

PESAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL

(Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Restu Basuki

11730038

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Restu Basuki
Nomor Induk : 11730038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapat gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 Desember 2015
Yang Menyatakan,



Restu Basuki
NIM. 11730038



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : RESTU BASUKI
NIM : 11730038
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

**PESAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL
SEBAGAI PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan penggunaan *Display
Picture Blackberry Messenger* di Kalangan Remaja Masjid Al-
Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 Hijriyah)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Desember 2015
Pembimbing

Drs. H. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/015/2016

Tugas Akhir dengan judul : PESAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan Display Picture Blackberry Messenger dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RESTU BASUKI
Nomor Induk Mahasiswa : 11730038
Telah diujikan pada : Senin, 28 Desember 2015
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Mokhammad Mahfud, S.Sos. I. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji II

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Yogyakarta, 28 Desember 2015
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dekan, M.A.
NIP. 1970703 1 003

MOTTO

- Seberat apapun kehidupan yang kita jalani lebih berdiri diatas kaki kita sendiri daripada harus dikasihani orang lain.
- Mengerjakan skripsi termasuk ibadah karena merupakan bentuk bakti pada kedua orangtua.
- Tidak sepatasnya seseorang memandang seseorang yang lain hanya dengan sebelah mata.

Surah Al-Insyirah ayat 5

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua ku tercinta. Untuk Ibuku “Partijem” yang melahirkanku sebagai anak yang tak kenal lelah terus bersemangat dalam keterbatasan. Berkat do’a dan nasehat Ibu, tlah sampailah aku sampai pada titik sejauh ini. Untuk Bapakku “Doko Susanto” tercinta yang telah tiada. Walaupun Bapak tidak pernah ada dalam ingatan namun semangat, kerja keras, dan pantang menyerah dalam setiap perjuangan telah melekat dalam diriku. Untuk Ayahku “Tugiran” yang telah menganggapku sebagai anaknya sendiri membiayai sekolahku sampai saat ini. Dan untuk saudara-saudaraku, sahabat-sahabat se-Almamaterku tercinta.

&

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbill'alamin. Puji Syukur kehadiran Illahi Rabbi atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Sungguh penulis menyadari sepenuhnya bahwa tiada daya dan upaya yang sanggup dilakukan manusia kecuali semua itu atas karunia Allah SWT. Sama sekali manusia tidak punya kemampuan untuk berkarya jika Allah SWT tidak menganugerahkan kemampuan untuk itu. Maka tidak selayaknya manusia menyombongkan diri dengan menganggap kelebihan yang dimiliki adalah berkat hasil kerja sendiri.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wassalam, kepada keluarga beliau dan para sahabat beliau yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang dirasakan saat ini.

Atas Keridhoan-Nya, penulis menyusun skripsi yang berjudul "Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial Sebagai Pembentukan Personal Branding pada penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di Kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin". Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara moriil maupun secara materiil sehingga penulis dapat menghadapi berbagai permasalahan dengan baik dan benar.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. H. Kamsi, M.A Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Drs. H. Bono Setyo, M.Si Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora dan juga selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan penuh perhatian.
3. Diah Ajeng, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Beserta Staff Tata Usaha Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

5. Teistimewa untuk Ibuku “Partijem” yang melahirkanku sebagai anak yang telah kenal lelah terus bersemangat dalam keterbatasan. Berkat do’a dan nasehat Ibu, penulis dapat sampai pada titik ini. Untuk Bapakku “Doko Susanto Alm.” yang telah tiada. Walaupun Bapak tidak pernah ada dalam ingatan namun semangat, kerja keras, dan pantang menyerah dalam setiap perjuangan telah melekat dalam diriku. Untuk Ayahku “Tugiran” yang telah menganggapku sebagai anaknya sendiri membiayai sekolahku sampai saat ini.
6. Saudara-saudaraku, Aji Damar Jati, Rahmat Setiaji, dan Akbar Nugroho yang dengan tingkah polah mereka yang kadang membuat jengkel dan kesal namun sedikit banyak telah memberikan hiburan dan kelucuan.
7. Sepupu-sepupu ku Siti Aksah, Wisnu Suma, Alif setiawan, dan tanpa terkecuali keluarga besar yang telah memberikan motivasinya selama ini.
8. Sahabat-sahabat terbaikku dikampus Bram Wasni Putra dan Shaum Akbar Nugroho dan juga seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Partner Magang Telkom kandatel Klaten Rahmat Eko Budi Laksono, Toni Ardiyanto, dan Isnaini Khoirunnisa yang telah seperti keluarga sendiri.
10. Kawan-kawan di AREMA, Gunarto, Rismawati, Oky Dwi Prastiwi, Septi Wuryani, Niken Rahayu, dan lainnya tanpa terkecuali yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti kegiatan AREMA.
11. Seseorang dalam do’a ku dan do’anya secara tidak langsung telah memberikan semangat dan motivasi.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 14 Desember 2015

Penulis

Restu Basuki

11730038

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan manfaat Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Landasan Teori.....	11
F. Metode Peneltian.....	35
BAB II: GAMBARAN UMUM	
A. Sekilas Profil Angkatan Remaja Masjid Al-Muttaqin(AREMA).....	42
B. Visi dan Misi AREMA.....	43
C. Ruang Lingkup Kegiatan AREMA.....	45
D. Susunan Kepengurusan Angkatan Remaja Masjid Al-Muttaqin 2015.....	48

BAB III: PEMBAHASAN

A. Pesan Dakwah Islam.....	43
1. Jenis Pesan Dakwah Islam AREMA.....	49
2. Tema-tema Pesan dakwah Islam.....	53
B. Pesan Dakwah Islam Media Sosial AREMA.....	48
C. Pesan Dakwah Islam melalui Tampilan Display Picture aplikasi Blackberry Messenger.....	58
D. Hambatan-hambatan dalam penyampaian Pesan Dakwah.....	73
E. Tanggapan Terhadap Penyampaian Pesan dakwah.....	73

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	80
C. Penutup.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	45
Gambar 2.....,	55
Gambar 3.....	60
Gambar 3.1.....	61
Gambar 4.....	62
Gambar 4.1.....	63
Gambar 5.....	64
Gambar 5.1.....	65
Gambar 6.....	66
Gambar 6.1.....	67
Gambar 7.....	68
Gambar 7.1.....	68
Gambar 8.....	69
Gambar 8.1.....	70
Gambar 9.....	71
Gambar 9.1.....	72
Gambar 10.....	74
Gambar 11.....	75
Gambar 12.....	76

ABSTRACT

Delivery of preaching messages through social media as the formation of personal branding on the Display Picture Blackberry Messenger among teenagers of mosque Al-Muttaqin Nglatiyan, Ngentakrejo, Lendah, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sources of data obtained from the accounts or the Blackberry Messenger (BBM) application with PIN code 54013949. Data collection techniques used Focus Group Discussion (FGD) Interview. The method used in this research is qualitative. Data analysis techniques used by using interactive analysis techniques Miles and Huberman or commonly called Interactive models.

The result showed that delivery of preaching messages carried out through various ways both verbal and written. Verbal ways such as by methods Kultum and Tausyiah while written ways used social media as a tools of delivering Islam preaching while the formation of personal branding is done indirectly by members of the preaching section AREMA.

Keyword: Preaching Messages, Social Media,

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi sebagai pusat kehidupan manusia, setiap aspek kehidupan manusia ini dipengaruhi oleh komunikasi manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, seperti pesan-pesan dari orang yang tidak dikenal dari jauh dan dekat, hidup dan mati. Komunikasi telah diteliti secara sistematis sejak zaman dahulu tetapi hal ini menjadi sebuah topik yang sangat penting pada abad ke-20, W. Barnett Pearce menggambarkan perkembangan ini sebuah “penemuan-revolusioner” yang sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya teknolog-teknologi komunikasi (radio, televisi, telepon, satelit, dan jaringan komputer ataupun internet) yang sejalan dengan meningkatnya industrialisasi, bisnis besar dan politik global. Sangat jelas bahwa komunikasi telah mengambil posisi penting dalam kehidupan manusia. (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011:1)

Perkembangan Teknologi Komunikasi telah mempermudah aktivitas berkomunikasi sehari-hari. Pengiriman maupun penerimaan pesan dan informasi kini bisa dilakukan dengan berbagai macam media. Salah satunya pada media sosial (wiki, blog, dan jejaring sosial). Hal ini memberikan kesempatan kepada siapa saja dan sekaligus kemudahan untuk yang berniat menyampaikan pesan kebaikan. Semua Media sosial, terutama yang disenangi penikmatnya menjadi sarana menyampaikan pesan kebaikan bernilai edukasi religi(dakwah). Sebab hal ini juga tidak lepas dengan semakin banyak orang menggunakan layanan internet dan

penggunaan Gadget. Salah Satunya pada media sosial yaitu peningkatan penggunaan aplikasi *Blackberry Messenger*(BBM).

Penggunaan aplikasi *Blackberry Messenger*(BBM) ini dapat dengan mudah di instal dalam handphone Blackberry, gadget smartphone maupun Iphone. Pengguna dapat menginstal aplikasi *Blackberry Messenger*(BBM) ini secara gratis. Seperti media sosial yang lain, aplikasi ini tentu sebelum digunakan harus mendaftarkan pemiliknya terlebih dahulu yang disebut akun pemilik.

Semakin berkembangnya teknologi modern saat ini mengubah segalanya termasuk Aplikasi *Blackberry Messenger*(BBM) yang dulunya hanya dapat digunakan pada pengguna Handphone merk Blackberry saja namun kini juga sudah dapat digunakan pada pengguna lain seperti dalam Smartphone Android maupun Iphone.

KOMPAS.com —Aplikasi pesan instan BlackBerry Messenger atau yang dikenal lewat akronim BBM selama ini selalu menjadi salah satu fitur eksklusif yang hanya tersedia di smartphone BlackBerry.

Namun, eksklusivitas tersebut akan segera hilang begitu BlackBerry merilis aplikasi BBM untuk iOS dan Android pada pertengahan 2013 mendatang melalui toko aplikasi tiap-tiap platform.

Langkah yang mengejutkan ini disebut CEO BlackBerry Thorsten Heins sebagai sebuah "pernyataan percaya diri" perusahaannya. BlackBerry berharap bisa memperluas basis pelanggan BBM dan aplikasi tersebut begitu hal itu tercapai.

Selain digunakan untuk berkomunikasi layaknya berkirim pesan pribadi ke sesama pengguna aplikasi *Blackberry Messenger*(BBM). Aplikasi ini juga dapat digunakan untuk menampilkan gambar yang disebut dengan *Display Picture*(DP). Pada penggunaan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) dalam hal mengganti

ataupun mengubah tampilan *Display Picture(DP)* pada umumnya hanya dengan menampilkan sebuah gambar/foto saja dari pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* ini namun karena kecanggihannya dan semakin kreatifnya para pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* ini banyak dijumpai pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* ini sering berekspresi untuk menyampaikan pesan melalui sebuah kata-kata bergambar untuk dijadikan tampilan *Display Picture(DP)*.

Aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* di era modern telah memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengganti ataupun mengubah tampilan *Display Picture(DP)* *Blackberry Messenger(BBM)* sesuai keinginan dan kemauan. Kemudahan ini kemudian dimanfaatkan untuk berekspresi dan berkomunikasi dalam hal kreatif semenarik mungkin. Pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* mampu mengubah tampilan *Display Picture(DP)* pada aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* sesuai kebutuhan dan dapat diganti setiap waktu tergantung kemauan dan jaringan internet maupun layanan operator masing-masing pengguna bahkan semakin banyaknya operator yang saat ini menawarkan berbagai promo menambah para pengguna seperti diberikan keleluasaan dan kebebasan.

Pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* dalam hal ini mengganti atau mengubah tampilan *Display Picture(DP)* tidak hanya dengan tampilan gambar ataupun foto pengguna saja. Namun juga kadang banyak yang mengganti ataupun mengubah tampilan *Display Picture(DP)* aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* nya dengan tulisan kata-kata bergambar yang dalam hal ini tulisan-tulisan pada tampilan *Display Picture(DP)* aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* tersebut seringkali

wujud atau gambaran dari keadaan maupun suasana hati dari pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)*. Pesan kata-kata bergambar tersebut kini syarat akan makna yang bisa jadi hal itu berupa simbol atau kode kepada sesama pengguna aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* atau bahkan Tampilan *Display Picture(DP)* aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* menjadikan sebuah pembentukan *Personal Branding* dari pengguna untuk memberikan pesan kepada orang lain seperti apa gambaran yang ada dalam dirinya. Tentu menjadi sebuah pertanyaan karena bisa jadi hal tersebut tidak hanya untuk tampilan semata namun sebagai upaya untuk membangun *Personal Branding*. Namun banyak orang berpendapat bahwa hal tersebut juga dapat dijadikan wadah kreatifitas dalam menuangkan pikiran dan gagasan. Walaupun terkadang bukanlah hasil kreasi milik pribadi ataupun diri sendiri bisa saja mengambil dari berbagai macam sumber yang memang banyak terdapat di internet.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Ini kewajiban yang tidak mungkin dihindarkan dalam kehidupan karena itu melekat dengan pengakuan diri sebagai umat manusia khususnya agama Islam. Dakwah erat kaitannya dengan Amal Makruf Nahi Mungkar artinya menyeru kebaikan dan menjauhi keburukan atau kemungkaran. Setiap umat muslim di dunia ini mengemban misi dakwah yang sejatinya disampaikan dalam setiap kesempatan berupaya diwujudkan seperti Hadist Rasulullah SAW sebagai berikut:

Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)

Hadits ini diriwayatkan oleh shahabat Abdullah bin ‘Amr bin Al Ash bin Wa’il bin Hasyim bin Su’aid bin Sa’ad bin Sahn As Sahmiy. Nama kunyah beliau Abu Muhammad, atau Abu Abdirrahman menurut pendapat lain. Beliau adalah salah satu diantara *Al ‘Abaadilah* (para shahabat yang bernama Abdullah, seperti ‘Abdullah Ibn Umar, ‘Abdullah ibn Abbas, dan sebagainya) yang pertama kali memeluk Islam, dan seorang di antara fuqaha’ dari kalangan shahabat. Beliau meninggal pada bulan Dzulhijjah pada peperangan Al Harrah, atau menurut pendapat yang lebih kuat, beliau meninggal di Tha’if.

Nabi *shallallaahu ‘alaihi wa sallam* memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau, karena Allah *subhanahu wa ta’ala* telah menjadikan agama ini sebagai satu-satunya agama bagi manusia dan jin (yang artinya), Tentang sabda beliau, “*Sampaikan dariku walau hanya satu ayat*”, Al Ma’afi An Nahrawani mengatakan, “Hal ini agar setiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersegera untuk menyampaikannya, meskipun hanya sedikit. Tujuannya agar nukilan dari Nabi *shallallaahu ‘alaihi wa sallam* dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya.” Hal ini sebagaimana sabda beliau *shallallaahu ‘alaihi wa sallam*, “*Hendaklah yang hadir menyampaikan pada yang tidak hadir*”. Bentuk perintah dalam hadits ini menunjukkan hukum *fardhu kifayah*.

Dengan ketentuan seperti hal tersebut maka seluruh umat muslim terutama generasi penerus umat manusia didunia ini khususnya yang berada pada kalangan Remaja Masjid untuk lebih giat melakukan dakwah agama kepada sesama umat. Namun mencermati perkembangan pada masa kini malah kondisi sebaliknya, telah terjadi sebagian banyak dari generasi ini merasa berdakwah itu tidak wajib hukumnya bahkan sebagian lagi merasa malu kalau dianggap terlalu alim. Diperlukan usaha untuk bisa mengembalikan jalan dakwah itu. Ketika Bulan Suci Ramadhan tahun ini tiba mereka berlomba-lomba untuk upaya dakwah agama. Mulai dari berbagai aspek misalnya Aqidah, Akhlak dan lain sebagainya. Menarik mengetahui sejauh mana upaya kalangan remaja masjid dalam kaitannya penyampaian pesan dakwah mereka melalui tampilan Display Picture(DP) agar pengguna akun ataupun aplikasi Blackberry Messenger(BBM) yang lainnya dapat mengetahuinya yang tidak hanya sebatas tampilan namun juga pesan dakwah.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui Pesan yang disampaikan melalui tampilan *Display Picture(DP) Blackberry Messenger(BBM)*. Penelitian ini berjudul: **PESAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)** Adapun dalam penelitian ini ada pembatasan masalah sehingga penelitian ini tidak meluas dan juga dimaksudkan untuk mempermudah peneliti untuk menentukan langkah-langkah penelitiannya. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah terfokus pada tampilan *Display Picture(DP)* akun ataupun aplikasi *Blackberry*

Messenger(BBM) yang terjaring melalui akun ataupun aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* dengan PIN Kode 54013949 atas nama pemilik pribadi **Restu Basuki**. Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga semester akhir yang tidak lain adalah penulis sendiri maupun peneliti.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

- Bagaimana Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial pada penggunaan *Display Picture(DP) Blackberry Messenger(BBM)* dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015M?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Teoritis

Mengetahui Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial pada penggunaan *Display Picture(DP) Blackberry Messenger(BBM)* dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama bulan Ramadhan 1436 H/2015M yang terdapat pada akun atau aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* Kode PIN 54013949.

b. Praktis

Untuk mengetahui tujuan Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial pada penggunaan *Display Picture(DP) Blackberry Messenger(BBM)* dikalangan

Remaja Masjid Al-Muttaqin selama bulan Ramadhan 1436 H/2015M yang terdapat pada akun atau aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* Kode PIN 54013949.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan keilmuan khususnya ilmu komunikasi dalam kajian penggunaan media sosial sebagai salah satu teknologi komunikasi

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial pada penggunaan *Display Picture(DP)* akun atau aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015M yang terdapat pada akun atau aplikasi *Blackberry Messenger(BBM)* Kode PIN 54013949. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi literatur serta acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan media sosial

D. TELAAH PUSTAKA

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti melakukan pencarian dan pendalaman literature yang bertema serupa dengan penelitian yang diambil. Permasalahan yang peneliti ambil serupa serupa agar menjadi bahan referensi dalam

melakukan penelitian sehingga juga dapat menjadi bahan pertimbangan maupun acuan ketika pada saat penelitian dilakukan. Telaah pustaka ini juga dapat memberikan gambaran kepada peneliti tentang permasalahan dengan tema yang sama namun berbeda fokus pemikiran berdasarkan penelitian terdahulu. Selain itu telaah pustaka ini bertujuan untuk menghindarkan peneliti untuk melakukan plagiasi. Agar memberi bukti bahwa judul dan penelitian yang peneliti ambil ini benar-benar asli dan belum pernah ada yang meneliti sebelumnya.

Telaah Pustaka yang dimaksudkan disini antara lain yang pertama adalah dari Saudara Ardyanto Pristiana Mahasiswa Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul skripsi “Analisis Bentuk Kreatif, Variasi Kata, Dan Permainan Bahasa Dalam *Display Picture Blackberry Messenger*” diterbitkan pada tahun 2014, Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah memaparkan analisis bentuk-bentuk kreatif yang terdapat dalam *Display Picture Blackberry Messenger* dan juga memaparkan analisis variasi kata yang terdapat pada *Display Picture Blackberry Messenger*. Hasil dari penelitian ini bahwa *Display Picture Blackberry Messenger* seringkali menggunakan berbagai macam gambar yang berisi tulisan-tulisan menarik. Dalam hal ini peneliti mengkaji dan meneliti bentuk-bentuk tersebut dalam tiga jenis, yakni bentuk kreatif, variasi kata, dan permainan bahasa. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ardyanto Pristiana adalah berhubungan dengan obyek penelitian yang sama-sama mengambil pada tampilan *Display Picture Blackberry Messenger*. Adapun perbedaannya, penelitian ini berfokus pada pesan dakwah dalam Tampilan *Display Picture Blackberry Messenger*, sedangkan

penelitian Ardyanto Pristiana berfokus pada kebahasaan Tampilan *Display Picture Blackberry Messenger*.

Kedua, saudari Marwanti Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul skripsi “Pesan dakwah Dalam Foto Jurnalistik (SKH Kedaulatan Rakyat Edisi Ramadhan 1429 H)” yang diterbitkan pada tahun 2011. Dalam Penelitian tersebut dijelaskan Foto Jurnalistik merupakan realita yang terjadi di masyarakat selama bulan Ramadhan yang syarat akan informasi penting selama Ramadhan berlangsung. Persamaan dari penelitian ini mengambil topik tentang pesan-pesan dakwah melalui media. Adapun perbedaan dari penelitian ini terletak pada obyek penelitian yang dalam hal ini peneliti mengambil penelitian tentang penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* sedangkan penelitian Marwanti pada Foto Jurnalistik.

Skripsi yang Ketiga, saudari Ana Dwi Iryani dengan judul skripsi *Personal Branding Jokowi dalam Media (Analisis isi kuantitatif Personal Branding Jokowi dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret-Juli 2012)*. Peneliti ini ingin mengetahui bagaimana kecenderungan *Personal Branding Jokowi* dalam penulisan berita dan berapa besar penulisan *Personal Branding Jokowi* pada Harian Umum Solopos periode terbit Maret-Juli 2012. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang adanya pembentukan *Personal Branding* yang dilakukan melalui media massa. Adapun perbedaannya tentu pada Metodologi penelitian yang diaman peneliti mengambil metodologi penelitian kualitatif sedangkan Penelitian Ana Dwi

Iryani menggunakan metodologi penelitian Kuantitatif dan juga obyek penelitiannya pun berbeda.

E. LANDASAN TEORI

1. Pesan Dakwah Islam

a. Pengertian Pesan Dakwah Islam

Sebenarnya ada banyak definisi tentang Dakwah. Namun Dakwah menurut H.M.S Nasaruddin Latif dalam bukunya yang berjudul Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah (1990: hal 2) dakwah itu memiliki 3 unsur pengertian pokok , antara lain:

- a) Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang ke orang lain.
- b) Penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa *amar ma'ruf* (mengajak pada kebajikan) maupun *nahi munkar* (mencegah kemungkaran)
- c) Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya ajaran Islam.

Dengan demikian dakwah merupakan segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran Agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati

dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan. (H.M.S Nasaruddin Latif 1990:32)

Dakwah hakikatnya adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan. Menyeru seseorang pada Agama Islam maknanya adalah berupaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada apa yang diserukan, Yakni Islam sehingga Dakwah Islam tidak hanya terbatas pada aktivitas lisan, namun mencakup seluruh aktivitas lisan atau perbuatan yang ditujukan dalam rangka menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada Islam (Ahmad Mahmud, 2006:34)

b. Jenis Pesan Dakwah Islam

Dalam Ilmu Komunikasi pesan adalah *message*, yaitu symbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-dakwah*. Istilah ini lebih tepat berbanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maaddah al'dakwah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.” Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah. (Moh. Ali Aziz 2004: 318)

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadist. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan Hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsu-nafsu semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain al-Qur'an dan hadis). (Moh. Ali Aziz, 2004:319)

1) Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT. Kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Dengan mempelajari Al-Qur'an, seseorang dapat mengetahui kandungan Kitab Taurat, Kitab Zabur, Kitab Injil, *Shahifah* (lembaran wahyu) Nabi Nuh a.s, *Shahifah* Nabi Ibrahim a.s, *Shahifah* Nabi Musa a.s dan *Shahifah* yang lain. Selain itu, Al-Qur'an juga memuat keterangan di luar wahyu-wahyu yang terdahulu. Untuk melihat kandungan al-Qur'an, umat manusia harus bisa menelaah antara lain kandungan surat al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qur'an. Dalam surat al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah, yaitu akidah (ayat

1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam.

Semua pokok ajaran Islam tersebut disebutkan secara global dalam Al-Qur'an, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadis. Dalam mengutip ayat Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan:

- a) Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar. Kekurangan satu huruf saja atau kesalahan tanda baca (*syakl*) dapat mengubah makna ayat Al-Qur'an. Begitu pula, pengucapan yang tidak sesuai dengan pedoman pengucapannya (*tajwid*) akan dapat merusak maknanya. Dari sini pendakwah wajib belajar Ilmu Tajwid.
- b) Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya disertai terjemahannya. Hal ini dimaksudkan agar mitra dakwah dapat memahami arti ayat Al-Qur'an. Tidak semua orang mengerti bahasa Arab apalagi bahasa Al-Qur'an. Bagi pendakwah yang mampu menerjemahkannya sendiri dengan baik, ia lebih baik menggunakan terjemahannya. Jika ia tidak mampu, maka ia harus memilih terjemahan dari sumber yang terpercaya serta menulis atau mengatakan sumber tersebut. Jika memungkinkan, secara baiknya pendakwah menulis atau mengucapkan ayat Al-Qur'an sesuai teks aslinya, tidak menuliskan terjemahannya saja.

c) Sebaiknya ayat Al-Qur'an ditulis pada lembaran yang tidak mudah diletakkan pada tempat yang kotor atau mudah terinjak. Begitu pula, pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya dilakukan dalam keadaan berwudhu (suci dari hadas). Ayat Al-Qur'an adalah suci dan mulia. Dengan cara tersebut, kita tidak bisa memuliakannya. (Moh. Ali Aziz, 2004:320)

2) Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW, yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya yang dinamakan hadis. Untuk melihat kualitas kesahihan hadis, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadis. Tidak harus menelitinya sendiri. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadis yang sahih serta memahami kandungannya. Jumlah hadis Nabi SAW yang termaktub dalam beberapa kitab hadis sangat banyak. Terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Pendakwah cukup membuat klasifikasi hadis berdasarkan kualitas dan temanya.

Dalam mengutip hadis Nabi SAW, ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah.

a) Penulisan atau pengucapan hadis harus benar. Kesalahannya dapat menimbulkan perubahan makna. Namun kesalahan ini tidak lebih berat dibanding dengan kesalahan penulisan atau pengucapan ayat

Al-Qur'an. Untuk mengucapkan redaksi (*matan*) hadis, aturan ilmu tajwid tidak seketat seperti pembacaan Al-Qur'an.

- b) Penulisan atau pengucapan *matan* hadis sebaiknya disertai terjemahannya, agar pengertiannya dapat dipahami oleh mitra dakwah. Dalam terjemah harus dapat membedakan antara *matan* hadis dan cerita perawinya. Bentuk kalimat langsung lebih sering terungkap dalam *matan* hadis. Dengan terjemah yang benar, mitra dakwah dapat merasakan kehadiran Nabi SAW. Serta membayangkan peristiwa yang ada di sekitar Nabi SAW. Jika hadis tidak disebut dan hanya terjemahan saja, maka hal itu tidak menjadi persoalan. Tidak sedikit hadis yang diriwayatkan maknanya saja, sementara *matan* merupakan redaksi perawi. (Moh. Ali Aziz, 2004:321)

3) Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW dan proses belajarnya yang langsung dari beliau. Di antara para sahabat Nabi SAW ada yang termasuk sahabat senior (*kibar al-shahabah*). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW hampir semua perkataan sahabat dalam kitab-kitab hadis berasal dari sahabat senior. Sama dengan kutipan-

kutipan sebelumnya, dalam mengutip pendapat sahabat juga harus mengikuti etika sebagai berikut:

- a) Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.
- b) Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.
- c) Menyebut sumber rujukan.
- d) Membaca do'a dengan kata *radliyallahu'anhu'anha* atau menulis dengan singkatan r.a di belakang nama sahabat. (Moh.Ali Aziz, 2004: 323)

4) Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keIslaman secara mendalam dan menjalankannya. Pendapat ulama apapun isi dan kualitasnya harus dihargai, karena ia dihasilkan dari pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber utama hukum Islam serta telah men"diskusi"kannya dengan pendapat ulama-ulama yang telah ada. Ini yang membedakan dengan pendapat bukan ulama. Pendapat para ulama dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pendapat yang telah disepakati (*almuttafaq'alaih*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhalaf fi*h). (Moh. Ali Aziz, 2004:323)

Adapun etika mengutip pendapat para ulama adalah sebagai berikut:

- a) Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.
- b) Menyebut nama ulama yang dikutip.
- c) Mengetahui argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (*taqlid*)
- d) Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat. (Moh. Ali Aziz, 2004: 324)

5) Hasil penelitian Ilmiah

Tidak sedikit ayat Al-Qur'an yang bisa dipahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil sebuah penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Masyarakat modern amat menghargai hasil penelitian. Bahkan orang sekuler lebih memercayainya daripada kitab suci.

Sifat dari hasil penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya dapat berubah. Reflektif, karena ia mencerminkan realitasnya. Hasil penelitian bisa berubah, oleh penelitian berikutnya atau penelitian dalam medan yang berbeda. Oleh sebab itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah pesan dakwah harus berpegang pada etika berikut:

- a) Menyebut nama penelitiannya, atau lembaga bil melibatkan suatu lembaga. Kebesaran nama penlitit atau lembaga penelitian ikut menentukan kredibilitas hasil penelitian.
 - b) Menyebutkan obyek penelitian yang sesuai dengan topic dakwah.
 - c) Disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas.
 - d) Disampaikan kepada mitra dakwah yang memahami fungsi penelitian.
 - e) Disampaikan untuk menguatkan pesan utama dakwah, bukan sebaliknya pesan utama dakwah dipakai untuk memperkuat hasil penelitian. (Moh. Ali Aziz, 2004: 325)
- 6) Kisah dan Pengalaman Teladan

Ketika membicarakan pengalaman apalagi yang menyangkut keteladanan, pendakwah harus berhati-hati. Tidak boleh berharap mitra dakwah meniru keteladanan dalam diri pendakwah. Karena keteladanan pribadi bisa menimbulkan prasangka buruk pada pendakwah sebagai orang yang membanggakan diri (*'ujub*), menonjolkan diri (*riya'*), atau membuat diri terkenal (*sum'ah*). Jika demikian ini yang ditakutkan, pendakwah bisa menceritakan pengalaman orang lain. (Moh. Ali Aziz, 2004:326)

7) Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan daripada pelakunya. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah.

Dalam menjadikan berita sebagai penunjang pesan dakwah, terdapat beberapa etika yang harus diperhatikan:

- a) Melakukan pengecekan berkali-kali sampai diyakini kebenaran berita tersebut.
- b) Dampak dari suatu berita juga harus dikaji.
- c) Sifat berita adalah datar, hanya hanya memberitahukan karenanya, sebagai pesan dakwah, berita harus diberi komentar.
- d) Berita yang disajikan harus mengandung hikmah. (Moh. Ali Aziz, 2004: 328)

8) Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Hampir setiap karya sastra memuat pesan-pesan bijak.

Tidak semua karya sastra bisa menjadi pesan dakwah, sebab ada karya sastra yang digunakan untuk pemujaan berhala, mengungkapkan cinta asmara, menggambarkan keindahan dunia, dan sebagainya. Karya sastra yang dijadikan pesan dakwah harus berlandaskan etika sebagai berikut:

- a) Isinya mengandung hikmah yang mengajak kepada Islam atau mendorong berbuat kebaikan.
- b) Dibentuk dengan kalimat yang indah.
- c) Ketika pendakwah mengungkapkan sebuah sastra secara lisan, kedalaman perasaan harus menyertainya, agar sisi keindahannya dapat dirasakan.
- d) Jika diiringi music, maka penyampaian karya sastra tidak dengan alat music yang berlebihan. (Moh. Ali Aziz, 2004:329)

9) Karya seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambing yang terbuka untuk ditafsirka oleh siapapun. Jadi bersifat subyektif.

Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan, yaitu:

- a) Diupayakan sedemikian rupa agar karya seni tidak ditafsirkan secara salah oleh mitra dakwah. Jika dipandang perlu bisa diberi sedikit komentar.
- b) Menurut ulama yang berpaham tekstualis (memahami ayat atau hadis sesuai dengan teksnya), tidak dibenarkan karya seni dengan objek makhluk hidup.
- c) Karya seni tidak bernuansa pornografi, menghina symbol-simbol agama, melecehkan orang lain, atau menimbulkan dampak-dampak negative lainnya baik langsung maupun tidak langsung. (Moh. Ali Aziz, 2004: 330)

c. Tema-tema Pesan Dakwah Islam

Berdasarkan temanya pesan dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klarifikasi yang diajukan para ulama dalam memetakan Islam. beberapa kategori ataupun materi dakwah antara lain meliputi akidah, syari'ah, dan akhlak.

1. Kategori Akidah, yaitu pesan-pesan dakwah yang ada kaitannya dengan keyakinan(keimanan) meliputi Iman kepada Allah SWT, Iman kepada Kitab-Kitab Allah SWT, Iman kepada Malaikat, Iman kepada Rasul-Rasul Allah SWT, Iman kepada Qadla & Qadar dan juga Iman kepada hari akhir. Akidah seseorang dapat ditingkatkan dengan banyak muhasabah (menghitung-hitung) terhadap amal perbuatan yang telah dilakukan. Akidah tidak banyak ditunjukkan

oleh raga, karena merupakan wilayah hati. Namun akan nampak bila kita hayati bilamana seseorang itu mampu menunjukkan hati yang suci walaupun tidak secara langsung. (Moch. Ali Aziz 2004:332)

2. Kategori Syariat merupakan pesan-pesan dakwah yang menyangkut aktivitas manusia muslim didalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang baik dilakukan dan mana yang tidak baik untuk dilakukan, aman yang halal dan mana yang haram, dan lain sebagainya. Dalam hal ini juga menyangkut hubungan manusia dengan Allah SWT. Dari sini jelas bahwa dalam syariat tidak membahas apapun kecuali apa-apa yang ditetapkan-Nya. Hanya saja cakupannya tidak hanya hubungan manusia dengan Allah SWT namun juga manusia kepada sesamanya, termasuk makhluk-makhluk lain, baik yang hidup maupun yang mati. Singkatnya, Pesan Syariat merupakan pesan yang berkaitan dengan aturan agama yang akan berimplikasi pada pertanggungjawaban di sisi Allah SWT. (Moch. Ali Aziz 2004:332)
3. Kategori Akhlak, merupakan pesan yang berkaitan budi pekerti, tingkah laku, dan tabiat. Dalam Islam akhlak memiliki 5 ciri khas (Moch. Ali Aziz, 2004:332)

2. Teori Media Baru

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner(1980:10): “*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011: 310)

Ahli komunikasi yang lain mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa. Gebner(1967) menulis, *Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message in industrial societies*” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Dalam penelitian ini penulis mengambil Teori DeFleur dan Ball Rokeach tentang pertemuan dengan media, dalam hal ini pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka theories: perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial.

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologi individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimulus dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimulus tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis. Pengalaman belajar, dan

lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media massa yang berbeda pula.

Perspektif kategori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimulus tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula.

Perspektif hubungan sosial menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Lazarsfeld menyebutnya “pengaruh personal”. *Step flow of communication*”. Dalam model ini, informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama, informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media massa. Kedua, informasi bergerak dari orang-orang itu disebut “pemuka pendapat” dan kemudian melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.

Secara singkat, berbagai faktor akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Faktor-faktor ini meliputi organisasi personal, psikologi individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan serta bidang pengalaman: kelompok-kelompok sosial dimana individu menjadi anggota dan hubungan-

hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.

Pada Tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat.

Gagasan tentang era media kedua yang sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan yang penting dalam teori media. Bagi seseorang, hal ini melonggarkan konsep “media” dari komunikasi “massa” hingga berbagai media yang berkisar dari jangkauan yang sangat luas hingga sangat pribadi. Kedua, konsep tersebut menarik perhatian pada bentuk-bentuk penggunaan media yang baru yang dapat berkisar dari informasi individu dan kepemilikan pengetahuan hingga interaksi.

Ketiga, tesis tentang era media kedua membawa teori media dari kesamaran yang relatif pada tahun 1960-an pada popularitas yang baru pada tahun 1990-an dan seterusnya. Kekuatan media dalam dan dari media itu sendiri kembali jadi fokus, termasuk sebuah minat baru dalam karakteristik penyebaran dan penyiaran media.

Era media pertama digambarkan oleh:

- a. Sentralisasi produksi (satu menjadi banyak)
- b. Komunikasi satu arah
- c. Kendali situasi, untuk sebagian besar

- d. Reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media
- e. Audiens massa yang terpecah
- f. Pembentukan kesadaran social

Era media kedua, sebaliknya dapat digambarkan sebagai:

- a. Desentralisasi
- b. Dua arah
- c. Diluar kendali situasi
- d. Demokratisasi
- e. Mengangkat kesadaran individu
- f. Orientasi individu

Mungkin ada dua pandangan yang dominan tentang perbedaan antara era media

Pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial (social interaction) dan pendekatan integrasi sosial (social integration).

Pendekatan Interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi

peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap sebagai media informasional dan karenanya menjadi mediasi realitas bagi konsumen. Sebaliknya, media baru lebih interaktif dan menciptakan pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011: 311)

Mungkin pendukung pandangan ini yang paling terkemuka adalah Pierre Levy yang menulis buku berjudul *Cyberculture*. Levy memandang World Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pembagian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, dan menyediakan tempat untuk berbagai pandangan secara luas.

Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Ada beberapa masalah dalam membuat perbandingan ini, dan beberapa orang yakin bahwa media yang baru lebih “termediasi” daripada yang akan diyakini oleh para pendukungnya. (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011: 311)

Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan kebimbangan. Sebagai contoh, seseorang sekarang dapat mengecek surat elektronik seseorang kapan saja, tetapi mungkin mungkin

seseorang akan harus menghabiskan beberapa jam sehari hanya untuk memeriksa surat elektronik hari ini yang tidak menjadi masalah 10 tahun yang lalu.

Cara untuk membedakan media adalah dengan integrasi sosial. Pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukannya dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Hal ini terjadi dengan menggunakan media sebagai sebuah ritual bersama yang mungkin atau tidak mungkin menggunakan interaksi yang sebenarnya. Menurut pandangan integrasi sosial, interaksi bahkan bukanlah sebuah komponen penting dalam integrasi sosial melalui ritual. Maka, interaksi tatap muka bukan lagi standar utama atau dasar bagi perbandingan media komunikasi.

Seseorang tidak terlalu banyak berinteraksi dengan orang lain, tetapi dengan media itu sendiri. Seseorang tidak menggunakan media untuk memberitahu tentang sesuatu, tetapi karena menggunakan media adalah ritual diri yang memiliki makna dalam dan dari ritual itu sendiri. Sebagai contoh, Seseorang mungkin mengatur Washinton Post Online sebagai halaman seseorang awal dan memeriksanya beberapa kali sehari, tidak terlalu sering karena seseorang hanya ingin mengetahui berita, tetapi karena seseorang telah meritualkan tindakan

tersebut. Setiap media memiliki potensi untuk ritual dan integrasi, tetapi media menjalankan fungsi ini dalam cara yang berbeda.

Dengan orientasi media penyiaran sebelumnya, seperti televisi dan buku, sumber-sumber yang tersentralisasi menciptakan situasi dan karakter yang dapat dikenali audiens. Namun, media penyiaran memungkinkan adanya sedikit interaksi yang lain daripada hanya menggunakan alat kendali jarak jauh atau memutuskan cerita yang mana yang harus dibaca atau yang tidak harus dibaca. Seseorang mendengarkan dan melihat, tetapi media tidak berbicara atau berinteraksi dengan seseorang.

Sebaliknya, seseorang menggunakan media sebagai semacam ritual bersama yang membuat seseorang merasa sebagai bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri seseorang. Media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri. Sebuah personal data assistant (PDA), seperti Blackberry atau Palm Pilot sebenarnya berguna untuk menyimpan catatan dari dan pertukaran informasi dengan orang lain, tetapi sebenarnya dapat lebih dari itu.

Alat ini membuat kita merasa bahwa seseorang merupakan bagian dari sebuah komunitas sosial pengguna yang bergabung dengan sesuatu yang berada di luar diri seseorang. Mungkin ini alasan kenapa orang-orang tertentu senang memeriksa surat elektronik mereka melalui Blackberry saat liburan di Perancis. Media yang lebih baru menciptakan sesuatu yang terlihat seperti interaksi, tetapi tidak mirip dengan interaksi tatap muka yang sebenarnya. Malahan media yang

lebih baru menciptakan interaksi dengan simulasi komputer. (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011: 312)

Ada tingkatan interaksi yang tinggi, tetapi dengan komputer, tidak dengan individu tertentu. Gagasan ini didukung oleh teori persamaan media(media-equation theory) yang menyatakan bahwa seseorang memperlakukan media seperti manusia dan berinteraksi dengan media seolah-olah mereka nyata. Ini menjelaskan kenapa, misalnya, komputer terlihat seperti memiliki kepribadian; kenapa seseorang menghargai apa yang telah dilakukannya untuk orang lain, dan bahkan marah jika komputer seseorang “berperilaku buruk”.

Dalam bagian ini, telah jelas bahwa pada Bergama versi teori media. Di sini, untuk melihat secara singkat bahwa jenis media tertentu yang ada dalam masyarakat pada waktu yang berbeda dalam sejarah telah memiliki pengaruh besar pada individu dan susunan sosial. Sekarang ini beralih ke tatanan teori yang sangat berbeda, masih tetap di dalam tradisi sosiokultural yang membahas tentang isi media dan metafora “media sebagai vessel” dengan sangat serius. (Stephen littlejohn & Karen A.Foss 2011: 312)

3. Blackberry Messenger

Dalam Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Sdr. Ardyanto Pristiana Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2014. *Blackberry Messenger* merupakan program pengirim pesan instant yang disediakan oleh pengguna Blackberry. *Blackberry Messenger* merupakan

aplikasi instant yang dapat digunakan oleh pengguna Blackberry yang dirancang khusus untuk dapat berkomunikasi ataupun berkirim pesan/file ke sesama pengguna *Blackberry Messenger*. Pada aplikasi *Blackberry Messenger* ini ada sebuah layanan yang dikenal dengan namanya *Display Picture*. *Display Picture* merupakan sebuah tampilan gambar yang menunjukkan identitas dari user pengguna *Blackberry Messenger*. Jika seseorang ingin ngobrol seputar Blackberry tidak perlu bingung karena blackberry telah memberikan fasilitas Blackberry Messenger yang dapat digunakan untuk menghubungkan dari sesama pengguna Blackberry di seluruh dunia. (KIM, 2009: 76)

a. Menambah kontak ke *Blackberry Messenger*

Untuk menambahkan kontak ke *Blackberry Messenger* caranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pada aplikasi *Blackberry Messenger*, pada layar daftar kontak, tekan tombol menu
- 2) Kemudian klik tambah Kontak
- 3) Ketikkan bagian atau nama lengkap kontak
- 4) Klik kontak tersebut
- 5) Jika telah mengaktifkan kata sandi undangan dan ingin menyetel kata sandi, ketikkan sebuah pertanyaan dan jawaban undangan. Klik Ok. Jika tidak klik Batal untuk melanjutkan

6) Jika anda ingin menambahkan pesan khusus ke undangan, ketikkan Pesan

7) Klik OK untuk mengaktifkan kontak *Blackberry Messenger*. (KIM, 2009: 77)

b. Menerima Undangan

Jika menerima undangan untuk bergabung maka tindakan ke dalam suatu grup di dalam *Blackberry Messenger* maka tindakan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut ini:

1) Pada *Blackberry Messenger* pada permintaan grup klik sebuah undangan

2) Kemudian Klik satu pilihan tindakan berikut

a) Terima

b) Tolak

c) Hapus

c. Melihat Informasi kontak

Jika ingin melihat kontak pada *Blackberry Messenger* maka tindakan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Masuk ke *Blackberry Messenger* kemudian pada layar daftar kontak pilih sebuah kontak.

2) Selanjutnya tekan tombol Menu

3) Klik Info Kontak untuk melihat informasi kontak

d. Mengubah Nama Kontak

Kontak yang terdapat pada *Blackberry Messenger* telah memiliki nama default dari *Blackberry Messenger*. Jika kita ingin mengganti nama kontak tersebut sesuai dengan keinginan kita maka tindakan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Masuk ke *Blackberry Messenger* kemudian pada layar Daftar kontak pilih sebuah kontak
- 2) Selanjutnya tekan tombol Menu
- 3) Kemudian klik ganti nama kontak
- 4) Ketikkan nama yang baru
- 5) Klik Ok untuk menyimpan perubahan. Untuk melihat lagi nama tampilan khusus kontak tersebut, klik Setel nama Asli

e. Menghapus kontak

Jika kontak yang kita buat sudah tidak kita gunakan lagi. Kita dapat menghapus kontak pada BBM. Untuk menghapus berikut langkahnya:

- 1) Perhatikan pada BBM pada layar daftar kontak. Pilih sebuah kontak.
- 2) Kemudian tekan tombol Menu
- 3) Klik Hapus kontak untuk menghapus kontak

f. Mengubah status di *Blackberry Messenger*

Saat ini menggunakan *Blackberry Messenger* maka pada *Blackberry Messenger* akan muncul status kita, jika kita ingin mengubah status kita berikut langkah2nya:

- 1) Pada *Blackberry Messenger* pada layar daftar kontak tekan tombol Menu
- 2) Kemudian klik Edit Infoku
- 3) Klik sebuah status yang sesuaidengan kondisi kita sekarang. Jika perlu, ketikkan pesan yang dapat dibaca bila mereka melihat informasi kontak anda
- 4) Klik simpan untuk menyimpan pengaturan yang baru kita buat. (KIM, 2009: 77-78)

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Riset kualitatif (Krisyantono, 2006: 56-57) bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Selain itu riset kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau sampling-nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah dianggap cukup dan sudah mendalam, serta bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Karena penekanan terletak pada persoalan kedalaman (kualitas) dan bukannya banyaknya (kuantitatif) data

Sifat dan jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual, Peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antara variable (Krisyantono, 2006: 67-68)

2. Subyek dan Obyek penelitian

a) Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pengguna Aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin baik itu yang menggunakan Handphone merek Blackberry itu sendiri maupun pengguna *Smartphone* Android atau Iphone yang tertera pada kontak maupun terdapat dalam Group blackberry messenger(BBM) milik Restu Basuki. Informan dalam penelitian ini harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- 1) Informan merupakan anggota Angkatan Remaja Masjid Al-Muttaqin padukuhan Nglatiyan 1 kelurahan Ngentakrejo kecamatan Lendah kabupaten Kulon Progo periode 2013-2015 khususnya anggota seksi Dakwah. Informan berjumlah 4 orang seluruhnya adalah anggota seksi dakwah AREMA.

- 2) Informan menjadi pengguna aktif dalam *Blackberry Messenger* (BBM) baik itu yang menggunakan Handphone Blackberry itu sendiri maupun Pengguna Handphone Android atau Iphone.
- 3) Pernah atau sering menampilkan *Display Picture* (DP) dalam *Blackberry Messenger* (BBM) pribadi miliknya.

b) Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Pesan Dakwah Islam melalui Media Sosial pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* yang merupakan sebuah tampilan gambar yang ditampilkan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama bulan Ramadhan 1436 H/2015M yang menunjukkan identitas dari user pengguna aplikasi *Blackberry Messenger* atas nama Gunarto, Rismawati, Septi Wuryani, Niken Rahayu, Cahyo Hernugroho, dan Anik Risty .

3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis Pengumpulan data yang ingin diperoleh dibagi menjadi 2 yaitu; Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer diperoleh melalui hasil wawancara dengan subyek penelitian. Data Sekunder diperoleh dari hasil pengamatan(observasi), Studi Pustaka dan juga Hasil Dokumentasi.

a) Wawancara Focus Group Discussion(FGD)

Focus Group Discussion(FGD) adalah kelompok diskusi bukan wawancara atau obrolan. Ciri khas metode FGD yang tidak dimiliki oleh metode riset kualitatif lainnya (wawancara mendalam atau observasi) adalah interaksi. Tanpa interaksi sebuah FGD berubah wujud menjadi

kelompok wawancara terfokus (*FGI-Focus Group Interview*). Hal ini terjadi apabila moderator cenderung selalu mengkonfirmasi setiap topik satu per satu kepada seluruh peserta FGD. Semua peserta FGD secara bergilir diminta responnya untuk setiap topik, sehingga tidak terjadi dinamika kelompok. Komunikasi hanya berlangsung antara moderator dengan informan A, informan A ke moderator, lalu moderator ke informan B, informan B ke moderator, dst. Kondisi idealnya, Informan A merespon topik yang dilemparkan moderator, disambar oleh informan B, disanggah oleh informan C, diklarifikasi oleh informan A, didukung oleh informan D, disanggah oleh informan E, dan akhirnya ditengahi oleh moderator kembali. Diskusi seperti itu sangat interaktif, hidup, dinamis. Dilakukan karena satu organisasi dan agar efektif.

b) Observasi

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal ini yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data atau informan sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola dan hubungan yang terus menerus terjadi. Jika hal ini sudah ditemukan, maka peneliti dapat menemukan tema-tema yang diteliti (Jonathan Sarwono 2006:224)

Metode pengamatan (Observasi) dipilih oleh peneliti karena dengan mengamati obyek penelitian, peneliti bisa melihat lebih jauh dan lebih dekat tentang pesan-pesan dakwah yang ingin disampaikan melalui tampilan *Display Picture (DP) Blackberry Messenger (BBM)*. Observasi ini dimaksudkan supaya mengetahui karakteristik dari subyek penelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan hasil dari penelitian ini.

Pengamatan (Observasi) akan dilakukan peneliti sebelum penelitian dilakukan (Pra Penelitian) agar dapat menentukan seberapa banyak subyek penelitian yang masuk dalam kriteria subyek penelitian khususnya dari seksi dakwah sendiri yang merupakan responden utama peneliti.

c) Kajian Dokumen

Kajian Dokumen merupakan saran pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahasa-bahasa tulisan lainnya. Metode pencarian data ini sangat bermanfaat karena dapat dilakukan dengan tanpa mengganggu obyek atau suasana penelitian. Peneliti dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh obyek diteliti.

4. Analisis Data

Analisis data harus dilakukan untuk mendapatkan hasil dari penelitian, dan juga untuk menarik kesimpulan-kesimpulan. Penelitian kualitatif lebih

bertujuan untuk mengemukakan gambaran atau memberikan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa sehubungan dengan realitas atau gejala komunikasi yang teliti(Prawito, 2007:100-101)

Pada penelitian ini teknik analisis data yang dipakai dengan menggunakan teknik analisis interaktif miles dan huberman atau yang lazim disebut Interactive model, (Prawito, 2007: 104). Teknik analisis pada dasarnya terdiri dari tiga komponen

a) Reduksi data (data reduction)

Reduksi data melibatkan beberapa tahapan, yakni:

- 1) Tahap pertama, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan dan meringkas data.
- 2) Tahap kedua, penyusunan kode-kode dan catatan (memo) mengenai berbagai hal termasuk yang berkenaan dengan aktifitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, karakter, dan pola-pola data.
- 3) Tahap ketiga, menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok-kelompok data yang bersangkutan

b) Penyajian data (data display)

Penyajian data melibatkan langkah-langkah mengorganisir data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan.

c) Penarikan dan pengujian kesimpulan (drawing and verifying conclusion)

Pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Peneliti harus mengkonfirmasi, mempertajam atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan akhir berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti.

5. Metode Keabsahan data

Teknik Keabsahan data merupakan upaya untuk mewujudkan validitas dan reliabilitas data penelitian. Validitas adalah sejauh mana yang data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas yang diteliti. Sedangkan realibilitas adalah tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data (Prawito, 2008:97)

Teknik Keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan upaya untuk mengakses sumber-sumber yang bervariasi guna memperoleh data mengenai masalah yang diteliti. Peneliti akan menguji data yang diperoleh dari satu sumber, untuk kemudian dibandingkan dengan data dari sumber yang lainnya. Dengan cara ini, peneliti dapat menjelaskan masalah yang diteliti dengan lebih komprehensif. Peneliti akan melakukan triangulasi sumber data dari screenshot yang diambil peneliti selama bulan ramadhan 1436 H/2015 M agar semuanya jelas. Kemudian peneliti juga akan melakukan triangulasi sumber dengan dokumen, dan pustaka.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pesan dakwah melalui media sosial pada penggunaan tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* di kalangan remaja masjid Al-Muttaqin berdasarkan Jenis-jenis pesan dakwah yang dikemukakan oleh Moh. Ali Aziz (2004:318) dapat digolongkan menjadi 7 Jenis Pesan dakwah. Jenis pesan dakwah pertama tentang ayat-ayat Al-qur'an ditampilkan oleh sdr. Gunarto anggota seksi dakwah. Tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* memuat tulisan ayat Al-Qur'an dengan huruf "Bismillah" dalam penulisan Bahasa Arab beserta arti atau terjemahan kandungan ayat "Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang". Penulisan ayat Al-Qur'an telah sesuai pedoman Al-Qur'an disertai dengan arti dan terjemahannya jadi tidak akan merusak makna dari isi pesan dakwah tersebut. Penulisannya juga dengan huruf yang jelas dan mudah dibaca.

Jenis pesan dakwah kedua tentang Hadis Nabi SAW ditampilkan oleh sdr. Rismawati dengan penyampaian pesan dakwah Islam melalui kutipan hadis Nabi SAW dalam tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* yang dilakukan oleh sdr. Rismawati dalam *Display Picture* akun *Blackberry Messenger*. Penulisan kutipan hadis Nabi SAW yang dimaksudkan "Yaa muqollibal qulub tsabbit qolbi 'ala diinik" beserta terjemahannya "Wahai Zat yang membolak-balikkan hati teguhkanlah hatiku diatas agama-Mu".

Jenis pesan dakwah ketiga tentang Pendapat para sahabat Nabi SAW yang ditampilkan sdri. Cahyo Hernugroho. Tulisan atau kata-kata dalam tampilan Display Picture aplikasi Blackberry Messenger “Bila kita merasa letih karena berbuat kebaikan, maka sesungguhnya keletihan itu akan hilang akan hilang dan kebaikan akan kekal. Bila kita bersenang-senang dengan dosa, kesenangan itu akan hilang dan dosa yang akan kekal. Etika dalam penulisan dalam kaitannya pesan dakwah tentang pendapat para sahabat Nabi SAW melalui tampilan Display Picture aplikasi Blackberry Messenger diantaranya kutipan tidak bertentangan dengan Al-Qur’an dan Hadis. Disebutkan sahabat Nabi SAW yaitu Umar bin Khattab dalam tulisan juga disertai kata radliyallahu’anhu’anha atau ditulis singkatan r.a dibelakang nama sahabat

Pesan dakwah yang keempat tentang pendapat para ulama yang ditampilkan oleh Sdri Septi Wuryani. Bentuk tulisan atau kata-kata bergambar yang terdapat tulisan pertanyaan kepada seorang ustadz. “Ustadz bagaimana mengetahui dia(wanita) itu betul-betul ikhlas dengan kita?Coba tuntun dia, arah dia Jika dia patuh dan taat akan arahan, jangan lepaskan dia...Ustadz Bagaimana mengetahui dia(pria) itu betul-betul mencintai kita? Buat dia marah,kalau dia sabar,,jangan lepaskan dia”. Dijelaskan bahwa hal ini diambil dari kata-kata dimana seorang ustadz sedang memberikan nasihat kepada seseorang agar mendapatkan jodoh yang baik akhlaknya. Tergambarkan dalam dua sisi orang yang berbeda yaitu dari sisi perempuan dan juga sisi laki-laki. Dimaksudkan agar dalam memilih jodoh atau pasangan hidup yang benar-benar dikehendaki.

Jenis pesan dakwah kelima ditampilkan oleh sdr. Rismawati tentang Hasil penelitian ilmiah. tulisan tentang “Qur’an is the only medicine of the heart” dimana dapat diartikan bahwa dalam Al-Qur’an adalah pengobatan hati. Tidak sedikit dalam ayat Al-Qur’an yang telah memberikan banyak kesehatan. Dalam etika penulisan dalam kaitannya pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah tulisan dalam tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* ini hanya saja tidak menyebutkan secara jelas nama penelitiannya maupun institusi, lembaganya, namun disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas.

Jenis pesan dakwah yang keenam tentang Kisah dan Pengalaman Teladan ditampilkan oleh Anik risty. Dalam tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* nya terdapat tulisan “ketiga, peperangan tentera bergajak yang disebut di dalam Al-Qur’an surah Al-Fill, datang menyerang kota Mekkah. Gajah-gajah itu berhenti dan berundur dengan izin Allah”. Terdapat pesan dakwah Islam bagaimana ketika Nabi Muhammad SAW dahulu dilahirkan di dunia ini.

Jenis pesan dakwah yang ketujuh tentang karya sastra ditampilkan oleh sdr Niken Rahayu juga menggunakan tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* akun nya sebagai media berdakwah. Dibuktikan dengan tampilan yang ditampilkan ketika Bulan Suci Ramadhan 1436 Hijriyah atau 2015 Masehi tepatnya tanggal 05 Juli 2015 Masehi.

Penulisan dalam tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* yang digunakan tulisan “Aku mau...Tapii..Buatn aku Mesjid dengan seribu Menara dalam waktu satu malam. Kamu sanggup?”

Berdasarkan hal diatas maka pesan dakwah melalui tampilan *Display Picture* aplikasi *Blackberry Messenger* di kalangan remaja masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 Hijriyah/ 2015 Masehi menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah dilakukan disetiap jenis pesan dakwah Islam.

B. Saran

Sesudah penulis melaksanakan penelitian tentang penyampaian pesan dakwah melalui media sosial yang dilakukan dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin dalam kaitannya dengan pembentukan *personal branding* pada tampilan *Display Picture* akun *Blackberry Messenger*, maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan evaluasi bagi rekan-rekan kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin khususnya anggota seksi dakwah tersebut, antara lain:

1. Penyampaian Pesan Dakwah alangkah baiknya jika lebih berskala dan lebih terorganisir dengan anggota seksi dakwah yang lain sehingga kerjasama antar anggota dalam menyampaikan pesan dakwah dapat tercapai.
2. Dalam meningkatkan kesadaran anggota remaja masjid Al-Muttaqin selalu diadakan evaluasi program di setiap pertemuan agar strategi-strategi penyampaian pesan dakwah di kalangan remaja masjid Al-Muttaqin sendiri lebih luas dan lebih berkembang lagi
3. Kaitannya dengan tampilan *Display Picture* akun *Blackberry Messenger* yang dilakukan kalangan remaja masjid Al-Muttaqin alangkah baiknya desain kata-kata bergambar tersebut muncul dari ide atau desain dari anggota sehingga ide atau desain kata-kata bergambar mempunyai sifat *original* atau asli, dan juga

supaya tidak hanya mampu berdakwah namun juga mempunyai daya kreatifitas dan inovatif dalam mengembangkan ilmu yang dimiliki.

4. Masyarakat lingkungan sekitar dan juga masyarakat yang lain haruslah mendukung kegiatan berdakwah positif seperti ini sehingga media sosial akan banyak manfaatnya daripada mudharatnya(kesenangannya).
5. Penyampaian pesan dakwah islam seperti akhlak aqidah dan syari'at-syari'at haruslah dimuali dengan sumber-sumber yang jelas seperti halnya ayat-aya Al-Qur'an dan As-sunnah maupun Al-Hadist dan dalil-dalil Nabi Muhammad SAW yang sudah di shahih kan.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, maka terselesaikan skripsi ini yang berjudul “PESAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* di Kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin selama Bulan Ramadhan 1436 Hijriyah/2015 Masehi)”.

Dengan segala keterbatasan yang ada penulis mengakui bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan yang tidak diketahui penulis. Seperti sebuah peribahasa yang mengatakan “tiada gading yang tak retak” tidak ada sesuatu yang sempurna karena kesempurnaan itu hanya dimiliki oleh Sang Pencipta, Allah SWT. Namun demikian telah diusahakan semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat mencapai target sesuai dengan yang diinginkan oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas akan dorongan dan semangat dari berbagai pihak, baik berupa materiil maupun spiritual. Banyak terimakasih penulis ucapkan, semoga amal kebaikan dari pihak-pihak yang telah terlibat dan membantu mendapatkan amalan balasan dari Allah SWT. Amin ya Rabbal alamin.

Akhir kata, hanya do'a yang bisa penulis panjatkan kepada Allah SWT, semoga kita semua mendapatkan berkat,rahmat,taufik, hidayah serta lindungannya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang-orang yang membutuhkan



DAFTAR PUSTAKA

- Syaamil Al-Qur'an Terjemahan Tafsir Per Kata. 2015. Disusun oleh Tim Syaamil Al-Qur'an. Bandung: Sygma Publishing
- Ali Aziz, Moh. 2004. *Ilmu Dakwah*. . Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group
- Gebner, G. 1967. *Mass Media and Human Communication Theory, Human Communication Theory*, F.E.X. Dance. Editor. New York. Holt, Rinehart & Winston
- Hamidi. 2010. *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press
- Illahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ishak, Saidulkarnain. 2014. *Dakwah Sambil Ngenet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia Building
- Kholili. 2008. *Komunikasi untuk Dakwah*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group
- Latif, H.M.S Nasaruddin. 1990. *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*. Surabaya: Pelangi Dakwah
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss .2008. *Theories of Human Communication*, Ninth Edition. Belmont, California, Thomson Wadsworth
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mahmud, Ahmad. 2011. *Dakwah Islam*. Bogor: Pustaka Thariqul Izzah.
- Montoya, Peter., & Vandehey, Tim. 2008. *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. United States of America: McGraw-Hill.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Parengkuan, Erwin & Becky Tumewu. 2014. *Personal Brand-INC*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara

Rahardjo, Turnomo, dkk. 2012. *Literasi Media & Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo

Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Kitab Undang

Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Jurnal Skripsi:

Ardyanto Pristiana,. 2014. “Analisis Bentuk Kreatif, Variasi Kata, Dan Permainan Bahasa Dalam *Display Picture Blackberry Messenger*”. Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Marwanti. 2011. Pesan dakwah Dalam Foto Junalistik (SKH Kedaulatan Rakyat Edisi Ramadhan 1429 H). Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ana Dwi Iryani. 2012. *Personal Branding* Jokowi dalam Media (Analisis isi kuantitatif *Personal Branding* Jokowi dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret-Juli 2012)

Internet:

<http://teknokompas.com/read/2013/05/16/1148468/bbm.di.android.dan.ios.apa.guna.blackberry>
[Kompas.com](http://teknokompas.com)

<http://muslim.or.id/6409-sampaikan-ilmu-dariku-walau-satu-ayat.html>