

**ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM
PADA AKUN @SHIFTMEDIA.ID SEBAGAI SARANA
DAKWAH DIGITAL**

TUGAS AKHIR

Oleh:

TENGGU ZAIFACH HATTA
2103110066

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2025

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : T. Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Rabu, 23 April 2025
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, M.I.Kom

PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. H. Mujahiddin, S.Sos., MSP

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S. M.SP

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Ariefin Saleh., S.Sos., MSP, Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom



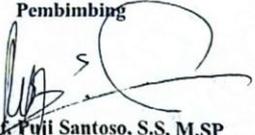
BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : T. Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : "ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM
PADA AKUN @SHIFTMEDIA.ID SEBAGAI
SARANA DAKWAH DIGITAL"
Medan, 25 Maret 2025

Pembimbing


Asso. Prof. Fuji Santoso, S.S., M.SP
NIDN: 0121046801

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Akhvar Anshori S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401


Dekan

Asso. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Tengku Zaifach Hatta, NPM 2103110066, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 28 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Tengku Zaifach Hatta

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis serta shalawat beriring salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Penyajian Konten Instagram Pada Akun @shiftmedia.id Sebagai Sarana Dakwah Digital”** dengan baik. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk wisuda dalam memperoleh gelar sarjana program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis sangat berterima kasih kepada Allah SWT yang selalu menolong, memberi kemudahan serta kesempatan kepada penulis sehingga berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua, sosok luar biasa yang memiliki peran penting dalam hidup penulis, bahkan sampai kapanpun mereka tidak akan bisa digantikan oleh apapun dan siapapun. Kalian adalah orang-orang yang selalu berjuang demi pendidikan anak-anaknya setinggi mungkin, walaupun kalian sendiri hanya sempat mengenyam pendidikan hingga sekolah menengah atas.

Kepada Ibunda (Mama) Marsiani, sebagai seseorang yang mau mendengarkan segala cerita apapun itu dari penulis, selalu memberikan nasihat untuk anak-anaknya dan karenanya semua lika liku mampu dilalui, serta selalu kuat dan sabar dalam menghadapi anaknya, juga kepada Ayahanda (Entu) Tengku

Hatta Muhammad Raizal seseorang yang paling paham tentang diri penulis, terima kasih banyak atas setiap tetes keringat dan kerja keras yang dilalui, yang selalu memberi banyak nasihat, terimakasih karena telah overprotektif terhadap anaknya sehingga membuat anaknya memiliki kasih sayang yang berlimpah dari orangtuanya. Tanpa doa dan pengorbanan kalian selama ini, mungkin penulis tidak ada artinya.

Selain itu, penulis juga ingin berterima kasih untuk Saudara Perempuan (kakak) Tengku Fatimah Saptarini S.E yang selalu ada disaat penulis membutuhkannya dan menjadi panutan untuk penulis menyelesaikan tugas akhir ini, untuk Saudara Laki-laki (Abang) Tengku Rafli Fata S.Kom yang selalu melindungi penulis dan memberikan kasih sayang kepada penulis sebagai adiknya. Harapan penulis semoga kita sebagai anak-anak entu dan mama bisa menjadi anak yang sukses di dunia & akhirat aamiin.

Dan pastinya, skripsi ini dipersembahkan untuk diri penulis sendiri karena sudah berhasil melewati semua peluang dan tantangan yang terjadi selama kurang lebih empat tahun menjadi mahasiswi. Tak lupa pula penulis haturkan terima kasih kepada Bapak Assoc. Prof. Puji Santoso karena telah menjadi dosen pembimbing yang sangat baik dan berjasa bagi penulis.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bimbingan maupun bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Asssoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen terbaik yang sangat berjasa selama pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa hingga saat ini, terimakasih atas bimbingan dan arahan yang bapak berikan kepada penulis.
8. Bude Mariati dan Pakde Handoko yang merupakan sosok luar biasa juga penulis anggap sebagai orangtua kedua karena sangat berjasa dalam hidup penulis, selalu ada disaat senang maupun susah. Sehat selalu untuk pakde dan bude. Love Forever and Ever.
9. Para Dosen & Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah ikhlas memberikan ilmunya serta membantu dalam setiap proses yang dibutuhkan oleh para mahasiswa/i.

10. Eka Agus Fitria selaku sahabat sekaligus keluarga yang selalu ada disetiap keadaan suka maupun duka penulis bahkan sekalipun dalam kondisi jarang bertemu, tetapi itu semua tidak membuat kita jauh. I Love You sahabat dunia akhirat.
11. Mayolla Fransiska Putri, Nadhilah Khairina, Baihaqi Septiansyah Novrizal, dan Rani Soraya selaku para sahabat yang kebersamai mulai dari Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa hingga saat ini. Perjalanan PKM telah membawa kita sampai sejauh dan sehebat ini, akan selamanya bangga dengan kalian yang telah kebersamai. Proud of you sobat KATA.
12. Raudah Daulay dan Sri Wahyuni selaku sahabat seperjuangan selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini bersama-sama, juga akan selamanya bangga dengan kalian. I Love You Guys.
13. Teruntuk jodoh yang telah tertulis di Lauhul Mahfudzih dan saat ini masih belum diketahui keberadaannya entah di bumi bagian mana. Percayalah kamu adalah salah satu alasan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini agar kelak kamu bangga terhadap penulis yang telah melewati hari-hari sulitnya sendirian. Mungkin saat ini bukan waktu yang tepat untuk bertemu, tetapi penulis percaya, segala sesuatu yang baik akan datang diwaktu yang baik dengan versi kita yang terbaik.

Hanya terimakasih yang mampu penulis ucapkan atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang telah diberikan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini agar

lebih bermanfaat bagi kita semua. Atas bantuan dan perhatiannya dari segala pihak yang telah kebersamai penulis dalam menyusun skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Medan, 05 April 2025

Penulis

Tengku Zaifach Hatta
2103110066

**ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM PADA AKUN
@SHIFTMEDIA.ID SEBAGAI SARANA DAKWAH DIGITAL**

**TENGGU ZAIFACH HATTA
2103110066**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyajian konten Instagram pada akun @shiftmedia.id sebagai sarana dakwah digital, dengan fokus pada visual dan audio yang digunakan. Dalam era digital, media sosial seperti Instagram telah menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada generasi muda. Akun @shiftmedia.id dipilih karena popularitas dan konsistensinya dalam menyajikan konten video dakwah yang relevan dan menarik. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis konten kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan meliputi konten video dakwah yang diunggah oleh akun @shiftmedia.id. Analisis difokuskan pada analisis teks, visual dan audio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @shiftmedia.id berhasil memanfaatkan aplikasi Instagram sebagai sarana dalam menyajikan konten dakwah yang kreatif dan mudah dipahami. Konten-konten tersebut mencakup berbagai topik keagamaan yang disajikan untuk kalangan generasi muda serta menggunakan bahasa yang baik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain isi pesan, pemilihan warna teks yang sesuai, dan latar video yang menarik, audio yang mendukung suasana penonton juga menjadi elemen penting dalam penyajian konten. Kemudian, interaksi yang aktif dengan pengikut melalui kolom komentar dan fitur lainnya menunjukkan adanya upaya untuk membangun komunitas yang solid. Penelitian ini mengungkapkan bahwa akun @shiftmedia.id telah berhasil mengoptimalkan Instagram sebagai sarana dakwah digital. Dengan penyajian konten dakwah yang kreatif, efektif, inovatif, dan relevan, akun ini mampu menjangkau khalayak luas dan memberikan kontribusi positif dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan di era digital.

Kata Kunci: Analisis Konten, Instagram, @shiftmedia.id, Dakwah Digital.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	5
BAB II. URAIAN TEORITIS	7
2.1. Komunikasi Visual.....	7
2.2. Komunikasi Dakwah.....	7
2.3. Komunikasi Digital	8
2.4. Teori Semiotika Ferdinand de Saussure	8
2.5. Media Sosial.....	9
2.6. Instagram.....	10
2.7. Anggapan Dasar.....	11
BAB III. METODE PENELITIAN	13
3.1. Jenis Penelitian	13

3.2. Kerangka Konsep	14
3.3. Definisi Konsep	15
3.4. Kategorisasi Penelitian	18
3.5. Informan dan Narasumber	18
3.6. Teknik Pengumpulan Data	18
3.7. Teknik Analisis Data	20
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	21
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Hasil Penelitian	22
4.2. Hasil Observasi	22
4.3. Pembahasan	38
BAB V. PENUTUP.....	41
5.1. Simpulan	41
5.2. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kategorisasi Penelitian	18
Tabel 4.1	Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id postingan 1.....	24
Tabel 4.2	Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id postingan 2	29
Tabel 4.3	Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id postingan 3.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Instagram Menjadi Peringkat Teratas dari Platform di Seluruh Dunia	1
Gambar 3.1	Kerangka Konsep	15
Gambar 4.1	Profil Akun @shiftmedia.id	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Dokumentasi Wawancara
Lampiran 2	: SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
Lampiran 3	: SK-2 Surat Penetapan Judul dan Pembimbing
Lampiran 4	: SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 5	: SK-4 Undangan Panggilan Seminar Proposal
Lampiran 6	: Permohonan Perubahan Judul Skripsi
Lampiran 7	: SK-2 Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing
Lampiran 8	: SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 9	: Surat LOA Jurnal
Lampiran 10	: SK-10 Undangan Panggilan Ujian Skripsi

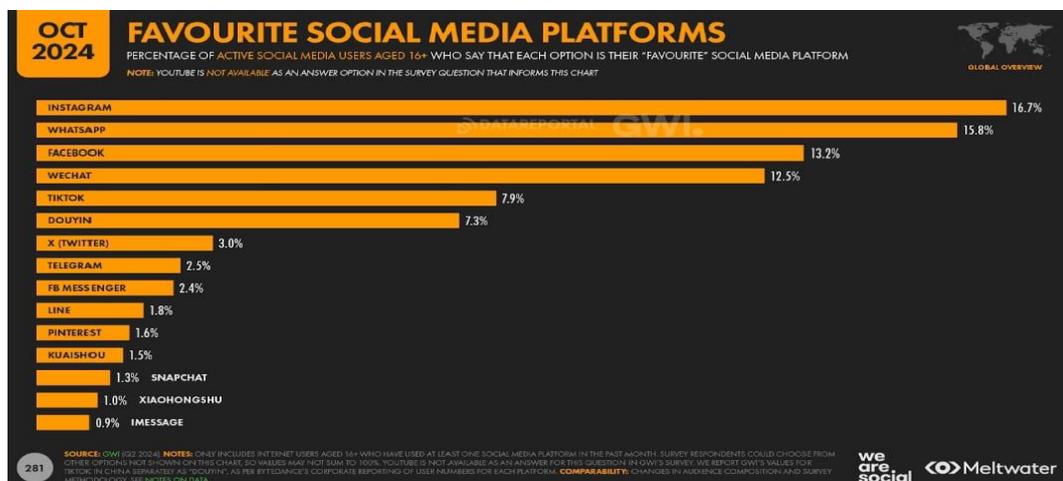
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat dalam mengakses informasi dan berkomunikasi, termasuk dalam berdakwah. Di era digital ini, dakwah tidak lagi terbatas pada penyampaian dari mimbar, tetapi menyampaikan dakwah dengan metode yang lebih modern (A. H. Ummah, 2020).

Internet, khususnya media sosial, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu platform yang banyak digunakan oleh pengguna media sosial, terutama di kalangan generasi muda, untuk berbagi informasi, hiburan, dan pendidikan adalah Instagram (Syahreza & Tanjung, 2018). Aplikasi Instagram menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan berbagai pesan, termasuk pesan dakwah (Keemp Simon, 2024).



Gambar 1.1. Instagram menjadi peringkat teratas dari platform yang paling banyak digunakan diseluruh dunia. (sumber: We Are Social 2024)

Dakwah digital melalui media sosial merupakan fenomena yang terus berkembang seiring dengan semakin banyaknya pengguna internet, terutama di kalangan generasi muda. Banyak pendakwah dan lembaga Islam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih luas dan menjangkau khalayak yang lebih beragam (Azmi & Arief, 2022). Namun, tidak semua konten dakwah disajikan dengan cara yang mudah dipahami dan mampu menarik perhatian audiens.

Salah satu konten dakwah Instagram yang kerap menarik perhatian generasi muda adalah akun @shiftmedia.id. Akun Instagram yang dipelopori oleh Ustaz Hanan Attaki atau yang lebih sering disebut sebagai ustaz muda ini memiliki ciri khas tersendiri. Akun ini menarik perhatian karena menyajikan konten dakwah dengan gaya yang sederhana, singkat, namun tetap menyentuh melalui pendekatan audio dan visual sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang sudah akrab dengan media sosial (Malla Avila, 2022).

Dalam menyajikan kontennya, akun @shiftmedia.id menggunakan berbagai elemen seperti teks, visual, dan audio. Elemen-elemen tersebut bukan sekadar estetika, tetapi juga memiliki peran penting dalam mendukung penyampaian pesan dakwah agar lebih menarik dan mudah dipahami.

Dalam kajian semiotikanya, Ferdinand de Saussure menjelaskan bahwa setiap tanda memiliki dua aspek utama, yaitu Penanda (*Signifier*) dan Petanda (*Signified*) (Bydi & Ponorogo, 2022). Dengan menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian ini akan menganalisis bagaimana

penyajian teks, pesan dalam teks tersebut dikomunikasikan, latar belakang dari video dan audio yang digunakan dalam konten Instagram @shiftmedia.id membantu menyampaikan dakwah secara efektif dan kreatif sehingga memberikan daya tarik kepada audiens.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, terbuka peluang bagi para pendakwah untuk memanfaatkan platform ini guna menyampaikan dakwah Islam secara lebih luas dan interaktif (Santoso & Andhika Syaputra, 2023). Instagram memungkinkan pesan dakwah tersampaikan tidak hanya satu arah, namun juga memungkinkan interaksi dengan audiens melalui komentar, *likes*, dan *direct message* (Ismiati et al., 2024).

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana elemen visual yang menjadi tanda dan audio dalam media digital dapat digunakan secara optimal untuk mendukung komunikasi dakwah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dalam menjangkau dan memengaruhi khalayak yang lebih luas.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penyajian konten video dakwah Islam yang lebih menarik, efektif, dan sesuai dengan karakteristik audiens di era digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud untuk menganalisis bagaimana konten Instagram disajikan pada akun @shiftmedia.id sebagai sarana dakwah digital.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas tinjauannya dan tidak menyimpang dari rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki batasan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Analisis penelitian ini dibatasi hanya pada 3 postingan konten dakwah dari akun @shiftmedia.id yang merupakan ceramah ustaz Hanan Attaki.
- b) Konten yang dianalisis yaitu jenis postingan carousel (beberapa gambar atau video yang dapat di geser dalam satu unggahan).
- c) Fokus utama dalam penelitian ini merujuk pada analisis teks visual dengan menggunakan teori semiotika Ferdiand De Saussure serta konteks tambahan seperti audio dan latar belakang dari video yang digunakan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan dikaji sebagai berikut: Bagaimana penyajian konten Instagram pada akun @shiftmedia.id sebagai sarana dakwah digital?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis bagaimana konten video dakwah yang disajikan di akun Instagram @shiftmedia.id dalam menyampaikan pesan dakwah secara digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan pada penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian dakwah digital dalam konteks komunikasi visual untuk menjadi referensi serupa yang akan dikembangkan kedepannya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi kreator dakwah digital dalam menyajikan konten yang lebih menarik dan efektif di Instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Dengan standar penulisan ilmiah, dalam menyusun skripsi dan proposal skripsi, sistematika penulisannya sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, diantaranya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini berisi tentang teori yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu teori semiotika Ferdinand De Saussure pada “Analisis Penyajian Konten Instagram Pada Akun @shiftmedia.id Sebagai Sarana Dakwah Digital”.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang berbagai kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan uraian dari hasil pembahasan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Visual

Komunikasi visual dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan visual antara komunikator dan komunikan dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Komunikasi visual adalah segala bentuk pesan yang merangsang indra penglihatan agar dapat dipahami oleh orang yang menyaksikannya (Andi et al., 2023).

Dalam komunikasi visual, peran estetika sangat penting untuk membangun kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan (Sari & Irena, 2022). Kunci estetika dalam komunikasi visual terletak pada keseimbangan antara objek visual (garis, bentuk, nilai, warna, teks dan sebagainya), pencipta objek visual (ideologi, latar belakang dan kompetensi), dan penerima kepada siapa objek tersebut diarahkan (M. S. Ummah, 2021).

Dalam konteks penelitian ini, komunikasi visual berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah dengan lebih menarik dan mudah diterima oleh audiens, terutama pengguna media sosial yang cenderung lebih responsif terhadap konten berbasis visual.

2.2 Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah kegiatan komunikasi yang mana da'i menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara individu maupun kelompok (Rohmah, 2021). Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu proses penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh seorang komunikator atau

da'i kepada mad'u atau komunikasi sesuai dengan teori-teori komunikasi dan sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri (BOB ANDRIAN, 2020).

Di era digital seperti sekarang, dakwah tidak hanya dapat disampaikan melalui ceramah secara langsung atau buku, tetapi juga dapat disampaikan melalui media sosial seperti Instagram yang jangkauannya lebih luas dan formatnya lebih interaktif. Tujuan dari teori komunikasi dakwah ini sebagai sarana dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah secara digital.

2.3 Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses pertukaran informasi menggunakan teknologi untuk mengirim, menerima, dan berbagi pesan dengan pihak lain (Syafuruddin Pohan et al., 2024). Pemanfaatan media sosial dalam layanan komunikasi digital tidak hanya untuk pemasaran, tetapi juga sebagai penyebaran dakwah kepada masyarakat secara lebih interaktif dan efektif (Bayu, 2022).

Perkembangan komunikasi melalui media digital telah menjadi alat yang efektif dalam memobilisasi gerakan aktivisme sosial serta mendorong lahirnya berbagai inovasi baru yang mempermudah kehidupan manusia (Mashis et al., 2023).

2.4 Teori Semiotika Ferdinand de Saussure

Semiotika adalah kajian mengenai tanda dalam kehidupan sosial manusia, mencakup apa saja tanda tersebut dan hukum apa yang mengatur terbentuknya tanda (Sitompul et al., 2021). Semiotika umumnya digunakan sebagai alat untuk mendefinisikan kategori dari tanda yang hanya bisa merepresentasikan sesuatu apabila si pembaca tanda memiliki pengalaman atas representasinya. Model

semiotika Saussure adalah semiotika tentang segala sesuatu yang dapat diamati jika terdapat penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) (Auralia & Khoirunnisa, 2023).

Dalam teori semiotika Saussure dinyatakan bahwa penanda atau tanda fisik (*signifier*) dan petanda atau konsep tanda (*signified*) merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena saling berhubungan (Atiqoh et al., 2022). Tanda adalah aspek fisik atau material dari sebuah tanda, seperti; kata, gambar, suara, objek atau simbol. Sedangkan makna adalah aspek mental atau konsep dari aspek material (Widi Utomo & Yudha Erlangga, 2023).

Kedua istilah tersebut menjadikan bahasa dapat mudah dimengerti oleh orang dan disampaikan melalui beberapa media yang ada, salah satunya melalui media sosial yaitu Instagram (Barzah & Al Anshory, 2022). Dalam konteks penelitian ini, teks yang terdapat di dalam konten video tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan semiotika untuk memahami bagaimana pesan dalam teks dapat dikomunikasikan dan dipahami oleh audiens.

2.5 Media Sosial

Media sosial adalah bagian dari media baru atau media digital (Ilman & Hadi, 2024). Media sosial merupakan sebuah platform yang memberikan efektivitas kepada para penggunanya untuk berkomunikasi, mencari, berbagi informasi, serta melakukan berbagai aktivitas lainnya yang terhubung langsung dengan jaringan internet secara cepat dan tak terbatas (Tanjung et al., 2021). Media sosial menghubungkan orang-orang di seluruh dunia untuk saling terhubung satu sama lain (Dewa & Safitri, 2021).

Dalam teori Renee Desjardins media sosial memperkenalkan berbagai istilah yang merujuk pada tujuannya, baik untuk mencari keuntungan dan entitas nirlaba (bagi beberapa individu). Beberapa individu atau kelompok menggunakannya untuk memantau percakapan online yang dikenal sebagai pemantauan media sosial. Biasanya, pemantauan ini melibatkan pengawasan aktif terhadap saluran media sosial untuk memperoleh informasi tersebut (Desjardins, 2017, hal. 84).

Media sosial mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif dimana satu sama lain dapat langsung berbagi informasi, pendapat, dan ide. Contoh media sosial antara lain: Facebook, Instagram, YouTube, Blog, Twitter, Messenger, WhatsApp dan masih banyak lagi (Noventa et al., 2023). Kemudian, sejak tahun 2016 telah muncul aplikasi Instagram yang menjadi aplikasi favorit dan disenangi oleh kaum milenial dimana sebagian besar adalah kalangan muda (Rakanda et al., 2020).

Dalam penelitian ini, media sosial Instagram menawarkan peluang besar untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada kalangan generasi muda. Konten dakwah yang dipresentasikan melalui Instagram dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam serta memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna melalui komentar, *likes*, dan *shares*. Dalam penelitian ini, memfokuskan tentang bagaimana media sosial Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif dengan menyajikan konten visual yang efektif, kreatif dan inovatif.

2.6 Instagram

Instagram adalah aplikasi sebagai tempat para pengguna untuk dapat mengunggah atau mengirim pesan. foto, gambar, dan video (Asrovi et al., 2023).

Instagram dapat diartikan sebagai bagian dari komunikasi visual yang dapat membentuk citra seseorang (Santoso & Andhika Syaputra, 2023). Platform Instagram merupakan salah satu media sosial yang bisa dianggap sebagai sarana yang efektif untuk melakukan berbagai kegiatan, salah satunya ialah dakwah (Dakwah & Sosial, 2024).

Bahkan, melihat dari tingginya pengguna aktif Instagram di Indonesia menjadikan peluang besar untuk memanfaatkan Instagram sebagai sarana berdakwah. Saat ini platform Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja, tetapi kini Instagram sudah mulai dilirik untuk dimanfaatkan sebagai sarana edukasi dakwah.

Dalam penelitian ini, media sosial Instagram menawarkan peluang besar untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens khususnya generasi muda. Konten dakwah yang dipresentasikan melalui Instagram dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam serta memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna melalui komentar, *likes*, dan *shares*. Penelitian ini memfokuskan tentang bagaimana media sosial Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah digital yang efektif dengan memanfaatkan elemen visual dan audio yang dapat menarik perhatian audiens.

2.6 Anggapan Dasar

Anggapan dasar dalam penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa konten dakwah digital mempunyai peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas. Instagram sebagai platform media

sosial memungkinkan penyebaran dakwah secara lebih menarik melalui teks, visual, dan audio.

Dalam konteks ini, teks dalam video dakwah bukan sekedar tulisan biasa, namun mempunyai makna tersendiri yang dapat mempengaruhi pemahaman penafsiran penonton, serta untuk tetap menonton konten tersebut. Selain itu, audio dan latar belakang dari video dalam konten dakwah berperan dalam membangun suasana dan menarik perhatian penonton.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian ini mengasumsikan bahwa teks dalam video dakwah dapat dianalisis berdasarkan hubungan antara penanda dan petanda. Namun, dalam konteks video dakwah, elemen pendukung seperti audio dan latar belakang dari video juga berperan dalam mempengaruhi audiens. Dengan demikian, analisis ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana penyajian teks dalam video dakwah dapat berkontribusi dalam penyampaian pesan keagamaan yang efektif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian, metodologi penelitian pada hakekatnya merupakan unsur penting yang wajib ada selama proses penelitian berlangsung. Metodologi yang tepat akan mengarah pada studi yang baik dan juga bermanfaat bagi orang lain. Jenis hasil yang diperoleh peneliti akan bergantung pada metodologi yang digunakan. Jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini dilakukan dengan cara pandang objek yang diteliti secara holistik (Zuchri, 2021).

Metode penelitian adalah strategi atau pendekatan utama yang digunakan oleh peneliti untuk mencapai tujuan dan mencari solusi dari tantangan. Tiga jenis tujuan penelitian pada hakikatnya adalah penemuan, pembuktian, dan pengembangan (Heru Sudinta & Iwan Irwansyah, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure untuk menganalisis bagaimana teks dalam postingan video dakwah di akun Instagram @shiftmedia.id disajikan sebagai sarana dakwah digital. Pendekatan ini digunakan untuk memahami hubungan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada teks yang ditampilkan dalam video dakwah, sehingga maknanya dapat dimaknai dalam konteks penyebaran pesan-pesan keagamaan.

Objek penelitian ini adalah konten video dakwah pada akun Instagram @shiftmedia.id, dengan fokus pada analisis teks, visual, dan audio yang digunakan untuk melihat bagaimana unsur-unsur pendukung tersebut berkontribusi dalam membangun makna pesan.

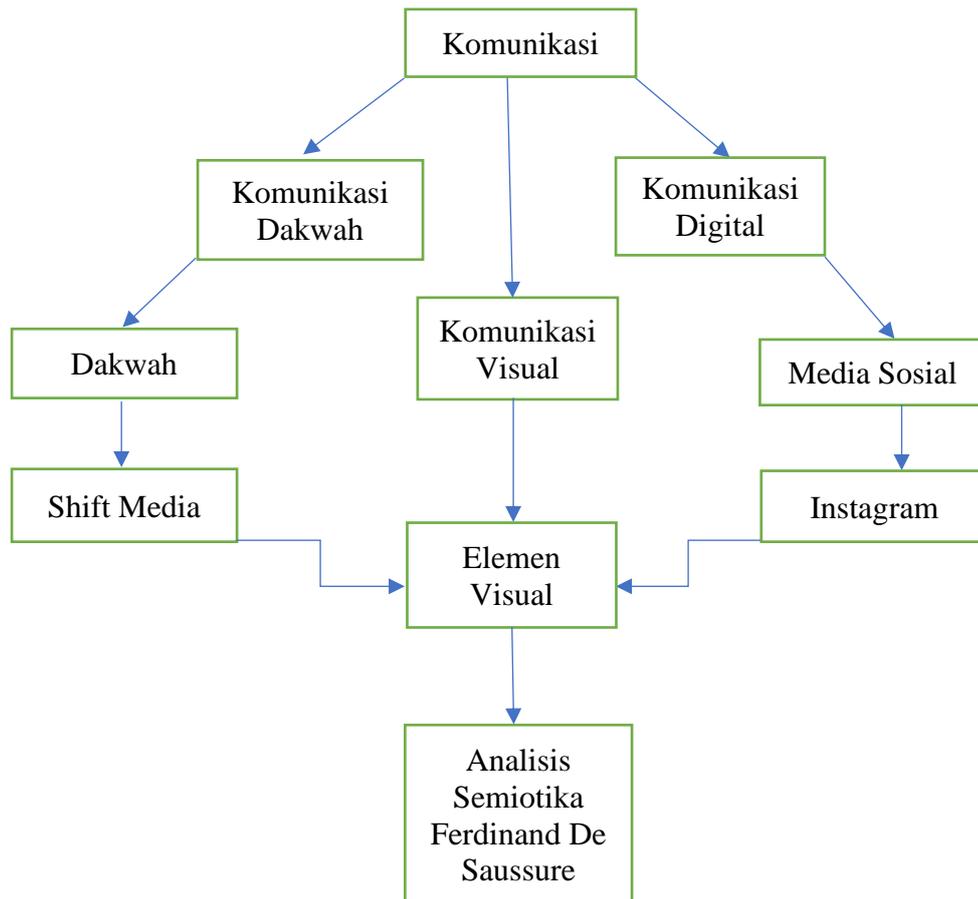
Penelitian ini tidak berfokus pada angka atau statistik, tetapi lebih menekankan pada aspek makna yang terkandung dalam elemen tersebut. Peneliti ingin menggunakan pendekatan ini pada pihak-pihak yang relevan dijadikan narasumber untuk memberikan keterangan atau data terkait penelitian yang dilakukan.

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menyajikan penjelasan yang mendalam terhadap materi yang diteliti (Hardiyanto & Pulungan, 2021). Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretatif dengan menggunakan interpretasi yang melibatkan beberapa metode dalam mengkaji permasalahan penelitian (Santoso & Andhika Syaputra, 2023)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengamatan (observasi), wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan data dari konten dakwah pada postingan Instagram akun @shiftmedia.id. Sumber data untuk penelitian ini adalah semua informasi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan (wahyudi st, 2024).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian ini memberikan pemahaman tentang faktor atau komponen yang diteliti agar sesuai dengan tujuan penelitian dan mudah dipahami pembaca. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3.1: Kerangka konsep. (Sumber: Diolah peneliti, 2025)

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan penjabaran dari kerangka konsep. Berikut adalah definisi konsep yang akan dijabarkan dari kerangka konsep diatas meliputi:

a. Komunikasi

Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah proses interaksi antara orang-orang yang mengungkapkan ide melalui media visual. Dalam penelitian ini, fokus komunikasi visual terletak pada teks dalam postingan dakwah.

1) Elemen Visual

Elemen visual dalam dakwah digital mencakup berbagai aspek yang mendukung penyampaian pesan, di antaranya: warna teks, latar belakang video dan audio. Elemen-elemen tersebut menjadi aspek penting dalam penyajian konten sebagai sarana dakwah digital.

2) Analisis semiotika Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure mengembangkan teori semiotika yang membagi tanda menjadi penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam penelitian ini, analisis semiotika digunakan untuk memahami bagaimana teks dalam video dakwah memiliki makna yang lebih dalam, tidak hanya sebagai tulisan biasa, tetapi sebagai bagian dari penyajian komunikasi visual yang membangun pemahaman audiens.

b. Komunikasi Dakwah

1) Dakwah

Dakwah ajakan yang mengajak manusia agar berbuat baik atau benar serta mengikuti tuntunan agama, yaitu mengerjakan kebaikan dan mencegah perbuatan munkar, agar memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Ilaihi & Utami, 2023). Penelitian ini mengamati bagaimana makna teks dari konten sebagai pesan dakwah dirancang untuk menarik perhatian audiens.

2) Akun Shiftmedia.id

Akun Instagram @shiftmedia.id merupakan akun yang dipelopori Ustaz Hanan Attaki Lc. Uniknya, postingan ceramah yang diunggah sebagian besar bertemakan permasalahan anak muda masa kini, yang kemudian diunggah dalam

bentuk video (Azmi & Arief, 2022). Akun ini menjadi objek penelitian dikarenakan penyajian konten dakwah yang dapat menarik perhatian audiens.

c. Komunikasi Digital

1) Media Sosial

Media sosial merupakan media online sebagai tempat para pengguna yang bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi berupa blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual (Intan Khoiriyah & Hadi Ismanto, 2022). Aplikasi Instagram sebagai media sosial yang menjadi saluran komunikasi efektif untuk menjangkau audiens melalui konten dakwah.

Komunikasi digital adalah proses pertukaran informasi melalui media berbasis teknologi digital. Dakwah digital adalah salah satu bentuk komunikasi digital yang menggunakan internet sebagai media utama dalam menyebarkan pesan keagamaan.

2) Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbasis gambar dan video yang banyak digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dakwah. Akun @shiftmedia.id menggunakan Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah dengan format video pendek yang dirancang menarik dan mudah dikonsumsi oleh pengguna media sosial, khususnya kalangan muda.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Kategorisasi	Indikator
1	Analisis Konten (Video Dakwah) sebagai sarana dakwah digital	<ul style="list-style-type: none"> • Teks • Latar Video • Audio • Komentar • Followers • Monitoring

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

3.5 Informan dan Narasumber

- a. Eka Agus Fitria (Audiens atau followers)
- b. Ayu Syntia Ningsih S.Pd (Guru Agama Islam)
- c. Fillix Pratama (Content Creator)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menerapkan metode kualitatif yang dapat menghasilkan data deskriptif. Untuk mendapatkan data dan informasi yang valid peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi (Sintia Putri Andani & Parihat Kamil, 2023). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan (observasi) dengan menonton video konten dakwah @shiftmedia.id, kemudian melakukan wawancara kepada beberapa narasumber terkait pengalaman audiens

dalam menyaksikan konten dakwah @shiftmedia.id serta pengumpulan dokumentasi konten dakwah TikTok @shiftmedia.id.

a. Observasi (Pengamatan)

Metode observasi atau pengamatan adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang terfokus pada objek atau peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau dideteksi melalui panca indera (Thalib, 2022). Dalam beberapa situasi, informasi diperoleh melalui observasi mempunyai tingkat ketelitian dan keyakinan yang tinggi lebih tinggi.

Dalam penelitian ini, observasi atau pengamatan dilakukan dengan mengamati secara langsung penyajian beberapa konten video dakwah di akun Instagram @shiftmedia.id. Fokus observasi yaitu bagaimana teks dan gambar dalam postingan tersebut digunakan dan diterima oleh audiens. Observasi dilakukan secara menyeluruh untuk mengetahui bagaimana penyajian konten dakwah tersebut. Data yang diperoleh dari observasi akan dianalisis dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan informan (sumber data). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan beberapa audiens @shiftmedia.id untuk mengetahui bagaimana terkait penyajian konten tersebut dan bagaimana mereka memahami teks dalam video sebagai sarana menyebarkan dakwah. Wawancara ini bersifat opsional dan dilakukan hanya sebagai tambahan atau pendukung untuk memperkuat hasil analisis, sehingga apabila tidak dilakukan pun tidak menjadi masalah dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah catatan peristiwa masa lalu. Dokumentasi bisa dalam bentuk tertulis, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Meutia et al., 2020). Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai bukti pendukung dalam analisis. Data dokumentasi dikumpulkan melalui tangkapan layar dari konten video dakwah @shiftmedia.id untuk melihat untuk dianalisis dengan mengidentifikasi tanda-tanda serta hubungan antara penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*) sesuai dengan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Selain itu, dokumentasi ini mencakup catatan hasil observasi yang mencatat secara rinci setiap aspek penyajian konten.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mempelajari dan memproses data yang ada untuk menghasilkan kesimpulan yang bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model semiotika Ferdinand de Saussure yang terdiri dari teks, visual, dan audio dalam postingan.

Data akan dianalisis secara visual dengan menggunakan prosedur berurutan mulai dari deskripsi, analisis, interpretasi dan penilaian (Novica & Hidayat, 2019). Analisis ini dilakukan untuk mendeskripsikan elemen-elemen visual yang digunakan pada konten dakwah @shiftmedia. Berikut ini adalah beberapa tahapan dalam analisis data menurut Ferdinand de Saussure:

- a. Identifikasi Tanda (*Sign*) dengan menentukan tanda yang akan dianalisis, baik dalam bentuk teks, gambar, atau simbol lain. Kemudian, memisahkan

elemen-elemen yang membentuk tanda menjadi penanda (*Signifier*) dan petanda (*Signified*).

- b. Analisis Penanda (*Signifier*) dengan mengamati bentuk fisik tanda, seperti kata, suara, gambar, atau simbol yang digunakan. Kemudian, menganalisis struktur hubungan antar elemen tanda tersebut.
- c. Analisis Petanda (*Signified*) dengan memahami makna atau konsep yang terkandung dalam tanda tersebut dan mengaitkan tanda dengan konteks sosial serta budaya dimana tanda itu digunakan.

Adapun teknik analisis data pada penelitian ini penulis akan menggunakan langkah-langkah: 1) Menonton dan memperhatikan secara detail beberapa konten video dakwah yang berdurasi satu menit dan telah dipilih untuk menjadi objek penelitian; 2) Pengambilan serta pemotongan bagian-bagian penting yang akan penulis teliti; 3) Menjelaskan secara deskriptif hasil dari pengambilan potongan konten; 4) Memasukkan potongan sesuai dengan objek yang akan diteliti dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure berupa penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), kemudian 5) Melakukan penafsiran terhadap makna yang terkandung dalam teks video dakwah tersebut berdasarkan apa yang telah didapatkan dari proses analisis menggunakan kajian semiotika Ferdinand de Saussure.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024 hingga Maret 2025. Untuk lokasi penelitian, tidak ada lokasi khusus yang dikunjungi dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dapat dilakukan dimana saja, karena objek

penelitiannya adalah konten video dakwah yang dapat ditonton melalui aplikasi Instagram dari berbagai alat komunikasi digital seperti Smartphone.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

“Shiftmedia.id” adalah simbol Gerakan Pemuda Hijrah yang didirikan pada Maret 2015 yang dipelopori oleh Ustaz Hanan Attaki, Lc, bersama rekan-rekannya. Dengan semangat mengundang generasi muda umat Islam Indonesia, Shift mengubah paradigma dakwah yang monoton dengan menyajikan konten remaja yang menarik dan efektif untuk mendorong partisipasi generasi muda dalam kajiannya. Saat ini, akun Instagram @shiftmedia.id memiliki 2 juta pengikut, sementara akun Ustaz Hanan Attaki, Lc mencapai 10,6 juta pengikut.



Gambar 4.1. Profil akun shiftmeid.id. (Sumber: Instagram @shiftmedia.id)

4.2 Hasil Observasi Penyajian Konten Dakwah Instagram @shiftmedia.id

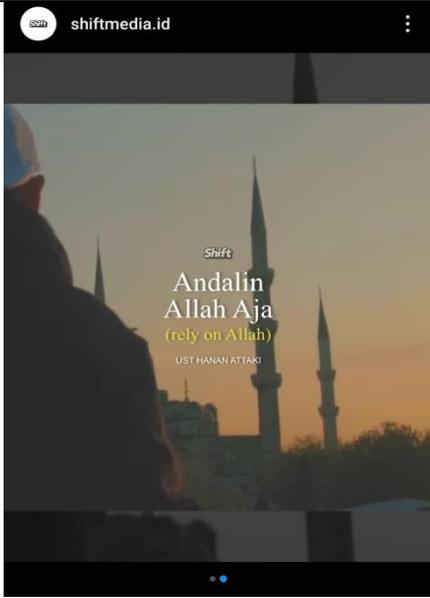
Penelitian ini menganalisis tanda berdasarkan konsep semiotika Ferdinand de Saussure, yang membagi tanda menjadi penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Adapun data diperoleh dari postingan konten dakwah @shiftmedia.id,

dengan sampel beberapa potongan konten yang dianalisis dengan fokus untuk melihat bagaimana teks membentuk makna sehingga dapat diterima dan dipahami oleh audiens dan dapat dijadikan sebagai dakwah digital.

Tabel 4.1 Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id Postingan 1

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 1</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Pada konten postingan carousel slide pertama, terdapat sebuah caption yang menampilkan teks yaitu “Kita punya kendala (masalah atau hambatan), tapi Tuhan (kekuatan tertinggi dalam agama) punya kendali (kekuasaan), jika Tuhan sudah ikut andil (kontribusi), maka tidak ada kata mustahil (tidak mungkin)”. Adapun teks tersebut berwarna putih dan ditemukan beberapa kata yang ditebalkan (<i>bold</i>). Selain itu, terdapat logo shift media yang terletak di pojok kanan atas dan konten ini disajikan dengan latar belakang berwarna hitam.</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis konten tersebut, terkandung makna</p>

yang tersirat disetiap elemennya. Teks yang bertuliskan “Kita punya kendala, tapi Tuhan punya kendali, jika Tuhan sudah ikut andil, maka tidak ada kata mustahil” memberikan makna bahwa manusia punya masalah, tetapi Tuhan memiliki kekuasaan atas segala sesuatu. Apabila Tuhan sudah terlibat dalam sebuah situasi, tidak ada sesuatu yang tidak mungkin bagi Tuhan dan segala sesuatu menjadi mungkin. Secara tidak langsung teks ini memberikan motivasi kepada audiens khususnya kaum anak muda agar selalu melibatkan Tuhan disetiap keadaan, selalu percaya bahwa tidak ada yang tidak mungkin bagi Tuhan, segala hal yang terjadi di dunia ini berada dalam kekuasaan dan kehendak Tuhan. Kemudian, penyajian teks yang berwarna putih dalam konteks budaya, melambangkan kesucian, kebersihan, kejujuran, ketenangan serta kedamaian. Adapun latar belakang yang berwarna hitam dikombinasi dengan teks berwarna putih menjadikan konten tersebut bernuansa elegan dan kejelasan keterbacaan yang membuat audiens fokus pada pesan yang disampaikan. Selain itu, adanya beberapa kata yang ditebalkan (*bold*) secara sengaja untuk memberikan penekanan pada makna pesan. Dan yang terakhir terdapat logo khas shift media yang

	menjadi identitas dari akun @shiftmedia.id.
<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Pada video konten dakwah @shiftmedia.id terdapat judul dari dakwah yang akan disampaikan yang berbunyi “Andalin (percaya terhadap sesuatu) Allah (Tuhan semesta alam) aja” dengan memadukan teks berwarna putih dan kuning. Kemudian dalam penyajiannya juga tercantum nama ustaz yang menyampaikan dakwah tersebut. Selain itu, latar belakang video berkaitan dengan aktivitas pemuda hijrah ataupun ustaz Hanan Attaki dan tetap mencantumkan logo ditengah-tengah konten.</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis cuplikan video konten dakwah tersebut, terdapat makna tersirat dari judul yang bertuliskan “Andalin Allah aja” yaitu menyerahkan</p>

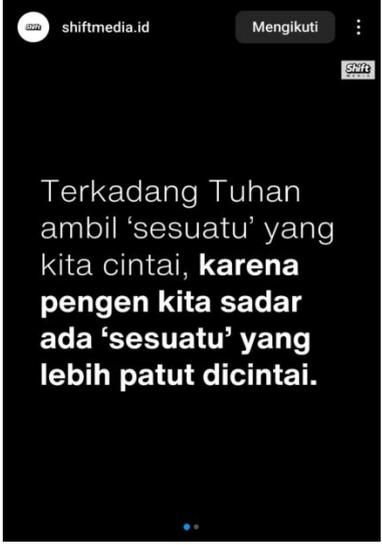
	<p>segala urusan kepada Allah dengan keyakinan bahwa Allah akan memberikan jalan yang terbaik. Kemudian, dengan mencantumkan nama penceramah atau ustaz dapat membuat audiens tertarik untuk menonton video tersebut dan memvalidasi pesan dakwah agar lebih dipercaya. Adapun teks dalam penyajiannya memadukan dua warna untuk dua bahasa yaitu warna putih untuk bahasa Indonesia sedangkan warna kuning untuk bahasa Inggris sehingga audiens mudah memahami antara kedua perbedaan tersebut. Dengan menyajikan konten seperti ini, video dapat disaksikan secara universal.</p>
<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dalam potongan slide 2 dari postingan pertama ini terdapat teks yang berbunyi “Gak mungkin gak</p>

	dikabulkan (diwujudkan) , pasti”. Kemudian, adanya tagar (<i>hashtag</i>) #shift1minutebooster yang tercantum dikonten tersebut.
Petanda (<i>signified</i>)	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, teks “Gak mungkin gak dikabulkan, pasti” memiliki makna bahwa keyakinan terhadap sesuatu (permintaan atau doa) pasti akan dikabulkan. Adapun penggunaan hastag #shift1minutebooster bertujuan untuk meningkatkan jangkauan sehingga postingan mudah ditemukan oleh banyak orang dan mempermudah kategorisasi konten.
Tanda (<i>sign</i>) Slide 2	
Penanda (<i>signifier</i>)	Pada potongan slide 2 postingan pertama dari video konten dakwah ini mencantumkan sepenggal ayat dari al-qur'an yang berbunyi ”Ujibu da'watad da'I idza da'an”
Petanda (<i>signified</i>)	Berdasarkan analisis sebelumnya, kalimat dari teks

	<p>tersebut merupakan salah satu kutipan al-qur'an (QS. Al-Baqarah: 186) yang bermakna:</p> <p>“Menggambarkan janji Allah untuk mengabulkan doa hamba-Nya yang bersungguh-sungguh”. Dengan menyajikan sepenggal ayat dari sumber yang valid, konten tersebut dapat memperkuat posisi akun @shiftmedia.id sebagai sarana dakwah digital.</p>
--	---

Data: olahan sendiri, 2025.

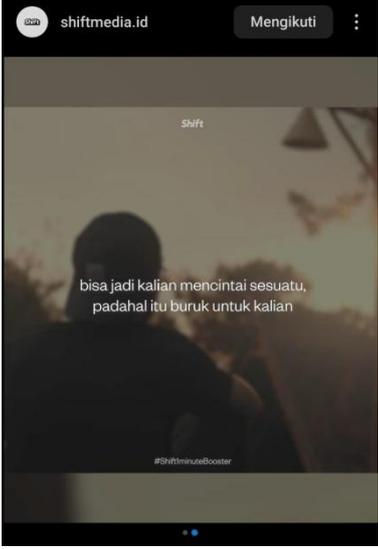
Tabel 4.2 Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id Postingan 2

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 1</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Pada konten postingan kedua, terdapat sebuah caption teks yang menampilkan “Terkadang Tuhan ambil sesuatu yang kita cintai, karena pengen kita sadar ada sesuatu yang lebih patut dicintai”</p>

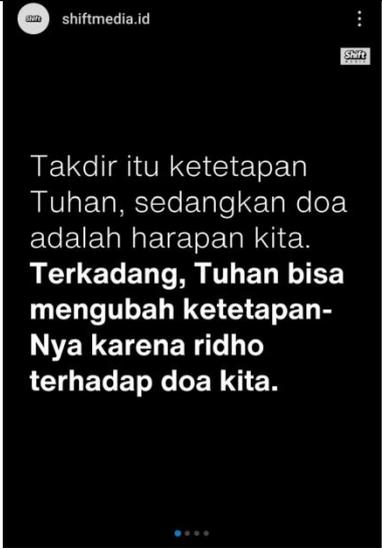
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, caption teks tersebut memiliki makna apabila kita sebagai hamba kehilangan sesuatu yang dicintai adalah cara Tuhan untuk menyadarkan seseorang bahwa ada hal yang lebih berharga dan layak dicintai. Secara tidak langsung, kalimat tersebut berbentuk pernyataan reflektif dengan makna religius yang dapat dipahami oleh seseorang.</p>
<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dalam potongan video dakwah postingan 2 ini terdapat kalimat "Allah lebih tau mana yang paling baik buat kita". Kemudian, terlihat pencantuman</p>

	<p>logo SHIFT yang berada di atas bagian tengah dengan latar video bernuansa alam.</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis yang dilakukan, teks dalam video tersebut memiliki makna keyakinan bahwa Allah Maha Mengetahui dan selalu memberikan yang terbaik untuk kita sebagai hamba-Nya, meskipun kita belum sadar ataupun memahaminya, sehingga setiap kejadian di dalam hidup yang telah terlewat merupakan rencana-Nya yang terbaik di samping usaha yang telah dilakukan. Adapun peletakkan logo di dalam video dakwah menunjukkan bahwa postingan tersebut merupakan konten resmi dari akun @shiftmedia.id sehingga dapat membangun identitas dan kredibilitas sebagai sumber dakwah digital.</p>

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Pada potongan video slide 2 postingan kedua dari konten dakwah @shiftmedia.id terdapat teks pernyataan yaitu “Bisa jadi kalian benci sesuatu, padahal itu baik buat kalian”</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, potongan teks dalam video tersebut memiliki makna bahwa apabila seseorang tidak menyukai sesuatu, bisa jadi sesuatu itu yang membawa manfaat atau kebaikan yang belum disadari”</p>

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dalam potongan slide 2 dari postingan video konten dakwah akun @shiftmedia.id terdapat kalimat "Bisa jadi kalian mencintai sesuatu, padahal itu buruk untuk kalian"</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwasanya kalimat tersebut memberikan makna apabila seseorang menyukai sesuatu, belum tentu sesuatu itu dapat membawa kebaikan, bahkan kemungkinan justru merugikan</p>

Tabel 4.3 Analisis Konten Dakwah @shiftmedia.id Postingan 3

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 1</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dalam postingan 3 dari akun @shifmedia.id terdapat caption yang bertuliskan "Takdir itu ketetapan Tuhan, sedangkan doa adalah harapan kita. Terkadang, Tuhan bisa mengubah ketetapan-Nya karena ridho terhadap doa kita" dengan beberapa teks yang ditebalkan (<i>bold</i>).</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Dari analisis yang telah dilakukan, kalimat tersebut memiliki makna bahwa "takdir itu ketetapan Tuhan, sedangkan doa adalah harapan kita" yang berarti Takdir adalah milik Tuhan, sedangkan doa adalah harapan yang kita panjatkan</p>

	<p>melalui usaha. Kemudian, “Terkadang, Tuhan bisa mengubah ketetapan-Nya karena ridho terhadap doa kita” yang berarti walaupun takdir telah ditetapkan, tetapi Tuhan dapat mengubahnya karena doa yang dipanjatkan. Adapun teks yang ditebalkan bertujuan untuk menyampaikan inti pesan dakwah yang disajikan dalam konten tersebut.</p>
<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	 <p>The image is a screenshot of a video frame. It shows a silhouette of a person standing in front of a tree at night. The text 'Shift Kekuatan Doa' is overlaid on the image, with 'UST. HANAN ATTAKI' below it. The background is a dark, cloudy sky with some city lights visible in the distance.</p>
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Pada potongan dari konten video akun @shiftmedia.id terdapat teks yang bertuliskan ”Kekuatan Doa” dengan tetap mencantumkan logo dan nama ustaz. Adapun latar video yang</p>

	merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang laki-laki.
Petanda (<i>signified</i>)	Berdasarkan analisis yang dilakukan, kalimat tersebut menjelaskan bahwa doa yang dapat membuat sesuatu yang mustahil (tidak mungkin) menjadi mungkin.
Tanda (<i>sign</i>) Slide 2	
Penanda (<i>signifier</i>)	Dari potongan konten video tersebut, terdapat teks yang menyebutkan “Segala sesuatu kalau udah pergi di dunia ini, gak akan kembali lagi”
Petanda (<i>signified</i>)	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, kalimat tersebut mengandung makna bahwa segala sesuatu yang telah pergi selama-

	<p>lamanya tidak akan mungkin kembali lagi dan bersifat sementara. Kalimat pernyataan tersebut mengingatkan setiap seseorang bahwa di dunia tidak ada yang abadi.</p>
<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dari potongan video dakwah dalam akun @shiftmedia.id tertulis kalimat "Tapi kalau doa (permohonan, permintaan), pergi ke Allah dia pasti akan balik lagi kepada yang meminta"</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kalimat tersebut memiliki makna bahwa doa yang telah dipanjatkan kepada Allah pasti akan kembali lagi kepada yang meminta.</p>

<p>Tanda (<i>sign</i>)</p> <p>Slide 2</p>	
<p>Penanda (<i>signifier</i>)</p>	<p>Dalam potongan knten video dakwah ini tercantum sepenggal ayat al-quran beserta artinya secara ringkas yaitu "Inni qorib, arti inni qorib, Aku itu denger banget apa yang kamu ucapkan"</p>
<p>Petanda (<i>signified</i>)</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, potongan ayat kutipan al-qur'an (QS. Al-Baqarah: 186) memiliki makna bahwa "Sesungguhnya Allah itu dekat". Kemudian, dengan adanya kata "banget" menunjukkan penggunaan bahasa yang kekinian sesuai dengan audiens yaitu kalangan anak muda.</p>

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti serta melakukan wawancara tambahan dengan tiga narasumber, penelitian ini semakin memiliki bentuk yang jelas di mana setiap narasumber memberikan pandangan serta informasi yang mendukung tujuan penelitian skripsi ini. Wawancara yang dilakukan menghasilkan data yang memuaskan dan relevan, sehingga membantu dan memperkuat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan lebih terarah.

Eka Agus Fitria yang merupakan salah satu pengikut (*followers*) akun Instagram @shiftmedia.id, mengungkapkan bahwa secara keseluruhan, penyajian konten dakwah di akun tersebut memberikan dampak positif bagi audiens, terutama dari segi kemudahan dalam memahami teks yang disampaikan serta penggunaan elemen visual yang mendukung, seperti latar belakang dari video yang sesuai dengan isi ceramah maupun hal-hal yang berkaitan dengan gerakan pemuda hijrah.

Selain itu, pemilihan warna teks yang sesuai dengan ciri khas dari akun tersebut yaitu putih, hitam, dan kuning serta selaras digabungkan dengan latar belakang dari video yang menjadikan tampilan lebih nyaman bagi audiens. Tampilan konten juga dilengkapi dengan logo akun, nama ustaz atau penceramah, hastag, serta judul dan *caption* yang menarik perhatian audiens untuk menonton video tersebut.

Dalam teori semiotika Ferdinand de Saussure tanda dibagi menjadi 2 yaitu *Signifier* (Penanda) yaitu bentuk fisik dari tanda, seperti kata, gambar, atau suara

dan *Signified* (Petanda) yaitu makna atau konsep yang dikaitkan dengan tanda tersebut (Rahmasari, 2023). Adapun dalam penyajian pesan oleh akun @shiftmefia.id teks menjadi penanda dan petanda yang dapat di analisis dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

Teori semiotika Ferdinand de Saussure berfokus pada konsep tanda dalam sistem bahasa. Saussure menekankan bahwa hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer (tidak alami), artinya makna sebuah tanda ditentukan oleh kesepakatan sosial dalam suatu budaya. Ia juga memperkenalkan konsep *langue* (sistem bahasa) dan *parole* (penggunaan bahasa secara individu). Menurutnya, makna tanda hanya dapat dipahami dalam struktur bahasa yang lebih luas, bukan dalam arti individualnya saja (Dayu & Syadli, 2023).

Kemudian, wawancara selanjutnya dengan Ayu Syntia Ningsih yang merupakan seorang guru Agama Islam. Beliau memaparkan bahwa penyajian konten dakwah dalam konteks agama islam, dakwah hendaknya disampaikan secara jelas, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diamalkan dengan baik. pemilihan kata yang baik dan sopan adalah salah satu cara agar audiens memahami apa yang disampaikan.

Namun, ia juga menegaskan bahwa meskipun penyajian dakwah digital seperti ini memiliki keunggulan dalam menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara efektif, tetap diperlukan pendampingan agar audiens tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mampu mengaplikasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, makna yang dihasilkan

dari tanda-tanda dalam video dakwah harus dikaitkan dengan pemahaman yang lebih mendalam melalui diskusi dan bimbingan.

Narasumber terakhir pada penelitian ini adalah Subali Pillix Pratama, yang lebih dikenal dengan nama Fillix Pratama. Beliau merupakan seorang *content creator* asal Medan yang aktif dalam pembuatan berbagai jenis konten kreatif. Dalam pemaparannya, Fillix Pratama menekankan bahwa dalam proses pembuatan konten, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengenali target audiens, yaitu memahami siapa yang akan menjadi sasaran utama dari konten yang dibuat.

Setelah mengetahui siapa audiens yang dituju, menciptakan konten yang menarik dengan memanfaatkan kreativitas semaksimal mungkin agar dapat menarik perhatian audiens. Daya tarik konten yang dapat dibangun tergantung dari bagaimana konten yang akan ditampilkan. Kemudian, juga dapat melalui berbagai aspek, seperti isi atau pesan yang disampaikan, tampilan visual yang menarik, serta penggunaan elemen audio yang relevan.

Selain itu, kualitas gambar atau video yang jernih juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konten. Tidak kalah penting, konten yang dibuat sebaiknya memiliki keterkaitan dengan tren kekinian agar lebih mudah diterima dan diminati oleh audiens.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika Ferdinand de Saussure serta wawancara tambahan yang telah dilakukan dengan beberapa responden penelitian ini menunjukkan bahwa elemen visual dalam konten dakwah @shiftmedia.id berperan penting dalam menarik perhatian audiens khususnya di kalangan anak muda. Teks dalam video dakwah tidak hanya mendukung pesan lisan, tetapi juga berfungsi sebagai penanda yang memperkuat makna pesan, seperti nasihat, ajakan, atau pengingat. Teks yang singkat, padat, dan menggunakan bahasa sehari-hari memudahkan khalayak untuk memahami dan mengingat pesan, sedangkan pemilihan warna, logo, dan tagar menambah daya tarik visual.

Akun @shiftmedia.id secara konsisten menyajikan konten dakwah yang relevan bagi Generasi Z melalui berbagai format menarik, seperti video pendek, poster, dan "1 Minute Booster". Konsistensi ini menunjukkan kemampuan akun dalam beradaptasi dengan tren digital dan kebutuhan khalayak muda akan konten dakwah yang praktis dan menarik. Hal ini memperkuat posisi @shiftmedia.id sebagai sumber dakwah yang efektif bagi kaum muda.

Analisis semiotika mengungkap bahwa teks visual dalam konten dakwah @shiftmedia.id tidak hanya berfungsi sebagai pendukung, tetapi juga memiliki makna tersendiri yang memperkuat pesan. Hasil wawancara tambahan menunjukkan bahwa audiens merasakan dampak positif dari unsur visual dan

audio, membuktikan bahwa penyajian komunikasi visual akun ini tidak hanya estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada kalangan muda.

5.2. Saran

Berdasarkan kekurangan hasil penelitian maka peneliti memberikan beberapa saran untuk pengembangan selanjutnya yaitu:

1. Akun @shiftmedia.id dapat lebih aktif dalam melibatkan audiens dengan fitur interaktif seperti Q&A, *polling*, *live streaming*, atau diskusi melalui komentar untuk memperdalam pesan dakwah.
2. Memanfaatkan tren digital yang relevan dengan mengeksplorasi format lain seperti infografis, animasi, atau kajian singkat dengan fitur baru yaitu melalui reels, feed atau *collab* agar penyajian dakwah lebih variatif dan meningkatkan daya tarik terhadap audiens yang memiliki preferensi berbeda.
3. Menggunakan hastag yang lebih banyak dan spesifik untuk meningkatkan jangkauan audiens serta konsistensi dalam membuat konten sehingga dapat membantu meningkatkan visibilitas akun di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, F. M., Mohammad, A., & Diterbitkan, R. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual Penulis: Nur Maghfirah Aesthetika Poppy Febriana*.
- Asrovi, M., Setyawan, A., & Fidhoh, K. (2023). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Akun Instagram @harakah.id Bulan Muharram 1443 H). *Journal of Communication Studies*, 3(1), 22–32. <https://doi.org/10.37680/jcs.v3i1.2939>
- Atiqoh, N. A., Turrohmah, N., & Habibi, M. L. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure Desain Kemasan Bakpia Kukus Tugu Jogja. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 103–113. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i1.861>
- Auralia, A. S., & Khoirunnisa, R. (2023). Analisis Makna pada Video Musik Kamu & Kenangan (Semiotika Ferdinand de Saussure). *Magenta| Official ...*, 7(2), 1092–1100. <http://jurnal.trisaktimultimedia.ac.id/index.php/magenta/article/view/103%0Ahttps://jurnal.trisaktimultimedia.ac.id/index.php/magenta/article/download/103/81>
- Azmi, mujahid fadhilah, & Arief, F. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 105–110. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1471>
- Barzah, A. Z. D. A., & Al Anshory, A. M. (2022). Makna Cinta Dalam Lirik Lagu Bismillah Cinta Karya Sigit Purnomo: Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure. *Hasta Wiyata*, 5(2), 165–177. <https://doi.org/10.21776/ub.hastawiyata.2022.005.02.07>
- Bayu, F. B. A. (2022). Komunikasi Digital dalam Jual Beli Online melalui Sosial Media Instagram. *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(01), 49–59. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i01.2131>
- BOB ANDRIAN. (2020). Komunikasi Dakwah Dalam Tinjauan Sosiologi Komunikasi. *Komunikasi Dakwah dalam Tinjauan Sosiologi*, 18(2), 211–224.
- Bydi, A. H., & Ponorogo, I. (2022). REPRESENTASI MAKNA PEMIMPIN DALAM FILM OMAR (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure). *Jurnal Studi Islam dan Masyarakat*, 01, 12–37.
- Dakwah, P., & Sosial, M. (2024). Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @gayengco. 02, 93–120.

- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi. ... : *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 01, 152–164. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2774><http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/download/2774/1571>
- Desjardins, R. (2017). *Palgrave Studies in Translating and Interpreting*.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2021). Kesiapsiagaan Masyarakat Dalam Menghadapi Bencana Alam Di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramania*, 5(2), 207. <https://doi.org/10.31604/jim.v5i2.2021.207-213>
- Heru Sudinta, & Iwan Irwansyah. (2022). Analisis Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada PT Ellisa Kreatif Indokarya di Jakarta Pusat). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 228–237. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.1060>
- Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Lubis, F. H., & Adhani, A. (2023). Kemampuan Literasi Media Sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.12904>
- Ilaihi, W., & Utami, I. B. (2023). Dakwah Moderasi Beragama di Kalangan Tokoh NU di Desa Klatakan, Jember. *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, 1(1), 60–79.
- Ilman, F., & Hadi, S. P. (2024). Implementasi Teori Uses and Gratification pada Instagram Komunitas Parkour Jakarta untuk Memperkuat Kegiatan Promosi. *Al-DYAS*, 3(1), 196–208. <https://doi.org/10.58578/alldyas.v3i1.2538>
- Intan Khoiriyah, & Hadi Ismanto. (2022). Pemanfaatan Media Dakwah Melalui Akun Tiktok @Syam_Elmarusy Dalam Menyampaikan Dakwah Islam. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 75–79. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v2i2.295>
- Irfansyah, A. (2021). BERDAKWAH DI ERA NEOLIBERAL: TELAHAH DEPOLITISASI HIJRAH DALAM UNGGAHAN MEDIA SOSIAL PEMUDA HIJRAH. *Sustainability (Switzerland)*, 3(1), 42–64. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y><http://dx.doi.org/10.1016/j.regsci>

rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484
_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Ismiati, I., Sofiatin, S., & Zuhriyah, L. F. (2024). Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 24(1), 21–42. <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>
- Keemp Simon. (2024). *We Are Sosial*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/10/digital-2024-october-global-statshot-report/>
- Malla Avila, D. E. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Media Konseling Islam. 7, 7787(8.5.2017), 2005–2003.
- Mashis, B. M., Aksa, A. H., Muayyanah, A., & Satriya, M. K. (2023). Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1(2), 357–386. <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i2.916>
- Meutia, P., Fahreza, F., & Rahman, A. A. (2020). Analisis dampak negatif kecanduan game online terhadap minat belajar siswa di kelas tinggi sd ujung tanjong. *Genta Mulia*, XI(1), 22–32.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Rahmasari, A. A. W. (2023). Representasi Kesehatan Mental Dalam Lirik Lagu Secukupnya Karya Hindia (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 11764–11777. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*, 24(1), 478. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v24i1.5020>
- Rohmah, S. (2021). Komunikasi Dakwah Dalam Seni Musik Nasyid (Studi Seni Musik di Pondok Pesantren Sunan Drajat). *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i1.551>
- Santoso, P., & Andhika Syaputra. (2023). Analisis Semiotika Karikatur Konferensi Tingkat Tinggi Asean Ke 24 Pada Postingan Akun Instagram Jokowi Semiotic Analysis Of Characters Of The 24th Asean High Level Conference On Jokowi's Instagram Account Posts. *Jurnal Kesejahteraan*

Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik, 2(3), 183–188.

Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>

Sintia Putri Andani, & Parihat Kamil. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah Da'i Muda Husain Basyaiban di Kalangan Remaja Pengguna TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 69–74. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3006>

Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>

Syafruddin Pohan, Sofya Rahma Nasution, & Ratna Sari. (2024). Analisis Komunikasi Digital Aplikasi Sihalal pada Pemilik UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2112>

Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan pola penggunaan media sosial program studi pendidikan ekonomi unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.

Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf>

Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.23960/seandanan.v2i1.29>

Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54–78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>

Ummah, M. S. (2021). Komunikasi Visual. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–125. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-gene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

wahyudi st, F. s. (2024). *Pengelolaan Konten Youtube Salam Televisi*. V(2), 3–12.

Widi Utomo, I., & Yudha Erlangga, C. (2023). Konstruksi Realitas Identitas Generasi Milenial (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Iklan

By.U Versi “Sulit Game”). *Jurnal Media Penyiaran*, 2(2), 101–109.
<https://doi.org/10.31294/jmp.v2i2.1683>

Zuchri, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (R. Patta (ed.)). Syakir Media Press.

LAMPIRAN 1. DOKUMENTASI PENELITIAN



**Wawancara bersama Eka Agus
Fitria**
(Followers akun Instagram
@shiftmedia.id)



**Wawancara Bersama Ayu Syntia
Ningsih S.Pd**
(Guru Ngaji/Ustadzah)



Wawancara bersama Subali Pillix Pratama
(*Content Creator*)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Rasa Mengajar, berprestasi, berkeadilan, berkeadilan, berkeadilan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/BK/BAN-PT/AK.KP/PT/KM/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631903
🌐 <https://falsip.umsu.ac.id> 📧 falsip@umsu.ac.id 📱 [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) 📺 [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan) 📺 [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) 📺 [umsuamedan](https://www.linkedin.com/umsuamedan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 10 Januari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Tengku Zaifach Hatta
N P M : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 19 SKS, IP Kumulatif 3,74

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	<u>Analisis Persepsi Mahasiswa UMSU Terhadap Pembungkaman Film horor yang dianggap Menyakutkan Islam Pada Postingan Instagram "Arodimahdi"</u>	
2	<u>Analisis Desain Visual Konten Dakwah Tiktok @shifmedia Dalam Menarik Minat Pelajar di Kota Medan</u>	<u>10 Jan 2025</u>
3	<u>Ketidakeesuaian Makna Poster dari film "Positif" Karya Awa S. Noer Terhadap Visual Mahasiswa Unimed</u>	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

110.21.311

Pemohon,

Tengku Zaifach Hatta

Medan, tanggal 10 Januari 2025

Ketua,
Program Studi: Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi: Ilmu Komunikasi

Akhyaq Anshori S.Sos., M.I.Kpm
NIDN: 012 9048 401

Assoc. Prof. Puji Santoso
NIDN: 0121046801





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AAK/PT/XXI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 91/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **T. ZAIFACH HATTA**
N P M : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM PADA AKUN @SHIFTMEDIAID SEBAGAI SARANA DAKWAH DIGITAL**
Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., MSP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 110.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 10 Juli 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 11 Rajab 1446 H
11 Januari 2025 M


Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perjuruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PTX/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisp.umsu.ac.id | fisp@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 14 Februari 2025

Assalamu'alaikum w.r. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Tengku Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 91/ISK/IL3-AU/UMSU-03/E/2025 tanggal 10 Januari 2025 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Desain Visual Konten Dakwah TikTok
@shiptmediaid Dalam Menarik Minat Pelajar Di Kota Medan

Bersama permohonan ini saya lampirkan

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua

Menyetujui

Pemohon,

Program Studi

Pembimbing

(Akhmar Ardhani, S.Sos, M.Hum)

(Ardi Budi Santoso)

(Tengku Zaifach Hatta)

NIDN: 0127048401

NIDN: 0121046801



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 458/UNDIII.3.AU/UMSU-03/F/2025



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Penyempul : AKHYAR ANSHORI, S.Scs., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PELANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
35	BAYU SETYAWAN	2103110292	MURHANSANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRADI, M.I.Kom.	PENERAPAN KODE ETIK PROFESI HUMAS PROTOKOL DALAM MENERIMA TAMU RESMI DI DPRD SIMUT
37	T. ZAIYACH HATTA	2103110666	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRADI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS DESAIN VISUAL KONTEN DAKWAH TIKTOK @SHIFTEEMEDIA DALAM MENARIK MINAT PELAJAR DI KOTA MEDAN
38	ANNI ZAHRA	2103110082	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY RIC/RICA AP SIRAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS TEMA DAN NARASI PADA FILM ANIMASI WISH OLEH WALT DISNEY
39	MAYOLLA FRANSISKA PUTRI	2103110085	Dr. LUTFI SASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.G. S.Sos., MAP.	ANALISIS KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM P/PTN, NEGOCIALZ SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN REPUTASI PERISAMAAN
40	RAN SCRAYA	2103110080	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Soc., M.M., M.I.Kom.	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KRISIS DALAM MENGATASI KELESIAN PUBLIK SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHKAN CITRA PERUSAHAAN DI PT. FREIGHT LINER MEDAN



Minggu, 18 Februari 2025 H
17 Februari 2025 M
Dekan
Assoc. Prof. Dr. H. MUBIN SALEH, (MSP)
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Hal : Permohonan Perubahan Judul Tugas Akhir
Lampiran : 1 Lembar

Medan, 20 Februari 2025

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dengan hormat,
Bersama surat ini, saya bermaksud mengajukan permohonan revisi judul Skripsi yang telah diajukan sebelumnya.

Nama : Tengku Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Puji Santoso

Judul Skripsi yang sebelumnya diajukan:

**"ANALISIS DESAIN VISUAL KONTEN DAKWAH TIKTOK @SHIFTMEDIAID
DALAM MENARIK MINAT PELAJAR DI KOTA MEDAN "**

Saya bermaksud merevisi judul menjadi:

**"ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM PADA AKUN @SHIFTMEDIAID
SEBAGAI SARANA DAKWAH DIGITAL"**

Adapun alasan revisi judul ini karena desain visual tidak cocok untuk penelitian.

Demikian Surat permohonan ini saya ajukan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

Pemohon



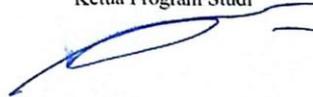
(Tengku Zaifach Hatta)

Pembimbing



(Assoc. Prof. Puji Santoso)

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Akhyar Anshori S.Sos. M.I.Kom)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/01/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 91/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **T. ZAIFACH HATTA**
N P M : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM PADA AKUN @SHIFTMEDIAID SEBAGAI SARANA DAKWAH DIGITAL**
Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., MSP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 110.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 10 Juli 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 11 Rajab 1446 H
11 Januari 2025 M


Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertiinggal.





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa membuat surel ini agar disablon nomor dan lengkapnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Bader Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/K/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Tengku Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis Penyajian Konten Instagram Pada Akun @shijahmedia.id Sebagai Sarana Dakwah Digital

No	Tanggal	Kejatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	10/01-2025	Bimbingan arahan mengenai judul skripsi dan tahapan penulisan proposal	
2.	21/01-2025	Bimbingan proposal skripsi untuk Bab 1, 2, dan 3 serta revisi	
3.	31/02-2025	Monitoring perkembangan penulisan proposal setelah revisi	
4.	03/02-2025	Pemeriksaan kembali keadurutan proposal dan acc untuk pelaksanaan sempro	
5.	04/02-2025	Bimbingan revisi setelah pelaksanaan Seminar proposal	
6.	24/02-2025	Bimbingan Bab 4 penulisan skripsi serta membenarkan koreksi dan saran perbaikan	
7.	11/03-2025	Bimbingan Bab 5 dan revisi	
8.	17/03-2025	Pemeriksaan ulang Bab 4 & 5 serta revisi untuk perbaikan	
9.	21/03-2025	Pemeriksaan ulang secara keseluruhan skripsi dan revisi	
10.	25/03-2025	Acc untuk pelaksanaan sidang	

Medan, 19 April 2025.

Dekan,
Abdul Wahid, S.Sos, M.Si
NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,

Akhwar Anwar, S.Sos, M. Ilkom
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

Aske, Prof. Dr. Raji Sartoso, S.S., M.Si
NIDN : 0121046801





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN LULUH TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 727/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 23 April 2025
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJELI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENJELI I	PENJELI II	PENJELI III	
11	PUJI ANNISA PANJAITAN	2103110264	Assec. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.IKom.	Assec. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.IKom.	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN MAHYARUDDIN SALIM DAN MUHAMMAD FADLY PADA PILKADA KOTA TANJUNGPINANG TAHUN 2024
12	T. ZAI'FACH HATTA	2103110063	Assec. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.IKom.	Assec. Prof. Dr. H. MULIAHIDJIN, S.Sos., M.SP.	Assec. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	ANALISIS PENYAJIAN KONTEN INSTAGRAM PADA AKUN @SHIFTEADID SEBAGAI SARANA DAERAH DIGITAL
13	LAILA ISNAINI HARAHAP	2103110296	Assec. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	Assec. Prof. Dr. H. MULIAHIDJIN, S.Sos., M.SP.	Assec. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PENYIAR DALAM PROGRAM "MORNING FRESH" DI RADIO KARDOPA 99.4 FM MEDAN
14	SANTI MAY SARAH	2103110009	Assec. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.IKom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.IKom.	Assec. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	REPRESENTASI MAKNA REKONSILIASI IDENTITAS LGBTQ+ DALAM VIDEO MUSIK INDUSTRY BABY PADA AKUN YOUTUBE LIL NAS X
15	WILDA HANDAYANI	2103110011	Drs. ZULFAHRI, M.IKom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.IKom.	Assec. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	PERAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH SUMATERA UTARA DALAM MEMANTAU PEMBERITAAN PILKADA SERBENTAK TAHUN 2024

Menulis Sidang :

Medan, 22 Syawal 1446 H

21 April 2025 M

Ditandatangani oleh :

A.n. Rektor



Assec. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Mengetahui



Sekretaris

Assec. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.IKom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



IDENTITAS DIRI

Nama : T. Zaifach Hatta
NPM : 2103110066
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 04 Desember 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : Jl. Marelan Raya Lingk.01
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : 3 (Tiga) dari 3 (Tiga) bersaudara
No Hp : 081536836631

DATA ORANG TUA

Ayah : Tengku Hatta Muhammad Raizal
Ibu : Marsiani
Alamat : Jl. Marelan Raya Lingk. 01

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : DR. Wahidin Sudirohusodo
SMP : YP. Pangeran Antasari
SMA : Imelda Medan
Kuliah : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara