

**ANALISIS ISI WHATSAPP GRUP IKATAN MAHASISWA PIDIE JAYA  
(IMPIJA) TERHADAP PENGEMBANGAN DAKWAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**MUHAMMAD HAWANIS  
NIM. 140401087  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1440 H / 2019 M**

**SKRIPSI**

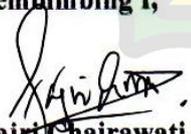
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**MUHAMMAD HAWANIS  
NIM. 140401087**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

  
**Fajri Chairawati, S.Pd.I**  
NIP. 197903302003122002

Pembimbing II,

  
**Taufik, SE., Ak., M.Ed**  
NIP. 197705102009011013

25  
/ 2019

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**MUHAMMAD HAWANIS  
NIM. 140401087**

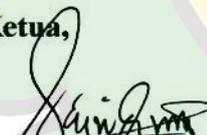
**Pada Hari/Tanggal**

**Senin, 28 Januari 2019 M  
22 Jumadil Awal 1440 H**

**di  
Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

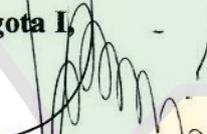
**Ketua,**

  
**Fajri Chairawati, S. Pd. I. M. A  
NIP. 19790330 200312 2 002**

**Sekretaris,**

  
**Taufik, SE., Ak., M. Ed  
NIP. 19770510 200901 1 013**

**Anggota I,**

  
**Drs. H. A. Karim Syeikh, M. A  
NIP. 19550420 198203 1 002**

**Anggota II,**

  
**Anita, S. Ag., M. Hum  
NIP. 19710906 200901 2 002**

**Mengetahui,**

**~~Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry~~**



  
**Dr. Fakhri, S. Sos., M. A  
NIP. 19640129 199803 1 001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Muhammad Hawanis

NIM : 140401087

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 22 Januari 2019



Muhammad Hawanis

NIM. 140401087

AR - RANIRY

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul: **“Analisis Isi WhatsApp Grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Terhadap Pengembangan Dakwah”**

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ayahanda kandung saya Abubakar Bansu dan ibu kandung saya almarhumah Nurbaiti Idris yang terus menasehati dan mendoakan saya sepanjang masa dan waktu sehingga menjadikan saya seperti saat ini dan kepada pembimbing yang terhormat, Ibu Fajri Chairawati, S.Pd.I., M.A selaku dosen pembimbing pertama, yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini, selain pembimbing penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

Kedua Bapak Taufik, SE., Ak., MEd, selaku pemimbing kedua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian terimakasih sebesar-besarnya kepada untuk abangnda Aljawahir yang terus menemani saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini dan kepada sahabat Heri Safrijal, Muhammad Furqan juga kerabat lain yang selalu mendukung dan membantu dan mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan titik akhir.

Akhirnya, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan penulis mohon maaf, dengan harapan semoga skripsi yang ditulis oleh penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga segala amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

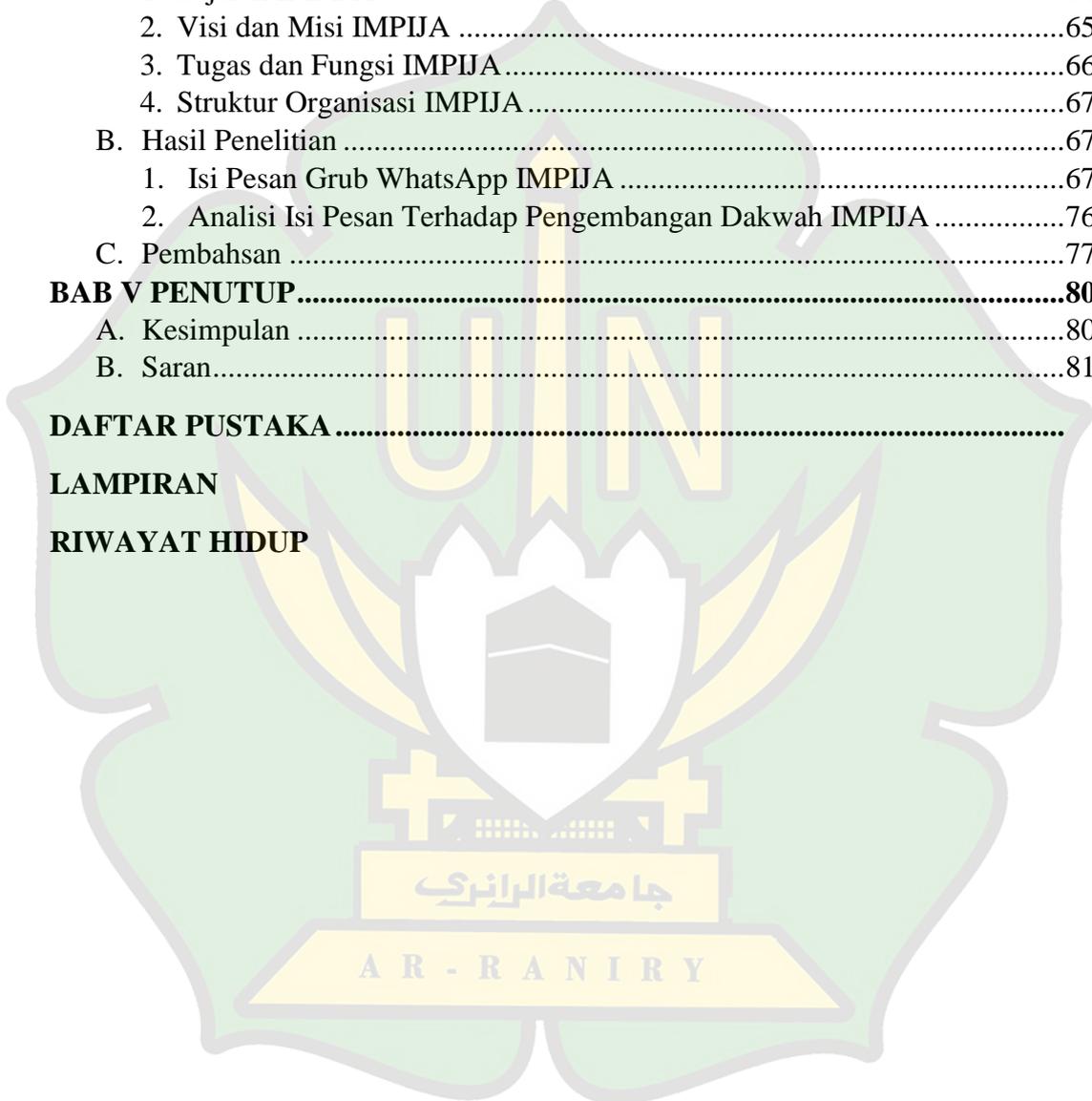
Banda Aceh, 22 Januari 2019  
Penulis,

جامعة الرانير  
A R - R A N I R Muhammad Hawanis

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>i</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Operasional Variabel.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Media Sosial.....	11
1. Pengertian Media Sosial.....	11
2. Bentuk-Bentuk Media Sosial .....	22
3. Media Sosial Sebagai Alat komunikasi .....	27
C. Dakwah .....	28
1. Pengertian Dakwah .....	28
2. Tujuan Dakwah .....	32
3. Dasar Hukum Dakwah .....	33
4. Unsur-unsur Dakwah .....	34
5. Metode Berdakwah .....	38
D. Pesan Dakwah .....	41
1. Pesan Aqidah.....	41
2. Pesan Syariah .....	42
3. Pesan Akhlak.....	42
E. Pengembangan Dakwah .....	42
1. Strategi Pengembangan Dakwah.....	42
2. Pencapaian Keberhasilan Dakwah .....	46
F. Dakwah Melalui Media Sosial .....	51
1. Ruang Lingkup Dakwah Media Sosial .....	51
2. Awal Muncul Dakwah Media Sosial .....	53
G. Teori Yang Digunakan.....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Jenis Penelitian.....	60
B. Unit Analisis.....	60
C. Teknik Pengumpulan Data .....	62
D. Batasan Masalah.....	63

E. Teknik Analisis Data .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
1. Sejarah IMPIJA .....	64
2. Visi dan Misi IMPIJA .....	65
3. Tugas dan Fungsi IMPIJA .....	66
4. Struktur Organisasi IMPIJA .....	67
B. Hasil Penelitian .....	67
1. Isi Pesan Grub WhatsApp IMPIJA .....	67
2. Analisi Isi Pesan Terhadap Pengembangan Dakwah IMPIJA .....	76
C. Pembahasan .....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## ABSTRAK

Media sosial merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. WhatsApp merupakan salah satu aplikasi pesan seluler lintas yang memungkinkan kita untuk bertukar pesan tanpa harus membayar hanya perlu menggunakan data atau jaringan wifi. Skripsi ini berjudul ***“Analisis Isi Grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Terhadap Pengembangan Dakwah”***. Analisis isi merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menganalisa dan memahami sebuah teks. Analisis isi juga dapat diartikan sebagai teknik penyelidikan yang berusaha menguraikan secara objektif. Grup WhatsApp digunakan untuk mencurahkan ide dan pikiran anggota grup dan juga bisa menyebarkan informasi dakwah akan tetapi tidak semua isi pesan yang dipublikasikan oleh anggota IMPIJA didalam grup sampai kepada anggota. Rumusan masalah apa saja isi pesan dakwah dalam grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA)? dan bagaimana isi pesan tersebut dalam pengembangan dakwah?. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian diperoleh dari observasi dan dokumentasi. hasil penelitian yang diperoleh selanjutnya dianalisis isi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. adapun hasil penelitian terdapat tiga poin substansi penting meliputi pesan aqidah, akhlak dan syariah. Dan dianalisis dengan menggunakan unit analisis proposional, sintaksi dan tematik. Rekomendasi pesan dakwah melalui grup agar bisa menjadi bahan diskusi dan bisa ditingkatkan dakwah sesuai tuntunan Rasulullah SAW.

**Kata Kunci: Analisis Isi, Pengembangan Dakwah**



جامعة الرانيري  
AR - RANIRY

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kemunculan teknologi informasi saat ini membawa perubahan dalam segala aspek khususnya komunikasi. Salah satunya yaitu kemunculan internet merupakan inovasi besar yang mampu memberikan fasilitas kemudahan bagi penggunanya. Internet menjadi media komunikasi efektif, efisien, dan murah. Kemajuan teknologi ini juga membawa perubahan bagi konsumen, pasar, dan pemasaran (marketing). Teknologi ini disebut sebagai *new wave technology*. *New wave technology* adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antar individu dan kelompok. Perkembangan teknologi ini, pemasar juga mengalami perubahan fungsi dimana konsumen memiliki informasi yang cukup serta dapat membandingkan berbagai macam penawaran dari produk-produk sejenis. Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dalam cara berkomunikasi. Peran konsumen telah berubah, hal ini ditunjukkan dengan pergeseran dalam peran konsumen dari terisolasi menjadi saling terhubung dimana dalam mengambil keputusan mereka cukup mendapat informasi.<sup>1</sup>

Di zaman maju saat ini, media sosial sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi setiap pengguna dalam kegiatan berkomunikasi maupun dalam menyerap berbagai macam informasi. Sebab dengan adanya media

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung:Remaja Rosdakarya,2006), hal 7.

sosial, setiap orang dapat berkomunikasi dengan baik dan dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan ekonomis baik nasional maupun internasional. Media sosial juga digunakan untuk berlangganan informasi tertentu secara periodik.

Informasi menjadi hal yang sangat dibutuhkan di zaman modern seperti saat ini dan internet menjadi bagian yang penting dalam penyebaran informasi tersebut. Menjadi bagian yang penting, media konvensional seperti koran, radio, majalah tergeser dengan adanya media online. Penggunaan internet pada masyarakat Indonesia begitu tinggi. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2018 telah mencapai seratus dua puluh tiga juta jiwa. Dengan pencapaian yang tinggi tersebut, maka Indonesia berada pada peringkat ke-6 di dunia.

Perkembangan internet yang dijelaskan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) berbanding lurus dengan kesadaran oleh kelompok masyarakat yang melek media. Mereka yang mempunyai gadget smartphone memudahkan untuk mengakses dan memperoleh informasi kapan dan dimana saja. Keberadaan ponsel pintar atau sering disebut smartphone menjadi sesuatu barang yang mahal dan menguras kocek cukup dalam jika ingin memiliki, oleh karena itu masyarakat kelompok melek media dan membutuhkan informasi banyak saja yang memilikinya. Tetapi dari tahun ketahun harga gadget

smartphone tersebut ada yang sudah bisa di jangkau oleh kalangan yang biasa saja.<sup>2</sup>

Menanggapi isu yang disebarluaskan melalui sosial media bisa menjadi dampak yang sangat besar bagi masyarakat yang menggunakan media sosial saat ini. terutama pada masyarakat kota seperti kota Banda Aceh, banyak menghabiskan waktu bekerja mereka dengan menggunakan media ini. Misalnya dalam berinteraksi sesama teman dan juga dalam membaca berbagai informasi-informasi publik lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Percakapan yang dilakukan antar manusia tidak lagi harus berhadap-hadapan atau bertatap muka secara langsung. Akan tetapi kehadiran media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi telah menjadi peranan penting dalam masyarakat.

Kehadiran dan kemajuan media online tersebut juga sejalan dengan perkembangan media sosial. Hampir sama dengan media online, media sosial menjadi bagian dari media online yang juga memerlukan internet sebagai pendukung untuk diakses. Media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penebitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya cara mengetahui orang, membaca dan berbagi cerita, serta mencari informasi

---

<sup>2</sup>Yoyon Mudjiono, *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Kajian Semiotika Dalam Film, 2011) Vol. 1, No.1, hal 35.

dan konten. Adapun ratusan media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar yaitu Facebook, Instagram dan WhatsApp.<sup>3</sup>

Pada zaman sekarang ini, penggunaan media sosial sangatlah penting dalam proses penyampaian berbagai macam informasi, salah satunya dalam konteks pelayanan publik di kota Banda Aceh dan pada khususnya di lingkungan komunitas yang sangat bermanfaat bagi sekelompok komunitas terutama komunitas Kota Banda Aceh yang secara mayoritasnya telah memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi. Dengan demikian, anggota komunitas Kota Banda Aceh seharusnya dapat memanfaatkan media sosial tersebut sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik atau rekan grupnya agar anggota dapat menerima berbagai informasi dari anggota grup lainnya. Akan tetapi, dalam realitanya saat ini tidak semua anggota Komunitas IMPIJA Kota Banda Aceh menggunakan media sosial sebagai media penyampaian informasi yang dibutuhkan oleh publik.

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti “exposure” yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi tertentu dapat terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Dailey, Patrick R, *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture*, 2009, hal. 3

<sup>4</sup>Sendjaja, S. Djuarsa. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2014). Hal. 41

Pengguna WhatsApp saat ini dalam jangkauan usia berapa saja, orang tua, dewasa, remaja, hingga anak-anak. Mahasiswa termasuk aktif menggunakan WhatsApp, selain untuk mencurahkan apa yang ada di pikiran mereka saat itu dan juga bisa menyebarkan informasi dakwah ke berbagai grup WhatsApp.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan sebanyak 70% (20-30 orang) anggota Komunitas IMPIJABanda Aceh umumnya yang menggunakan media sosial dalam memberikan informasi kepada masyarakat kota Banda Aceh dalam konteks penyampaian dakwah. Akan tetapi tidak semua isi pesan yang dipublikasikan oleh Komunitas IMPIJA di dalam grup media sosial sampai kepada anggota.

Pesan yang disampaikan bercampur-campur bahkan banyak pesan lain yang menuaikan komentar sedangkan pesan dakwah sangat tidak diminati untuk dikomentari, pesan yang disampaikan bukan hanya oleh seorang tapi banyak orang yang menyampaikan sehingga anggota grup tidak bisa memilih yang mana benar dan salah, pesan dakwah disampaikan banyak kepada umum dan sedikit sekali yang menyampaikan yang khusus.

Berdasarkan latar belakang masalah dalam uraian di atas maka penulistertarik untuk mengkaji **“Analisis Isi Pesan Grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Dalam Pengembangan Dakwah”**.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apa saja isi pesan dakwah dalam grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) ?
2. Bagaimana isi pesan tersebut dalam pengembangan dakwah?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apa saja isi pesan dakwah dari grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA).
2. Untuk mengetahui isi pesan dalam pengembangan dakwah.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Secara akademis, Diharapkan bisa memberikan sumbangan ilmu pengetahuan mengenai komunikasi, komunikasi massa, media online dan teori Use dan Effect yang meneliti mengenai pengaruh media online dan keunggulan terhadap pengembangan dakwah.
2. Secara praktis, memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai pengaruh keunggulan media online yang dapat mempengaruhi pengembangan dakwah yang terjadi pada komunitas Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA).

## E. Operasional Variabel

Menghindari berbagai multi tafsir dan pemahaman yang keliru terhadap beberapa istilah variable dalam bahasa karya ilmiah ini maka, pola dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

### 1. Pengertian Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar idiologi dan teknologi. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya ,Twitter), komunitas konten (misalny, youtube), situs jaringan sosial (misalnya, facebook,instagram, WhatsApp) virtual game (misalnya word of warcraft), dan virtual sosial (misalnya, second life).Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaringan sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Bog, jejaringan sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia.<sup>5</sup>

### 2. Fungsi Sosial Media

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

<sup>5</sup>Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT.XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia). hal, 10-11

- a. Sosial media adalah yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Sosial media berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (many to many).
- c. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasikan manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selanjutnya McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah<sup>6</sup> :

1. Informasi
2. Korelasi
3. Kesenambungan
4. Hiburan
5. Mobilisasi.

---

<sup>6</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), hal. 71

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Ada tiga penelitian terdahulu punya orang lain yang mengkaji tentang “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Cetak, (Kajian Terhadap Rubrik Tafakkur Harian Serambi Indonesia, Edisi Oktober 2011)”, “Analisis Pers Rilis Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Anti Korupsi (Gerak) Aceh” dan “Analisis Isi Pesan Akidah Dalam Program Berita Islami Masa Kini Di Trans Tv Tahun 2016”.

Pada judul yang pertama yang di tulis Hermanto mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Iain Ar-Raniry Banda Aceh , Hermanto menggunakan penelitian sederhana yang bersifat kualitatif, dan dengan menggunakan metode analisi kandungan, subjek yang di gunakan teknik pengambilan sampel di dasarkan pada pilihan penelitian tentang aspek apa dan siapa yang di jadikan fokus pada saat situasi tertentu dan saat ini terus menerus sepanjang penelitian, sampling bersifat purposive yaitu tergantung

pada tujuan fokus suatu saat. Teknik pengumpulan data yang di gunakan wawancara dan dokumentasi.<sup>7</sup>

Pada judul kedua yang di tulis oleh Hayatullah Zuboidi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Ar-Raniry, Hayatullah menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi dengan tujuan dapat memperoleh data yang lebih efektif setelah di lakukan penelitian, objek penelitian adalah pers rilis LSM Gerak Aceh, karena jumlah sisaran pers nya meningkat dari tahun ke tahun, Teknik yang di lakukan adalah mengumpulkan sejumlah data (data kasar) untuk di selidiki dan di analisis, menyeleksi data yang relevan, menganalisis (membahas) dan menyimpulkan.<sup>8</sup>

Pada judul ketiga yang ditulis oleh Abdul Halim Lubis mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatra Utara, Abdul Halim Lubis menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis pesan dengan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan akidah, berapa kali menggunakan sumber dalil Al Qur'an dan Hadis dalam penyampaian pesan akidah dan untuk mengetahui tema-tema konteks yang terdapat pada program Berita Islami Masa Kini di Trans Tv. Hasil penelitian ini telah ditemukan beberapa hal tentang pesan akidah bahwa semuanya mengacu pada larangan

<sup>7</sup> Hermanto, *Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Cetak*, (Kajian Terhadap Rubrik Tafakkur Harian Serambi Indonesia, Edisi Oktober 2011), (Banda Aceh; Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh 2012) hal.27

<sup>8</sup> Hayatullah Zuboidi, *Analisis Pers Rilis Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Anti Korupsi (Gerak) Aceh*, (Banda Aceh; Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Darusaalm-Banda Aceh 2013) hal.39

untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang menjurus pada kesyirikan kepada Allah Swt. Pada penelitian ini, peneliti melihat sisi lain yang di dapat, konsep akidah tidak selalu mengajak, tetapi juga pelarangan.<sup>9</sup>

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas maka peneliti mengemukakan persamaan dan perbedaan yang sedang peneliti tulis. Yang pertama, peneliti sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan analisis isi pesan. Sedangkan perbedaan, peneliti mengkaji tentang analisi pesan dakwah di Ikatan mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) dan dipenelitian terdahulu ada yang meneliti dari LSM Gerak Aceh, media cetak dan di Trans TV.

## **B. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Banyak ahli dan juga organisasi yang memberikan batasan mengenai pengertian media<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>Abdul Halim Lubis, *Analisis Isi Pesan Akidah Dalam Pogram Berita Islami Masa Kini Di Trans Tv Tahun 2016*, ( Sumatra Utara: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatra Utara 2017) hal.30

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya Ilmu Komunikasi perdebatan publik mengenai signifikansi sosial yang potensial dari media sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isi yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini.<sup>11</sup> Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Dalam buku *New Media: A Critical Introduction* menyatakan bahwa media baru merupakan sebuah terminologi atau kata-kata khusus yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, harfiah, konvensional dan budaya<sup>12</sup>, sedangkan di

---

<sup>11</sup>McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6.( Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hal. 56

<sup>12</sup>Martin Lister. *New Media: A Critical Introduction*. (Jakarta: Cemerlang Karya, 2003), hal. 37

dalam buku *The New Media Reader* menjelaskan bahwa media baru adalah objek budaya dan paradigma baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Dalam penyebarannya, digunakan teknologi komputer dan melalui data digital yang dikendalikan oleh aplikasi tertentu. Dengan kata lain, media baru adalah pembaruan pada model penyebaran informasi dengan memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak<sup>13</sup>.

Denis McQuail dalam bukunya bahwa Teori Komunikasi Massa ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, sifatnya yang ada di mana-mana.<sup>14</sup> Komunikasi yang dilakukan bersifat interaktif, dalam arti penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung. Selain itu, media baru juga memiliki berbagai kelenturan dari segi tekstur, bentuk, atau yang lainnya. Cara penggunaan suatu teknologi juga tidak dapat dipahami tanpa memahami bagaimana teknologi yang tertanam dalam konteks sosial yang melingkupinya. Dari sudut pandang teori ini, media baru merupakan wujud akibat dari perubahan perilaku manusia yang semakin ingin cepat dan responsif terhadap banyak hal.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit

---

<sup>13</sup>Lev Manovich. *The New Media Reader*. (Jakarta: Gramedia, 2009), hal. 89

<sup>14</sup>McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6. (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hal. 43

banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider terlpn seluler.

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.<sup>15</sup>

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru yakni digitalisasi dan konvensi atas segala aspek media, interaksi dan konektivitas jaringan yang makin meningkat, mobilitas dan deklokasi untuk mengirim dan menerima, adaptasi terhadap peranan publikasi

---

<sup>15</sup>McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6. (Jakarta: Salemba Humatika, 2011), hal. 151

khalayak, munculnya beragam bentuk baru (gateway) media dan pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

Media sosial dijadikan sarana untuk mencaci maki bahkan memprovokasi orang lain, perilaku ini sangat berbahaya apalagi yang menyangkut kelangsungan hidup bernegara dan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### **a. Media Sosial dan Perubahan Perilaku**

Penggunaan media sosial juga membawa perubahan perilaku terhadap masyarakat. Sebagai contoh, sudah jarang berkomunikasi dengan lingkungan sekitar, semisal pada saat antri di loket-loket pelayanan, setiap orang sibuk dengan *smartphone* nya tanpa memperdulikan orang-orang sekitarnya, bahkan banyak orang yang kita lihat termasuk teman sekantor kita pekerjaannya tidak selesai bahkan terbengkalai karena sibuk berkomentar atau memberikan komentar-komentar melalui WhatsApp, yang sebenarnya tidak terlalu bermanfaat untuk dirinya.

Paling memprihatinkan adalah dampak media sosial terhadap perilaku anak-anak yang masih remaja, mereka menjadi apatis dan cuek dengan lingkungannya, orang tua semakin sulit berkomunikasi dengan anak-anak, apalagi diharapkan membantu menyelesaikan pekerjaan rumah. Media Sosial menjadikan anak-anak semakin malas belajar dan susah diatur, karena hampir

semua waktunya dihabiskan untuk mengutak-atik informasi, baik di sekolah, di luar sekolah ataupun di rumah.

Anak-anak lebih memilih media sosial untuk mencurahkan unek-uneknya dari pada orang tuanya, dan yang paling parah hampir semua persoalan yang dihadapi dia disampaikan ke media sosial, termasuk hal-hal yang sifatnya pribadi sehingga semua orang tahu, padahal mestinya orang tidak perlu tahu. mereka tidak menyadari bahwa apa yang disampaikan sudah menjadi konsumsi publik dan sulit ditarik kembali. Persoalan ini tidak dapat dibiarkan, perlu ada solusi mengingat anak-anak adalah harapan yang akan melanjutkan estafet kepemimpinan kedepan.

#### **b. Jenis-Jenis Media Sosial**

Jenis-jenis media sosial terbagi atas 4 pembagian, diantaranya sebagai berikut:<sup>16</sup>

##### **1. Facebook**

Media sosial buatan Mark Zuckerberg ini memang menduduki peringkat pertama media sosial yang paling banyak di gunakan di dunia. Terlepas suka atau tidak suka, saat ini Facebook merupakan media sosial paling populer di dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2004 silam Facebook sudah dilengkapi berbagai fitur yang memanjakan para penggunanya, mulai dari yang awam soal internet sampai yang sudah ahli sekalipun

---

<sup>16</sup>Rulli Nasrullah, *Macam-Macam Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2015) hal. 14

tidak akan mengalami kesulitan menggunakan Facebook sebagai sara berbagi informasi di dunia maya. Kepopuleran Facebook inilah yang mengantarkan Mark Zuckerberg menjadi salah satu orang terkaya di dunia diusia yang masih muda.

## 2. Twitter

Pada peringkat kedua media sosial yang paling populer di dunia adalah Twitter, Media Sosial yang mirip dengan microblog ini tercatat sebagai media sosial yang paling aktif penggunaannya. Sejak diluncurkan tahun 2006 Twitter tumbuh dengan pesat dan saat ini sudah mencapai 284 juta pengguna. Bagi yang suka membagikan status yang singkat jelas dan padat Twitter adalah tempat yang tepat untuk Anda. Hampir seluruh pengguna internet menggunakan Twitter, diantaranya selebritis, politikus, dan juga relawan mereka semua menggunakan media sosial ini untuk kepentingan masing-masing.

## 3. WhatsApp

WhatsApp merupakan salah satu aplikasi pesan seluler lintas yang memungkinkan kita untuk bertukar pesan tanpa harus membayar SMS. WhatsApp Messenger tersedia untuk iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android, dan Nokia. Dengan menggunakan WhatsApp kita terbebas dari biaya SMS dan telpon. Hanya dengan paket data maka kita bisa mengakseskan

semua fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi WhatsApp tersebut. Fitur-fitur pada WhatsApp tersebutlah yang diterima oleh mahasiswa sebagai stimulus dan diorganisir sehingga menimbulkan respon terhadap perilaku.

#### 4. Google Plus

Media sosial ini merupakan kepunyaan Google Inc. Seperti yang kita tahu, saat ini Google adalah tempat untuk mencari sumber informasi yang paling mudah, cukup dengan mengetik kata kunci di mesin pencari kita akan di kasih ribuan website yang memuat informasi tersebut. Google plus adalah jejaring sosial yang dibesut oleh Google pada tahun 2011, kepopuleran Google+ juga sudah mendunia. Untuk membuat akun media sosial ini juga sangat mudah, Anda cukup membuat akun Google maka secara otomatis akan mempunyai akun Google+. Google+ menyediakan layanan profile, Google map, Google buzz dan beberapa yang lain yaitu Circles, Hangouts, dan banyak lagi.

#### 5. Instagram

Instagram merupakan media sosial tempat berbagi foto atau video yang paling populer saat ini. Pada awalnya Instagram hanya tersedia di aplikasi IOS (Iphone/ Ipad), tapi saat ini sudah tersedia untuk berbagai OS yang lain seperti android, symbian, windows phone, dan lain-lainnya. Kelebihan dari

media sosial Instagram adalah bisa mengedit foto agar terlihat lebih bagus dan profesional. Fitur yang tersedia di media sosial ini hampir sama dengan media sosial yang lain yaitu ada hashtag, ada comment, ada mention, ada like, ada follow, banyak masih banyak lagi yang lainnya. Hampir setiap hari ada jutaan foto dan video yang telah di unggah di Instagram.

### c. Ciri-Ciri Media sosial

Media Sosial bersifat online, media sosial dibangun dan diarahkan oleh *user*. Tanpa *user*, media sosial hanya akan menjadi 'ruang' kosong yang penuh dengan forum kosong, chat ruang kosong, dan aplikasi tanpa pengguna. *User* (pengguna sosial media) menghuni media sosial dengan percakapan dan konten-konten yang mereka *publish*. Arah percakapan dalam konten juga bergantung pada *user*, siapapun itu, yang mengambil bagian dalam diskusi. Inilah yang membuat media sosial menjadi lebih menarik dan lebih dinamis bagi pengguna internet

#### 1. Interaktif

Media sosial bukan hanya kumpulan chat room atau forum, tapi juga fitur lain. Seperti pada WhatsApp misalnya, selain chat dan grup, media sosial telah menjadi media bagi banyak orang untuk dapat saling berhubungan satu sama lain, dan bersenang-senang bersama tanpa dibatasi jarak dan waktu.

## 2. Konsep komunitas

Media sosial dibangun dan dikembangkan dari konsep komunitas. Seperti komunitas dimasyarakat yang umumnya di bentuk atas dasar persamaan, baik keyakinan atau hobi, Hal tersebut bisa kita lihat dalam media sosial sekarang ini. Terdapat banyak komunitas-komunitas yang dalam sebuah grup dalam Media Sosial yang dibentuk atas dasar persamaan. Seperti persamaan alumni sekolah, atau persamaan hobi tertentu, dan lain-lain. Dengan media sosial kita bukan saja bisa bertemu teman baru dalam komunitas, tapi juga menemukan teman lama kita yang telah bertahun hilang kontak.

## 3. Menghubungkan orang

Sosial media mengembangkan hubungan antar manusia. Seperti konsep piramida yang terfokus pada satu titik, media sosial juga berjalan dengan prinsip yang sama. Semakin banyak kontak yang kita miliki dalam sosial media, semakin mudah bagi anda untuk mencapai pusat jaringan.

## 4. Faktor Emosional atas konten

Media sosial memberi rasa aman dan kemudahan untuk menjangkau teman anda, seperti apapun kondisinya. Kalau sedang merasa sedih karena permasalahan dalam keluarga,

sedang sakit, atau sedang frustrasi karena mengalami kegagalan usaha; semua orang tetap bisa berkomunikasi langsung dengan orang tersebut secara online. Dalam situasi yang tak terduga tersebut, bentuk dukungan yang diberikan oleh lingkaran teman dalam sosial media bisa tak terbayangkan.

#### **d. Peran Media Sosial**

Peran media sosial dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern telah memainkan peranan yang begitu penting. Media Sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet. Sosial media juga menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah. Adapun media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda. Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga langsung dapat mengetahui

efektifitas promosi. Tidak dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

## 2. Bentuk-Bentuk Media Sosial

### a. Media Visual

Media yang paling banyak digunakan di dunia pembelajaran adalah media visual. Media visual merupakan setiap bentuk media yang memiliki bentuk fisik nyata yang dapat dilihat, dibaca, dan diraba. Jika dibandingkan dengan media – media pembelajaran lainnya, media visual cenderung jauh lebih mudah untuk ditemukan. Beberapa contoh media visual yaitu gambar, foto, buku majalah, alat peraga, dan lain-lain.<sup>17</sup>

### b. Media Audio

Jenis media yang kedua yang juga banyak digunakan dalam aktivitas pembelajaran adalah media audio. Media audio merupakan media yang hanya dapat diakses melalui organ pendengaran. Beberapa bentuk media audio yaitu suara, lagu, siaran radio, audio CD, dan lain – lain.

### c. Media Audio Visual

Jenis media yang terakhir dan sekaligus sebagai media terbaik dalam aktivitas pembelajaran adalah media audio visual. Media audio visual merupakan jenis media yang mencakup media audio (dapat didengar) dan media visual (dapat dilihat). Beberapa contoh media audio visual

---

<sup>17</sup>Rulli Nasrullah, *Macam-Macam Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2015) hal. 25

yaitu siaran televisi, pertunjukan drama, teater, film layar lebar, dan lain- lain.

d. Media komunikasi

Seluruh sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, menyalurkan atau menyebarkan dan juga menyajikan informasi.

e. Komunikasi massa

Komunikasi Massa merupakan salah satu studi dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan khalayak ramai. Sebagai cabang dari studi komunikasi, komunikasi massa menjadi salah satu yang paling sering dibicarakan, dikarenakan perannya yang sangat penting di era modern ini. Komunikasi Massa adalah suatu bentuk komunikasi yang memanfaatkan saluran media baik cetak, elektronik, maupun media cyber (online). Saluran tersebut berguna dalam menghubungkan pihak komunikator dengan komunikan secara bersamaan.

f. Media online

Media online merupakan media baru dengan cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media konvensional, yakni media cetak dan media elektronik. Media online membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi.

Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadi pengguna internet bebas dalam bermedia. Penggunaan istilah media online sering diartikan sebagai situs berita atau praktik jurnalistik secara tertulis yang di publikasikan melalui internet. Namun, menurut Ashadi

Siregar, media online dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV online, pers online, mail online dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memamfaatkannya.<sup>18</sup> Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dari penjelasan diatas bisa di simpulkan bahwa media online juga bisa digunakan sebagai medium untuk berkomunikasi dengan khalayak.

Media online memiliki beberapa karakteristik yang dapat dijadikan perbandingan dengan media konvensional, diantaranya sebagai berikut:

1. Kecepatan informasi (Immediacy)

Jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media, memiliki keunggulan dibanding media tradisional, yakni lebih cepat dalam pendistribusian informasi. Umumnya, masyarakat harus menunggu keesokan hari untuk mengetahui apa yang terjadi pada hari ini. Namun melalui media online, informasi dapat ditribusikan bersamaan dengan peristiwa atau isu yang terjadi waktu itu juga. Meskipun kini laporan mengenai sebuah peristiwa melalui media elektronik juga semakin cepat, aktualitas ini tidak akan bisa terjadi

---

<sup>18</sup>Agung Kurniawan. *Tranformasi Pelayanan Publik*. (Yogyakarta: pabaruan,2005), hal. 20

pada media cetak. Karena media online mudah di akses, maka penyampaian informasi cenderung singkat dan padat. Hal ni juga mendukung salah satu nilai berita yaitu aktualitas.

## 2. Pembaruan informasi (updating)

Karakteristik internet yang tidak terbatas dapat diakses kapan dan dimana saja, membuat media online dapat mempebarui informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya dengan informasi yang lebih lengkap. Pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu dan terus berlangsung selama masih relevan dengan informasi inti, berbeda dengan penayangan program televisi pada saat prime time dan breaking news yang ada pada media elektronik.

## 3. Timbal balik (interactivity)

Apabila dibandingkan dengan media cetak dan elektronik yang komunikasinya berjalan satu arah, media online memberikan keleluasan kepada komunikan untuk memberikan umpan balik dengan waktu yang relatif singkat. Salah satu contoh media online yang memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi yaitu diskusi grup atau forum. Para pengguna internet dari berbagai wilayah dapat menuliskan pemikirannya mengenai sebuah topik yang didiskusikan. Media online seperti portal berita juga selalu menyediakan kolom di bagian bawah berita untuk komentar dari pemabaca maupun keluhan untuk tim redaksi.

#### 4. Personalisasi (audience control)

Pengguna media online memiliki self control, artinya komunikasi diberikan kebebasan untuk mengonsumsi informasi mana saja yang dianggap penting atau menarik. Hal ini berbeda dengan media cetak terutama media elektronik, dimana semua informasi dijejalkan secara langsung kepada masyarakat tanpa adanya kendali untuk memilih dan menyaring informasi. Dalam media online, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan melalui mesin pencari yang selalu disediakan sebuah website. Sebab itu, banyak media online terutama portal berita memberikan kategori terhadap berita yang mereka tayangkan.

#### 5. Kapasitas tidak terbatas (storage and retrieval)

Karakteristik unggulan media online adalah tidak ada batasan kapasitas untuk memproduksi dan mendistribusikan sebuah informasi. Media online umumnya memiliki data bank atau data base (pangkalan data) yang mampu menampung berbagai macam informasi dalam jumlah masif, sehingga audiens dapat mengakses informasi yang sudah lama sekalipun.

#### 6. Pranala (hyperlink)

Informasi yang dipublikasikan melalui media online dapat terhubung dengan informasi terkait lainnya baik dalam situs yang sama atau berbeda sekalipun. Seperti halnya suatu kutipan di dalam literatur.

## 7. Multimedia capability

Media online memungkinkan bagi komunikator untuk menyertakan teks, suara, gambar, bahkan video dan komponen lainnya yang berbasis multimedia didalam laman berita yang disajikan.

## 3. Media sosial sebagai alat komunikasi

### 1. Pengaruh media sosial terhadap publik

#### a. Dampak Positif Media Sosial

Penggunaan Media Sosial memberikan dampak yang sangat positif terutama dalam melakukan interaksi baik secara sosial, politik maupun ekonomi. Penggunaan media sosial memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, baik teman, keluarga yang tidak memungkinkan dilakukan melalui *face to face* karena faktor jarak kita dapat mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat, begitu pula dalam mengakses informasi yang kita butuhkan. Kita banyak dipertemukan teman atau keluarga yang sudah lama tidak pernah bertemu melalui media Sosial *facebook*. Media Sosial dapat dijadikan sarana untuk saling berbagi, saling bertukar foto, data dan dokumen lainnya. komunikasi politik melalui media sosial menjadi media yang cukup ampuh untuk mempengaruhi pasangan calon.

## b. Dampak Negatif Media Sosial

Penggunaan media sosial juga dapat memberikan dampak yang negatif terhadap masyarakat, seperti yang kita lihat sekarang media sosial dijadikan media untuk menanamkan kebencian terhadap orang lain dengan mengunggah kata-kata atau gambar yang tidak etis sehingga terbangun rasa tidak senang dan benci terhadap seseorang, terutama mereka yang memiliki posisi penting baik di pemerintahan maupun lembaga-lembaga Negara.

## C. Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Muhammad Nasir mengartikan dakwah sebagai usaha usaha menyerukan dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media kepada perorangan manusia maupun kepada seluruh umat.<sup>19</sup>

Sedangkan Thoha Yahya Umar, memberikan penekanan yang sedikit berbeda, baginya dakwah itu upaya mengajak bukan sekedar menyeru dan menyuruh. Secara lebih jelas, ia mendefinisikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan carabijaksana kepada jalan yang

---

<sup>19</sup>Shaleh, *Management Da'wah*, (Jakarta: Bulan Bintang 1997), hal. 8

benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>20</sup>

M. Arifin juga menyampaikan hal senada dengan Umar, namun ia memberikan penjelasan yang jauh lebih rinci. Menurutnya, dakwah memiliki arti sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.<sup>21</sup>

Dakwah merupakan sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seluruh umat muslim. Terkait kewajiban berdakwah, dapat disandarkan pada beberapa dalil berikut.

Allah subhanahu wata'ala berfirman

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berbantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang*

<sup>20</sup>Sanwar, *Pengantar Study Ilmu Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hal. 3

<sup>21</sup>Jumantoro, *Psikologi Dakwah dan Aspek-aspek Kejiwaan yang Qur'ani*, (Jakarta: Wonosobo, 2001), hal.18

*tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk*". (QS. An-Nahl: 125).<sup>22</sup>

Tafsir surat an-Nahl ayat 125 "Ayat ini dipahami oleh sementara ulama sebagai menjelaskan tiga macam metode dakwah yang harus disesuaikan dengan sasaran dakwah. Terhadap cendekiawan yang memiliki pengetahuan tinggi diperintahkan menyampaikan dakwah dengan hikmah, yakni berdialog dengan kata-kata bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka. Terhadap kaum awam, diperintahkan menerapkan mau'izhah, yakni memberikan nasihat dan perumpamaan yang menyentuh jiwa sesuai dengan taraf pengetahuan mereka yang sederhana. Sedang terhadap Ahl al-Kitab dan penganut agama-agama lain yang diperintahkan adalah jidal/perdebatan dengan cara yang terbaik yaitu dengan logika dan retorika yang halus, lepas dari kekerasan dan umpatan".

Adapun dalam tafsir Al-Azhar karangan Hamka kata hikmah kadang-kadang diartikan orang dengan filsafat. Padahal dia adalah inti yang lebih halus dari filsafat. Filsafat hanya dapat difahami oleh orang-orang yang telah terlatih pikirannya dan tinggi pendapat logikanya. Akan tetapi hikmah dapat menarik orang yang belum maju kecerdasannya dan tidak dapat dibantah oleh orang yang lebih pintar. Kebijakan itu bukan saja dengan ucapan mulut, melainkan termasuk juga dengan tindakan dan sikap hidup.<sup>23</sup>

<sup>22</sup>Departemen RI, hal. 421

<sup>23</sup>Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1983), juz. 13 & 14, hal.

Menurut M. Quraish Shihab, jadalhum berasal dari kata jidal yang bermakna diskusi atau bukti-bukti yang mematahkan alasan atau dalih mitradiskusi dan menjadikannya tidak dapat bertahan, baik yang dipaparkan itu diterima oleh semua orang maupun hanya oleh mitra bicara.<sup>24</sup>

Dalam Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim secara implisit menunjukkan suatu kewajiban melaksanakan dakwah, yaitu :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزَّهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ [رواه مسلم]

Artinya: *Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran, maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, apabila tidak mampu (mencegah dengan tangan) maka hendaklah ia merubah dengan lisannya, dan apabila (dengan lisan) tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan hatinya, dan itu adalah selemah-lemah iman.*<sup>25</sup> (H.R Muslim).

Hadits di atas menunjukkan perintah kepada umat Islam untuk mengadakan dakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Apabila seorang muslim mempunyai kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakan dakwah. Jika ia hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisan itu ia diperintahkan

<sup>24</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), vol. VII hal. 387

<sup>25</sup>*Hadist Imam Nawawi*, Tahun 1999, hal. 421

untuk mengadakan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk berdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata ia tidak mampu.

Keterangan yang dapat diambil dari pengertian ayat al Qur'an dan hadits Nabi di atas adalah bahwa kewajiban berdakwah itu merupakan tanggung jawab dan tugas setiap muslim di manapun dan kapanpun ia berada. Tugas dakwah ini wajib dilaksanakan bagi laki-laki dan wanita Islam yang baligh dan berakal. Kewajiban dakwah ini bukan hanya kewajiban para ulama, tetapi merupakan kewajiban setiap insan muslim dan muslimat tanpa kecuali.

Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa dasar hukum pelaksanaan dakwah sangat kuat, yaitu al-Qur'an dan hadits.

## **2. Tujuan Dakwah**

Dakwah sebagai suatu aktivitas dan usaha pasti mempunyai tujuan yang hendak dicapai, sebab tanpa tujuan ini maka segala bentuk pengorbanan dalam rangka kegiatan dakwah itu menjadi sia-sia belaka. Oleh karena itu tujuan dakwah harus jelas dan konkret, agar usaha dakwah itu dapat diukur berhasil atau gagal.

Tujuan merupakan pernyataan bermakna, keinginan yang dijadikan pedoman manajemen puncak organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dalam dimensi waktu tertentu. Tujuan (objective) diasumsikan berbeda dengan sasaran (goals).

Dalam tujuan memiliki target-target tertentu untuk dicapai dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan sasaran adalah pernyataan yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak untuk menentukan arah organisasi dalam jangka panjang.

Tujuan dakwah adalah tujuan diturunkan ajaran Islam bagi umat manusia itu sendiri, kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam dan ihsan.<sup>26</sup>

Tujuan dakwah dilihat dari obyeknya adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- a. Tujuan perorangan, yakni bentuknya pribadi muslim yang memiliki iman yang kuat dan menjalankan hukum-hukum Allah serta berakhlak mulia.
- b. Tujuan keluarga, yakni terbentuknya keluarga sakinah, mawadah, warahmah.
- c. Tujuan masyarakat, yakni terbentuknya masyarakat sejahtera sesuai dengan yang digariskan Allah SWT.
- d. Tujuan untuk seluruh umat manusia, yakni terbentuknya masyarakat kedamaian, ketenangan, ketenteraman, tanpa adanya diskriminasi dan eksploitasi.

### 3. Dasar Hukum Dakwah

---

<sup>26</sup>M.Munir dan Wahyu, *Manajen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 23

<sup>27</sup>Pimay, *Strategi dan Metode Dakwah*, (Semarang: RaSAIL, 2005), hal. 40

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang dipikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya. Dasar kedua hukum dakwah tersebut telah disebutkan dalam sumber al-Qur'an dan Hadits.<sup>28</sup>

#### **4. Unsur-Unsur Dakwah**

M. Munir dalam buku manajemen dakwah menjelaskan Ada empat unsur dakwah diantaranya sebagai berikut:

##### **a. Da'i (Pelaku Dakwah)**

Yang dimaksud da'i ialah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. Secara umum kata da'i sering disebut dengan sebutan muballigh (orang yang menyampaikan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung

---

<sup>28</sup>Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 37

mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, khatib orang yang berkhotbah, dan sebagainya.

Siapa saja yang menyatakan sebagai pengikut Nabi Muhammad hendaknya menjadi seorang da'i, dan harus dijalankan sesuai dengan hujah yang nyata dan kokoh. Dengan demikian, wajib baginya untuk mengetahui kandungan dakwah baik dari sisi akidah, syari'ah, maupun dari akhlak. Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan ketrampilan khusus, maka kewajiban berdakwah dibebankan kepada orang-orang tertentu.<sup>29</sup> Dalam pengertian lain subjek dakwah (da'i) adalah orang yang melakukan dakwah yang berusaha merubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT, baik secara individual maupun berbentuk kelompok atau organisasi, sekaligus sebagai pemberi informasi dan pembawa misi.<sup>30</sup>

Keberhasilan da'i pada dasarnya menentukan keberhasilan kerja dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat paternalistik, yakni masih sangat bergantung dengan sosok seorang figur atau tokoh. Demikian juga dalam konteks dakwah, masyarakat muslim Indonesia memiliki kecenderungan yang sangat kuat untuk mengikuti ajakan seorang da'i tertentu tanpa mempertimbangkan pesan-pesan yang disampaikan.

---

<sup>29</sup>M.Munir dan Wahyu, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 22

<sup>30</sup>Anshari, *Pemahaman dan pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), hal. 104-105

b. Mad'u (mitra dakwah atau penerima dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Secara umum al-Qur'an menjelaskan ada tiga tipe mad'u, yaitu : mukmin, kafir dan munafik. Dari ketiga klasifikasi besar ini, mad'u kemudian dikelompokkan lagi dalam berbagai macam pengelompokan, misalnya, orang mukmin dibagi menjadi tiga, yaitu : dzalim linafsih, muqtashid, dan sabiqun bilkhairat. Kafir bisa dibagi menjadi kafir zimmi dan kafir harbi. Mad'u atau mitra dakwah terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, dan seterusnya. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
2. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.

3. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.<sup>31</sup>

c. Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah atau maadatud dakwah adalah semua bahan atau sumber yang digunakan atau yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam kegiatan dakwah untuk menuju kepada tercapainya tujuan dakwah. Karena dakwah merupakan kewajiban umat Islam untuk melanjutkan tugas Rasul, maka materi yang disampaikan dalam kegiatan dakwah adalah semua ajaran yang dibawa oleh Rasul yang datangnya dari Allah untuk semua manusia.<sup>32</sup>

d. Wasilah (media dakwah)

Wasilah (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Media dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebaik apapun metode, materi dan kapasitas seorang da'i, jika tidak menggunakan media yang tepat seringkali hasilnya kurang maksimal. Media itu sendiri memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi. Media merupakan alat objektif yang menghubungkan ide

---

<sup>31</sup>M.Munir dan Wahyu, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal. 23-24

<sup>32</sup>Sanwar, *Pengantar Study Ilmu Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang), 1986, hal. 75

dengan audien, atau dengan kata yang menghubungkan urat nadi dalam totaliter.<sup>33</sup>

Berdasarkan hal itu, media dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut : Dakwah melalui saluran tertulis yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan-tulisan, dakwah melalui keteladanan yaitu bentuk penyampaian pesan dakwah melalui bentuk percontohan atau keteladanan dari da'i.<sup>34</sup> Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media, di antaranya :

1. Media Tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, dan sebagainya.
2. Media Modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronika” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media modern ini antara lain televisi, radio, pers, dan sebagainya.

## 5. Metode Berdakwah

Pada hakikatnya dakwah merupakan ajaran agama yang membawa nilai-nilai positif, seperti al-aman (rasa aman, tentram, dan sejuk) sehingga ia dapat berfungsi sebagai rahmat untuk semua. Isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan cara penyampaian, esensi dan metode merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan, tetapi dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus dan tidak

<sup>33</sup>Hamzah Ya'kup, *Da'wah Islam*, (Dipenogoro: Haji Penerbitan, 1981), hal. 47

<sup>34</sup>Aminuddin Sanwar, *Pengantar Study Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fak. Dakwah IAIN Walisongo, 1985), hal. 77

terpisahkan. Hanya saja, bahwa isi, substansi, pesan, dan esensi senantiasa mempunyai dimensi universal, yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Sehingga isi, substansi, pesan, dan esensi merupakan sisi primer sekaligus sisi yang pertama. Sebagai sisi kedua dalam dakwah; bentuk, forma, cara penyampaian dan metode juga menempati posisi yang tak kalah penting. Sisi kedua ini, dalam al-Qur'an disebut sebagai syi'ar dan manhaj yang dapat berbeda-beda menurut ruang dan waktu.<sup>35</sup>

Berdasar paparan singkat di atas, dakwah dapat dirumuskan sebagai apa yang diserukan atau disampaikan oleh siapa kepada siapa dengan cara bagaimana, melalui media apa, dan untuk apa.

Dari rumusan ini cakupan dakwah secara ringkas adalah sebagai berikut.

- a. Apa, merupakan ajaran Islam dengan berbagai dimensi dan substansinya. Ia dapat dikutip dan ditafsirkan dari sumber pokoknya, yaitu dari kitab suci al-Qur'an dan Hadits. Namun bisa juga diambil dari penjelasanpenjelasan para ulama yang sohih. Dalam bahasa populer, "apa" dikenal sebagai materi atau pesan dakwah. Tentunya hal ini harus benar-benar dikuasai oleh para da'i. Karena dakwah membutuhkan pemahaman yang komprehensif bukan pemahaman yang parsial. Sehingga mad'unya akan mendapatkan pemahaman yang utuh dan mencerahkan.
- b. Siapa pertama, merupakan yang menyeru atau yang menyampaikan pesan dakwah. Ia adalah seorang da'i. Dalam kasus sehari-hari,

---

<sup>35</sup>Eko Sumadi, Jurnal At-Tabsyir, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, (Vol 4 No.1 Juni2016), hal.182

terutama dalam masyarakat Indonesia, siapa dikenal dengan sebutan mubaligh, kyai, ustadz atau juru dakwah, bahkan penyelenggara atau pengelola dakwah. Da'i harus memiliki sikap yang arif dan bijaksana. Selain mengajak dan memberikan informasi yang bermanfaat pada mad'unya, ia juga harus mampu memberikan teladan bagi mad'unya. Karena salah satu kunci kesuksesan dakwahnya Rasulullah juga karena keteladanan akhlaknya. Selain itu seorang da'i juga harus mampu membaca kecenderungan maupun psikologi mad'unya. Dengan begitu proses dakwah bisa berjalan dengan efektif.

- c. Siapa yang kedua adalah sasaran dakwah atau mad'u dalam bahasa yang lain. Ia merupakan peserta dakwah, baik perseorangan atau kolektif, laki-laki atau perempuan, anak-anak atau orang dewasa demikian seterusnya.
- d. Cara, menunjukkan metode yang digunakan dalam kegiatan dakwah. Juga dapat disamakan sebagai alat dakwah yang menjadi kelengkapan dari metode. Ada banyak cara yang dapat digunakan dalam berdakwah. Seperti; ceramah, dialog, keteladanan, melalui tulisan, karya sastra dan lain sebagainya. Cara atau metode menempai posisi yang tidak kalah penting dengan isi atau materi. Tidak sedikit persoalan-persoalan yang baik, disampaikan dengan cara yang kurang baik atau tidak efektif berdampak pada hasil yang tidak baik juga. Untuk itu cara dan metode harus benar-benar diperhatikan oleh seorang da'i.

- e. Saluran, merupakan media yang digunakan dalam berdakwah. Ia dapat berupa saluran langsung tatap muka. Juga dapat berupa saluran media manakala dakwah dilakukan dalam jarak jauh, seperti telepon, radio, surat kabar, jurnal, majalah, televisi, internet (media sosial) dll.
- f. Untuk, menunjukkan tujuan dakwah. Ia dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan yang sangat spesifik sampai tujuan yang sangat umum.<sup>36</sup>

#### **D. Pesan Dakwah**

Adapun isi pesan dakwah yang disampaikan yaitu sebagai berikut:

##### 1. Pesan aqidah

Aqidah secara etimologi berarti ikatan atau sangkutan, sedangkan secara praktis, aqidah berarti kepercayaan, keyakinan, atau iman.<sup>37</sup>

Pembahasan aqidah Islam umumnya pada arkanul iman (rukun iman yang enam) antara lain:

- a. Iman kepada Allah
- b. Iman kepada malaikat-malaikat Allah
- c. Iman kepada kitab-kitab Allah
- d. Iman kepada rasul-rasul Allah
- e. Iman kepada hari kiamat
- f. Iman kepada qadha dan qadar Allah

<sup>36</sup>Eko Sumadi, Jurnal At-Tabsyir, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, (Vol 4 No.1 Juni 2016), hal.182-184

<sup>37</sup>E. Hasan Saleh, *Studi Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*, (Jakarta: Penerbit ISTN, 2000) cet ke-2, hal. 55

## 2. Pesan syariah

Secara bahasa kata syariah berasal dari bahasa arab yang berarti peraturan atau undang-undang. Yaitu peraturan-peraturan mengenai tingkah laku yang menyangkut, harus dipatuhi dan dilakukan sebagaimana mestinya.<sup>38</sup>

## 3. Pesan Akhlak

Dalam akhlak tercakup pengertian terciptanya keterpaduan antara kehendak khalik dengan perilaku manusia. Dengan kata lain, dalam pengertian ini, tata perilaku seorang terhadap orang lain dan lingkungannya, baru menggambarkan nilai akhlak hakiki, manakala suatu tindakan atau perilaku tersebut berdasarkan kepada kehendak khalik (Tuhan).<sup>39</sup>

## E. Pengembangan Dakwah

### 1. Strategi Pengembangan Dakwah

#### a. Hakekat strategi dakwah

Kata strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani” strato” yang artinya pasukan dan “agenis” yang artinya pemimpin. Jadi strategi berarti hal-hal yang berhubungan dengan pasukan perang. Menurut kamus bahasa Indonesia, strategi berarti siasat perang, ilmu siasat. Memang pada mulanya strategi berasal dari peristiwa peperangan (militer) yaitu suatu siasat mengalahkan musuh. Namun

<sup>38</sup>M. Abdul Mujieb, *Kamus Istilah Fiqih*, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 1994), cet. Ke-1, hal. 343

<sup>39</sup>Harun Nasution, dkk, *Ensiklopedia Media Islam Indonesia Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 71

pada akhirnya strategi berkembang untuk kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama. Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan, hanya aplikasinya disesuaikan jenis organisasi yang menerapkannya.

Strategi secara terminologi menurut M. Aliyasir adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencari sasaran yang khusus. Sedangkan A. Arifin, Strategi adalah keputusan kondisional tentang apa yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan. Sementara itu menurut Dwi Sunar Prasetyono, strategi adalah suatu arah dan kebijakan atau rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan utama lembaga atau perusahaan. Jadi Strategi merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai hal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kata dakwah secara etimologi (kebahasaan) merupakan bentuk mashdar berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan yang bermakna memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, dan mendorong. Sedangkan secara terminology (istilah) dakwah berarti mengajak dan menyuruh umat manusia baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam, pedoman hidup yang diridhoi Allah dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar dan amal sholeh dengan cara lisan (lisanul inaqol) maupun (lisanul Haq) guna mencapai kebahagiaan dunia dan akherat.

Abdul Karim Zaidan mendefinisikan bahwa dakwah adalah “mengajak kepada agama Allah, yaitu Islam”. Sedangkan Aboebakar Atjeh mendefinisikan bahwa dakwah adalah “Perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik”. Dan Nasaruddin Latif mendefinisikan bahwa dakwah adalah “setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan menaati Allah sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta Akhlak Islamiyah”. Masdar Helmy, mendefinisikan, bahwa dakwah adalah “mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah (Islam), termasuk melakukan amar ma’ruf nahi munkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat”.

Sedangkan strategi dakwah itu sendiri adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah adalah “ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah”. Menurut Canard, Dakwah dalam pengertian keagamaan adalah undangan Allah dan para rasul yang ditujukan kepada umat manusia untuk beriman kepada agama yang benar, yaitu Islam. Dari pengertian strategi dakwah diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah adalah cara atau upaya untuk mencapai tujuan dalam rangka mengajak orang kembali kepada kebaikan dengan

ajaran-ajaran Islam agar mendapatkan kebahagiaan di dunia maupun diakhirat dengan amar ma'ruf nahi munkar.

Dalam rangka menegakkan amal ma'ruf nahi munkar, banyak cara yang dilakukan dalam berdakwah di antaranya, dakwah dengan lisan, dakwah dengan perbuatan dan dakwah dengan tulisan.

a. Dakwah dengan lisan.

Dakwah dengan lisan adalah dakwah dilakukan melalui lisan seperti ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasehat dan lain-lain.

b. Dakwah dengan perbuatan.

Dakwah dengan perbuatan adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan, seperti dengan amalan karyanya yang dari karya nyata tersebut hasilnya bisa diarahkan secara kongkrit oleh masyarakat sebagai obyek dakwah sehingga pelaku dakwah mampu memberikan solusi dari masalah yang dihadapi oleh sasaran dakwah. Melihat kenyataan yang terjadi pada saat ini, maka dakwah dengan perbuatan adalah dakwah yang sekiranya menjadi fokus utama para pelaku dakwah Islam melihat situasi dan kondisi lingkungan, dimana kenyataan masyarakat sekarang yang tidak hanya membutuhkan kata-kata akan tetapi membutuhkan bukti yang riil dari problematika yang sedang mereka hadapi sekarang

ini atau dakwah disini mampu memberikan solusi yang terbaik bagi sasaran dakwah.

c. Dakwah dengan tulisan.

Di era globalisasi ini, dakwah melalui tulisan lebih efektif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, karena dakwah dengan tulisan lebih luas dari pada dakwah dengan lisan ataupun dengan perbuatan. Karena kapan saja dan di mana saja orang dapat menikmati sajian dakwah dengan tulisan, hal ini tentu menuntut para pendakwah memiliki keahlian dalam tulis menulis. kelebihan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat. Adapun media yang bisa digunakan dalam dakwah dengan tulisan ini adalah surat kabar, majalah, buku, internet dan lain-lain.

## 2. Pencapaian Keberhasilan Dakwah

Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Menurut Toto Tasmara: pendekatan dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang muballigh (komunikator) untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang.

Menurut Sjahudi ada tiga jenis pendekatan: Pendekatan Budaya, pendekatan Pendidikan, pendekatan Psikologi. Pendekatan-pendekatan ini melihat lebih banyak para kondisi mitra dakwah, oleh karenanya pendakwah, metode dakwah, pesan dakwah, dan media dakwah harus

menyesuaikan pada kondisi mitra dakwah. Sedangkan pendekatan yang terfokus pada mitra dakwah lainnya adalah dengan menggunakan bidang-bidang kehidupan sosial kemasyarakatan.

Pendekatan dakwah model ini meliputi: Pendekatan Sosial-Politik, pendekatan Sosial-Budaya, pendekatan Sosial-Ekonomi, pendekatan Sosial-Psikologi. Semua pendekatan diatas bisa di sederhanakan dengan dua pendekatan yaitu: Pendekatan dakwah struktural dan pendekatan dakwah kultural.

Untuk membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang sejahtera dan religius, dakwah bisa menggunakan pendekatan struktural atau pendekatan politik. Harus ada para politikus dalam legislatif yang berjuang untuk membuat undang-undang yang menjamin kehidupan yang lebih islami. Dibutuhkan pula politikus dalam eksekutif yang menjalankan pemerintahan berdasarkan produk hukum tersebut bisa juga menggunakan pendekatan kultural atau social-budaya dengan membangun moral masyarakat melalui cultural atau social-budaya.

a. Pendekatan Dakwah kultural

Dakwah kultural adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mengikuti budaya-budaya kultur masyarakat setempat dengan tujuan agar dakwahnya dapat diterima di lingkungan masyarakat setempat. Dakwah kultural juga bisa berarti: Kegiatan dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya secara luas dalam rangka menghasilkan kultur baru yang

bernuansa Islami atau kegiatan dakwah dengan memanfaatkan adat, tradisi, seni dan budaya lokal dalam proses menuju kehidupan Islami.

Dakwah kultural adalah, pertama, dakwah yang bersifat akomodatif terhadap nilai budaya tertentu secara inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan; kedua, menekankan pentingnya kearifan dalam memahami kebudayaan komunitas tertentu sebagai sasaran dakwah. Jadi, dakwah kultural adalah dakwah yang bersifat bottom-up dengan melakukan pemberdayaan kehidupan beragama berdasarkan nilai-nilai spesifik yang dimiliki oleh sasaran dakwah. Selain itu Muhammad Shulton berpendapat bahwa dakwah kultural adalah, aktivitas dakwah yang menekankan pendekatan Islam kultural. Islam kultural, adalah salah satu pendekatan yang berusaha meninjau kembali kaitan doktrinal yang formal antara Islam dan politik atau Islam dan Negara.

Dari konsep di atas kita dapat melihat bahwa keberpihakan dakwah kultural terletak pada nilai-nilai universal kemanusiaan, menerima kearifan dan kecerdasan lokal, dan mencegah kemunkaran dengan memperhatikan keunikan sifat manusia secara individual dan sosial. Secara garis besar cara dakwahnya memudahkan dan menggembirakan demi tegaknya nilai-nilai Islam di berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, politik dan budaya. Secara esensial, dakwah berkaitan dengan bagaimana membangun dan membentuk masyarakat yang baik, berpijak pada nilai-nilai kebenaran dan hak-hak asasi manusia. Dalam

pengertian nonkonvensional inilah, dakwah dapat berhubungan secara kultural-fungsional dengan penyelesaian problem-problem kemanusiaan, termasuk problem sosial. Dakwah kultural ini hukumnya syah-syah saja asal tidak bertentangan dengan nilai-nilai syar'i yang sudah baku, misalnya masalah aqidah. Sebab apabila dakwah yang kita anggap kultural ini kemudian kita salah menafsirkannya, maka yang terjadi adalah kefatalan. Misalnya saja kita berdakwah dengan harus mengikuti budaya agama lain yang dapat menggugurkan nilai aqidah kita, maka dakwah semacam ini tidak boleh dilakukan.

Sejarah dakwah kultural sebagaimana yang dilakukan di awal Islam masuk ke wilayah Jawa, dimana bangsa Indonesia saat itu kaya dengan tradisi animisme dan dinamisme, maka para pelaku dakwah kita yang terlalu lentur dalam menjalankan dakwah kulturalnya mengakibatkan ajaran Islam yang sudah sempurna menjadi terkotori oleh budaya setempat. Hal ini merupakan kesalahan fatal yang tidak boleh dicontoh dalam melakukan dakwah. Dakwah kultural sebenarnya merupakan metode yang baik untuk dilakukan baik di masyarakat desa maupun di lingkungan masyarakat kota, baik yang berfikir primitif maupun yang sudah modern. Namun perlu diingat bahwa Islam dan kultural itu berdiri sendiri dan tidak boleh dicampurkan.

b. Pendekatan struktural

Dakwah struktural adalah kegiatan dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, kekuatan politik sebagai alat untuk

memperjuangkan Islam. Karenanya dakwah struktural lebih bersifat top-down. Hingga dalam prakteknya, aktivis dakwah struktural bergerak mendakwahkan ajaran Islam dengan memanfaatkan struktur sosial, politik, maupun ekonomi yang ada, guna menjadikan Islam sebagai ideology negara, sehingga nilai-nilai Islam dapat dirasakan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dakwah Struktural ini dipahami dalam pengertian sebagai "pendekatan dakwah yang berpola dari atas ke bawah (top-down approach), dalam arti dakwah yang bersifat normatif-doktriner". Senada dengan ini, ada pula pendapat yang mengatakan bahwa dakwah struktural lebih bersifat top-down, politis, elitis dan fikhistik.

Hubungan dakwah dan politik sekilas terasa asing. Padahal jika dipahami dakwah dalam pengertian luas, dakwah mencakup seluruh segi dalam kehidupan : keagamaan, pendidikan, sosial, ekonomi, kebudayaa, termasuk aspek politik. Dalam pengertian lebih lanjut dakwah dapat memakai jalur-jalur tersebut, termasuk di dalamnya dakwah lewat politik, alias menggunakan politik sebagai kendaraan dalam berdakwah. Dalam konteks hight politik sebenarnya Rasulullah Saw selama berdakwah di era Madinah tak lepas dari politik, apalagi beliau pada waktu itu diakui oleh warga negara Madinah sebagai pemimpin. Dengan demikian posisi beliau tidak hanya sebagai pemimpin agama, namun sekaligus juga sebagai pemimpin politik tertinggi, yaitu kepala negara.

## F. Dakwah melalui media sosial

### 1. Ruang lingkup dakwah melalui media sosial

Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 15% atau 38,2 juta dari total jumlah penduduk sekitar 251,2 juta jiwa. Sedangkan pengguna medsos di Indonesia juga mencapai sekitar 15% dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya, hampir seluruh pengguna internet memiliki akun medsos. Para pengguna medsos ini mengakses akun medsosnya rata-rata sekitar 2 jam 54 dan sebanyak 74% mengakses akunnya melalui smartphone.

Secara global, penggunaan medsos menunjukkan fenomena pertumbuhan yang sulit dihentikan. Digital Insights, pada September 2013 menyebutkan jumlah pengguna medsos seperti Facebook telah mencapai 1,15 miliar. Tidak sampai empat bulan, tepatnya pada akhir Januari 2014, The Next Web melansir pengguna aktif gurita jejaring sosial ini telah mencapai 1,23 miliar. Pengguna Facebook di Indonesia pada tahun 2014 ini diperkirakan mencapai 80 juta lebih atau nomor empat terbesar di dunia.<sup>40</sup>

Data tersebut merupakan data ditahun 2014. Dengan pertumbuhan yang sangat signifikan tersebut, maka sudah bisa dipastikan ditahun 2016 ini mengalami peningkatan yang jauh lebih signifikan dalam penggunaan jejaring sosial oleh penduduk dunia. Begitu massifnya manusia dalam memanfaatkan internet dan jejaring sosial. Maka, tentu akan sangat efektif

---

<sup>40</sup> Mulyati, *Terampil Berbahasa Indonesia untuk perguruan Tinggi*, (Jakarta: Prenada Media, 2014), hal. 43

jika jejaring sosial digunakan sebagai sarana untuk menebar kebaikan (berdakwah). Tentu segala informasi yang telah dishare di media sosial akan secara langsung dan mudah diakses oleh siapa pun dan dimanapun. Karena media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam.

McLuhan mengatakan bahwa “The medium is the message”, merupakan terbukanya gerbang dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya media sosial. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia, telepon merupakan perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata.<sup>41</sup> Maka dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung. Hanya saja penggunaan dan kontrol terhadap media sosial saat ini masih belum tegas. Sehingga masih sering terjadi tindak kriminal dalam media. Oleh karenanya, pemanfaatan media sosial harus disertai dengan sikap arif dan bijaksana. Menggunakan media sosial secara bijak akan memudahkan seseorang untuk belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, ataupun berdakwah.

Sebaliknya jika menggunakan media sosial dengan tidak hati-hati maka bisa juga berdampak pada hal-hal yang buruk. Karena telah ada UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang secara jelas mengatur soal perbuatan yang dilarang dalam memanfaatkan media sosial.

---

<sup>41</sup>Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2008), hal. 220

Seperti: pencemaran nama baik diatur pada pasal 27 ayat 3 yang berbunyi: “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/ atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”.

Membuat pernyataan yang provokatif dan mengandung unsur SARA dijelaskan pada pasal 28 ayat 2: Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA). Untuk itu, dalam pemanfaatan media social secara umum maupun sebagai sarana berdakwah harus memperhatikan etika-etika dan norma-norma dalam ber-medsos.

Tidak boleh melontarkan kalimat-kalimat yang berpotensi pada pencemaran nama baik, juga dilarang membuat pernyataan-pernyataan yang provokatif dan mengarah pada persoalan isu SARA. Meskipun mungkin niatnya baik, namun perlu diperhatikan juga bahwa niatan baik harus dilakukan dengan cara-cara yang baik. Sehingga tidak menimbulkan kegaduhan dan tindakan diskriminatif.<sup>42</sup>

## **2. Awal munculnya dakwah melalui media sosial**

Kemunculan media sosial memberikan kemudahan untuk lebih menjangkau masyarakat luas. Kemudian, media sosial juga memberikan berbagai kemudahan lain seperti lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah

---

<sup>42</sup>Eko Sumadi, Jurnal At-Tabsyir, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, (Vol 4 No.1 Juni 2016), hal. 186-188

secara singkat, simple dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting karena melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial.

Banyaknya pengguna internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam media sosial. Mereka memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru untuk lebih berkembang. Para ulama memanfaatkan media sosial sebagai jalur dakwah yang efektif. Pada masa sekarang ini penggunaan internet oleh masyarakat saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari. Hal tersebutlah yang menjadi potensi besar untuk mengembangkan dakwah melalui media sosial.

Kemudian, banyaknya pengguna internet di Indonesia juga menjadi faktor munculnya dakwah melalui media sosial. Ditambah dengan adanya media sosial ini, kini telah menjadi sebuah kebutuhan hidup masyarakat pengguna internet. Hadirnya internet menjadikan masyarakat cenderung sekuler dibanding menjalankan keaktifan rohani. Oleh karena itulah, dakwah hadir memasuki masyarakat melalui media yang saat ini banyak dikonsumsi masyarakat yakni media sosial dengan tujuan mengajak masyarakat untuk lebih memanfaatkan internet sebagai suatu wadah untuk menambah ilmu pengetahuan.

Dakwah Islam sebagai konsep maupun sebagai aktifitas telah memasuki seluruh wilayah dan ruang lingkup kehidupan manusia, sehingga seluruh aspek kehidupan tidak dapat dilepaskan dari sudut

pandang dakwah itu sendiri. Sejalan dengan pengertian dakwah sebagai nilai-nilai islam kedalam semua aspek kehidupan manusia.

Jadi dakwah melalui internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar agama islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Pengguna media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangi dan memprluas cakrawla dakwah islamiyah. Kesempatan yang dimaksud adlaha bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah islamiyah.karena pada dasarnya orang-orang pafda masa kini lebih tertarik dengan sesuatu yang baru, dari pada dakwah dengan menggunakan tabligh yang sering kali orang-orang mengabaikannya atau menganggapnya remeh dan tidak secara kondusif, jadi media sosial bisa dikatakan solusi untuk pengembangan dakwah sebagai media dakwah masa kini.

#### **G. Teori Yang Digunakan**

Teori komunikasi adalah satu pandangan dan strategi yang akan membentuk alat dan rangka kerja untuk sesuatu perkara yang hendak dilaksanakan Dalam proses komunikasi teori akan membina bentuk dan kaidah komunikasi yang hendak dibuat. Melalui penulisan ini pejelasan tentang beberapa teori komunikasi akan dibuat.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>Abrar, Ana, *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara. Bonacich, Phillip 2007), hal,62.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengharapan nilai (value expectancy theory) adalah suatu teori tentang komunikasi massa yang meneliti pengaruh penggunaan media oleh pemirsanya dilihat dari kepentingan penggunaannya. Teori ini mengemukakan bahwa sikap seseorang terhadap segmen-segmen media ditentukan oleh nilai yang mereka anut dan evaluasi mereka tentang media tersebut. Teori ini mengatakan bahwa kepuasan yang kita cari sebagai pengguna media terhadap suatu media ditentukan oleh sikap kita terhadap media tersebut. Kita percaya dan kita berhakmengevaluasi dan menentukan sikap.

Menurut teori kepentingan, perilaku adalah fungsi dari harapan satumemiliki dan nilai tujuan ke arah mana yang bekerja. Pendekatan sepertimemprediksi bahwa, ketika lebih dari satu perilaku yang mungkin, perilaku yang dipilih akan menjadi satu dengan kombinasi terbesar dari keberhasilan yang diharapkan dan nilai. Teori harapan-nilai berpendapat bahwa orang adalah makhluk berorientasi pada tujuan. Perilaku mereka melakukan respons terhadap keyakinan dan nilai-nilai mereka yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, meskipun teori kepentingan dapat digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep sentral dalam penggunaan dan gratifikasi penelitian, ada faktor lain yang mempengaruhi proses. Misalnya asal-usul sosial dan psikologis kebutuhan, yang memberikan naik ke motif untuk perilaku, yang dapat dipandu oleh keyakinan, nilai-nilai, dan keadaan sosial ke dalam

mencari berbagai gratifikasi melalui konsumsi media dan perilaku nonmedialainnya.

Teori nilai Harapan menunjukkan bahwa “orang mengorientasikan diri ke dunia sesuai dengan harapan mereka (keyakinan) dan evaluasi”. Memanfaatkan pendekatan ini, perilaku, niat perilaku, atau sikap dipandang sebagai fungsi :

- a. Harapan (atau kepercayaan): probabilitas dirasakan bahwa obyek memiliki atribut tertentu atau bahwa perilaku akan memiliki konsekuensi tertentu.
- b. Evaluasi: tingkat mempengaruhi, positif atau negatif, terhadap atribut atau hasil perilaku.

Teori uses and gratifications mengalami pengembangan dari sekitar fokus meneliti motif atau kebutuhan yang mendorong individu mengonsumsi media tertentu. Philip Palmgreen mengajukan gagasan bahwa perhatian audiens terhadap isi media ditentukan oleh sikap yang dimilikinya. Menurutnya, kepuasan yang diperoleh seseorang dari media ditentukan juga oleh sikap orang tersebut terhadap media, yaitu kepercayaan dan juga evaluasi yang akan diberikannya terhadap isi pesan media. Suatu sikap terdiri atas kumpulan kepercayaan dan evaluasi.<sup>44</sup>

Teori ini merupakan tambahan penjelasan dari teori atau pendekatan uses and gratifications adalah dijelaskannya teori yang mendasarkan diri pada orientasi khlayak sendiri sesuai dengan kepercayaan dan penilaian atau evaluasinya. Intinya, sikap kita terhadap jumlah media akan ditentukan oleh

---

<sup>44</sup>Morissan. *Teori komunikasi Individu Hingga Massa*. (Jakarta: Kencana, 2013). Hal. 514.

kepercayaan tentang penilaian kita terhadap mediatersebut membatasi gratification sought (pencarian kepuasan).

Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (gratification sought) dan GO (gratification obtained). GS adalah motif penggunaan media (terpaan media), seperti pilihan media, frekuensi, dan durasi menggunakan media. GS berdasarkan pengharapan pada isi media. GO yaitu persepsi individu tentang hasil yang diperoleh dari menggunakan media, yang merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. GO merupakan umpan balik yang memengaruhi isi media agar sesuai harapan.<sup>45</sup>

Penggunaan konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori uses and gratifications, yaitu teori expectancy values (nilai pengharapan). Gratification sought dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi

Seseorang mengenai isi media. Gratification obtained mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

Klandersman dalam value-expectancy theory nya menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan fungsi nilai (value) dari hasil yang diharapkan dari sebuah perbuatan, "individual's behavior is a function of the value of expected outcomes of behaviour". Perilaku seseorang

<sup>45</sup>Kriyanto, Rahmat. *Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. (Jakarta: Kencana, 2014). Hal. 336-337.

akan menghasilkan sesuatu, semakin tinggi nilai yang diharapkan, semakin tinggi pula keinginan untuk mewujudkan perilaku tertentu. Teori ini mengandung dua komponen yaitu nilai (value) dari tujuan yang akan dicapai dan harapan (expectancy) agar berhasil mencapai tujuan itu. Dari dua komponen tersebut oleh Keller dikembangkan menjadi empat komponen. Keempat komponen model pembelajaran itu adalah attention, relevance, confidence, dan satisfaction.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Untuk memperoleh hasil yang di perlukan dalam karya ilmiah, metode penelitian sangatlah menentukan efektif dan sistematisnya sebuah penelitian. Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, mempunyai langkah-langkah sistematis. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif, yang dapat di definisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang di tujuakan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik infeensi dari isi dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif Analisis ini ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak.

#### **B. Unit Analisis**

Unit analisis merupakan tingkat kesatuan data yang di kumpulkan selama tahap analisis data selanjutnya unit analisis adalah sumber informasi mengenai variabel yang akan diolah dalam penelitian.<sup>46</sup>

Krippendorff mendefinisikan unit analisis seperti yang dikutip oleh Eriyanto adalah sebagai apa yang di observasi, dicatat dan di anggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasannya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya:

---

<sup>46</sup> Sekaran, *Unit Analisis Statistik Data*, (Jakarta: Salemba 2008), hal. 57

1. Unit sintaksi (syntactical unit) adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi.
2. Unit proposional (propositional units) adalah unit analisis yang menggunakan pernyataan.
3. Unit fisik yaitu unit analisis yang menggunakan perhitungannya berdasarkan satuan panjang, kolom, inci, waktu dari pesan yang disampaikan.
4. Unit tematik yaitu unit analisis yang lebih melihat topik pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa.” Ia tidak berhubungan dengan kata atau kalimat seperti halnya dalam unit analisis sintaksis, proposional, dan referensial. Unit analisis ini relatif lebih mudah untuk dikerjakan. Peneliti tinggal membaca suatu teks dan menyimpulkan apa tema atau topik dari teks ini.<sup>47</sup>

Dalam karya ilmiah ini penulis menggunakan unit proposional, penulis melihat dan membaca isi pesan yang di sampaikan Anggota Grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Banda Aceh dalam media sosial WhatsApp fokusnya pada bulan Agustus sampai dengan September 2018 kemudian menyimpulkan apa tujuan topik dari status mereka tersebut, pengkajian ini hanya melihat dari aspek pesan dakwah.

---

<sup>47</sup>Eriyanto, *Analisis Isi, Pengantar Metodologi...*, 84

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data peneliti menggunakan tiga teknik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang terstandar. Caranya merekam kejadian, menghitungnya, mengukurnya dan mencatatnya. Jadi observasi disini adalah metode pengumpulan data berupa interaksi dan percakapan yang terjadi antara informan dan peneliti. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu pesan anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Kota Banda Aceh.

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik dimana penelitian memperoleh data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prastasi, notulen rapat, lengger, agenda dan lain sebagainya. Sumber utama metode ini adalah dari objek penelitian. Pada penelitian ini sumber dokumentasi

data diperoleh dari pesan-pesan anggota grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Kota Banda Aceh.

#### **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini fokus pada analisis isi grup whatsapp ikatan mahasiswa pidie jaya (IMPIJA) terhadap pengembangan dakwah sejak bulan Agustus 2018 sampai dengan September 2018.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Langkah awal yang penting Dalam analisis isi menentukan unit analisis. Krippendorff yang di teruskan Eriyanto dalam bukunya analisis Isi, mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang di observasi, di catat dan di anggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat di gambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat,. Bagian-bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar kita sebagai peneliti untuk melakukan pencatatan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah IMPIJA

Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) merupakan sebuah organisasi kader yang secara khusus memiliki sistem perkaderan sendiri, yang secara implisit termaktup dalam nilai-nilai dasar IMPIJA. Secara mendasar idiologi IMPIJA terarah pada hubungan relasional antara aspek normatif IMPIJA yaitu beriman, berilmu dan beramal. Sehingga dapat menemukan eksistensinya dalam tri komitmen IMPIJA (Keislaman, Kedaerahan dan Kemahasiswaan).

Di dalam komitmen keislaman tersirat suatu keistian untuk menjadikan islam sebagai cara pandang sekaligus dasar perjuangan, dalam komitmen kemahasiswaan tersurat suatu cita-cita keutamaan ilmu didalam IMPIJA, sedangkan komitmen kedaerahan adalah etos pengintegrasian dari semangat pluralistik masyarakat. Hal ini secara sederhana menjadi tonggak dari karakteristik IMPIJA dalam pergulatan dengan berbagai organisasi lainnya.

Dengan pengaktualisasian tri komitmen IMPIJA yang berdasarkan dari kesadaran mendalam untuk membangun IMPIJA di tengah tantangan zamannya. Syarat utama untuk mengaktualisasikan tri komitmen IMPIJA ini adalah kedewasaan serta mampu pengorganisasian anggota untuk menghadapi setiap tantangan dari perbedaan majemuk.

Dalam segi lain memiliki makna semangat berjuang yang mempunyai fungsi dan tujuan, sehingga ini merupakan sebuah kunci untuk menjadikan IMPIJA sebagai ruang alternatif dan ruang berjuang. Hal ini membutuhkan sebuah proses kaderisasi yang tidak sederhana, sehingga peran pengurus betul-betul sangat menentukan guna menompang pembentukan kader yang memiliki semangat berorganisasi dan menjadi keharusan bagi pengurus IMPIJA untuk terus memupuk dan memberikan motivasi kepada seluruh anggotanya.<sup>48</sup>

## **2. Visi dan Misi IMPIJA**

Visi: Sebagai sarana atau wadah silaturahmi dan komunikasi sesama mahasiswa Pidie Jaya, yang sedang berpendidikan agar tetap terjalin silaturahmi dan komunikasi serta keakraban sehingga tetap terbina dan terbangun persaudaraan antar sesama mahasiswa Pidie Jaya.

Misi: 1. Menjadi wadah kemahasiswaan asal Pidie Jaya guna mendorong terciptanya suasana kebersamaan antar anggota dengan latar belakang status sosial dan karakter yang berbeda-beda. 2. Menjadi wadah yang memberikan pencerahan kepada setiap anggotanya dan mahasiswa dan ikut berkontribusi dalam pembangunan untuk kemajuan daerah. 3. Menjadi wadah yang menjunjung tinggi nilai-nilai persaudaraan antar mahasiswa pada

---

<sup>48</sup> Dikutip Dari Pedoman Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga IMPIJA

umumnya. 4. Menjadi wadah untuk bertukar informasi umum, agama, budaya, dan kesenian yang ada pada mahasiswa pada umumnya.

### 3. Tugas dan Fungsi IMPIJA

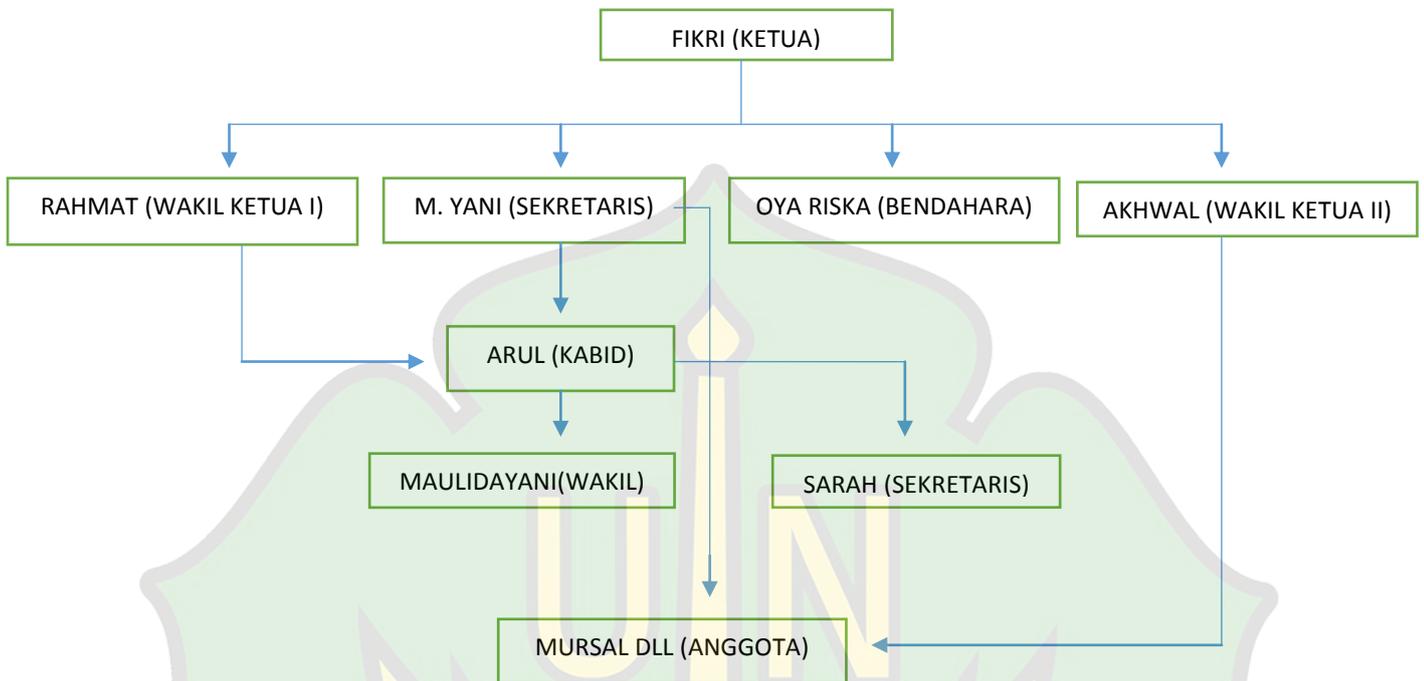
Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) adalah perangkat nonstruktural pada pemerintah Kabupaten Pidie Jaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Karena itu aturan-aturan yang menjadi “mainstring” diseluruh wilayah nusantara hendaknya menjadi paduan bagi lembaga IMPIJA. Panduan ini bukan berarti menutup kemungkinan adanya perbedaan di setiap lembaga organisasi dalam memandang tujuan, visi-misi organisasi masing-masing. Karena pada perbedaan merupakan penghargaan terhadap letak demokrasi yang sedang kita bangkitkan dan perjuangkan selama ini.

Oleh karena itu dengan mempertimbangkan era zaman dan karakteristik aceh yang khas, maka IMPIJA merupakan fungsi lembaga sebagai lembaga pengkaderan dengan tujuan membentuk mahasiswa yang berkualitas akademik, peneliti dan pengabdian yang sadar akan tanggungjawabnya dalam mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang di ridhai oleh Allah SWT.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Dikutip Dari Pedoman Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga IMPIJA

#### 4. Struktur Organisasi IMPIJA

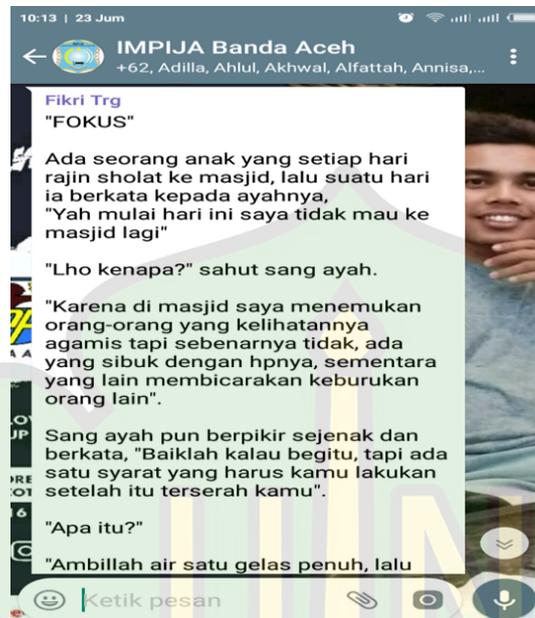


#### B. Hasil Penelitian

##### 1. Isi pesan grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA).

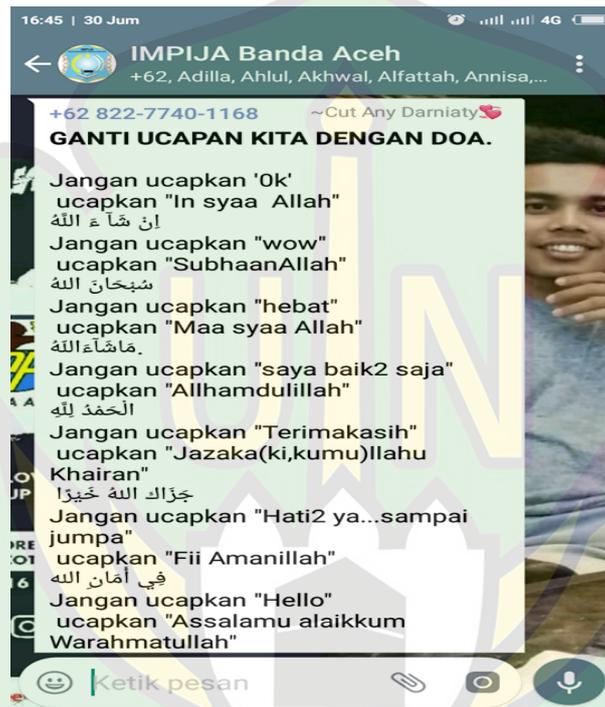
Grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) merupakan grup yang dibentuk oleh pengurus organisasi sebagai tempat untuk menyampaikan informasi umum dan khusus kepada seluruh anggota grup supaya semua memperoleh informasi yang akurat. Dalam penyampaian informasi anggota IMPIJA dapat bebas mengirim pesan yang perlu disampaikan dengan aturan tidak saling menghujat kebencian dan berbau sara dan pornografi. Grup ini bermacam-macam informasi yang disampaikan baik informasi sosial, olahraga, kesenian, politik, dakwah. dalam hal ini peneliti fokus pada penyampaian informasi pesan dakwah.

## a. Pesan Akhlak



Fikri, salah satu anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) meneruskan pesan yang berbunyi “ ada seorang anak yang setiap hari rajin sholat ke mesjid, lalu suatu hari ia berkata kepada ayahnya, yah mulai hari ini saya tidak mau ke mesjid lagi, loh kenapa? Sahut sang ayah. Karena dimesjid saya menemukan orang-orang yang kelihatannya agamais tapi sebenarnya tidak, ada yang sibuk dengan hpnya, sementara yang lain membicarakan keburukan orang lain. sang ayah pun berfikir sejenak dan berkata baiklah kalau begitu, tapi ada satu syarat yang harus kamu lakukan setelah itu terserah kamu”. Dalam hal ini pesan yang tersampaikan untuk mengajak anggota grup untuk tidak berpelaku tidak baik seperti membeicarakan keburukan orang lain dan sibuk menggunakan handphone ketika sedang dalam melaksanakan kewajiban yang telah Allah tetapkan kepada hamba-

Nya. Tujuan pengirim pesan ini untuk mengingatkan semua anggota grup agar tidak terjerumus kedalam hal yang tidak baik seperti membicarakan keburukan orang lain dan menggunakan handphone didalam melaksanakan kewajiban dirumah Allah SWT (mesjid ).<sup>50</sup>

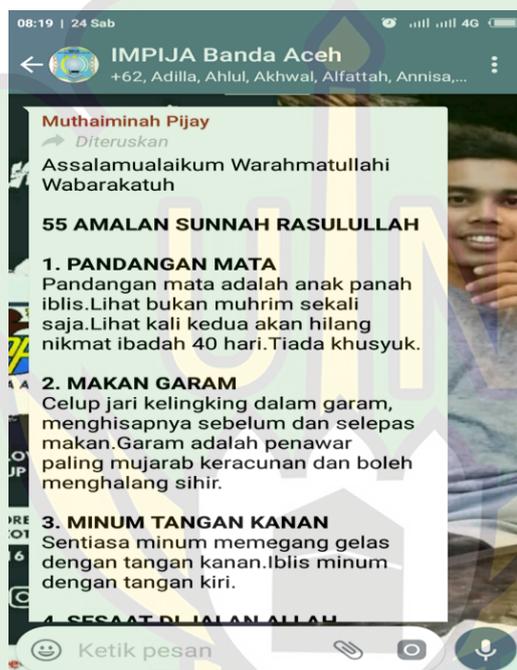


Cut Any Darmiaty, anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan yang berbunyi “ jangan ucapkan ok ucapkan insyallah, jangan ucapkan hebat ucapakan masyaallah, jangan ucapkan saya baik-baik saja ucapkan alhamdulillah, jangan ucapkan terimakasih ucapkan jazakallahu khairan, jangan ucapkan hat-hati ya sampai jumpa ucapkan fii aminillah”. Pesan ini disampaikan untuk mengajak agar setiap ucapan yang dikeluarkan dari mulut digantikan dengan ucapan doa supaya perkataan yang dikeluarkan lebih indah

<sup>50</sup>Fikri, *Anggota Grup IMPIJA*, Pengirim pesan pada tanggal 25 agustus 2018

atau baik didengar misalnya “wow digantikan dengan Subhanaallah”. Tujuan disampaikan pesan ini supaya anggota grup dapat memperindahkan setiap ucapan yang disampaikan kepada lawan bicara.<sup>51</sup>

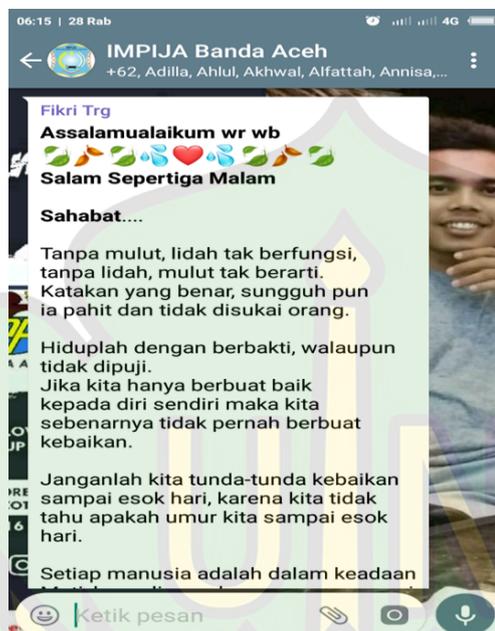
b. Pesan Syariah



Muthaiminah, juga merupakan salah satu dari banyak anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan yang mengajak mengikuti beberapa amalan sunnah Rasulullah SAW agar mendapat suatu pahala yang lebih didalam kesehariannya contoh “minum dengan tangan kanan”. Tujuan pengirim pesan ini untuk mengingat akan melakukan sunnah yang telah diajarkan Rasulullah

<sup>51</sup> Cut Any Darmiaty, *Anggota Grup IMPIJA*, Pengirim pesan pada tanggal 5 Agustus 2018

kepada umatnya dan juga sebagai bentuk yang perlu diikuti oleh anggota grup IMPIJA.<sup>52</sup>

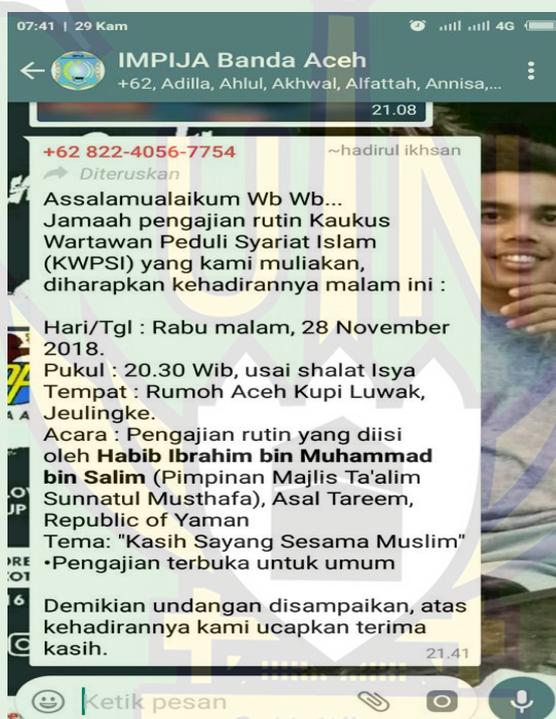


Fikri, merupakan ketua Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) juga mengirim yang isinya “ tanpa mulut, lidah tak berfungsi, tanpa lidah mulut tidak berarti, katakan yang benar, sungguh pun ia pahit dan tidak disukai orang. Hiduplah dengan berbakti, walaupun tidak dipuji. Jika kita hanya berbuat baik kepada diri sendiri maka kita sebenarnya tidak pernah berbuat kebaikan. Janganlah kita tunda-tunda kebaikan sampai esok hari, karena kita tidak tahu apakah umur kita sampai esok hari”. Isi pesan ini terus mengingatkan anggota grup untuk tidak menyinyakan atau menunda-nunda waktu untuk berbuat suatu kebaikan karena mengingat umur yang tidak pernah diketahui masih adakah besok untuk bisa dinikmati contoh “berbakti kepada orang

<sup>52</sup> Muthaimnah, *Anggota Grup IMPIJA*, Pengirim pesan pada tanggal 17 september 2018

tua”. Tujuan dari pesan yang disampaikan untuk merenungkan kembali bahwa dalam hidup jangan pernah menunda-nunda segala suatu yang dianggap merupakan suatu kebaikan, apalagi manusia yang tidak pernah mengetahui berapa lama akan hidup di muka bumi yang Allah ciptakan ini.<sup>53</sup>

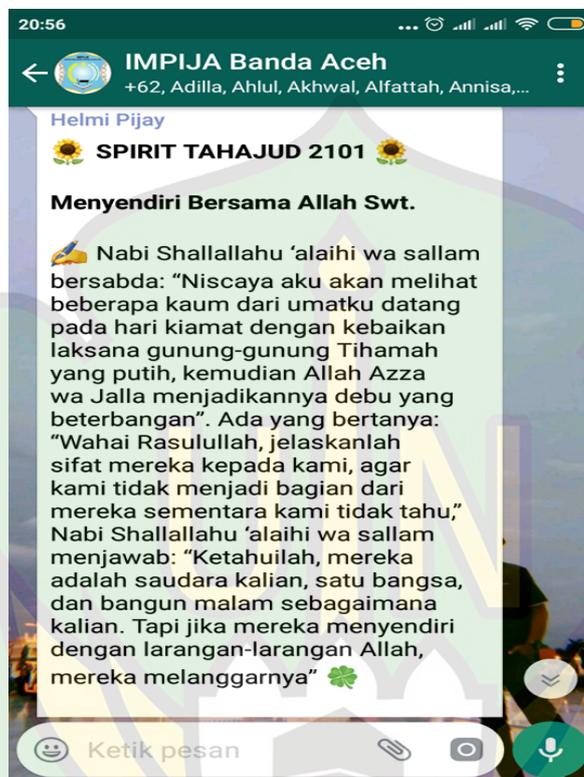
c. Pesan Aqidah



Hadirul Ihsan, anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan untuk mengajak untuk mengikuti pengajian rutin Kaukus Wartawan Peduli Syariat Islam (KWPSI) yang rutin dilaksanakan setiap Rabu malam habis shalat isya bertempat di rumah Aceh jeulingke. Tujuan menyampaikan pesan ini agar anggota grub dapat meluangkan waktu dalam satu minggu sekali dapat mengikuti

<sup>53</sup> Fikri, *Anggota Grup IMPIJA atau Ketua IMPIJA*, Pengirim pesan pada tanggal 6 Agustus 2018

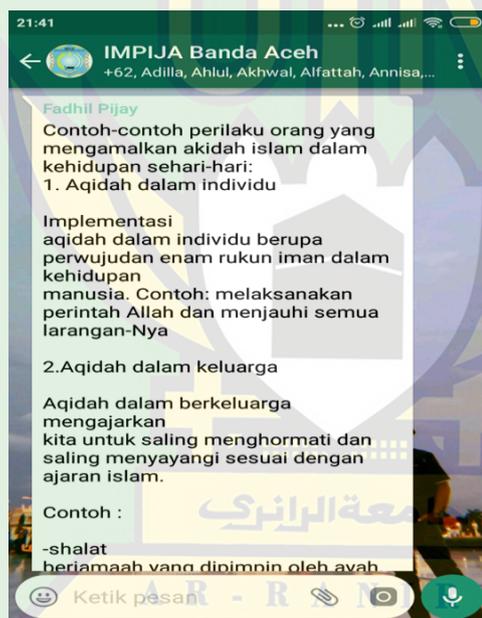
pengajian rutin KWPSI ini supaya dapat menambah ilmu agama serta dapat mempereratkan silaturahmi.<sup>54</sup>



Helmi Syahputra, anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan yang berbunyi “ Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda niscaya aku akan melihat beberapa kaum dari umatku datang pada hari kiamat dengan kebaikan laksana gunung-gunung Tihamah yang putih, kemudia Allah Azza wa jalla menjadikannya debu yang berterbangan. Ada yang bertanya: wahai Rasulullah, jelaskanlah sifat mereka kepada kami, agar kami tidak menjadi bagian dari mereka sementara kami tidak tahu. Nabi Shallallahu alaihi wa sallam menjawab: ketahuilah, mereka adalah

<sup>54</sup> Hadirul Ihsan, *Anggota Grup IMPIJA*, Penerima pesan pada tanggal 15 Agustus 2018

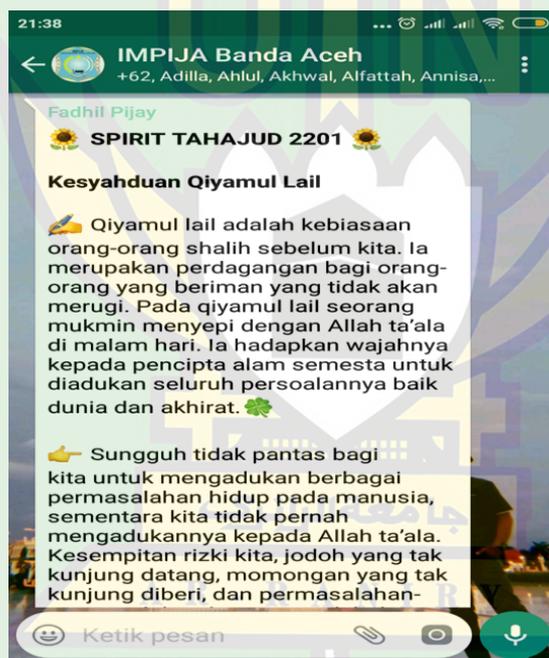
saudara kalian, satu bangsa, dan bangun malam sebagaimana kalian. Tapi jika mereka menyendiri dengan larangan-larangan Allah, mereka melanggarnya”. Pesan ini mengingatkan agar mempunyai rasa takut kepada sang maha pencipta langit dan bumi Allah swt. Seperti yang disebutkan dalam pesan ini “takutlah kepada Allah dalam keadaan tersembunyi dan nampak”. Tujuan dari pengirim pesan agar anggota grub memiliki rasa takut kepada Allah swt dalam berbuat suatu kejahatan ataupun ketika berada dalam keadaan apapun yang dianggap tidak baik untuk dilakukan.<sup>55</sup>



Fadhil, merupakan salah satu anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan “ conto-contoh perilaku orang yang mengamalkan akidah islam dalam kehidupan sehari-hari. Yang pertama akidah dalam individu. Implementasi akidah dalam individu

<sup>55</sup> Helmi Syahputra, *Anggota Grup IMPIJA*, Penerima pesan pada tanggal 13 September 2018

berupa perwujudan enam rukun iman dalam kehidupan. Contoh: melaksanakan perintah Allah dan menjauhi semua larangannya. Kedua akidah dalam keluarga, akidah dalam berkeluarga mengajarkan kita untuk saling menghormati dan saling menyayangi sesuai dengan ajaran islam”. Pesan ini bermakna tentang penjelasan mengamalkan akidah islam dalam kehidupan sehari-hari, misalnya “mewujudkan enam rukun iman dalam kehidupan manusia”. Tujuan dari pengirim pesan ini agar anggota grup dapat membaca sampai dengan habis dan dapat mengamalkan apa yang sudah diketahui.<sup>56</sup>



Fadhil, merupakan salah satu anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mengirim pesan “ kesyahduan Qiyamul Lail, Qiyamul lail adalah kebiasaan orang-orang shalih sebelum kita. Ia merupakan perdagangan bagi orang-orang yang beriman yang tidak akan merugi.

<sup>56</sup>Fadhil, *Anggota Grup IMPIJA*, Pengirim Pesan pada tanggal 22 September 2018

Pada qiyamul lail seorang mukmin menyepi dengan Allah ta'ala dimalam hari. Ia dihadapkan wajahnya kepada sang pencipta alam semesta untuk diadakan seluruh persoalan baik dunia dan akhirat. Sungguh tidak pantas bagi kita untuk mengadakan berbagai permasalahan hidup pada manusia, sementara kita tidak pernah mengadukannya kepada Allah ta'ala". Pesan ini tentang penjelasan bagaimana kita gunakan waktu untuk mempunyai kesempatan bertemu dengan Allah. Seperti dalam hal ini anggota grup mengirim pesan dengan Ajakan "berdialog dengan Allah" dengan tujuan agar anggota grup menyadari setiap kesedihan dan kesusahan ada tempat untuk menagadu yaitu kepada Allah.<sup>57</sup>

## **2. Analisis isi pesan terhadap pengembangan dakwah Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA)**

- a. Pada bulan Agustus 2018 sampai dengan September 2018 grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) menyampaikan informasi 150 pesan informasi, namun tidak semua pesan yang di informasikan mengandung pesan-pesan dakwah, seperti pesan belanja online, wisata dan iklan.
- b. Dari keseluruhan pesan informasi di grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA), peneliti hanya mengambil 8 (delapan) pesan yang mengandung pesan-pesan dekawah, dengan kategori pesan aqidah, akhlak dan syariah.

---

<sup>57</sup>Fadhil, *Anggota Grup IMPIJA*, Pengirim Pesan Pada Tanggal 13 Sempتمبر 2018

- c. Berikut ini merupakan hasil pesan grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) mulai dari bulan Agustus 2018 sampai dengan September 2018 adalah sebagai berikut:
- Pesan dakwah kategori aqidah berjumlah 4 pesan
  - Pesan dakwah kategori akhlak berjumlah 2 pesan
  - Pesan dakwah kategori syariah berjumlah 2 pesan
- d. Dapat kita ambil kesimpulan, bahwa lebih dominan pesan dakwah kategori akhlak pada pesan informasi grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) pada bulan Agustus 2018 sampai dengan September 2018.
- e. Berdakwah di grup WhatsApp harus memiliki strategi yang bagus agar dakwahnya dapat selalu dibaca dan diikuti anggota grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA). Salah satu strategi itu, materi dakwah harus relevan dengan masalah dan isu yang sedang menjadi pembicaraan di anggota grup IMPIJA.

### **C. Pembahasan**

Pesan dakwah yang disampaikan pada grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) memiliki ragam pesan namun, ada tiga pesan yang peneliti lakukan meliputi pesan syariah, aqidah, dan akhlak. Ketiga pesan yang disampaikan memiliki makna yang berbeda. Adapun kajian teori yang penulis jabarkan sangat erat kaitannya dengan hasil penelitian yang penulis lakukan, dimana teori pengharapan nilai mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mengelola media sosial dan teori ini juga

memiliki pendekatan perilaku, niat, atau sikap yang terkandung didalamnya. Adapun pesan yang disampaikan melalui media sosial dalam hal ini grup whatshap (IMPIJA) tidak terlepas dari niat perilaku dengan tujuan agar semua anggota grup dapat menerima serta membaca pesan, kemudian mampu mengikuti ajakan-ajakan dakwah sebagaimana yang anggota grub sampaikan didalamnya.

Hasil penelitian keseluruhan peneliti mendapat delapan pesan dakwah yang berbeda didalam grup Ikatan Mahasiswa Pidie jaya (IMPIJA) terbagi pesan aqidah memiliki tiga pesan, pesan syariah memiliki dua pesan dan pesan akhlak memiliki dua pesan. Dalam menyampaikan pesan dakwah seringkali diharapkan mampu mencerminkan nilai-nilai dakwah yang di dalamnya terkandung nilai, sikap dan perilaku sesuai tuntunan dan ajaran yang telah diterapkan dalam pandangan islam.

Disisi lain pesan yang berbasis pengembangan dakwah yang disampaikan sebagian besar juga tidak tersampaikan langsung dikarenakan banyak pesan lain yang menanamkan pesan dakwah, sehingga pesan tersebut tidak dapat dibaca oleh anggota grup (pengguna whatshap). Adapun dari setiap pengirim pesan yang berbasis pengembangan dakwah juga menginginkan setiap pesan yang dikirim dapat dibaca oleh semua penghuni grub dengan tujuan pesan yang disampaikan bisa terbagikan dan meningkatkan pengembangan dakwah melalui media sosial dalam hal ini whatshap.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan temuan dan analisis data, berikut akan dipaparkan kesimpulan penelitian, yang pertama jawaban atas pertanyaan pokok maupun penunjang pada penelitian ini. Pertanyaan pada penelitian ini yaitu apa saja isi pesan dakwah dalam grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA), kemudian bagaimana isi pesan tersebut dalam pengembangan dakwah.

#### **A. Kesimpulan**

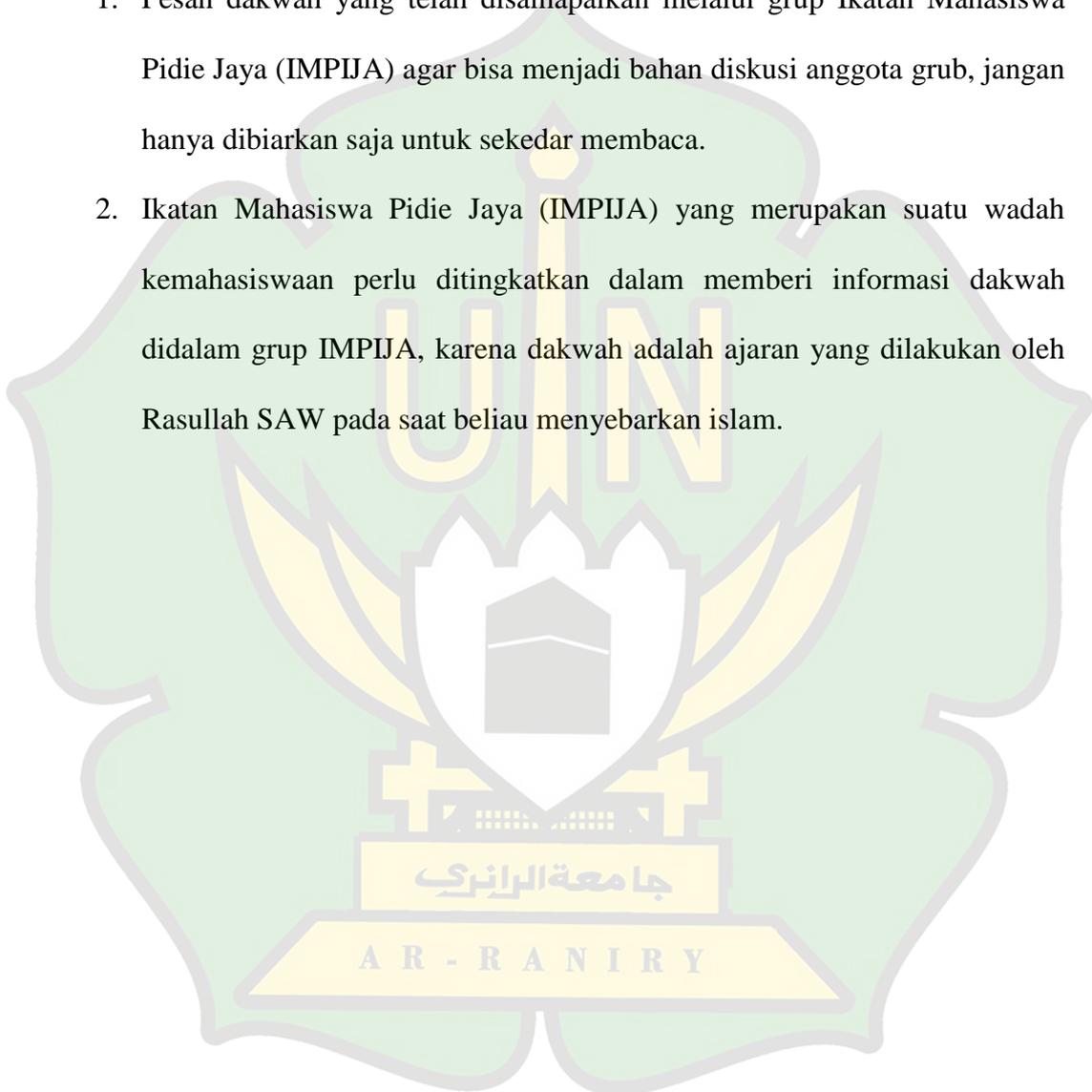
Dari analisis data yang telah penulis lakukan, maka pada bab penutup ini peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan dakwah yang disampaikan melalui grup WhatsApp Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) dapat menyebar kepada semua anggota grup berupa pesan aqidah, akhlak, dan syariah. Untuk dapat mengikuti perkembangan zaman demi keberhasilan dakwah itu sendiri.
2. Isi pesan yang disampaikan didalam grup Ikatan Mahasiswa Pidie jaya (IMPIJA) sangat bersentuhan dengan apa yang anggota grup rasakan dalam kesehariannya. Dengan adanya informasi dakwah anggota grup dapat sesekali dapat merenungkan kembali bahwa hidup didunia hanyalah sementara dan akhiratlah tempat kemabali manusia selama-lamanya.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka, penulis mencoba mengemukakan beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pesan dakwah yang telah disampaikan melalui grup Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) agar bisa menjadi bahan diskusi anggota grub, jangan hanya dibiarkan saja untuk sekedar membaca.
2. Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) yang merupakan suatu wadah kemahasiswaan perlu ditingkatkan dalam memberi informasi dakwah didalam grup IMPIJA, karena dakwah adalah ajaran yang dilakukan oleh Rasulullah SAW pada saat beliau menyebarkan islam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana, 2007, *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. Bonacich, Phillip.
- Agung Kurniawan, 2005, *Tranformasi Pelayanan Publik*, Yogyakarta: penerbitan
- Anshari, 1993, *Pemahaman dan pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlash
- Dailey, Patrick R, 2009, *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture*
- Denis McQuail, 1992, *Teori komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga
- E. Hasan Saleh, 2000, *Studi Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*, Jakarta: Penerbit ISTN
- Hamka, 1983, *Tafsir Al-Azhar*, Jakarta: PustakaPanjimas
- Hamzah Ya'kup, 1981, *Da'wah Islam*, Dipenogoro: Haji Penerbitan
- Harun Nasution, dkk, 2004, *Ensiklopedia Media Islam Indonesia Pengantar Studi Akhlak*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Jumantoro, 2001, *Psikologi Dakwah dan Aspek-aspek Kejiwaan yang Qur'ani*, Jakarta: Wonosobo
- Lev Manovich, 2009, *The New Media Reader*. Jakarta: Gramedia
- M. Abdul Mujieb, 1994, *Kamus Istilah Fiqih*, Jakarta: PT. Pustaka Firdaus
- Martin Lister, 2003, *New Media: A Critical Introduction*. Jakarta: CemerlangKarya
- M. QuraishShihab, 2002, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: LenteraHati
- M. Munir dan Wahyu, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media
- Mulyati, 2014, *Terampil Berbahasa Indonesia untuk perguruan Tinggi*, Jakarta: Prenada Media
- Onongch janaeffendy, 2006, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Pimay, 2005, *Strategi dan Metode Dakwah*, Semarang: RaSAIL

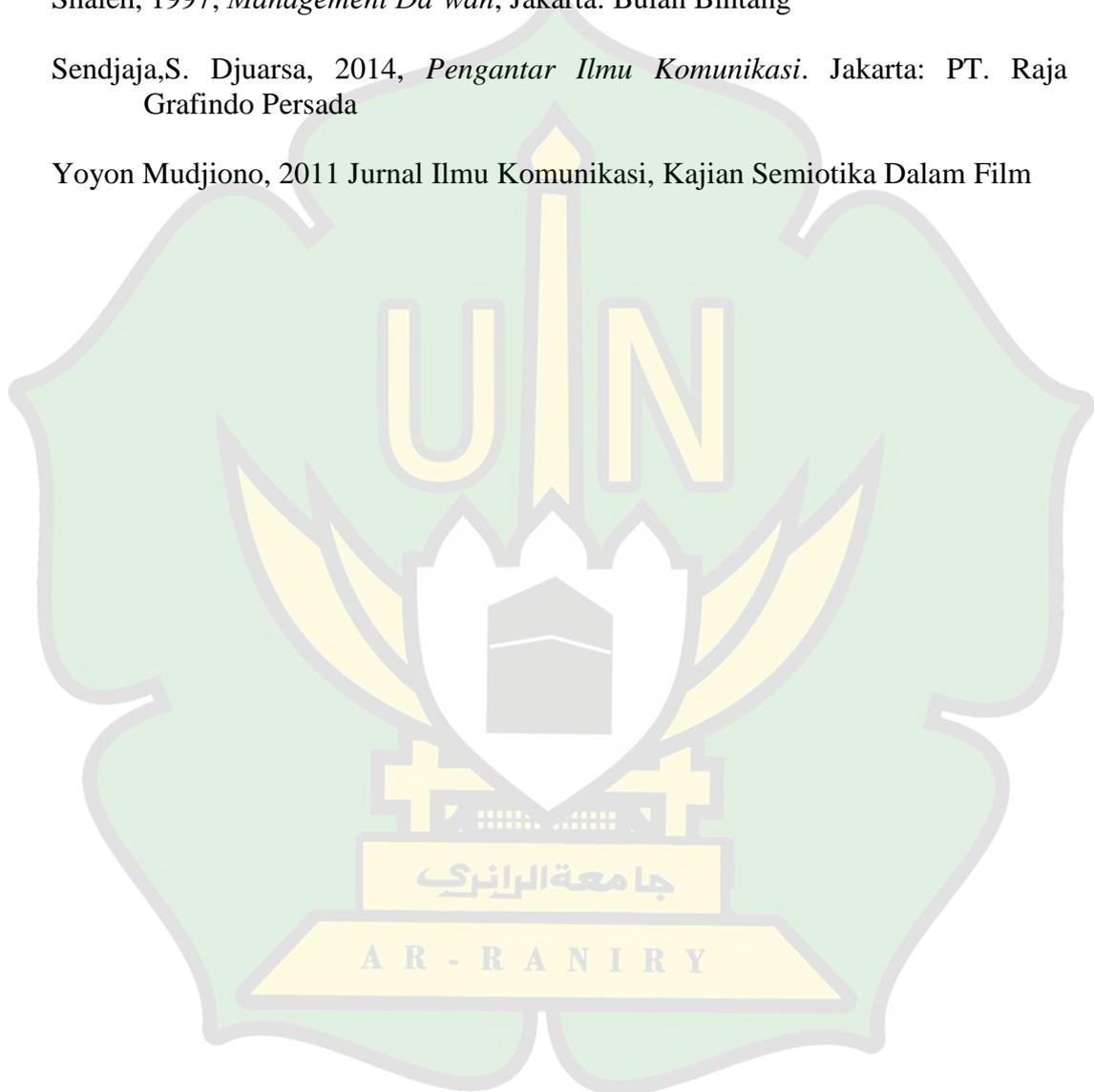
Rakhmat, 2008, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sanwar, 1986, *Pengantar Study Ilmu Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang

Shaleh, 1997, *Management Da'wah*, Jakarta: Bulan Bintang

Sendjaja,S. Djuarsa, 2014, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja  
Grafindo Persada

Yoyon Mudjiono, 2011 *Jurnal Ilmu Komunikasi, Kajian Semiotika Dalam Film*



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1088/Un.08/FDK/KP.00.4/02/2018

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Fajri Chairawati, S. Pd. I., MA..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Taufik, SE, Ak., M. Ed..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Muhammad Hawanis

NIM/Jurusan : 140401087/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : Analisis Isi Grup Whatshap Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Terhadap Pengembangan Dakwah

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 19 Februari 2018 M

3 Jumadil Akhir 1439 H

Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah. arraniry.ac.id

Nomor : B.388/Un.08/FDK.I/PP.00.9/01/2019  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

23 Januari 2019

Kepada  
Yth, **Ketua Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA)**

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Muhammad Hawanis / 140401087**  
Semester/Jurusan : **IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**  
Alamat sekarang : **Gampong Lamglumpang Kec. Ulee Kareng Kota Banda Aceh**

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "*Analisis Isi Grup Whatshap Ikatan Mahasiswa Pidie Jaya (IMPIJA) Terhadap Pengembangan Dakwah.*"

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam  
an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,



# LAMPIRAN

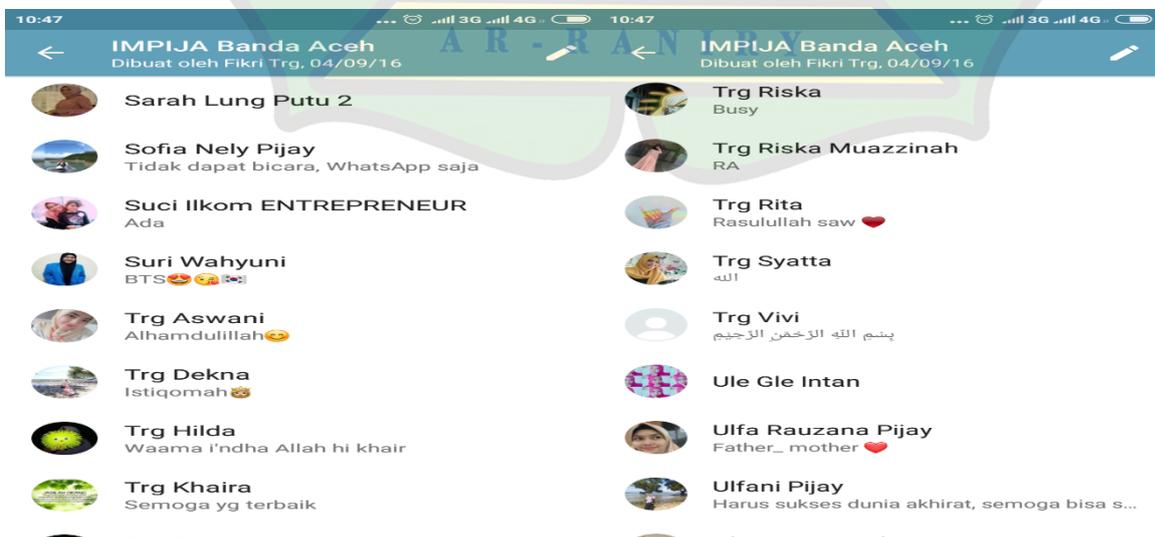
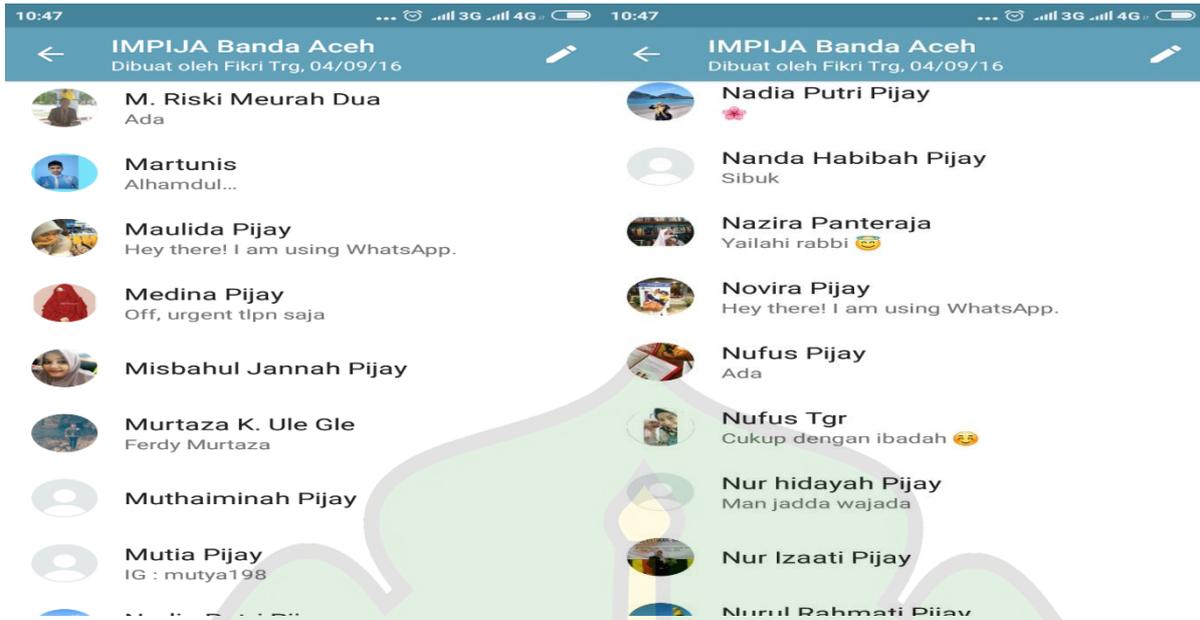
10:46 IMPIJA Banda Aceh Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16 246 peserta

- Anda Bismillahirrahmanirrahim
- Akhwal Pijay Admin Grup
- Eka Trg Admin Grup
- Fikri Trg IMPIJA Admin Grup
- Iqlima Pijay Admin Grup
- Maulidayani Pijay Admin Grup Yang ta gaseh bek meuri, yang ta benci be...
- Mulyana Idris Pijay Admin Grup Hey there! I am using WhatsApp.
- Nur Imanda Pijay Admin Grup Sabar & ikhlas. semua akan baik saia sela...
- Nur Imanda Pijay Admin Grup Sabar & ikhlas, semua akan baik saja sela...
- Oya Impija Sibuk Admin Grup
- Pii Yani Admin Grup
- Trg Arul Admin Grup Lucious Lawliet
- +62 812-6007-2825 Admin Grup ~~hmmmm
- +62 821-6565-6213 Admin Grup Comparative Law FSH UI... ~Fachrul Razi
- +62 821-8164-9329 Admin Grup تمن علم ~Manteng Di Donya
- +62 822-7292-7364 Admin Grup Sedang tidur ~Misbahuddin
- +62 822-9581-8669 Admin Grup Ada ~muksal
- +62 822-9952-8749 Admin Grup ~D
- +62 823-1501-2407 Admin Grup ~RIZKI MAULANA
- +62 852-1775-1365 Admin Grup
- +62 852-9795-6202 Admin Grup mursal\_alfatih ~Mursal Al-fatih
- +62 853-5850-0780 Admin Grup Sibuk ~Al Busairi
- +62 853-6167-4242 Admin Grup ~Akmal Firdaus
- +62 853-6196-9098 Admin Grup Sibuk ~Naziratul Husna
- +62 813-6442-7852
- Adilla Pijay Hey there! I am using WhatsApp.
- Ahlul Fikry Pijay
- Alfattah Trg Maka nikmat Tuhanmu y... "فياي الاء زينكما تكذبين"
- Annisa Yusni Pijay Ada
- Aulia Trg MIRZA
- Cut Misni Pijay Chemistry Educ...
- Dek Ka Pijay
- Helmi Pijay Ada
- Humaira Pijay NsH
- ilma Pijay لا تقنطوا من رحمة الله
- Impija Nurhanisah Sedang tidur
- Junicca Pijay 김태형
- Lia Trg الله
- Lidya Pijay
- Lusi Trg Have no special talent, but personality curi...

10:46 IMPIJA Banda Aceh Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

- Eka Satria Pijay
- Eliana Pijay Senambong perjuangan
- Fadhil Pijay Life goes on...
- Fauzan Trg Sibuk
- Fazillah Pijay
- Fazliatul Husna Pijay Allah dulu, Allah lagi, Allah terus
- Ghafar IMPIJA Muhammad Ghafar
- Hanif Bandar Dua MUFC

10:47 IMPIJA Banda Aceh Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16



10:47 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

-  **Ulim Nurjannah**  
Ada
-  **Umam Trg**  
"PENGALAMAN ADALAH GURU TERBAIK"
-  **Vira Pijay**
-  **Zikra Pijay**
-  **+62 811-3363-004**  
~Dani
-  **+62 811-6808-277**  
~Rizha Maulana, ST
-  **+62 812-1075-6060**  
Hey there! I am using WhatsApp.
-  **+62 812-1959-7204**  
~Khairul Annas Yusuf

10:47 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

-  **+62 812-2161-3151**  
FE.Management "18" ~Muhazir
-  **+62 812-3605-9738**  
Bismillah 🙏🙏🙏 ~Ikhsan Muhammad
-  **+62 812-6010-7909**  
Ada ~Cut Lisanun zikir 🌹
-  **+62 812-6016-8218**
-  **+62 812-6286-3070**  
~adyani
-  **+62 812-6298-4824**  
Al-Quran memuji para pemilik hati yang...
-  **+62 812-6397-1157**  
Ada ~oja
-  **+62 812-6441-3253**  
Sleepyhead\_zz ~lizarzna\_

10:47 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

-  **+62 812-6580-0916**  
Della Rizki Putri, 081262034347
-  **+62 812-6949-8353**  
Dijalani, dinikmati, disyukuri ~yuni maya
-  **+62 812-7504-0139**  
Sibuk ~Mahlil My
-  **+62 812-9128-2541**  
Country road take... ~Muhammad Rafsanjani
-  **+62 812-9643-8342**
-  **+62 813-4479-9698**  
~Raihan Fazillah
-  **+62 813-6093-2816**  
Berak jangan lupa cebok 😊 ~Mmmm
-  **+62 813-7515-9169**  
😊 ~irma23

10:48 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

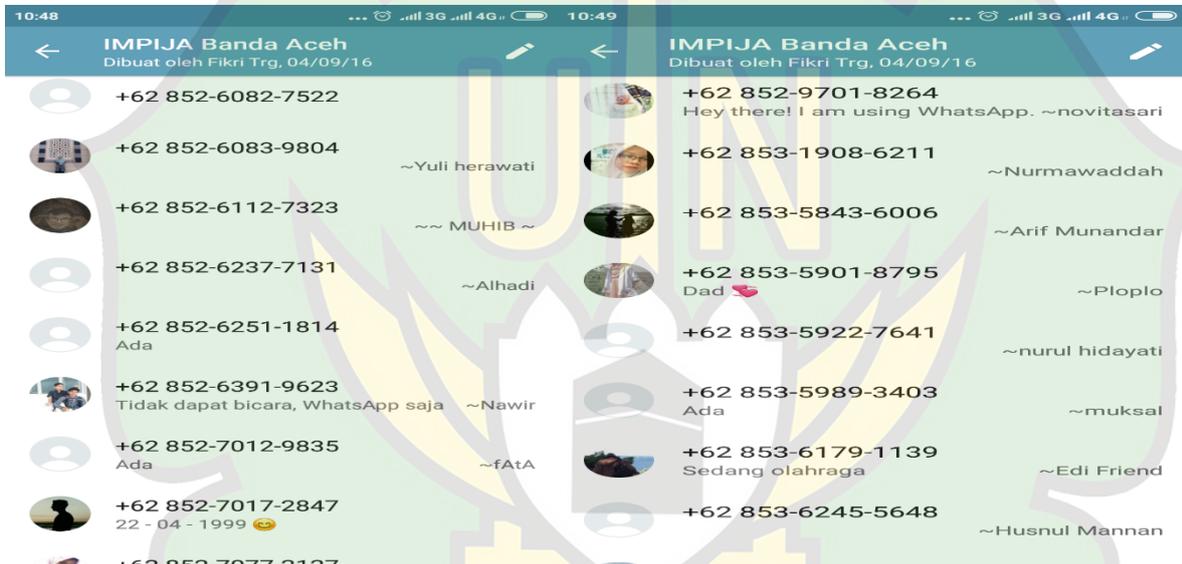
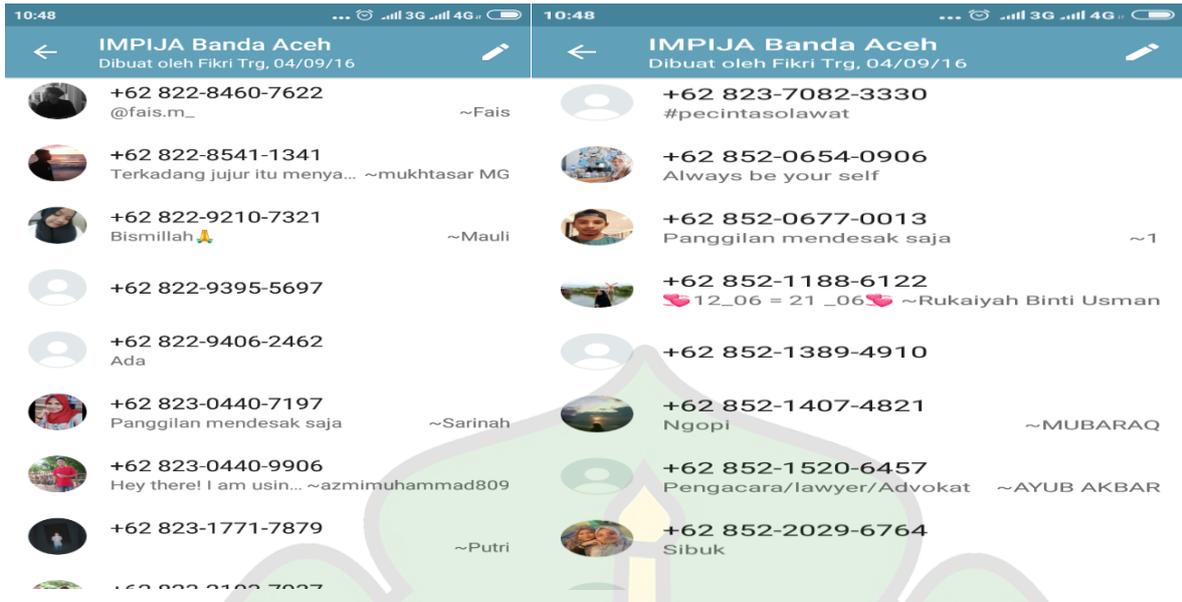
-  **+62 822-4056-7754**  
Waktu... ~hadirul ikhsan
-  **+62 822-4190-2987**
-  **+62 822-4569-8157**  
شعرتني فؤسح
-  **+62 822-5401-7658**  
Cukup Dikenal, Nggak Perlu Terkenal
-  **+62 822-5755-4189**
-  **+62 822-6100-2417**  
~Raihan Fazillah
-  **+62 822-6723-6092**  
@nailatulmuna73 ~Dede Naila
-  **+62 822-6735-4881**

10:48 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

-  **+62 821-6014-0054**  
04mei ~NazilaAmelia12
-  **+62 821-6102-7589**  
Allah 🌹 ~Delvina
-  **+62 821-6307-8525**  
Sibuk
-  **+62 821-6507-0290**  
Ada
-  **+62 821-6543-0247**  
Ada
-  **+62 821-6633-0537**  
Sibuk
-  **+62 821-6634-1943**  
Kaa 🍌 ~Eka Juliana
-  **+62 821-6775-5741**  
Cinta dan rindu itu urusan... ~rahayutivani rs
- +62 822-1404-3048**

10:48 IMPIJA Banda Aceh  
Dibuat oleh Fikri Trg, 04/09/16

-  **+62 822-7641-6300**  
Dark
-  **+62 822-7642-0652**  
Ahlussunnah wal jamaah 🌹 ~Putri SR
-  **+62 822-7653-7407**  
S.pd ~Muyasir
-  **+62 822-7720-4494**  
Ada ~Ichsan Andhika
-  **+62 822-7730-4005**
-  **+62 822-7740-1168**  
Tidak dapat bicara, W... ~Cut Any Darniaty 🌹
-  **+62 822-7758-2624**  
~Dea
-  **+62 822-8122-4300**  
22 n... 🌹🌹🌹🌹🌹🌹🌹



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Muhammad Hawanis
2. Tempat / Tgl. Lahir : Desa Paya /05/07/ 1995  
Kec. Trienggadeng Kab. Pidie Jaya
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 140401087/ KPI
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Desa Paya
  - a. Kecamatan : Trienggadeng
  - b. Kabupaten : Pidie Jaya
  - c. Propinsi : Aceh
8. Email : m.hawanis05@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : Tahun Lulus 2006
10. MTs/SMP/Sederajat : Tahun Lulus 2010
11. MA/SMA/Sederajat : Tahun Lulus 2013
12. Diplomat Tahun Lulus

### Orang Tua/ Wali

13. Nama Ayah : Abubakar
14. Nama Ibu : Nurbaiti (alm)
15. Pekerjaan Orang Tua : Petani
16. Alamat Orang Tua : Desa Paya
  - a. Kecamatan : Trienggadeng
  - b. Kabupaten : Pidie Jaya
  - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 24 Januari 2019

Peneliti,

Muhammad Hawanis