakukan *sharing* ilmu mengenai Agama Islam dengan menggunakan komunikasi yang efektif. Sehingga, pesan dapat diterima oleh khalayak dan dapat tersampaikan dengan baik. Serta berharap para pemuda untuk memperdalam ajaran Agama Islam.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Media Massa

J.B Wahyudi menerangkan dalam buku *Komunikasi Massa* (2016), "Media massa merupakan sarana untuk menyampaikan isi pesan, pernyataan, informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar, tinggalnya tersebar, heterogen, anonym, tidak terlembagakan, perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, yaitu pesan dari media massa yang sama dan tidak dapat memberikan arus balik secara langsung pada saat itu" (Nawiroh Vera 2016:7).

## 2.2 Media Baru

Dalam buku Komunikasi Massa (nawiroh vera : 2016), media baru (*new media*) merupakan sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital yang biasa disebut dengan jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Beberapa kategori yang masuk kedalam media baru antara lain internet, website, komputer multimedia. Internet dikenal dengan media baru dikarenakan internet menggunakan sinyal transmisi.

## 2.3 Media Sosial

Van Dijk (2013) seorang literatur penelitian (Lihat Fuch, 2014: 35-36) mendefinisikan media sosial adalah sebuah program media yang berfokus pada sebuah keberadaan pengguna yang memberikan sarana dalam melakukan suatu aktivitas maupun untuk bekerja sama. Karena itu media sosial dilihat sebagai suatu fasilitas khalayak secara online yang dapat mempererat hubungan antar pengguna dan sekaligus sebagai ikatan sosial (Rulli Nasrulla: 2015).

## 2.4 Instagram

Instagram merupakan jenis media sosial berbagi. Media sosial berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya (Nasrullah 2015:44).

## 2.5 Komunikasi Dakwah

Menurut Bambang Syaiful Ma'arif dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Dakwah (2010), komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah untuk menyebarluaskan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun non verbal, kepada jamaah untuk memperoleh kebaikan dunia dan akhirat.

## 2.6 Semiotika

Menurut Sobur (2017:15), semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji sistem tanda. Studi sistematis tentang tanda-tanda disebut dengan semiologi. Semiologi berasal dari bahasa latin *semeion* yang artinya adalah tanda. Semiologi dikembangkan untuk menganalisis tanda-tanda. Menurut Saussure, semiotika berkaitan dengan segala hal yang dapat dimaknai melalui tanda-tanda. Tanda adalah segala sesuatu yang dapat dimaknai sebagai penggantian yang signifikan (Berger 2010:4).

## 2.7 Semiotika Roland Barthes

John Fiske mengemukakan teori tentang kode-kode televisi (*the codes of television*). Menurut Fiske dalam (Vera, 2014:35) kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini pula, realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda pula.

John Fiske mengemukakan teori tentang kode-kode televisi. Dalam kode-kode yang diungkapkan dalam teori John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah diencode oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level berikut

- a. **Level realitas**, peristiwa yang ditandakan (*encoded*) sebagai realitas-tampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya.
- b. **Level representasi**, realitas yang terencode dalam *encoded electronically*, harus ditampilkan pada *technical codes*, seperti kamera, pencahayaan, *editing*, musik, suara. Dalam bahasa tulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, grafik, dan sebagainya.
- c. **Level ideologi**, semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis. Seperti *patriarkhi*, *individualism*, ras, kelas, *materialism*, kapitalisme, dan sebagainya.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut ahli komunikasi Kriyantono (2012:55), paradigma konstruktivisme pada biasanya hanya memadam secara subjektif. Pandangan subjektif memfokuskan pada perwujudan dari makna, yang berarti individu melakukan pengartian terhadap perilaku yang terjadi. Hasil dari makna yang didapat merupakan pandangan individu terhadap lingkungan sekitar. Alasan penulis menggunakan paradigma konstruktivis dalam penelitian yang sedang dilakukan adalah penulis berharap mengembangkan pemahaman yang membantu dalam proses penerapan suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi. Serta bagaimana komunikasi dakwah di media sosial Instagram tentang Video *One Minute Booster* "Sabar" yang dilakukan oleh Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah. Selain itu penulis juga melihat apa yang terjadi dalam kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian, yaitu mengenai komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* "Sabar" hal ini merupakan sebuah kajian yang menarik untuk diteliti.

### 3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen (Moleong 2014:09). Maksud dari penggunaan metode ini yaitu untuk memahami suatu kejadian tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian berupa motivasi, perilaku, tindakan, serta pandangan seseorang terhadap suatu hal dengan cara deskripsi dengan kata-kata dan bahasa dalam konteks yang khusus dengan memanfaatkan teori dan metode ilmiah (moleong, 2014:06).

Dalam metode penelitian kualitatif, hal yang biasa dilakukan dalam penelitian adalah, dengan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode. Dalam penelitian ini, penulis mengamati video *One Minute Booster* “Sabar” yang di unggah oleh akun Instagram @pemudahijrah menggunakan metode analisis semiotika dengan pendekatan teori John Fiske, dimana semiotika atau ilmu tanda mengandaikan serangkaian asumsi dan konsep yang memungkinkan untuk menganalisis sistem simbolik dengan cara sistematis.

### 3.3 Objek Penelitian

Dari penjelasan tersebut, maka objek penelitian yang akan diteliti adalah komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* “sabab”. Dalam video tersebut, memiliki durasi 56 detik. Video *one minute booster* ini diunggah melalui media sosial Instagram @pemudahijrah pada 10 April 2018. Video *One Minute Booster* yang memiliki judul “Sabar” ini mendapatkan jumlah *viewers* sejumlah 603.990 *viewers*. Gerakan pemuda hijrah adalah gerakan para pemuda yang ingin hijrah ke jalan Allah SWT. Gerakan tersebut menyampaikan dakwah dengan menggunakan video *One Minute Booster* yang salah satunya berjudul “Sabar”. Penulis menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk menganalisis tanda-tanda dari video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar”.

### 3.4 Unit Analisis Penelitian

Menurut buku Metodologi Penelitian Kualitatif ( Ibrahim:2015), menjelaskan bahwa analisis data dalam penelitian adalah kegiatan yang terkait dengan upaya memahami, menjelaskan, menafsirkan, dan mencari hubungan diantara data-data yang diperoleh. Unit analisis yang diteliti dalam penelitian ini adalah video *One Minute Booster* “Sabar” dengan fokus dengan tanda-tanda yang mempresentasikan makna sabar yang terdapat pada setiap scene video tersebut. Adapun yang diamati dalam penelitian ini adalah level realitas, level representasi, dan level ideologi.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2014:225), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian dilakukan dengan cara observasi, di mana peneliti menonton dan melakukan pengamatan langsung terhadap video *One Minute Booster* “Sabar”. Menurut Sugiyono (2014:225), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan studi literatur atau studi pustaka dengan cara mencari, mengumpulkan, dan mempelajari berbagai sumber bacaan diantaranya seperti buku, skripsi, jurnal nasional dan internasional dan artikel yang dapat mendukung peneliti dalam mengumpulkan data.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Ardhana dalam Moleong (2002:103), analisis data merupakan proses mengatur urutan data dan mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis semiotika John Fiske. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Melihat tayangan video *One Minute Booster* yang diunggah melalui akun media sosial Instagram @pemudahijrah yang berjudul “Sabar”.
- b. Pengambilan setiap *scene* video dengan *screen capture* yang berkaitan dengan sabar.
- c. Peneliti lalu menganalisis bagaimana sumber-sumber semiotik itu digunakan dalam video, menggunakan tiga level semiotika John Fiske sebagai level analisis.

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik untuk menguji keabsahan data. Penulis menggunakan triangulasi sumber dengan menguji berbagai sumber data untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih dalam dan *valid*. Adapun sumber-sumber keabsahan data dalam penelitian ini adalah sumber data dari artikel, buku, kajian ilmiah seperti skripsi dan jurnal terkait dan relevan dengan penelitian ini. Perbandingan data dari berbagai sumber tersebut dapat dikaji kembali jika terdapat temuan baru sehingga peneliti dapat membuat kesimpulan sumber data yang relevan dan dapat dipercaya. Triangulasi sumber juga dilakukan untuk menguji pemahaman peneliti mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian, karena peneliti harus mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data guna mengkonfirmasi derajat kebenaran dari informasi yang didapatkan.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan data dan hasil penelitian tentang fokus penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I, yaitu komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” pada akun Instagram @pemudahijrah. Objek penelitian yang akan diteliti adalah komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* “sabab”. Dalam video tersebut, memiliki durasi 56 detik dan diunggah melalui media sosial Instagram @pemudahijrah pada 10 April 2018. Video *One Minute Booster* yang memiliki judul “Sabar” ini mendapatkan jumlah *viewers* sejumlah 603.990 *viewers*.

Dalam video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” berisi tentang video dakwah yang disampaikan oleh ustaz Hanan Attaki yang dikemas dengan visualisasi dari kata-kata yang disampaikan. video ini menjelaskan mengenai sabar dalam menghadapi berbagai cobaan dari Allah SWT. Tentang bagaimana cara menyikapi masalah-masalah tentang

kehidupan seseorang serta balasan yang kan ia dapatkan kelak jika ia bersabar. Didalam video ini terdapat teks dari ucapan yang disampaikan dari pendakwah. Video *One Minute Booster* terdapat visualisasi dari kata-kata yang disampaikan. tak hanya itu dalam video ini terdapat instrumen musik, sehingga penonton lebih dapat menghayati isi dari dakwah yang disampaikan.

Untuk menganalisis video *One Minute Booster*, penulis akan menggunakan *Television Code* John Fiske yang terdiri dari tiga level analisis, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Dengan menggunakan *Television Code*, bertujuan untuk mengetahui tanda-tanda komunikasi dakwah “Sabar” yang digambarkan pada video *One Minute Booster* “Sabar”. Penulis memilih beberapa adegan yang menurut penulis merujuk pada komunikasi dakwah “Sabar” dari video tersebut.

Dalam menganalisis penelitian ini, penulis telah membagi beberapa potongan *scene* yang menurut penulis telah merujuk kepada komunikasi dakwah “sabar” dengan fokus penelitian yaitu, komunikasi dakwah di media sosial tentang video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” pada akun Instagram @pemudahijrah. Oleh karena itu hasil penelitian merupakan jawaban dari fokus penelitian dari penelitian ini.

#### 4.1 Level Realitas

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka level realitas dari keseluruhan *scene* yang mengandung komunikasi dakwah mengenai makna sabar yang diteliti dari video *One Minute Booster* “Sabar”, dapat dilihat bahwa didalam level ini terdapat beberapa kode yang memiliki makna yang terkandung didalamnya.

Level realitas dari keseluruhan *scene* dalam video *One Minute Booster* “Sabar” menunjukkan adanya makna didalamnya. Video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” telah diunggah di akun sosial media Instagram. Instagram merupakan jenis media sosial berbagi. Media sosial berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya (Nasrullah 2015). Instagram memiliki beberapa fitur yang memfasilitasi beberapa penggunaannya, yaitu ada *Instagram stories*, fitur ini digunakan untuk berbagi cerita singkat yang memiliki durasi kurang lebih 15 detik dari para pengguna untuk dibagikan kepada para pengikutnya. Kemudian ada fitur berbagi foto, para pengguna Instagram dapat mengunggah foto ke *timeline* yang kemudian pengikut dapat memberikan tanda suka dan komentar mengenai foto tersebut. Tak hanya dapat mengunggah foto, Instagram juga dapat mengunggah video dengan durasi kurang lebih satu menit. Tidak berbeda dengan unggahan foto, pengikut dan pengguna Instagram juga dapat memberikan tanda suka dan komentar mengenai unggahan video tersebut. Video ini memiliki durasi selama 56 detik atau kurang dari satu menit.

Pada *scene* pertama dalam durasi menit ke 0.05 sampai dengan menit ke 0.12 terdapat seorang laki-laki berambut panjang yang sedang dalam keadaan emosional. Ia meluapkan rasa emosionalnya dengan cara membanting barang yang ada di genggamannya. Ia tampak sedang dalam kegelisahan dan mencoba untuk menenangkan diri dengan cara jalan secara bolak-balik ditempat yang sama. *Scene* kedua pada durasi menit ke 0.13 sampai dengan menit 0.14 menampilkan tiga orang laki-laki yang sedang berpelukan seperti sedang dalam keadaan yang gembira. Pada *scene* ketiga pada durasi menit ke 0.25 sampai dengan menit ke 0.27 menampilkan seorang laki-laki yang sedang berlari mengekspresikan kebahagiaannya. *Scene* keempat pada durasi menit ke 0.28 sampai dengan menit ke 0.33 menampilkan seorang laki-laki yang sedang mengendarai sepeda kemudian terjatuh karena kehilangan keseimbangan. Pada *scene* kelima di menit ke 0.38 sampai dengan menit ke 0.39 menampilkan dua orang laki-laki yang sedang menikmati suasana dengan bercengkraman dan memainkan alat musik ukulele. Pada *scene* keenam menampilkan dua orang laki-laki yang sedang berada di jalanan, dimana salah satu dari dua orang tersebut mengendarai sepeda motor lalu menolong temannya yang kesusahan dalam membawa papan selancar. *Scene* ketujuh pada menit ke 0.47 sampai dengan menit ke 0.49 menampilkan pohon-pohon yang tinggi menjulang serta sinar matahari yang terlihat disela-sela pohon. Kemudian di *scene* kedelapan menampilkan pemandangan alam berupa air terjun yang indah diantara pohon-pohon.

Kode selanjutnya yang terdapat dalam video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” adalah teks. Dimana kode teks tersebut merupakan tulisan dari ucapan dari *voice over* yang diucapkan oleh pendakwah. Tulisan tersebut muncul diwaktu yang sama ketika *voice over* berbunyi. Teks diposisikan di *frame* paling bawah, sehingga penonton tidak terganggu pada saat menonton video tersebut. Dengan adanya teks yang muncul di dalam video tersebut, maka penonton dapat lebih jelas dalam memahami isi video apabila *voice over* kurang jelas dalam penyampaiannya.

Menurut Ma'arif (2010) komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah untuk menyebarluaskan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun non verbal, kepada jamaah untuk memperoleh kebaikan dunia dan akhirat. Paradigma komunikasi dakwah berperan untuk memberikan arah dengan lebih jelas dan fokus pada suatu sasaran objek yang terdapat dalam komunikasi dakwah. Aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik, apabila semua komponen dapat terpenuhi dengan baik. Komunikasi dakwah juga terdapat faktor-faktor dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi, yaitu seperti media massa yang terdiri dari televisi, film, novel. Faktor selanjutnya dari bidang teknologi komunikasi dan informasi adalah media sosial. Dengan adanya faktor dari media terutama media massa dan media sosial, komunikasi bersifat lebih menghibur dan meriah. Komunikasi dakwah yang melalui media, maka pesan yang disampaikan dikemas dengan baik dan menarik sehingga mendapat respon yang positif dari khalayak.

Ma'arif (2010), Komunikasi dakwah itu mencakup seluruh aktivitas individu, yaitu dari segi jasmani dan rohani serta mental intelektual yang diperoleh melalui interaksi yang bersifat positif dari personal, kolektif, atau masal dalam berbagai segi kehidupan. Komunikasi dakwah berusaha untuk selalu menyebarkan kebaikan dan meninggalkan yang buruk atau yang dilarang oleh ajaran agama Islam, yang tidak bisa digantikan dengan kenikmatan hidup para dai yang telah sukses dalam memperoleh kehidupan yang gemerlap.

#### 4.2 Level Representasi

Pada level representasi dari keseluruhan *scene* yang diteliti dari video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" dapat dilihat dari video tersebut memiliki kode-kode yang memiliki makna. Representasi merupakan kegunaan dari tanda, Danesi (2010) mendefinisikan sebagai proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik yang disebut representasi. Level representasi dari *scene* yang tertera dalam video tersebut menunjukkan adanya kesedihan dan kebahagiaan. Maka subjek dalam video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" ini menunjukkan subjek terlihat sedang berada dalam keadaan kesedihan dan kebahagiaan.

Dalam *scene* pertama pada durasi ke 0.05 sampai dengan 0.12 detik terdapat seorang pemuda yang sedang dalam keadaan gelisah. Seorang pemuda ini menunjukkan dengan gerakan berjalan mondar-mandir dan seperti membanting barang yang sedang digenggamnya dan sedang memegang kepala. Hal tersebut dapat direpresentasikan bahwa banyaknya persoalan hidup yang sedang melanda dia. Adanya rasa kegalauan, ketakutan dan kekurangan yang sedang ia rasakan, hal dapat direpresetasikan bahwa banyaknya persoalan hidup yang sedang melanda pemuda tersebut. Seorang laki laki itu mencerminkan simbol bahwa ia adalah seorang pemuda, karena dapat dilihat dari pakaian yang dikenakannya yaitu memakai kostum kaus dengan celana panjang. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya seorang pemuda laki-laki juga memiliki masalah yang biasanya seorang laki-laki memiliki jiwa yang lebih kuat dari pada sosok perempuan. Seperti yang telah dijelaskan pada BAB II, komunikasi dakwah itu mencakup seluruh aktivitas individu, yaitu dari segi jasmani dan rohani serta mental intelektual yang diperoleh melalui interaksi yang bersifat positif dari personal, kolektif, atau masal dalam berbagai segi kehidupan.

Para subjek dalam video ini telah memperlihatkan secara jelas bahwa mereka merasakan kegelisahan dan kebahagiaan yang terjadi didalam kehidupan yang mereka dijalani pada saat itu. Mereka meluapkan rasa emosionalnya melalui sebuah gerakan dan ekspresi. Penulis menduga bahwa terdapat beberapa subjek dari video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" ini tengah berada dalam kesusahan dan kegelisahan, ia mencoba untuk meluapkan emosionalnya dan pada akhirnya berusaha untuk menenangkan diri.

Kemudian terdapat beberapa subjek terlihat sedang dalam keadaan yang bahagia. Hal ini ditunjukkan di dalam *scene* kedua pada durasi 0.13 sampai dengan 0.14 menit, *scene* ketiga pada durasi ke 0.25 sampai dengan 0.27 dan *scene* kelima pada durasi ke 0.38 sampai dengan 0.39 menit. Dimana pada *scene* kedua terdapat adegan berpelukan oleh tiga orang pemuda. Dari ekspresi yang ditunjukkan mereka sedang berada dalam keadaan yang berbahagia. Dari gerakan yang ditunjukkan oleh ketiga pemuda tersebut, mereka sedang mendapat kabar gembira maka dari itu mereka meluapkan kebahagiaannya dengan berpelukan. Jadi representasi dari visualisasi tersebut adalah bahwa mereka sedang bahagia karena telah mendapatkan kabar gembira. Kemudian pada *scene* kelima terdapat dua orang yang sedang bercengkrama dan memainkan alat music. Dari adegan yang ditunjukkan, maka dapat direpresentasikan bahwa mereka sedang bersenang senang dan merasa berbahagia.

Kode representasi video *One Minute Booster* juga ditunjukkan melalui kostum. Dimana sebagian besar subjek dalam video ini mengenakan kostum kaus tetapi ada juga yang mengenakan kemeja. Kaus adalah salah satu pakian yang bersifat tidak resmi. Biasa digunakan untuk sekedar bersantai atau berlibur, terlebih subjek dalam video adalah seorang pemuda. Seseorang yang menggunakan kaus merupakan seorang yang sederhana dalam memilih pakain. Ia menyesuaikan dimana ia sedang berada. Celana yang digunakan oleh subjek yang ada dalam video tersebut merupakan bentuk celana yang bersifat tidak resmi. Celana yang digunakan oleh subjek tersebut adalah semacam celana yang berbahan *jeans* dan semi *jeans*. Dalam video tersebut tempat-tempat yang subjek singgahi kebanyakan diluar ruangan atau outdoor dan bersifat santai. Tak hanya itu terdapat beberapa *shot* dimana terdapat subjek mengenakan topi sebagai aksesoris dikepalanya.

Kemeja yang dikenakan oleh subjek menunjukkan bahwa ia sedang berada di tempat rekreasi yaitu sedang berada di pantai. ditandai dengan kemeja yang dikenakan memiliki tema *summer*. Dimana pada era sekarang baju model tersebut memang cocok digunakan pada saat sedang berada di pantai. kemeja yang dikenakan tidak terlalu resmi dimana kemeja tersebut digunakan sebagai luaran pakaian yang didalamnya terdapat kaus.

Karena pakaian dikenakan ditubuh, dan karena (seperti telaah kita lihat) tubuh merupakan tanda diri, pakaian dapat didefinisikan sebagai tanda yang memperluas makna dasar tubuh dalam konteks budaya. Budaya ini dapat merepresentasikan tubuh dengan cara yang berbeda. Pakaian dan hiasan tubuh yang dikenakan dengan tujuan agar dapat tampil di depan umum adalah bentuk dasar dari representasi (Marcel Danesi, 2010)

Secara biologis, pakaian mempunyai fungsi yang sangat penting yaitu meningkatkan kemampuan kita dalam bertahan hidup. Pakaian berfungsi untuk melindungi tubuh manusia. (Danesi, 2010) Tak hanya itu baju juga dapat mengungkapkan kepercayaan, perasaan, dan cara menyikapi hidup pada umumnya pada diri seseorang. Orang-orang yang percaya diri sering menunjukkan sikap yang lebih bebas dalam memilih gaya dibanding mereka yang pemalu atau tidak percaya diri. Sebagian orang mengenakan pakian sederhana dikarenakan kepercayaan yang kuat atas perilaku pribadi mereka. (Danesi, 2010). Pakaian yang dikenakan seseorang dapat membantu untuk mengidentifikasi dirinya sebagai anggota dari sebuah kelas sosial tertentu (Danesi, 2010).

Apabila memakai pakaian, maka memilih pakaian berdasarkan pakaian yang pantas, memilih pakaian yang berdasarkan apa yang akan dilakukan pada hari itu (bekerja, pergi kreas, pergi berlibur, dan seterusnya). Dengan kata lain mensinkronkan kode pakaian dengan gaya hidup dan pilihan sosial sehari-hari ( Danesi, 2010).

Pakaian yang dikenakan oleh subjek adalah pakaian yang biasa dikenakan oleh para pemuda yang memiliki model gaya. Dalam video ini memang menampilkan gaya anak muda dengan segala aktivitasnya. Selain pakaian yang dikenakan, representasi pemuda dapat dilihat dari barang-barang yang dibawa dan digunakannya, seperti sepeda BMX, papan selancar, papan peluncur, sepeda motor. Dalam hal ini kelas sosial seorang pemuda dalam video ini adalah menengah keatas. Hal ini ditunjukkan dengan barang-barang yang dimiliki dan aktivitas yang sedang dilakukan memiliki nilai rupiah yang cukup mahal. Untuk memainkan selancar di laut saja perlu mengeluarkan rupiah sebesar Rp 200.000 sampai dengan Rp 300.000. Papan peluncur serta motor yang digunakan juga menandakan bahwa seorang pemuda itu berada dalam kelas sosial menengah keatas.

Mengingat nama komunitas ini adalah komunitas gerakan pemuda hijrah, maka video *One Minute Booster* ini sebagian besar memang ditujukan kepada para pemuda dengan visualisasi yang disesuaikan dengan kehidupan para pemuda. Sehingga para penonton lebih menikmati video tersebut karena penonton merasa bahwa subjek yang terdapat dalam video itu mirip seperti dirinya. Tak hanya itu, dengan visualisasi subjek yang merepresentasikan seorang pemuda santai seperti pada video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" maka para penonton lebih dapat menikmati video yang ditampilkan.

Dalam *scene* kelima pada durasi ke 0.38 sampai dengan 0.39 menit dan *scene* keenam pada durasi ke 0.40 sampai dengan 0.46 menit terdapat seorang pemuda yang mengenakan kostum kemeja yang memiliki tema *summer* atau kemeja dengan motif *floral*. Pada biasanya kemeja dengan motif tersebut dikenakan seseorang ketika ia sedang mengunjungi suasana pantai. Dalam *scene* tersebut seorang pemuda itu sedang berada di sekitar pantai dan berada dalam suasana pantai. Dimana pada *scene* keenam pemuda tersebut tampak membawa papan selancar yang digunakan untuk berselancar di tengah ombak.

Dalam video *One Minute Booster* "Sabar" pada *scene* keempat durasi menit ke 0.28 sampai dengan 0.33 menampilkan seorang yang sedang terjatuh pada saat mengendarai sepeda. Hal ini dapat direpresentasikan bahwa dia sedang mengalami kecelakaan dan kesusahan. Kemudian pada *scene* keenam terdapat dua orang yang sedang berada di jalan. Salah satu orang tersebut membawa papan selancar dan kemudian dibantu oleh temannya dengan cara diderek dengan menggunakan sepeda motor. Dengan adegan ini aka dapat direpresentasikan bahwa adanya tolong menolong sesama manusia sangat penting dilakukan. Tolong menolong adalah salah satu perbuatan kebaikan dan bersifat positif.

Pada *scene* ketujuh di durasi menit ke 0.47 sampai dengan menit ke 0.49 menampilkan pohon-pohon yang menjulang tinggi. Hal ini dapat direpresentasikan bahwa kesabaran memiliki waktu yang lama untuk menghasilkan balasan yang diinginkan. dan *scene* kedelapan di menit ke 0.50 sampai dengan menit ke 0.52 merepresentasikan tentang kedamaian dan ketentraman hati.

Seperti penjelasan pada BAB II, tujuan komunikasi diatas adalah untuk menciptakan suatu tatanan kehidupan pribadi seseorang dan masyarakat yang aman, damai, serta sejahtera yang dihasilkan oleh kebahagiaan jasmani, dan rohani dalam ajaran Islam. Tujuan komunikasi dakwah diharapkan dapat memberikan hasil yang terukur bagi individu. Umat Islam berupaya untuk mewujudkan suatu agenda kebijakan, keadilan dan keindahan dalam kehidupan sehari hari.

#### 4.3 Level Ideologi

Pada level ideologi dari keseluruhan *scene* yang diteliti dari video *One Minute Booster* "Sabar" memiliki kode makna tersendiri yang menghasilkan ideologi-ideologi yang terdandung dalam video dan telah direduksi oleh penulis

Adanya realitas dan representasi dari video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar" dapat memunculkan ideologi dari video tersebut. Dalam video *One Minute Booster* ini pendakwah atau pembuat video menginginkan konsumen atau penonton video ini agar menerima dan memahami apa isi dari video *One Minute Booster* yang berjudul "Sabar". Ia memberikan visualisasi dari perkataan yang diucapkan dan teks yang tertulis yang sesuai. Kemudian pembuat video ini menggunakan media baru untuk mengunggah videonya agar dapat ditonton oleh masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat mendengarkan dakwah dengan mudah.

Media baru (*new media*) merupakan sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital yang biasa disebut dengan jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Beberapa kategori yang masuk kedalam media baru antara lain internet, website, komputer multimedia. Internet dikenal dengan media baru dikarenakan internet menggunakan sinyal transmisi. Kemudian diunggah kedalam media sosial, media sosial adalah sebuah program media yang berfokus pada sebuah keberadaan pengguna yang memberikan sarana dalam melakukan suatu aktivitas maupun untuk bekerja sama. Karena itu media sosial dilihat sebagai suatu fasilitas khalayak secara online yang dapat mempererat hubungan antar pengguna dan sekaligus sebagai ikatan sosial. media sosial yang digunakan adalah media sosial instagram. Dimana dalam media sosial Instagram dapat mengunggah foto dan video. Media sosial Instagram memiliki jumlah pengguna yang cukup banyak. Menurut riset yang dilakukan oleh databoks.katadata.co.id, Indonesia menempati peringkat ke tiga dalam penggunaan Instagram dengan jumlah pengguna sebesar 50 juta pengguna. Instagram sangat populer dikalangan pemuda, maka pemuda hijrah memilih instagram untuk menyebarkan video komunikasi dakwah ini

agar para pemuda dapat menonton video mengenai komunikasi dakwah yang disampaikan dan lebih mudah untuk dipahami.

Ideologi dalam video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” adalah ideologi agama. Bahwa kita sebagai manusia tak luput dari berbagai masalah dan ujian hidup yang menimpa kita, sehingga kita dianjurkan untuk bersabar atau menahan diri terhadap masalah yang sedang kita dapatkan dan kembali keada sang pencipta yaitu Allah SWT. . Dalam data yang dihimpun dari Tribun News, bahwa pada awal tahun 2018 terdapat beberapa kasus tawuran antar pemuda. Dimana permasalahan yang timbul hanyalah permasalahan yang spele. Dalam kasus tawuran ini, mulai dari para pelajar SMP hingga para pemuda. Kasus tawuran ini telah memakan korban hingga meninggal. Banyak korban yang mengalami luka-luka hingga dilarikan ke Rumah sakit. Kemudian pada bulan Februari hingga April 2018, data diperoleh dari BBC News Indonesia terdapat kasus 51 pemuda di Bandung tewas karena mengonsumsi miras oplosan. Dengan adanya hal tersebut, maka para pemuda diharapkan untuk menahan diri apabila terdapat hal-hal yang kurang berkenan. Meluapkan emosional yang dapat merugikan orang lain sangatlah dilarang oleh agama. Selalu ingat dengan agama dan kembali ke jalan Allah SWT.

Sabar menurut Al-Qaradwi (2003) dalam bukunya yang berjudul Sabar, Sabar termasuk akhlak yang paling utama yang banyak mendapat perhatian Al-Qur’an di dalam surat-suratnya baik Makkiyah ataupun Madaniyah. Ia adalah akhlak yang paling banyak diulang penyebutannya di dalam Al-Qur’an. Sabar menurut bahasa berarti menahan dan mengekang. Sabar di dalam Al-Qur’an berarti menahan diri atas sesuatu yang tidak disukai karena mengharap ridho Allah. Dengan bersabar atau menahan diri, maka kita sebagai manusia akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang kita lakukan. Ketika manusia mendapatkan sebuah masalah dan cobaan, banyak seseorang diantara kita yang menyerah dan lebih memilih solusi yang tidak seharusnya. Ketika kita menahan diri atau bersabar, maka tidak akan memunculkan kerugian bagi kita. Sabar memang membutuhkan waktu yang lama, maka kita tanamkan kedamaian dan ketentraman dihati kita. sehingga kita akan mendapatkan suatu kebahagiaan dan kemenangan bagi hidup yang kita jalani.

Dalam video *One Minute Booster* ini memang untuk umum, tetapi lebih ditujukan kepada para pemuda. Karena pemuda adalah generasi bangsa yang masih memiliki potensi untuk memajukan Agama dan Negara dengan melalui potensi yang dimilikinya, bukan dengan cara yang dilarang oleh Agama dan norma masyarakat. Komunikasi dakwah yang dilakukan oleh akun @pemudahijrah ini bertujuan untuk memasukkan paham dakwah kepada diri konsumen atau penonton mengenai kutamaan-keutamaan dari sabar. Komunikasi dakwah dilakukan untuk mengharap ridha Allah SWT.

Menurut Ma’arif (2010), secara sistematis, komunikasi dakwah memiliki tujuan, yaitu *pertama*, komunikator dakwah berusaha untuk mensucikan jiwa seseorang dari noda noda syirik dan pengaruh-pengaruh kepercayaan yang menyimpang dan tidak sesuai dengan apa yang diajarkan di dalam Al-Qur’an. Suatu aktivitas dakwah diarahkan untuk mensucikan batin individu maupun kelompok. Untuk melakukan hal tersebut diperlukan langkah komunikasi untuk memengaruhi sekaligus merubah fikiran, ideologi, dan keyakinan yang buruk pada ideologi yang baik yang dilakukan dengan perkataan baik. Kemudian tujuan yang *kedua* adalah pengembangan kemampuan dalam membaca, menulis, serta memahami makna dari kata yang terlulis didalam Al-Qur’an. Masyarakat menjadi paham akan huruf sehingga kemampuan berfikirnya dapat berkembang pula. Dan tujuan yang *ketiga* adalah membimbing serta memperbaiki pengalaman ibadah menjadi lebih baik dari sebelumnya. Ibadah menjadi landasan bagi perkembangan kehidupan masyarakat untuk lebih baik, damai, maju, sejahtera, serta selamat di dunia maupun di akhirat.

## 5. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dari setiap *scene* yang terdapat dalam video One Minute Booster yang berjudul “Sabar”, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa memang merepresentasikan unsur-unsur komunikasi dakwah mengenai sabar. Dalam video ini memperlihatkan subjek utama seorang pemuda laki-laki, dimana subjek pemuda laki-laki tersebut memperlihatkan tingkah laku dan ekspresi kesedihan dan kebahagiaan. Penulis menganalisis delapan *scene* yang berkaitan dengan sabar, sebagaimana penggambaran dari keutamaan sabar tersebut dapat dilihat dari setiap kode dalam “*The Codes Of Television*”.

### 1. Level Realitas

Berdasarkan analisis melalui level realitas, dapat disimpulkan bahwa seorang laki-laki dengan vigur yang berbeda dan menjadi subjek dalam setiap *scene* di video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” adalah seorang pemuda dengan keadaan dari apa yang sedang ia alami pada saat itu. Dalam video ini terdapat adegan-adegan dari para pemuda laki-laki yang memperlihatkan aktivitas serta kondisi yang sedang terjadi. Adegan-adegan tersebut merupakan visualisasi dari komunikasi dakwah yang dilakukan oleh pendakwah.

Visualisasi tersebut memang disesuaikan dengan komunikasi dakwah yang dilakukan oleh pembuat video, hal ini dapat dilihat dari teks pada setiap *scene* yang merupakan tulisan dari komunikasi dakwah yang disampaikan. Sehingga penonton dapat memahami makna dari setiap kode yang diberikan.

### 2. Level Representasi

Representasi yang terlihat dari video *One Minute Booster* yang berjudul “Sabar” adalah dari Pemilihan kostum yang dikenakan dan barang-barang yang dimiliki oleh laki-laki tersebut



merepresentasikan bahwa ia adalah seorang pemuda seperti papan peluncur, papan selancar, sepeda motor, sepeda BMX, alat musik ukulele, yang mana barang-barang tersebut memang sering digunakan oleh para pemuda dan menunjukkan representasi seorang pemuda. Barang-barang yang dimiliki dan digunakan oleh subjek dalam video One Minute Booster “Sabar” merupakan barang-barang dengan kelas sosial menengah keatas. Tingkah laku subjek yang juga terdapat makna didalamnya. Makna yang terkandung dari level representasi dalam setiap *scene* yakni mengenai keutamaan-keutamaan sabar, bahwa apabila ia bersabar dan dapat menahan diri disetiap permasalahannya, maka akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang dilakukannya. Ekspresi dan gerakan yang ditunjukkan memberikan arti bahwa pemuda tersebut sedang dalam suasana kesedihan dan kebahagiaan. Suara atau *voice over* yang terdapat dalam video tersebut menjelaskan mengenai keutamaan sabar yang direpresentasikan melalui visualisasi video.

### 3. Level Ideologi

Dalam level ideologi, penulis memberikan kesimpulan mengenai ideologi yang terdapat dalam video *One Minute Booster* “Sabar” adalah ideologi yang terdapat dalam Video One Minute “Sabar” adalah ideologi agama, yang mana pada dasarnya setiap manusia memiliki permasalahan dan kesulitan dalam hidupnya, maka dari itu bersabarlah dan kembali kepada Allah SWT dengan tujuan untuk mendapat ridho dari Allah SWT. Sehingga barangsiapa yang bersabar dengan menanamkan kedamaian dan ketentraman dihati kita, sehingga kita akan mendapatkan suatu kebahagiaan dan kemenangan bagi hidup yang kita jalani dan akan mendapatkan balasan berupa kebahagiaan dan kemenangan sesuai apa yang diinginkan oleh manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Al-Qaradhwi, Yusuf. 2003. *SABAR, Sifat Orang Beriman*. Jakarta. Robbani Press.
- Piliang, Amir Yasraf. 2016. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta. Jelasutra.
- Bungin, Burhan. 2011. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok. PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta. Jelasutra.
- Hafidhuddin, Didin. 1998. *Dakwah Aktual*. Jakarta. Gema Insani Press.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Ibrahim, Irfan. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta. Buku Litera Yogyakarta.
- Izzati, Putri Iva. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. Salemba Hunanika.
- Ma'arif, Bambang Syaiful. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Ma'arif, Bambang Syaiful. 2015. *Psikologi Komunikasi Dakwah*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial prosedur, Trend dan Etika*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, Sarwo. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Soehoet, Hoeta. 2002. *Media Massa –Manajemen*. Jakarta. Yayasan Kampus Tercinta IISIP Jakarta.
- Verawati, Sri Noor. 2011. *How To Shoot Video That Doesn't Suck (Cara Asyik Cara Bikin Video Ciamik)*. Jakarta. PT Serambi Ilmu Semesta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung. Alfabeta.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor. Ghalia Indonesia.

Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor. Ghalia Indonesia

**Skripsi :**

Fauziah, Della Ratna Puspita. 2017. *Bias Gender dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika John Fiske pada Iklan Ramadhan Line)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Tidak diterbitkan.

Rahayu, Lenggawati. 2017. *Kritik Sosial pada Video Youtube "TV Jasamu Tiada..." (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Kritik Sosial Pada Video Youtube "TV Jasamu Tiada..." )*. Skripsi pada Universitas Telkom. Tidak diterbitkan.

Taefur, Iqbal Yusuf Martadinata. 2017. *Pergeseran Makna Maskulinitas pada Iklan Nivea Deo Man Invisible Black and White (Analisis Semiotika John Fiske)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Tidak diterbitkan.

**Situs :**

<https://www.slideshare.net/FlashStock/instagram-marketing-strategy-ebook> ( diakses pada 24 Agustus 2018)

<https://bisnis.tempo.co> (diakses pada 25 Agustus pukul 14.30 WIB)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (diakses pada 25 Agustus 2018)

[https://get.simplymeasured.com/rs/135-YGJ-288/images/2017\\_1-Ultimate-Instagram\\_eBook-Final2.pdf](https://get.simplymeasured.com/rs/135-YGJ-288/images/2017_1-Ultimate-Instagram_eBook-Final2.pdf) (diakses pada 24 Agustus 2018)

(<https://bisnis.tempo.com> diakses pada 25 Agustus pukul 14.30 WIB)

<https://kelasfotografi.com/pemula/mengenal-macam-macam-teknik-pengambilan-gambar/> (diakses pada 19 November 2018)

<http://www.tribunnews.com/tag/tawuran-pemuda> (diakses pada 26 Desember 2018)

<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-43693188> (diakses pada 31 Desember 2018)