

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM AKUN TWITTER  
FELIX SIAUW**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Penyusunan Skripsi**

**OLEH:**

**MUMTAZ AFIF SALEH**

**NIM. 11210141**

**PEMBIMBING:**

**MOHAMMAD ZAMRONI, S.Sos.I., M.Si.**

**NIP. 19780717 200901 1 012**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto. Telp. 0274-515856. Yogyakarta 55281. E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1787 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM AKUN TWITER FELIX SIAUW

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUMTAZ AFIF SALEH  
NIM/Jurusan : 11210141/KPI  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 21 September 2015  
Nilai Munaqasyah : 88 (A/B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.

NIP 19780717 200901 1 012

Penguji II,

Drs. H. M. Kholili, M.Si.

NIP 19590408 198503 1 005

Penguji III,

Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.

NIP 19680501 199303 1 006

Yogyakarta, 1 Oktober 2015

Dekan,



Dr. Surjannah, M.Si

NIP 19600310 198703 2 001



---

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mumtaz Afif Saleh  
NIM : 11210141  
Judul Skripsi : ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN *TWITTER*  
FELIX SIAUW

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 15 September 2015

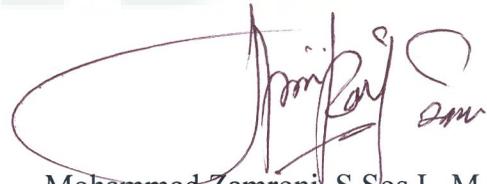
Mengetahui:

Ketua Jurusan  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



  
Khoirul Ummatin, S.Ag. M.Si.  
NIP. 19710328 199703 2 001

Pembimbing



Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.  
NIP. 19780717 200901 1 012

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mumtaz Afif Saleh

NIM : 11210141

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN *TWITTER* FELIX SIAUW adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 15 September 2015

Yang menyatakan,



Mumtaz Afif Saleh

NIM. 11210141

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ini Penulis Persembahkan Untuk:

Bapak Dan Ibuk Yang Paling Hebat Sedunia Untukku.

Adik-Adik Tersayang, Vickry Dan Alvyn.

GWS Family! Teman Dan Keluarga Kecilku Dalam Apa Saja (Tohari, Buddin, Fahmi, Chandra, Maul, Umam, Matien, Rizky, Iwan, Mas Joko, Nabil, Halim, Rifky, Hilman, Wira, Anjani, Sandika, Dini, Vina, Emak, Palupi, Ani, Berlian, Ayu Gocil, Dan Wilda).

Terimakasih Untuk Waktu, Cinta, Kasih, Haru, Pengalaman, Doa Dan Motivasi Yang Dicurahkan Padaku.

Almamterku Tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **MOTTO**

*“dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”*

*-(Qs Al-Insyirah: 8)-*

*“Saat nafas pertama hidup kita dimulai, kamera telah berputar tuk mengambil gambar. Maka berbahagialah, karena kita semua menjadi yang terpilih dan mendapatkan peran nikmatnya.”*

*-Rocket Rockers — Hidup Kita Adalah Film Terbaik Sepanjang Massa-*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya. Shalawat serta salam saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pelita kehidupan bagi umatnya, sahabat-sahabatnya, para ulama, dan kita sebagai umatnya yang senantiasa mengikuti ajaran-ajaran Beliau.

Dengan ridho dari Allah SWT, Alhamdulillah penulisan skripsi ini telah selesai yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun *Twitter* Felix Siauw. Dalam penulisan Skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak bantuan moral maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. H. Akhmad Minhaji, MA.,Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).
3. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik dan skripsi yang selalu memberi motivasi, nasehat, selalu memperhatikan mahasiswa bimbingannya, dan dengan ikhlas telah membimbing, terimakasih atas kesabaran dalam menuntun saya selama perkuliahan.
4. Seluruh dosen dan karyawan terimakasih atas ilmu yang diberikan dan senyuman yang dituangkan kepada para mahasiswannya.
5. Bapak Radino dan Ibuk Rosmalayani, yang telah memberikan kasih sayang, pelajaran, dukungan, doa dan motivasi yang tak terhingga untuk penulis. Orang tua terbaik sedunia.
6. Adik-adikku Vickry dan Alvyn terimakasih sudah memberi semangat kepadaku, semoga kalian diberkahi dan dimudahkan segala urusannya oleh Allah SWT, Amin. *And always remember bro! London is red! Not blue or white!*
7. GWS Family! Teman Dan Keluarga Kecilku Dalam Apa Saja (Tohari, Buddin, Fahmi, Chandra, Maul, Umam, Matien, Rizky, Iwan, Mas Joko, Nabil, Halim, Rifky, Hilman, Wira, Anjani, Sandika, Dini, Vina, Emak,

Palupi, Ani, Berlian, Ayu Gocil, dan Wilda). Terimakasih untuk segalanya! *Long Live The GWS!*

8. Tri Anjani, untuk simbol hati, senja, waktu, cerita dan masa depan yang masih kita perjuangkan bersama. *Te Amo. Thank you.*
9. M. Bayu Nasich, Sumek, Bos Pita, Nana “Sahabat Receh”, Putek, Mak Helga, Kokom, Ali, Ridho, Ngrajun Ceria, warga Lanza, ZNC 011, yang selalu siap dijadikan tempat mengeluh dan memberikan dukungan untuk memacu penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Zizi, Markonah, Dini, Hisdan, Dinda, Yamin, Nisa, Marti, Sukir, Pakdhe, Ida Setyana dan seluruh teman-teman KPI 2011, pejuang dalam mendapatkan ilmu. Semoga sukses selalu.
11. Sahabat-sahabatku di UKM JCM semua generasi, teruslah berkarya dan sukses selalu.
12. Teman TK, SD, SMP, SMA, Teman Skripsi, Teman Ngopi, Teman Liburan, Teman Olahraga, Teman Dunia Maya, Teman Makan, Teman Perpustakaan, dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga selalu dimudahkan dan di ridhoi oleh Allah SWT dalam hal apa saja.

Akhir kata, penulis menyampaikan permohonan maaf atas segala kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki.

Yogyakarta, 13 September 2015  
Peneliti

Mumtaz Afif Saleh  
NIM: 11210141

## ABSTRAKSI

Mumtaz Afif Saleh, 1121041, 2015. Skripsi: **Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun *Twitter* Felix Siauw**. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dakwah pada dasarnya adalah upaya menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan terhadap apa yang selalu diserukan Islam. Seiring dengan perkembangan zaman kegiatan berdakwah dapat dilakukan melalui berbagai macam media yang ada, salah satunya dengan media sosial *twitter*. Felix Siauw adalah salah satu ustad yang menggunakan *twitter* sebagai media penyampai dakwahnya dengan *username* @felixsiauw.

Penelitian ini meneliti terhadap penyampaian pesan dakwah yang terkandung dalam akun *twitter* Felix Siauw menggunakan analisis isi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dari *tweet-tweet* yang terdapat pada *timeline* @felixsiauw pada perodesasi 1 Januari 2015 hingga 28 Februari 2015 dengan jumlah sampel populasi sebanyak 87 *tweet*. Unit analisis yang digunakan adalah materi pesan dakwah yang dibagi menjadi materi pesan Aqidah, Ibadah, dan Akhlak.

Kesimpulan dari hasil penelitian analisis isi pesan dakwah dalam akun *twitter* Felix Siauw adalah materi pesan dakwah dengan kategori aqidah terdapat 19 *tweet* atau 21.8%, kategori pesan ibadah terdapat 32 *tweet* atau 36.8%, dan kategori pesan akhlak terdapat 36 *tweet* atau 41.4%

**Kata Kunci : Pesan Dakwah, *Twitter*, Felix Siauw**

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....  | ii   |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....   | iii  |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....  | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....  | v    |
| MOTTO.....  | vi   |
| KATA PENGANTAR.....   | vii  |
| ABSTRAKSI .....   | x    |
| DAFTAR ISI.....   | xi   |
| DAFTAR TABEL .....  | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xiv  |
| <b>BAB I: PENDAHULUAN</b>   |      |
| A. Latar Belakang Masalah .....   | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....  | 4    |
| C. Batasan Masalah .....  | 4    |
| D. Tujuan Penelitian .....  | 5    |
| E. Manfaat Penelitian .....   | 5    |
| F. Tinjauan Pustaka.....  | 6    |
| G. Landasan Teori.....  | 7    |
| 1. Tinjauan Tentang Dakwah.....   | 7    |
| 2. Tinjauan Tentang Pesan.....  | 22   |
| 3. <i>New Media</i> .....   | 24   |
| 4. Tinjauan Tentang <i>Twitter</i> .....                                    | 28   |
| H. Sistematika Pembahasan .....   | 32   |
| <b>BAB II: METODE PENELITIAN</b>  |      |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian .....   | 33   |
| B. Unit Analisis.....   | 34   |
| C. Definisi Konseptual dan Operasional.....                                 | 34   |
| D. Populasi dan Sampel .....  | 37   |
| E. Instrumen Penelitian .....   | 38   |
| F. Jenis Data.....  | 41   |
| G. Metode Pengumpulan Data .....  | 43   |
| H. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                     | 43   |
| I. Analisis Data .....  | 45   |
| <b>BAB III: GAMBARAN UMUM <i>TWITTER</i> DAN PROFIL SINGKAT FELIX SIAUW</b> |      |
| A. Biografi Felix Siauw.....  | 47   |
| B. <i>Twitter</i> .....   | 51   |

**BAB IV: ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN TWITTER FELIX SIAUW DAN PEMBAHASAN**

|  |     |
|--|-----|
| A. Deskripsi Data.....   | 65  |
| 1. Uji Reliabilitas.....                                       | 65  |
| a. Uji Reliabilitas Unit Analisis.....                         | 65  |
| b. Uji Reliabilitas Kategori.....                              | 67  |
| B. Sajian Data Temuan Penelitian.....                          | 71  |
| 1. Analisis Isi Berdasarkan Unit Analisis Pesan Dakwah...      | 71  |
| 2. Analisis Isi Berdasarkan Dimensi Kategori Pesan Dakwah..... | 76  |
| a. Analisis Isi Berdasarkan Dimensi Kategori Pesan Aqidah..... | 76  |
| b. Analisis Isi Berdasarkan Dimensi Kategori Pesan Ibadah..... | 88  |
| c. Analisis Isi Berdasarkan Dimensi Kategori Pesan Akhlak..... | 106 |
| C. Hasil Analisis.....   | 129 |

**BAB V: PENUTUP**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 134 |
| B. Saran .....     | 135 |
| C. Penutup.....    | 136 |

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Tabel 1.  | 2.1 Unit Analisis dan Kategorisasi .....                         | 33 |
| Tabel 2.  | 2.2 Definisi Konseptual Unit Analisis Pesan Dakwah .....         | 33 |
| Tabel 3.  | 2.3 Definisi Operasional Materi Pesan Dakwah .....               | 34 |
| Tabel 4.  | 4.1 Reliabilitas pengkoding 1 dan 2 Unit Analisis Pesan Dakwah.. | 64 |
| Tabel 5.  | 4.2 Reliabilitas pengkoding 1 dan 2 Kategori Pesan Aqidah ....   | 65 |
| Tabel 6.  | 4.3 Reliabilitas pengkoding 1 dan 2 Kategori Pesan Ibadah ....   | 66 |
| Tabel 7.  | 4.4 Reliabilitas pengkoding 1 dan 2 Kategori Pesan Akhlak ....   | 68 |
| Tabel 8.  | 4.5 Data Persentase dan Frekuensi Unit Analisis Pesan Dakwah ..  | 70 |
| Tabel 9.  | 4.6 Data Persentase dan Frekuensi Kategori Pesan Aqidah ....     | 75 |
| Tabel 10. | 4.7 Data Persentase dan Frekuensi Kategori Pesan Ibadah ... ..   | 85 |
| Tabel 11. | 4.8 Data Persentase dan Frekuensi Kategori Pesan Akhlak ....     | 98 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 Tampilan Halaman Awal <i>Twitter</i> .....                      | 45 |
| Gambar 2 Tampilan Homepage <i>Twitter</i> .....                          | 51 |
| Gambar 3 Tampilan Profil <i>Twitter</i> .....                            | 52 |
| Gambar 4 Tampilan Follower <i>Twitter</i> .....                          | 52 |
| Gambar 5 Tampilan Following <i>Twitter</i> .....                         | 53 |
| Gambar 6 Tampilan Update Status <i>Twitter</i> .....                     | 53 |
| Gambar 7 Tampilan Mention <i>Twitter</i> .....                           | 54 |
| Gambar 8 Tampilan Direct Message <i>Twitter</i> .....                    | 55 |
| Gambar 9 Tampilan Reply To <i>Twitter</i> .....                          | 55 |
| Gambar 10 Tampilan Favorite Status <i>Twitter</i> .....                  | 56 |
| Gambar 11 Tampilan List <i>Twitter</i> .....                             | 56 |
| Gambar 12 Tampilan Trending Topic <i>Twitter</i> .....                   | 57 |
| Gambar 13 Tampilan Search <i>Twitter</i> .....                           | 58 |
| Gambar 14 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak.....                          | 71 |
| Gambar 15 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah.....                          | 72 |
| Gambar 16 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah.....                          | 73 |
| Gambar 17 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 75 |
| Gambar 18 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 76 |
| Gambar 19 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 76 |
| Gambar 20 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 76 |
| Gambar 21 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 77 |
| Gambar 22 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 77 |
| Gambar 23 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 78 |
| Gambar 24 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 78 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 25 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 78 |
| Gambar 26 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 79 |
| Gambar 27 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 79 |
| Gambar 28 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Ilahiyat</i> ..... | 80 |
| Gambar 29 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Nubuwat</i> .....  | 80 |
| Gambar 30 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Nubuwat</i> .....  | 81 |
| Gambar 31 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Nubuwat</i> .....  | 81 |
| Gambar 32 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Nubuwat</i> .....  | 82 |
| Gambar 33 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Nubuwat</i> .....  | 82 |
| Gambar 34 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Sam'iyat</i> ..... | 83 |
| Gambar 35 <i>Tweet</i> Materi Pesan Aqidah Dimensi <i>Sam'iyat</i> ..... | 84 |
| Gambar 36 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 86 |
| Gambar 37 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 86 |
| Gambar 38 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 86 |
| Gambar 39 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 86 |
| Gambar 40 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 87 |
| Gambar 41 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 87 |
| Gambar 42 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 87 |
| Gambar 43 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 87 |
| Gambar 44 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 88 |
| Gambar 45 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 89 |
| Gambar 46 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 89 |
| Gambar 47 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 89 |
| Gambar 48 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 89 |
| Gambar 49 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....       | 90 |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 50 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 90 |
| Gambar 51 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 91 |
| Gambar 52 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 91 |
| Gambar 53 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 91 |
| Gambar 54 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 91 |
| Gambar 55 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 92 |
| Gambar 56 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 92 |
| Gambar 57 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 92 |
| Gambar 58 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 92 |
| Gambar 59 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 94 |
| Gambar 60 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 94 |
| Gambar 61 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 94 |
| Gambar 62 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 95 |
| Gambar 63 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 95 |
| Gambar 64 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 95 |
| Gambar 65 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 96 |
| Gambar 66 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Umum....                  | 96 |
| Gambar 67 <i>Tweet</i> Materi Pesan Ibadah Dimensi Ibadah Khusus....                | 97 |
| Gambar 68 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia...99  |    |
| Gambar 69 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 100 |    |
| Gambar 70 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 100 |    |
| Gambar 71 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 101 |    |
| Gambar 72 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 101 |    |
| Gambar 73 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 102 |    |
| Gambar 74 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. 102 |    |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 75 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 102 |
| Gambar 76 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 103 |
| Gambar 77 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 103 |
| Gambar 78 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 103 |
| Gambar 79 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 104 |
| Gambar 80 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 104 |
| Gambar 81 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 104 |
| Gambar 82 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 105 |
| Gambar 83 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 105 |
| Gambar 84 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 106 |
| Gambar 85 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 106 |
| Gambar 86 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 106 |
| Gambar 87 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 107 |
| Gambar 88 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 107 |
| Gambar 89 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 108 |
| Gambar 90 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 108 |
| Gambar 91 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 109 |
| Gambar 92 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Sesama Manusia.. | 109 |
| Gambar 93 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 110 |
| Gambar 94 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 111 |
| Gambar 95 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 112 |
| Gambar 96 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 112 |
| Gambar 97 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 113 |
| Gambar 98 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 113 |
| Gambar 99 <i>Tweet</i> Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah.....       | 114 |

Gambar 100 *Tweet* Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah..... 114

Gambar 101 *Tweet* Materi Pesan Akhlak Dimensi Akhlak Thdp Allah..... 115



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan.<sup>1</sup> Di dalam Al-Quran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya senantiasa berada di “jalan Allah”. Salah satunya dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 yang artinya:

*125. Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan **hikmah** dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*<sup>2</sup>

Seiring kemajuan zaman, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah pengikut, metode dan cara juga pergerakan-pergerakan atau jama'ah yang mengusung dakwah itu sendiri. Hal ini tidak lepas dari zaman yang serba modern ini, dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media yang efisien dan mudah. Salah satunya adalah dengan munculnya internet yang diikuti oleh media-media jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter, Path, Tumblr, Instagram* dan lain-lain. Media sosial tersebut memudahkan orang untuk berkomunikasi dimana fungsinya hampir sama dengan *SMS* atau melakukan

---

<sup>1</sup> Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2002), hlm. 13.

<sup>2</sup> Al-Quran. 16:125. Semua terjemah ayat al-Quran di skripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran Terjemah*, (Jakarta: al-Huda Kelompok Gema Islami, 2002).

panggilan telepon. Dalam arus modernisasi ini, para da'I harus mampu menyesuaikan diri dengan mempergunakan serta memanfaatkan media itu.

*Twitter* adalah salah satu sarana yang digunakan sebagai media untuk berdakwah. *Twitter* adalah sebuah layanan media social berupa mikroblog dimana pengguna atau *user* bisa mengirimkan atau membaca pesan kepada pengikut atau biasa disebut *follower* dalam 140 karakter atau disebut *tweet*. *Twitter* berdiri pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa setidaknya terdapat 82 juta pengguna internet di Indonesia di tahun 2013 ini. Pengguna *facebook* (data September 2013) mencapai 33 juta, menjadikan Indonesia sebagai pengguna *facebook* terbesar keempat di dunia. Pengguna Fb di Jakarta mencapai 11,6 juta orang. Pengguna *Twitter* Indonesia hingga Oktober 2013 menjadi yang terbanyak ketiga di dunia. Total pengguna *Twitter* di dunia, menurut data PeerReach sekitar 904 juta akun, tetapi dengan margin kesalahan hitung mencapai 9 juta. Di antara ratusan juta akun tersebut, Indonesia menyumbang sekitar 6,5%, atau sekitar 58,7 juta akun, tetapi para pengguna *Twitter* di Indonesia yang aktif per bulan, diperkirakan hanya 19% dari total populasi pengguna internet, dan sebagian besarnya mengakses lewat peranti bergerak, sehingga di Indonesia sekitar 16 juta akun. Dari sisi demografi, pengguna *Twitter* Indonesia secara umum rata-rata berusia 21 tahun, dan sekitar 62,9% didominasi pengguna yang masuk kategori remaja. Fenomena yang sama

tampak pada demografi pengguna *Twitter* dunia, hanya 20% yang berusia di atas 30 tahun.<sup>3</sup>

Oleh sebab itu, mulai banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan *twitter* sebagai media untuk berdakwah melihat kemudahan penggunaan dan pengguna *Twitter* di Indonesia yang menggunakan media sosial ini. Banyak akun-akun yang menggunakan *twitter* sebagai media berdakwah diantaranya : @teladanrasul, @IslamQuotes, @QURANdanSUNNAH, @gadisberjilbab, dan @IslamDiaries. Tidak ketinggalan para ustad juga menggunakan *twitter* sebagai media dakwahnya seperti Ustad Abdullah Gymnastiar (@aagym), Ustad Yusuf Mansyur (@Yusuf\_Mansyur), Ustad Felix Siauw (@felixsiauw), Ustad Habiburrahman El-Shirazy (@h\_elshirazy) dan masih banyak lagi yang lainnya.

Felix Siauw bisa dibilang sebagai pendatang baru dalam dunia dakwah. Felix Siauw adalah seorang keturunan Tionghoa yang menjadi muallaf pada tahun 2002 saat masih menjadi mahasiswa di Institut Pertanian Bogor. Setelah masuk Islam, Felix Siauw langsung mengabdikan dirinya untuk berdakwah di jalan Allah. Salah satu media dakwah yang digunakannya adalah *Twitter*. Dengan akun @felixsiauw, dia mempunyai *follower* berjumlah 1.207.198 orang dan bertambah terus setiap harinya. Dalam postingan pada akun *twitter* Felix Siauw yaitu @felixsiauw terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak. Selain itu, banyak seruan-seruan dakwahnya yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan gaya bertuturnya yang

---

<sup>3</sup> Ibnu Purna, “*Media Sosial Sebagai Pilar dalam Penyajian Informasi Pemerintah*” <http://www.setkab.go.id> diakses pada tanggal 28 Februari 2015

cenderung ke remaja membuat dakwahnya mudah dan enak untuk dibaca. Tidak heran jika Felix Siauw mempunyai *followers* yang banyak.

Berdasarkan paparan di atas, melihat dari latar belakang Felix Siauw yang seorang mualaf dan dimana Felix Siauw mulai dikenal oleh masyarakat luas melalui buku-buku yang ditulisnya, kajian-kajiannya dan melalui media sosial dimana dia menyebarkan pesan dakwahnya, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Felix Siauw melalui akun *Twitter*nya @felixsiauw.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana isi pesan dakwah yang terkandung pada akun *twitter* @felixsiauw?

## **C. Pembatasan Masalah**

Adapun dalam penelitian ini akan dibatasi pada periode 1 Januari 2015 sampai dengan 28 Februari 2015. Fokus kajian dalam analisis isi adalah materi dakwah dimana mencakup pada pesan Aqidah, Syariat dan Akhlak yang terkandung dalam *Twitter* @felixsiauw

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui isi pesan dakwah yang terkandung pada *twitter* @felixsiauw.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini diharapkan bisa menjadi penambah referensi keilmuan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan civitas academia UIN Sunan Kalijaga pada umumnya dalam pengembangan Ilmu Dakwah.

Sebagai bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian sesudah maupun sebelumnya dalam media sosial dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga nantinya akan ditemukan format baru yang lebih efektif dalam menggunakan media sosial sebagai salah satu media dakwah.

Serta diharapkan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang media dakwah melalui media sosial, yaitu bagaimana menyampaikan pesan dakwah melalui media baru secara efektif.

### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti berharap dapat mengetahui apa saja pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustad Felix Siauw melalui akun *twitter*nya. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran pesan yang disampaikan oleh felix siauw melalui media sosial.

## **F. Tinjauan Pustaka**

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang terdahulu untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya, maka peneliti meninjau penelitian-penelitian terdahulu diantaranya :

1. Penelitian yang berjudul **“Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah**

**Kabupaten Klaten Periode 1 Januari-28 Februari 2014)**”, karya Desi Kurnia Widiastuti mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi. Fokus bahasannya ialah tentang analisis isi pesan pada akun *twitter* @humaskabklaten. Persamaan peneliti dengan penelitian milik Desi Kurnia Widiastuti adalah terletak pada media sosial yang di gunakan dalam penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah pada isi pesannya dimana dalam penelitian ini yang diteliti adalah pesan dakwahnya.

2. Penelitian yang berjudul **“Pesan Ibadah Dalam Seri Komik “Real Masjid” (Studi Analisis Isi)”**, karya Muchammad Bayu Nasich mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitian ini terletak pada analisis pesan ibadah yang terkandung dalam seri komik “Real Masjid”. Persamaan peneliti dengan penelitian milik Muchammad Bayu Nasich terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis isi. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Muchammad Bayu Nasich menggunakan media komik sedangkan peneliti menggunakan media sosial *twitter*.
3. Penelitian yang berjudul **“Pesan Dakwah Dalam Film “?” (Tanda Tanya)”**, karya Faishol Hidayat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitian ini terletak pada pesan dakwah yang terdapat dalam film “?” (Tanda Tanya) dengan menggunakan metode

analisis semiotik. Persamaan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian pada pesan dakwah. Yang membedakan adalah metode yang digunakan dimana dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dan media yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui media sosial *twitter*.

## **G. Landasan Teori**

Dalam penelitian ini perlu diketahui beberapa hal yang menjadi teori agar mempermudah untuk melakukan penelitian serta mempermudah bagi para pembaca dalam memahami penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang akan dijelaskan yaitu:

### **1. Tinjauan Tentang Dakwah**

#### **a. Pengertian Dakwah**

Dakwah, ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).<sup>4</sup>

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah

---

<sup>4</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm.1

diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.<sup>5</sup>

#### **b. Dasar Hukum Dakwah**

Di dalam Al-Quran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya senantiasa berada di “jalan Allah”. Dalam ayat lain terdapat perintah agar sekelompok kaum muslimin bekerja mendakwahi manusia untuk mau berbuat kebajikan, melakukan *amar ma'ruf* dan *nahi mungkar* berupa “kontrol sosial”. Dalam ayat lain lagi ada suruhan kepada Rasul SAW supaya menyampaikan (menginformasikan) wahyu yang diturunkan kepada beliau. Diterangkan pula kepada manusia bahwa mereka tidak akan dikenakan azab sebelum dakwah sampai kepada mereka.<sup>6</sup>

Seperti yang disampaikan dalam Al-Quran :

##### **1) Quran surat An-Nahl ayat 125**

*125. Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan **hikmah** dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*<sup>7</sup>

##### **2) Quran surat Ali Imran ayat 104**

*104. Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang **munkar**; merekalah orang-orang yang beruntung.*<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Saerozi. *Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta; Penerbit Ombak Dua, 2013). Hlm. 11.

<sup>6</sup> Kustadi Suhandang. *Ilmu Dakwah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012). Hlm. 10

<sup>7</sup> Al-Quran. 16:125.

<sup>8</sup> Al-Quran. 3;104.

### 3) Quran surat al-Maidah ayat 67

*67. Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.<sup>9</sup>*

#### c. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam kegiatan dakwah. Menurut Achmad (2008), unsur-unsur dakwah tersebut adalah:<sup>10</sup>

##### 1) Dai (Pelaku Dakwah)

Dai ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran islam). Menurut Hasyimi, lebih lanjut lagi pada dasarnya semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai mubaligh atau komunikator. Karena itu maka secara umum setiap muslim atau muslimat yang dewasa adalah sebagai dai.

Dalam berdakwah peranan dai sangat esensial, sebab tanpa dai ajaran islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa dai merupakan ujung tombak dalam menyebarkan ajaran Islam sehingga peran dan fungsinya sangat penting dalam menuntun dan memberi penerangan kepada umat manusia.

---

<sup>9</sup> Al-Quran. 5:67.

<sup>10</sup> Saerozi. *Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta; Penerbit Ombak Dua, 2013). Hlm. 35-42.

## 2) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

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

*Mad'u* terdiri dari beberapa golongan. Diantaranya:

- a) Sosiologis: Masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
- b) Struktur Kelembagaan: Golongan priyayi, abangan, dan santri terutama pada masyarakat Jawa.
- c) Tingkatan Usia: Golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua.
- d) Profesi: Golongan petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri.
- e) Tingkatan Sosial Ekonomis: Golongan kaya, menengah, miskin.
- f) Jenis Kelamin: Golongan pria dan wanita.
- g) Khusus: masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya (Arifin, 1977: 13-14)

## 3) *Maddah Dakwah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah, tidak lain adalah al-Islam yang bersumber dari al-Quran dan Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah, dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.

*Maddah* atau materi dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga hal pokok, yaitu sebagai berikut (Syukir, 1983: 60-63)<sup>11</sup>

**a) Pesan Aqidah**

Aqidah adalah ketentuan atau ketetapan Allah yang fitrah, selalu bersandar kepada kebenaran (*haq*), sah selamanya (tidak pernah berubah), dan terikat ke dalam hati manusia.

Misalnya: Keyakinan manusia akan wujud (adanya) Sang Pencipta, kekayaan maupun ilmu yang dimiliki-Nya, pertemuan dengan Allah sesudah mati, adanya hari pembalasan, dan lain sebagainya. Manusia akan meyakini bahwa nafas yang mereka hirup sehari-hari berada di tangan-Nya. Semua persoalan yang mereka hadapi bersandar, pasrah, dan tawakkal kepada Allah.<sup>12</sup>

Aqidah jika dilihat dari sudut pandang sebagai ilmu -sesuai konsep *Ahlus Sunnah wal Jama'ah*- meliputi topik-topik: Tauhid, Iman, Islam, masalah *ghaibiyyaat* (hal-hal ghaib), kenabian, takdir, berita-berita (tentang hal-hal yang telah lalu dan yang akan datang), dasar-dasar hukum yang *qath'i* (pasti), seluruh dasar-dasar agama dan keyakinan, termasuk pula sanggahan terhadap *ahlul ahwa' wal bida'* (pengikut hawa

---

<sup>11</sup> Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm. 33-34.

<sup>12</sup> Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, *Aqidah Seorang Mukmin*, (Solo: Daarul Fikr, 1994), hlm. 30.

nafsu dan ahli bid'ah), semua aliran dan sekte yang menyempal lagi menyesatkan serta sikap terhadap mereka.<sup>13</sup>

Kepercayaan Islam berdiri atas tiang-tiang (dalam bahasa Arab rukun) yang tak boleh tidak, harus diterima lebih dahulu oleh manusia dengan hati yang ikhlas. Meskipun demikian, tiang-tiang itu tidaklah boleh disebut dogma dengan begitu saja, karena meskipun hal-hal itu tidak dapat dengan sekaligus dibuktikan secara akali, hal-hal itu dapatlah diterangkan secara logis. Dalam menyiarkan agama Islam dipergunakan dua sifat manusia, yaitu rasa dan akal untuk menerima dasar-dasar (rukun) ke-Islam-an.<sup>14</sup>

Meminjam sistematika Hasan al-Banna maka ruang lingkup pembahasan Aqidah adalah:

- *Ilahiyat* : Yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan *Ilah* (Tuhan, Allah) seperti wujud Allah, nama-nama dan sifat-sifat Allah, *af'al* Allah dan lain-lain.
- *Nubuwwat* : Yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan Nabi dan Rasul, termasuk pembahasan tentang Kitab-kitab Allah, mukjizat, karamat dan lain-lain sebagainya.

---

<sup>13</sup> <http://almanhaj.or.id/content/3429/slash/0/pengertian-aqidah-ahlus-sunnah-wal-jamaah/> diakses pada 1 Maret 2015

<sup>14</sup> Suyatno Projudikoro, *Pengantar Ilmu Tauhid (Asas Al Islam)*, (Yogyakarta: Sumbangsih Offset, 1991), hlm. 165.

- *Ruhaniyat* : Yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan alam metafisik seperti Malaikat, Jin, Iblis, Syaitan, Ruh, dan lain sebagainya.
- *Sam'iyat* : Yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang hanya bisa diketahui lewat *sam'I* (dalil *naqli* berupa Al-Qur'an dan Sunnah) seperti alam barzakh, akhirat, azab kubur, tanda-tanda kiamat, surga neraka dan lain sebagainya.

Di samping sistematika di atas, pembahasan aqidah bisa juga mengikuti sistematika *arkanul iman* yaitu:

- Iman kepada Allah SWT
- Iman kepada Malaikat
- Iman kepada Kitab-Kitab Allah
- Iman kepada Nabi dan Rasul
- Iman kepada Hari Akhir
- Iman kepada Taqdir Allah<sup>15</sup>

Manusia selalu membutuhkan aqidah. Manusia akan meyakini suatu kepastian dan berbagai peraturan syari'ah (hukum-hukum agama). Sebagaimana firman Allah pada Quran surat Fathir ayat 24 yang artinya:

*“Sesungguhnya kami mengutus kamu dengan membawa kebenaran sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan. dan tidak ada suatu umatpun melainkan Telah ada padanya seorang pemberi peringatan”.*

---

<sup>15</sup> Yunahar Ilyas, *Kuliah Aqidah Islam*, (Yogyakarta: LPPI UMY, 1993), hlm. 5-6

Sejak Adam dan Hawa diturunkan Allah dari surga ke muka bumi, mereka sangat memerlukan peraturan-peraturan (undang-undang) untuk mengatur kehidupannya. Peraturan tersebut harus mantap, sesuai dengan nalurinya, dan mampu menunjukkan jalan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Peraturan tersebut tidak akan kita temukan selain dalam “syari’at ketuhanan” (*syariat samawi*). Suatu peraturan yang tidak menerima pandangan, pengamatan, dan masukan dari penduduk bumi. Hanya Allah-lah yang menciptakannya. Hanya Dia-lah yang berhak meletakkan, menyempurnakan, dan memberi kebahagiaan yang abadi.

Manusia sangat membutuhkan agama dan Tuhannya untuk memelihara, melindungi, menolongnya dalam memperbaiki fitrahnya dan mengatur kehidupannya. Sehingga keberadaan manusia akan tetap baik. Kemudian ia akan beriman, beribadat, berdzikir, dan berdo’a kepada-Nya. Ia akan menjalankan segala perintah-Nya, menjauhi larangan-Nya, dan mampu mengenal esensi dari wujud serta keadaan alam semesta ini.<sup>16</sup>

Dari pengertian di atas, bisa diartikan bahwa aqidah adalah suatu keyakinan dan pedoman bagi kita untuk berperilaku sebagai umat muslim sekaligus yang menuntun kita menuju arah yang baik, menghindari dari hal-hal buruk.

---

<sup>16</sup> Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, *Aqidah Seorang Mukmin*, (Solo: Daarul Fikr, 1994), hlm. 33-34.

## b) Pesan Syariah

Syariat, sebagaimana dijelaskan dalam kamus adalah: sesuatu yang ditetapkan atau yang diturunkan Allah kepada hamba-Nya, berupa aturan atau tuntunan agama, atau sesuatu yang diperintahkan Allah yang berkaitan dengan masalah-masalah agama: Seperti, salat, puasa, haji, zakat, dan seluruh perbuatan yang baik, sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Jatsiyah ayat 18 yang artinya: “*Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama) itu.*”<sup>17</sup>

Menurut bahasa, syariah berasal dari bahasa Arab yang berarti peraturan atau undang-undang, yakni peraturan mengenai tingkah laku yang mengikat, harus dipatuhi dan dilaksanakan sebagaimana mestinya. Sedangkan menurut istilah, syariah adalah ketentuan atau norma Ilahi yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan (ibadah) dan hubungan manusia dengan sesamanya (muamalah).<sup>18</sup>

Tujuan yang hendak dicapai oleh syariat islam adalah membersihkan dan mensucikan jiwa manusia dengan cara makrifat kepada Allah dan beribadah kepada-Nya. Di samping itu, tujuan lainnya adalah mengokohkan ikatan-ikatan kemanusiaan atas dasar cinta kasih, persamaan (*al-musawah*), keadilan (*al-'adalah*). Dengan demikian, jika

---

<sup>17</sup> Yusuf Al-Qhardawi, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya: Dunia Ilmu Offset, 1997), hlm. 1.

<sup>18</sup> Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: CV Rajawali, 1986), hlm. 45.

ajaran ini diamalkan sungguh-sungguh maka manusia akan benar-benar dapat meraih kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.<sup>19</sup>

Barang siapa yang membaca dan mengamati hukum-hukum yang tertuang dalam syariat Islam dan memikirkan sesuatu yang di *ta'li* (dicari alasan) dalam Al-Quran dan hadis, maka ia akan menemukan penjelasan bahwa syariat Islam bertujuan untuk menegakkan kemaslahatan semua makhluk, terutama di bidang-bidang ibadah.<sup>20</sup>

Ibadah secara bahasa (etimologi) berarti merendahkan diri serta tunduk. Sedangkan menurut *syara'* (terminologi), ibadah mempunyai banyak definisi, tetapi makna dan maksudnya satu diantaranya adalah merendahkan diri kepada Allah, yaitu tingkatan tunduk paling tinggi<sup>21</sup>. Dan dalam beribadah kita menggunakan al-Quran dan As-Sunnah sebagai dasar hukum dan dilakukan dengan ikhlas karena Allah semata.

Ibadah bisa dibagi berdasarkan pada ruang lingkup umum (*'ammah*) dan khusus (*khashashah*):<sup>22</sup>

- Ibadah *khashashah* (khusus) atau *mahdhah* ialah ibadah yang ketentuannya telah ditetapkan oleh *nash*, seperti shalat, zakat, puasa

---

<sup>19</sup> Muhammad Alwi al-Maliki, *Syariat Islam, Pergumulan Teks dan Realitas*, (Yogyakarta: eLSAQ Press, 2003), hlm. Xiv.

<sup>20</sup> Yusuf Al-Qhardawi, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya: Dunia Ilmu Offset, 1997), hlm. 56.

<sup>21</sup> <http://almanhaj.or.id/content/2267/slash/0/pengertian-ibadah-dalam-islam/> diakses pada tanggal 2 Maret 2015.

<sup>22</sup> Syakir Jamaluddin, *Falsafah, Makna dan Prinsip Ibadah*, <http://tabligh.muhammadiyah.or.id/berita-105-detail-falsafah-makna-dan-prinsip-ibadah.html>, 2 Maret 2015

dan haji. Ibadah khusus atau *mahdhah* adalah ibadah yang apa saja yang telah ditetapkan Allah akan tingkat, tata cara dan perincian-perinciannya. Jenis ibadah yang termasuk mahdhah misalnya adalah Thaharah, Shalat, Puasa, Zakat, Haji.<sup>23</sup>

- Ibadah *'ammah* (umum) atau *ghairu mahdhah* yakni segala amalan yang diizinkan oleh Allah atau semua pernyataan baik yang dilakukan dengan niat yang baik dan semata-mata karena Allah, belajar, dzikir, dakwah, tolong menolong dan lain sebagainya dengan niat melaksanakan perbuatan itu untuk menjaga badan jasmaniah dalam rangka agar dapat beribadah kepada Allah. Prinsip-prinsip dalam ibadah ini, ada empat yaitu:
  - Keberadaannya didasarkan atas tidak adanya dalil yang melarang selama Allah dan Rasul-Nya tidak melarang maka ibadah bentuk ini boleh diselenggarakan.
  - Tata laksananya tidak perlu berpola kepada contoh Rasul.
  - Selama itu ada manfaatnya, maka perbuatan itu boleh dilakukan.
  - Bersifat rasional, ibadah bentuk ini baik-buruknya, atau untung ruginya, dapat ditentukan oleh akal atau logika. Sehingga jika menurut logika sehat, buruk, merugikan, maka tidak boleh dilaksanakan.

---

<sup>23</sup> Ibrahim Shalih Su'ad, *Fiqih Ibadah*, (Jakarta: Amzah, 2011), hlm.19

Jadi kesimpulannya bahwa sesungguhnya ibadah umum sangat luas yang mencakupi atau merangkumi seluruh perkara yang berkaitan kehidupan manusia. Jika bertemu adanya nash yang mengharamkannya, misalnya ada dalil yang melarang mengucapkan dzikir dengan lisan di dalam kamar mandi, maka ia haram mengucapkannya selama berada di dalamnya. Selain itu selama dalil umum yang menjelaskan keharusan ibadah sunah tersebut dan tidak ada pula dalil yang mengharamkan bentuk dan cara pelaksanaannya, maka dibenarkan untuk mengamalkannya.<sup>24</sup>

Setelah ibadah, ruang lingkup syariat Islam yang kedua adalah Muamalah yang dalam arti luasnya adalah tata-aturan Ilahi yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia dan hubungan manusia dengan benda. Hukum-hukum syariah yang berkaitan dengan muamalah diantaranya adalah tentang hukum perdata seperti hukum niaga, hukum nikah, hukum waris dsb. Sedangkan yang berkaitan dengan hukum public seperti hukum pidana, hukum kenegaraan, hukum perang dan damai, dsb.<sup>25</sup>

Aspek pesan syariat yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya mencakup pada pesan ibadahnya saja. Tidak membahas pesan muamalat.

### c) **Pesan Akhlak**

---

<sup>24</sup> Hasbi ash Shiddieqy, *Kuliah Ibadah*, (Yogyakarta: Bulan Bintang, 1991), hal.8-9

<sup>25</sup> Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: CV Rajawali, 1986), hlm. 29.

Secara etimologis, Akhlaq berarti perbuatan, dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata *Khaliq* (Pencipta), dan *Makhluk* (yang diciptakan).<sup>26</sup>

Akhlaq adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah dan gampang tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Maka bila sifat itu memunculkan perbuatan baik dan terpuji menurut akal dan syariat maka sifat itu disebut akhlak yang baik, dan bila yang muncul dari sifat itu perbuatan-perbuatan buruk maka disebut akhlak yang buruk.<sup>27</sup>

Dasar-dasar akhlak adalah al-Quran dan al-Hadits. Akhlak mempunyai tujuan untuk mencapai kebahagiaan hidup umat manusia dalam kehidupannya, baik di dunia maupun di akhirat. Dalam Islam akhlak (perilaku) manusia tidak dibatasi pada perilaku sosial, namun juga menyangkut kepada seluruh ruang lingkup kehidupan manusia. Oleh karena itu konsep akhlak Islam mengatur pola kehidupan manusia yang meliputi.<sup>28</sup>

- Hubungan antara Manusia dengan Allah Seperti Akhlak terhadap Tuhan. Bentuk sikap atau perbuatan manusia yang seharusnya dilakukan oleh manusia sebagai makhluk ciptaanNya, yakni memenuhi segala kewajiban dan menjauhi larangannya. Contohnya

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 29.

<sup>27</sup> Alwan Khoiri; Tulus Musthofa; Moh. Damami, *Akhlaq/Tasawuf*. (Yogyakarta; Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005), hlm. 6.

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm. 18.

seperti ridha dengan segala ketentuannya, senantiasa bertaubat, dan bersyukur kepada Allah SWT.

- Hubungan Manusia dengan Sesamanya.

Hubungan manusia dengan sesama meliputi hubungan seseorang terhadap keluarganya maupun hubungan seseorang terhadap masyarakat.

- Akhlak terhadap keluarga yang meliputi: akhlak terhadap orang tua, akhlak terhadap istri, akhlak terhadap suami, akhlak terhadap anak, dan akhlak terhadap sanak saudara.
- Akhlak terhadap masyarakat yang meliputi: akhlak terhadap tetangga, akhlak terhadap tamu, akhlak terhadap rekan kerja, akhlak terhadap lingkungan kerjanya.
- Hubungan Manusia dengan Lingkungannya.

Akhlak terhadap makhluk lain seperti akhlak terhadap binatang, akhlak terhadap tumbuh-tumbuhan, dan akhlak terhadap alam sekitar.

- Akhlak Terhadap Diri Sendiri.

Dari penjelasan di atas, penyusun mendefinisikan yang disebut pesan dakwah adalah pesan yang mengandung segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bersumber dari Al-Quran dan al-Hadits berupa ajaran Aqidah, Syariat, dan Akhlak yang disampaikan kepada seluruh umat manusia melalui berbagai macam cara agar mengikuti ajaran Islam dan menerapkan dalam kehidupan yang baik untuk dunia dan akhirat.

#### 4) **Wasilah Dakwah (Media Dakwah)**

Wasilah dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*. untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Ya'qub (1981) membagi wasilah dakwah menjadi lima macam. Yaitu:

- Lisan: Wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- Tulisan: Buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, *flash-card*, dan sebagainya.
- Lukisan: Gambar, karikatur dan sebagainya.
- Audio Visual: Alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, *slide*, OHP, internet, dan sebagainya.
- Akhlak: perbuatan-perbuatan nyata yang dilakukan dai dengan mencerminkan ajaran Islam dapat dijadikan contoh dilihat, serta didengarkan oleh *mad'u*.

#### 5) **Thariqah Dakwah (Metode Dakwah)**

Thariqah atau metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan materi dakwah yaitu Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode dakwah ini, pada umumnya merujuk pada surah An-Nahl ayat 125. Dalam ayat ini, metode dakwah dibagi menjadi 3 yaitu:

- *Al-Hikmah*
- *Mau'ziah Al-Hasanah*
- *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*

#### 6) **Atsar Dakwah (Efek Dakwah)**

*Atsar* sering disebut dengan *feedback* dari proses berdakwah. *Atsar* atau efek dakwah perlu diperhatikan karena berguna untuk mengetahui kesalahan strategi yang digunakan dalam berdakwah. Sehingga dai bisa memperbaiki strategi dakwahnya dan menyempurnakan pada proses berdakwahnya.

Seluruh komponen dakwah yang terkait dengan tujuan dakwah diupayakan untuk kemajuan pada tiga aspek perubahan diri *mad'u*, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek perilakunya (*behavioral*) menuju kesejahteraan di dunia dan akhirat (Arifin, 1984: 41).

## 2. Tinjauan Tentang Pesan

Pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Lambang yang dimaksud disini adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.<sup>29</sup> Menurut bahasa,

---

<sup>29</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hlm. 18.

pesan dapat diartikan sebagai nasihat, permintaan, dan amanat yang dilakukan atau disampaikan orang lain.<sup>30</sup>

Menurut Onong Effendy, pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain. Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan adalah produk fiktif yang nyata yang dihasilkan oleh sumber-encoder.<sup>31</sup> Kalau berbicara maka “pembicaraan” itulah pesan, ketika menulis surat maka “tulisan surat” itulah yang dinamakan pesan.

Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yang disampaikan kepada komunikan dan memiliki sifat-sifat tersendiri sesuai dengan tujuan pengiriman pesan tersebut, antara lain:

- a) Informasi: sifat informasi ini dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya dapat memberi keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri.
- b) Persuasif: Pesan yang mampu membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang disampaikan akan memberikan perubahan sikap. Perubahan sikap ini melalui mengajak, membujuk/merayu dan menghimbau.

---

<sup>30</sup> WJS. Purwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984), hlm. 677.

<sup>31</sup> Ardiansyah Danus, *Hakikat Pesan Dalam Komunikasi*, [https://www.academia.edu/9036594/Hakikat\\_Pesan\\_Dalam\\_Komunikasi](https://www.academia.edu/9036594/Hakikat_Pesan_Dalam_Komunikasi), 23 April 2015.

- c) Koersif: Pesan yang terdapat unsur memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Pesan ini dapat berupa perintah-perintah dan intruksi untuk penyampaian suatu tujuan.

### 3. New Media

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi: “komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, seperti yang dikutip Komalam, dalam Karlinah, dkk. 1999).<sup>32</sup>

Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas. Menurut Charlest Wright, komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relative besar, heterogen, dan *anonym*.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota *audiens* secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung; Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 7.

<sup>33</sup> Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta; Prenada Media, 2011), hlm. 4.

Media massa telah berubah begitu banyak, dimulai dari awal abad ke-20 yang bersifat satu-arah, arus yang serupa kepada massa yang seragam. Semakin berkembangnya jaman, maka semakin bermunculan media-media baru yang mempermudah proses komunikasi massa atau biasa disebut *New Media*.

Menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat *satellite* meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan computer, keterlibatan *audiens* dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru adalah:

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- b. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
- e. Munculnya beragam bentuk baru “pintu” (*gateway*) media.
- f. Pemisahan dan pengaburan dari “lembaga media”.<sup>34</sup>

*New media* disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama dimana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Menurut McQuail, karakteristik yang dapat membedakan antara media lama dengan media baru dari perspektif penggunaanya:

---

<sup>34</sup> Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta; Salemba Humanika, 2011), hlm. 153.

- a. Interaktivitas (*interactivity*): ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap ‘penawaran’ sumber atau pengirim.
- b. Kehadiran Sosial (atau sosiabilitas) (*social presence or sociability*): dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh penggunaan media.
- c. Kekayaan media (*media richness*): jangkauan dimana media dapat menjabatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak pertunjukan, melibatkan lebih banyak indra dan lebih personal.
- d. Otonomi (*autonomy*): derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konteks dan penggunaan, mandiri dari sumber.
- e. Unsur bermain-main (*playfulness*): kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
- f. Privasi (*privacy*): berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu.
- g. Personalisasi (*personalization*): derajat dimana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.<sup>35</sup>

Dalam media baru, terdapat perspektif CMC atau *computer mediated communication* yang menekankan tentang bagaimana computer memediasi proses komunikasi. Jadi CMC didefinisikan sebagai komunikasi antara dua orang atau lebih yang dimediasikan oleh computer. Holmes (2005:55) menegaskan bahwa ada empat poin penting mengenai perspektif CMC:

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 157.

- a. Memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*
- b. Lebih mengkhususkan pada term interaksi dibandingkan integrasi yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi individu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial di mana interaksi tersebut memiliki makna
- c. Tidak seperti "*media studies*" beberapa pembahasan CMC mengungkap bagaimana factor-faktor eksternal memengaruhi kegiatan berkomunikasi. Dengan menganalisis *broadcast*, kenyataannya sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor eksternal tersebut mempengaruhi konten media sementara media konten itu sendiri dinilai dari bagaimana ia merefleksikan segala sesuatunya di luar media atau realitas nonmedia.
- d. Dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, bahwa perspektif ini memfokuskan pada integrasi informasi di mana komunikasi yang terjadi melalui medium computer berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk.<sup>36</sup>

Lalu Marc Smith (1995) memberikan empat aspek penting yang berkaitan dengan interaksi virtual yang membentuk perilaku komunikasi:<sup>37</sup>

- a. *Virtual interaction is aspatial*

Jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi. Kehadiran atau kedekatan jarak tidak menjadi penting selama masing-masing dapat menjalankan fungsinya.

---

<sup>36</sup> Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*, (Jakarta; Prenada Media Group,2012), hlm. 94.

<sup>37</sup> *Ibid*, hlm. 95-96.

b. *Virtual interaction via system is predominantly asynchronous*

Pengecualian dalam memakai *Chat*, *MUDs*, atau *ICQs* bahwa komunikasi melalui computer seperti konferensi system, dan email data dioperasikan berdasarkan waktu dan jadwal yang diinginkan.

c. *CMC is acorporal because it is primarily a text-only medium*

Interaksi yang terjadi melalui jaringan computer pada dasarnya diwakili dengan teks. Efek dari CMC yang *asynchronous* dan *acorporal* ini, sebagai missal, mampu melakukan komunikasi dengan melibatkan jumlah individu yang besar.

d. *CMC is astigmatic*

Bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu, sebab komunikasi berdasarkan teks ini sangat sedikit bisa menampilkan gambaran visual tentang status seseorang dibandingkan apabila bertatap muka.

#### 4. Tinjauan Tentang *Twitter*

*Twitter* adalah media sosial berupa *microblog* dimana pengguna bisa memposting pernyataan apapun dalam 140 karakter termasuk spasi dan tanda baca. Pada dasarnya *twitter* merupakan layanan pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan pesannya kapan saja dan dimana saja untuk dibaca orang lain.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Brian J. Dixon, *Social media for school leaders: a comprehensive guide to getting the most of Facebook, Twitter, and other essential web tools*, (San Fransisco; Jossey-Bass, 2012), hlm. 40.

*Twitter* sebagai sosial media dapat menciptakan serta menggerakkan komunitas, mengendalikan *traffic* di blog, atau website. Sedangkan untuk kekuatan *twitter* sendiri adalah:

- a. *Following*: *Twitter* dapat mengidentifikasi jumlah akun yang diikuti.
- b. *Followers*: *Twitter* dapat mengidentifikasi jumlah akun yang mengikuti.
- c. *Updates*: *Twitter* mendeteksi seberapa sering orang melakukan posting (menulis konten)
- d. *Mention*: Pengguna lain bisa dilibatkan dalam pembicaraan apabila mencantumkan username yang ingin dilibatkan pada setiap status yang ditulis.
- e. *Retweet*: Dengan me-*retweet* status *followers* lain menunjukkan *tweet* tersebut menarik untuk dibahas. *Tweet* tersebut dapat dibaca oleh seluruh *followers*.
- f. Keterlibatan: brand harus mampu untuk meningkatkan keterlibatan para konsumen dalam berbagai percakapan.
- g. Kecepatan: konsistensi dan frekuensi diperlukan untuk mengimbangi kecepatan perubahan informasi yang beredar di *twitter*.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Denis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, (Jakarta; PT Elex Media Komputindo, 2011), hlm. 129-131.

Kenapa *twitter* bisa digolongkan sebagai media baru? *Twitter* sebagai media baru memiliki karakteristik yang dijabarkan oleh Lister (Hilda Kitti: 2003):<sup>40</sup>

*a. Digitality*

Pada *twitter*, semuanya terdigitalisasi, karena berbagai format yang dikirimkan oleh kita, secara sederhana mengalami proses sehingga menjadi tampilan seperti yang tertera di halaman *Twitter* penggunanya. Teks tersampaikan dan foto tersebar, dimanapun kita berada.

*b. Interactivity*

Pada *twitter*, pesan dan *tweet* yang kita hubungkan dapat dikaitkan satu sama lain. Interaktivitas inilah yang membedakan antara media baru dengan media yang lebih konvensional. Interaktivitas menandakan perkembangan hubungan antara manusia dan computer, dan dengan manusia lain melalui computer. McMillan (2002) juga menyatakan bahwa interaktivitas dapat terjadi pada berbagai tingkat dan derajat keterlibatan, dan bahwa yang penting untuk membedakan antara tingkatannya. Dimana para penggunanya saling berinteraksi; Dimana interaksi para-sosial, dibentuk melalui media baru yang dihasilkan secara online oleh aktivitas pengguna.

---

<sup>40</sup> Dibyareswari Utami Putri, *Peran Media Baru Dalam Membentuk Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Individu Yang Terlibat dalam IndonesiaUnite di Twitter)*, skripsi tidak diterbitkan, (Depok: Universitas Indonesia, 2012), hlm. 19-20.

*c. Disperiality*

Pada *twitter*, tidak terlalu jelas mana yang menjadi produsen dari suatu tweet dengan konsumennya, karena semuanya saling terkait.

*d. Virtuality*

Pada *twitter*, benar-benar terasa pengalaman kita berinteraksi karena pesan-pesan yang disampaikan secara virtual yang biasanya disampaikan lewat komputer ataupun telpon genggam.



## H. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah pembahasan ini, penulis akan menguraikan sistematika pembahasan menjadi empat bab yaitu;

Bab I, berisi pendahuluan yang meliputi; penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab II, berisi metodologi penelitian yang meliputi jenis analisis penelitian, unit analisis, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan terakhir teknik analisis data.

Bab III, berisi penjelasan tentang gambaran umum *Twitter* dan akun *twitter @felixsiauw* yang meliputi: Deskripsi *twitter* secara umum dan *twitter @felixsiauw*, dan deskripsi ustad felix siauw

Bab IV, berisi penyajian dan analisis data, di dalamnya mencakup identifikasi unit analisis, analisis dan penyajian pesan dakwah dalam postingan akun *twitter @felixsiauw*, kuantifikasi pesan Dakwah, dan deskripsi pesan dakwah dalam *tweet* tersebut.

Bab V, berisi penutup sebagai akhir dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, dalam penelitian memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis isi pesan dakwah dalam akun *twitter* Felix Siauw. Setelah melakukan analisis isi pesan *twitter* pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan. Dari analisis isi *twitter* dalam akun *twitter* Felix Siauw periode 1 Januari 2015 hingga 28 Februari 2015, berikut adalah pesan dakwah yang terdapat dalam akun *twitter* Felix Siauw:

1. *Twitter* sebagai media sosial bisa digunakan sebagai media untuk berdakwah melihat dari kegunaannya yang mampu menyebarkan pesan kepada banyak orang atau khalayak ramai secara serentak dan lebih efisien, meniadakan jarak antara komunikator dengan komunikan dan menekan biaya pengeluaran. Melihat dari jumlah penggunanya di Indonesia, *twitter* bisa menjadi media alternatif untuk menyampaikan pesan dakwah oleh *da'i* atau pelaku dakwah.
2. Dari total 639 tweet dalam akun *twitter* Felix Siauw periode 1 Januari 2015 hingga 28 Februari 2015 diambil sebanyak 87 sampel tweet. Pesan dakwah dengan kategori Akhlak seperti Akhlak manusia dengan Allah dan akhlak manusia dengan sesama manusia. Terdapat persentase sebanyak 41.4% atau 36 tweet dengan dimensi yang paling sering muncul adalah Akhlak terhadap sesama manusia dengan persentase sebesar 75%.

3. Pesan dakwah dengan kategori ibadah seperti ibadah umum dan khusus. Ditemukan persentase sebanyak 36.8% atau 32 tweet dengan dimensi yang paling sering muncul adalah ibadah umum dengan persentase sebesar 97%.
4. Pesan dakwah dengan kategori aqidah seperti *Ilahiyat*, *Nubuwat*, *Ruhaniyat* dan *Sam'iyat*. Ditemukan persentase sebesar 21.8% dengan dimensi yang paling banyak ditemukan adalah dimensi *Ilahiyat* dengan persentase sebesar 63.2%.
5. Kemajuan teknologi memunculkan *New Media* sebagai alat teknologi komunikasi yang memudahkan penyebaran pesan secara massal/banyak dengan kemudahan, kecepatan dan ketepatan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.
6. Munculnya perspektif *CMC* sebagai salah satu perspektif *new media* atau komunikasi yang dimediasi komputer dimana dalam proses penyebaran informasi dapat dilakukan hanya dengan menggunakan komputer atau *gadget* dalam suatu jaringan internet.

## **B. SARAN**

1. Analisis isi kuantitatif merupakan metode kajian yang membutuhkan wawasan yang luas untuk bisa mendapatkan kajian yang mendalam. Untuk itu, disarankan kepada penulis-penulis lain agar memperbanyak wacana-wacana yang berkaitan dengan objek analisisnya serta perlu adanya pemahaman lebih mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat.

2. Peneliti yang ingin menggunakan media sosial sebagai objek penelitiannya, hendaknya lebih menekankan penelitian pada aspek lainnya seperti meneliti efektivitas atau bagaimana pesan yang disampaikan bisa mempengaruhi penerima pesan.
3. Para pelaku dakwah lebih bisa mengoptimalkan perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi dan lebih inovatif dalam pengemasan pesannya agar kegiatan berdakwah bisa lebih efektif dan komunikator bisa dengan mudah menerima pesannya. Serta selalu mencantumkan sumber-sumbernya yaitu Al-Quran dan Hadits dalam pesan yang disampaikan.

### **C. PENUTUP**

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing bapak Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si. atas bimbingan dan tuntunannya serta terima kasih kepada semua pihak terkait sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Dalam menulis skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa yang tertera dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik akan mempunyai arti yang penting dalam penyempurnaan skripsi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku:

- Al-Ghazali, Muhammad, *Akhlak Seorang Muslim*, (Bandung: PT Alma'arif, 1995)
- al-'Adawy, Musthafa, *Fikih Akhlak*, (Jakarta: Qitshi Press, 2005)
- Al-Jazairi, Abu Bakar Jabir, *Aqidah Seorang Mukmin*, (Solo: Daarul Fikr, 1994)
- Anshari, Endang Saifuddin, *Wawasan Islam*, (Jakarta: CV Rajawali, 1986).
- Al-Qhardawi, Yusuf, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya: Dunia Ilmu Offset, 1997)
- Al-Maliki, Muhammad Alwi, *Syariat Islam, Pergumulan Teks dan Realitas*, (Yogyakarta: eLSAQ Press, 2003)
- Ardianto, Elvinaro, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung; Simbiosis Rekatama Media, 2004)
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997)
- Dixon, Brian J, *Social media for school leaders: a comprehensive guide to getting the most of Facebook, Twitter, and other essential web tools*, (San Fransisco; Jossey-Bass, 2012)
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994)
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Elcom, *Twitter Best Social Networking*, (Yogyakarta; Penerbit Andi, 2010)
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Riset Jilid I-II*, (Yogyakarta; Andi Offset, 1989)
- Holmes, David, *Teori Komunikasi; Media, Teknologi, dan Masyarakat*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2012)
- Khoiri, Alwan, Tulus Musthofa dan Moh. Damami , *Akhlak/Tasawuf*, (Yogyakarta; Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005)

Kriyantono, Rahmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2009)

McQuaill, Dennis, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta; Salemba Humanika, 2011)

Muhajir, Noeng, *Metode Penelitian Komunikatif*, (Yogyakarta; Rake Sarasin Cetakan ke II, 1990)

Purwodarminto, WJS, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984.)

Projodikoro, Suyatno, *Pengantar Ilmu Tauhid (Asas Al Islam)*, (Yogyakarta: Sumbangsih Offset, 1991)

Puntoadi, Denis, *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, (Jakarta; PT Elex Media Komputindo, 2011)

Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung; Remadja Karya, 1989)

Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011)

Suhandang, Kustadi, *Ilmu Dakwah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012)

Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011)

Saerozi. *Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta; Penerbit Ombak Dua, 2013)

Severin, Werner J., dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta; Prenada Media, 2011)

Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta;LP3E5)

#### **Referensi Skripsi:**

Widiastuti, Desi Kurnia, *Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik (Analisis Isi Twitter Pada @humaskabklaten Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari-28 Februari 2014)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora., UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Ilmu Komunikasi, 2014.

Nasich, Muchammad Bayu, *Pesan Ibadah Dalam Seri Komik "Real Masjid" (Studi Analisis Isi)*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2015.

Hidayat, Faisol, *Pesan Dakwah Dalam Film “?” (Tanda Tanya)*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2013.

**Referensi Website:**

M. Amirin, Tatang , *Populasi dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*, <http://tatangmanguny.wordpress.com/2010/04/19/ukuran-sampel-rumus-slovin/>, 29 Maret 2015.

<http://www.setkab.go.id> diakses pada tanggal 28 Februari 2015.

Yazid bin Abdul Qadir Jawas, *PENGERTIAN ‘AQIDAH AHLUS SUNNAH WAL JAMA’AH*. <http://almanhaj.or.id/content/3429/slash/0/pengertian-aqidah-ahlus-sunnah-wal-jamaah/> diakses pada 1 Maret 2015

Yazid bin Abdul Qadir Jawas, *Pengertian Ibadah Dalam Islam*. <http://almanhaj.or.id/content/2267/slash/0/pengertian-ibadah-dalam-islam/> diakses pada tanggal 2 Maret 2015.

Ayo Tutup Aurat, <http://www.eramuslim.com/akhwat/muslimah/ayu-tutup-aurat.htm#.VfCZ0X3HrDc>, diakses pada 9 September 2015.

*Hubungan Perkembangan Teknologi dan Teori Komunikasi Massa* <http://komunikasi.us/index.php/course/2169-hubungan-perkembangan-teknologi-dan-teori-komunikasi-massa> diakses pada 4 September 2015

Ardiansyah Danus, *Hakikat Pesan Dalam Komunikasi*, [https://www.academia.edu/9036594/Hakikat\\_Pesan\\_Dalam\\_Komunikasi](https://www.academia.edu/9036594/Hakikat_Pesan_Dalam_Komunikasi), 23 April 2015.

Muammar Fikrie, “*Kisah di Balik Asal-Usul Penamaan Twitter*” <http://beritagar.id/artikel/archive/kisah-di-balik-asal-usul-penamaan-Twitter-20812>, diakses pada 3 Maret 2015.

Syakir Jamaluddin, *Falsafah, Makna dan Prinsip Ibadah*, <http://tabligh.muhammadiyah.or.id/berita-105-detail-falsafah-makna-dan-prinsip-ibadah.html>, 2 Maret 2015

<https://about.twitter.com/id/company/press/leadership>, diakses pada tanggal 5 Maret 2015.

<http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/muallaf/09/03/09/465-felix-yanwar-siauw-dengan-islam-hidup-jadi-terarah>, diakses pada tanggal 11 Juni 2015.

*Felix Yanwar Siauw dengan Islam Hidup Jadi*

*Terarah.* <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/muallaf/09/03/09/465-felix-yanwar-siauw-dengan-islam-hidup-jadi-terarah>, diakses pada tanggal 11 Juni 2015.



# LAMPIRAN



Lembar Koding : Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun *Twitter* Felix Siauw

Nama : Mumtaz Afif Saleh

| No | Unit Analisis       | Kategori     | Dimensi                                  | Jumlah | Total |
|----|---------------------|--------------|--|--------|-------|
| 1  | Materi Pesan Dakwah | Aqidah       | Ilahiyat                                 | 12     | 19    |
|    |                     |              | Nubuwat                                  | 5      |       |
|    |                     |              | Ruhaniyat                                | 0      |       |
|    |                     |              | Sam'iyat                                 | 2      |       |
|    |                     | Ibadah       | Ibadah Umum                              | 31     | 32    |
|    |                     |              | Ibadah Khusus                            | 1      |       |
|    |                     | Akhlak       | Akhlak Kepada Allah                      | 9      | 36    |
|    |                     |              | Akhlak Kepada Sesama Manusia             | 27     |       |
|    |                     |              | Akhlak Kepada Alam Lingkungan/Sekitarnya | 0      |       |
|    |                     | Jumlah Total |  |        |       |

Lembar Koding : Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun *Twitter* Felix  
Siauw

Nama : Drs. Radino. M.Ag.

| No | Unit Analisis          | Kategorisasi | Dimensi                                     | Jumlah | Total |
|----|------------------------|--------------|---|--------|-------|
| 1  | Materi Pesan<br>Dakwah | Aqidah       | Ilahiyat                                    | 11     | 20    |
|    |                        |              | Nubuwat                                     | 7      |       |
|    |                        |              | Ruhaniyat                                   | 0      |       |
|    |                        |              | Sam'iyat                                    | 2      |       |
|    |                        | Ibadah       | Ibadah Umum                                 | 28     | 29    |
|    |                        |              | Ibadah Khusus                               | 1      |       |
|    |                        | Akhlak       | Akhlak Kepada Allah                         | 10     | 38    |
|    |                        |              | Akhlak Kepada<br>Sesama Manusia             | 28     |       |
|    |                        |              | Akhlak Kepada Alam<br>Lingkungan/Sekitarnya | 0      |       |
|    |                        | Jumlah Total |   |        |       |

Identitas Coder

Nama : Drs. Radino. M.Ag.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat , Tgl Lahir : 4-September-1966

No. KTP :

Status : Kawin

Agama : Islam

Alamat Lengkap : Dusun Kauman RT 02 RW 21, Kelurahan Pleret, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Universitas / PTN / PTS : IAIN Ar-Raniry Banda Aceh

Tingkat Kesarjanaan : S2

Fakultas / Jurusan : *Dirasah Islamiyyah*

Telp : 081392471325



## **CURRICULUM VITAE**

### **IDENTITAS DIRI**

Nama : Mumtaz Afif Saleh  
Tempat, Tgl ILhir : Cilacap, 24 Juli 1993  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Nama Ayah : Radino  
Nama Ibu : Rosmalayani  
Pekerjaan Ayah : Pegawai Negeri Sipil  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
No HP : 085647675079  
Email : magnificentmumtaz@gmail.com  
Alamat : Dusun Kauman RT 02 RW 21, Kelurahan Pleret,  
Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa  
Yogyakarta

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

SD Negeri Nogopuro : Tahun 1999-2005  
SMP Negeri 1 Yogyakarta : Tahun 2005-2008  
SMA Negeri 1 Banguntapan : Tahun 2008-2011  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : Tahun 2011-Sekarang