

**PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM
@GUSYUSUFCHANNEL
(STUDY ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PERIODE
BULAN RAMADHAN 1440 H)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh:

Muhammad Fihri

14210028

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Pembimbing:

Nanang Mizwar Hasyim S.Sos.,M.Si.

NIP 19840307 201101 1 013

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-33/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGR @gusyusufchannel (Study Analisis Isi Pesan Dakwah Periode Bulan Ramadhan 1440 H)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD FIIHRI
Nomor Induk Mahasiswa : 14210028
Telah diujikan pada : Senin, 20 September 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang
Nanang Mirwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 61c5e40967ea


 Penguji I
Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 61c0a6195c5e

 Penguji II
Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 61c0f33369758



 Yogyakarta, 20 September 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61d8e9e992e1

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGREI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax (0274) 552230
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr, wb

Seteleh membaca, meneliti, memberi petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Fihri

NIM : 14210028

Judul Skripsi : Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @gusyusufchannel (Study Analisis Isi Pesan Dakwah Periode Bulan Ramadhan 1440 H)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap bahwa skripsi ini segera di maaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 6 September 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ketua Program Studi	Mengetahui	Dosen Pembimbing Skripsi
<u>Nanang Mizwar H. S. Sos. M.si</u>		<u>Nanang Mizwar H. S. Sos. M.si</u>
NIP: 1984403072011011013		NIP: 1984403072011011013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Fihri
NIM : 14210028
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul "Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @gusyusufchannel (Study Analisis Isi Pesan Dakwah Periode Bulan Ramadhan 1440 H)" tidak terdapat karya yang di ajukan untuk memperoleh gelar kesenjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil dari karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain. Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 11 September 2021
Yang menyatakan,



Muhammad Fihri
NIM. 14210028

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orang Tua saya Bapak Entis Sutisna dan Ibu

Wakini

Bapak Wasi Prasetya

Keluarga

Serta untuk almamater tercinta saya

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

*“Santri kuwi ora usah ngetok-ngetokken kepinteran lan
keluwihan.*

*Menowo didaulat tugas ojo ditolak, ning yo kudu
sembodo.*

Podo mlakuo biasa-biasa wae opo lumrahe.”

-Almaghfurlah KH. Asyhari Marzuqi-

*“Santri itu tidak perlu memperlihatkan kepintaran dan
kelebihan.*

*Barangkali didaulat tugas jangan ditolak, tapi ya harus
tanggung jawab.*

Berjalanlah biasa-biasa saja seperti biasanya.”

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

-Almaghfurlah KH. Asyhari Marzuqi-

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, nikmat, rezeki dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @GUSYUSUFCHANNEL (STUDY ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PERIODE BULAN RAMADHAN 1440 H)” dengan baik, meskipun tidak sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah semata. Sholawat serta salam penyusun haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya kelak.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata 1 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos.,M.Si., selaku ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos.M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang

senantiasa sabar mengarahkan dan membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

5. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik selama berkuliah di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua Orang Tua yaitu Bapak Entis Sutisna dan Ibu Wakini dan Orang Tua tiri Bapak Wasi Prasetya yang telah menjadi sumber motivasi terbesar dalam hidup serta dengan ikhlas memberikan dorongan dan do'a hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Pondok Pesantren Nurul Ummah terkhusus untuk KH. Ahmad Zabidi Marzuqi Lc, selaku pengasuh dan para pengurus yang selalu mendoakan, mengajarkan dan membimbing santri-santrinya agar menjadi santri yang bermanfaat.
10. Sahabat Punakawan, dan Crew Sarang Sarung Aldi, Yudha, Mun'im, Adzhim, Ibrahim, Richi, Eko, Dani sahabat terbaik di Nurul Ummah. Tiada kata selain apa yang bisa digambarkan bagi mereka.

11. Teman-teman santri Pondok Pesantren Nurul Ummah yang selalu mensupport selalu Umar, Zein, Raju, Taghil, Ayyub, Jeky, Zuhdan, Busyairi, Fatah, Habibi, Kafa, Mbak Unti, Mbak Tsalis, Mbak Isna, Mbak Ipit, Mbak Ghistin, Khanip, Mamake, Uun dan semuanya.
12. Teman-teman Ada Keroncong Anam, Humaidi, Dani, Kaffa dan Topik yang selalu menjadi tempat untuk berbagi dalam berkarya.
13. Teman-teman Secawan Madu Niswah, Nella, Pipeh, Ubedh, Chan, Uli, Cipek, Hasna, Lily dan Nabila yang telah mensupport selama kuliah.
14. Teman-teman Crew Rasida FM Mas Kamal, Mas Arik, Mas Bima, Mas Agus, Mbak Beng, Mas Faris, Mbak Pita, Kak Iyun, Mbak Iin, Mbak Isna, Tya, Nana, Rifky, Nuri, Gendats, Tiara, Ajeng, Neneng, Yuan, Halwa, Thoalabi, Rahmat, Sakinah, Alfi, Annisa, Hameda, Zaza, Syarif, Zarah, Muti, Fazira, Citra, Eva, Shindy, Dian dan semuanya.
15. Teman-teman seperjuangan KKN Okto, Dhuha, Imam, Esti, Ageng, Zyo, Inas, Ulfah, dan Annisa. Serta warga Desa Sumbersari Mbak Wiwin, Mbak Isna, Pak RW, Dan semuanya.
16. Teman-teman seperjuangan angkatan 2014 Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
17. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal saleh dan mendapatkan balasan melebihi apa yang telah diberikan Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta,
Penulis

Muhammad Fihri



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhammad Fihri: 14210028. Skripsi “*Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @gusyusufchannel (Study Analisis Isi Pesan Dakwah Periode Bulan Ramadhan 1440 H)*”. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021

Dakwah menjadi hal yang diwajibkan bagi setiap umat manusia. Perkembangan dakwah sendiri pada saat ini bukan hanya berhenti diatas mimbar saja. Namun sudah berkembang dalam dunia digital. Dimana para dai memanfaatkan tersebut seperti dalam media sosial intagram, facebook dan lainnya, terlebih Gus Yusuf yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwahnya dalam akun Instagram @gusyusufchannel.

Pada penelitian ini, peneliti berusaha menjawab apa saja dan berapa prosentase isi pesan dakwah pada Instagram @gusyusufchannel pada periode bulan Ramadhan 1440 H. Postingan yang diteliti merupakan postingan video yang berkaitan dengan isi pesan dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif dengan menggunakan analisis isi krippendorff.

Pada penelitian ini isi pesan dakwah dilihat dari dua dimensi yakni pesan dakwah dan karakteristik pesan. Pada dimensi pesan dakwah didominasi oleh pesan akhlak yakni pesan yang memuat tentang akhlak kepada Allah, akhlak kepada manusia dan akhlak kepada alam. Sedangkan pada dimensi karakteristik pesan dakwah didominasi oleh karekteristik pesan yang bersifat informatif dimana pesan ini berkaitan tentang berita, penerangan dan pengetahuan.

Kata Kunci : Instagram @gusyusufchannel, Pesan dan karakteristik pesan Dakwah, analisis isi krippendorff

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Kegunaan Penelitian	5
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Teori.....	10

1. Pengertian Dakwah	10
2. Tinjauan tentang Pesan	18
3. New Media.....	20
F. Sistematika Pembahasan	23
BAB II METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Analisis Penelitian.....	25
B. Definisi Konseptual	26
C. Definisi Operasional	28
D. Unit Analisis	30
E. Populasi	32
F. Instrumen Penelitian	34
G. Teknik Pengumpulan Data.....	36
H. Validitas dan Reliabilitas	37
I. Analisis Data.....	39
BAB III INSTAGRAM DAN AKUN INSTAGRAM	
@GUSYUSUFCHANNEL.....	41
A. Instagram.....	41
B. Akun Instagram @gusyusufchannel	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Uji Reliabilitas	50
1. Unit Analisis Materi Pesan Dakwah	54

2. Unit Analisis Karakteristik Pesan Dakwah	55
B. Temuan Data.....	55
1. Frekuensi Materi Pesan Dakwah	56
2. Frekuensi Unit Analisis Karakteristik Pesan Dakwah.....	59
C. Analisis Data.....	61
1. Pesan Dakwah.....	61
2. Karakteristik Pesan Dakwah	81
D. Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109
CURICULUM VITAE	5

DAFTAR TABEL

Table 1 Definisi Konseptual Isi Pesan Dakwah	27
Table 2 Definisi Konseptual Sifat Penyampaian Pesan Dakwah	28
Table 3 Definisi Operasional Isi Pesan Dakwah	29
Table 4 Definisi Operasional Sifat Penyampaian Pesan	30
Table 5 Daftar postingan akun instagram @gusyusufchannel pada periode bulan Ramadhan 1440 H	33
Table 6 Frekuensi Unit Analisis Materi Pesan Dakwah	58
Table 7 Frekuensi Unit Analisis Karakteristik Pesan Dakwah	60
Table 8 Hasil Penelitian dari Semua Unit Analisis ...	97

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Instagram Gus Yusuf	47
Gambar 2 Feed Instagram @gusysufchannel.....	48
Gambar 3 Presentase Materi Pesan Dakwah	62
Gambar 4 Pesan Aqidah	65
Gambar 5 Pesan Syariat	70
Gambar 6 Pesan Akhlak	76
Gambar 7 Presentase Krakteristik Pesan	82



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah hal yang diwajibkan bagi setiap umat manusia. Sering diartikan bahwa dakwah hanya untuk para ulama saja sebagai pendakwah. Namun harus dipahami juga bahwa dakwah bisa dilakukan oleh setiap muslim. Arti dakwah sendiri adalah menyeru. Secara universal arti dakwah adalah menyeru atau mengajak pada hal kebaikan. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran Islam pada apa yang diserukan.¹

Perkembangan dakwah sendiri pada saat ini bukan hanya berhenti diatas mimbar atau ceramah seperti pada umumnya. Namun dakwah sudah berkembang dalam dunia digital. Dimana saat ini para da'i sudah mengembangkan dakwahnya melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan platform lainnya. Media sosial tersebut digunakan oleh para Da'i sebagai sarana mereka untuk menyeru atau berbagi ilmu dengan cara yang cepat dan cara yang mudah. Esesnsi dakwah itu sendiri tidak hilang, hanya

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

saja digantikan oleh batas ruang dan waktu yang bisa di akses kapan saja.

Dunia instagram merupakan salah satu jejaring media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai fitur bersosial, sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut menjadi salah satu foto yang populer atau tidak.²

Para pengguna instagram memanfaatkan fitur dan para pengikut mereka di dalamnya untuk kepentingan yang berbeda-beda. Salah satu pemanfaatan dari media sosial ini adalah sebagai sarana dakwah. Banyak dari beberapa akun isntagram yang mempunyai konten dakwah diantaranya @felixsiauw @berbagisemangat @beraniberhijrah @ikhwanrembang @ala_nu @aisnusantara dan masih banyak akun lain yang mempunyai isi konten dakwah,

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 29 oktober 2019.

baik itu akun perorangan ataupun akun official suatu komunitas.

Akun @gusyusufchannel merupakan salah satu akun milik dari seorang Kyai yang bernama K.H Yusuf Chudori. Kyai kelahiran 9 juli 1973 ini akrab di panggil dengan sebutan Gus Yusuf. Beliau merupakan pengasuh Asrama Perguruan Islam (API) Pondok Pesantren Salafi Tegalrejo, Magelang. Beliau merupakan seorang budayawan dan ulama ternama. Selain itu beliau juga aktif dalam berdakwah, salah satunya adalah dakwah melalui media sosial pada platform instagram.

Konsep pesan dakwah melalui video sendiri sudah banyak dilakukan oleh beberapa akun instagram. Gus Yusuf pun melakukan hal tersebut, karena efektifnya pesan melalui audio visual ini. Penyampaian yang disampaikanpun tidak terkesan untuk mengurui, tapi mengarah pada pembelajaran dengan pendekatan seperti berbicara dengan antar muka antara pengikut dan yang di ikuti. Pesan-pesan dakwah Gus Yusuf sendiri mengarah pada pesan dakwah yang tidak jauh dari tiga unsur pesan dakwah yakni, Akidah, Ibadah dan juga Akhlaq. Dengan penyampaian yang ringan singkat namun dapat diterima serta dipahami oleh para pengikut instagramnya.

Dari penjabaran diatas penulis ingin mengetahui seberapa banyak unsur pesan dakwah mana yang lebih dominan yang disamakan oleh akun @gusyusufchannel. Dengan menggunakan metode penelitian analisis isi, penulis mencoba mengetahui bagaimana isi pesan dakwah serta bagaimana karakteristik pesan dakwah yang ada pada postingan periode bulan ramadhan.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja isi pesan dakwah pada instagram @gusyusufchannel pada periode postingan bulan Ramadhan 1440 H?
2. Berapa prosentase pesan dakwah pada instagram @gusyusufchannel pada periode postingan bulan Ramadhan 1440 H?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui isu-isu pesan dakwah yang terdapat pada akun Instagram @gusyusufchannel
- b. Untuk mengetahui sifat penyampaian isu-isu pesan dakwah yang terdapat pada akun isntagram @gusyusufchannel

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam menggunakan media sosial sebagai salah satu media dakwah secara moderat.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan media sosial dalam dakwah.

D. Kajian Pustaka

Guna menjaga keaslian tulisan dan menghindari pencurian atas karya orang lain, maka dilakukan penelusuran terhadap literature lain yang membahas kajian serupa dengan penelitian ini.

1. Penelitian oleh Khairun Muthmainnah dengan judul “Pesan Dakwah pada *Fanpage* Asma Nadia (Analisis Isi Pesan Dakwah Bulan Ramadhan 1436 H / 2015 M)” pada tahun 2015.³ Penelitian tersebut berfokus pada postingan update pesan dakwah dalam *fanpage* Asma Nadia dan teori penyampaian pesannya. Teori yang digunakan dalam penelitian

³ Khairun Muthmainnah, *Pesan Dakwah dalam Fan page Asma Nadia (Analisis Isi Pesan Dakwah Bulan Ramadhan 1436 H / 2015 M)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

tersebut yaitu teori tinjauan tentang pengertian dakwah yang didalamnya lebih dikhususkan pada pesan dakwah yang berisi akhlak, aqidah, dan syariah. Penelitian ini juga memfokuskan teori tinjauan tentang pesan yang mempunyai sifat penyampaian pesan informatif, persusif, dan mendidik.

Penelitian tersebut menggunakan analisis isi yang bersifat deskriptif kuantitatif dengan rumus presentase yang dihitung melalui Microsoft Excel. Data yang diteliti berupa 70 posting update pada fan page Asma Nadia yang diambil selama satu bulan Ramadhan 1436 H / 2015 M.

Hasil Pada penelitian ini di temukan presentase pesan dakwah aqidah sejumlah 11,1%, syariah 34,7% dan pesan akhlak 54,2%. Pesan akhlak menduduki setengah dari pesan-pesan yang dominan pada 70 postingan *fan page* Asma Nadia yang diteliti oleh peneliti. Dimana presentasi akhlak tersebut dibagi lagi yakni akhlak manusia terhadap Allah sebesar 23,6% dan akhlak manusia terhadap sesama 30,6%. Kemudian untuk kategori pesan syari'ah yaitu 25% pada ibadah umum dan 9,7% pada ibadah khusus. Untuk kategori aqidah sendiri yaitu 8,3% ilahiyyat dan 2,8% nubuwat. Pada sifat penyampaian pesan dakwah asma nadia

sendiri yaitu lebih dominan pada persuasif dengan jumlah presentase 50% sedang untuk sifat informatif yaitu 40% dan mendidik sejumlah 10%.

Persamaan penelitian Khairun Muthmainnah dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada metode penelitainnya yaitu analisis isi kuantitatif deskriptif dengan meninjau isi tiap postingan. Sedang perbedaannya terletak pada media sosial yang digunakan serta teori pendekatannya yang mana peneliti menggunakan teori isu dan karakteristik pada konten media atau pesan dalam postingan media.

2. Penelitian oleh Mumtaz Afif Shaleh dengan judul penelitian “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun *Twitter* Felix Siauw” pada tahun 2015.⁴ Unit analisis yang digunakan adalah materi pesan dakwah yang dibagi menjadi materi pesan Aqidah, Ibadah, dan Akhlak. Dengan teori pendukung yakni tinjauan tentang dakwah, tinjauan tentang pesan Onong Uchajana Effendy, dan new media McQuail.

Pada penelitian tersebut memfokuskan pada penyampaian pesan dakwah yang terkandung

⁴ Mumtaz Afif Shaleh, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siauw*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

dalam akun *twitter* Felix Siauw dengan menggunakan analisis isi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dari tweet-tweet yang terdapat pada timeline @felixsiauw pada peridesasi 1 januari 2015 hingga 28 februari 2015 dengan jumlah sampel populasi sebanyak 87 tweet. Hasil dari penelitian analisis isi pesan dakwah dalam akun twitter Felix Siauw yang diteliti oleh Mumtaz Afif Shaleh 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 41,4%. Dari penelitian ini diketahui bahwa pesan akhlak lah yang lebih banyak disampaikan dalam materi dakwah akun Felix Siauw.

Persamaan penelitian Mumtaz Afif Shaleh dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada metode penelitainnya yaitu analisis isi kuantitatif deskriptif dengan meninjau isi tiap postingan. Sedang perbedaannya terletak pada media sosial yang digunakan serta teori pendekatannya yang mana peneliti menggunakan teori isu dan karakteristik pada konten media atau pesan dalam postingan media.

3. Penelitian oleh Syifa Husnia Mardhiana dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun @dakwahjomblo Pada tahun 2017.”⁵ Pada penelitian tersebut, peneliti menggunakan teori imbauan pesan dari Jalaluddin Rakhmat dan teori pesan dakwah Al-Bayanuniy.

Penelitian ini dilakukukan dengan metode analisis isi kualitatif dengan menentukan jenis dan sumber data yaitu sumber data primer yang diperoleh langsung dari admin dan postingan akun *instagram* @dakwahjomblo dan sumber sekunder yaitu sebagai sumber pendukung dari penelitian ini. Dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, dokumentasi dan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pesan dakwah yang di posting selama bulan November 2017 yaitu sebanyak 111 postingan, yang termasuk dalam klasifikasi yaitu sebanyak 67 pesan. Imbauan pesan terdapat 27 pesan yang terbagi menjadi dalam empat kategori yaitu 14 pesan imbauan motivasional, 1 pesan imbauan rasional, 6 pesan imbauan emosional, dan 6 pesan imbauan takut, dan kategorisasi pesan dakwah

⁵ Syifa Husnia Mardhina, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Instagram @dakwahjomblo*, Skripsi (Bandung: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017).

terdapat 40 postingan yang terbagi dalam kategori 9 pesan akidah, 14 pesan syariah dan 17 pesan akhlak.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa imbauan pesan yang lebih banyak diunggah yaitu mengenai imbauan motivasional, sedangkan kategori isi pesan dakwah yang lebih banyak yaitu mengenai aspek akhlak.

Persamaan penelitian Syifa Husnia Mardhina dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada analisis isi pesan namun peneliti menggunakan kuantitatif deskriptif bukan kualitatif, dan sosia media yang digunakan adalah *instagram*. Sedang perbedaannya yaitu teori pendekatannya yang mana peneliti menggunakan teori isu dan karakteristik pada konten media atau pesan dalam postingan media.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berasal dari kata masdhar “*Da’wah*” yang berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk fiil nya adalah “*da’a*,

Yad'u, Da'watan” yang artinya memanggil, menyeru atau mengajak.⁶

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat lebih baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan dilakukan dengan perencanaan yang matang baik dilakukan oleh individu atau organisasi dengan sasaran umatperorangan atausekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimanidan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai yang sejahtera di dunia dan di akhirat.⁷

a. Maddah Dakwah (Pesan Dakwah)

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *massage* yaitu symbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibandingkan dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai

⁶ Wahidin Saputra, Pengantar *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 1

⁷ Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak Dua, 2013). Hlm. 11

logistik 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.⁸

Pesan dakwah tak 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.

1) Pesan Aqidah

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

Misalnya: Keyakinan manusia akan wujud (adanya) Sang Pencipta, kekayaan maupun ilmu yang dimiliki-Nya, pertemuan dengan Allah setelah mati, adanya hari pembalasan, dan lain sebagainya. Manusia meyakini bahwa nafas yang mereka hirup-sehari-hari berada di tangan-Nya.

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2004), hlm. 318.

Semua persoalan yang mereka hadapi bersandar, pasrah, dan tawakkal kepada Allah⁹

Aqidah jika dilihat dari sudut pandang sebagai ilmu sesuai konsep *Ahlus Sunnah wal Jama'ah* meliputi topik-topik: Tuhid, Iman, Islam, masalah *ghaibiyyat* (hal-hal ghaib), kenabian, takdir, berita-berita (tentang hal-hal yang telah lalu dan yang akan datang), dasar-dasar hukum yang pasti, seluruh dasar-dasar agama dan keyakinan, termasuk pula sanggahan terhadap *Ahlul Ahwa' wal Bida'* (pengikut hawa nafsu dan ahli bid'ah), semua aliran dan sekte yang menyempal lagi mmenyesatkan serta sikap terhadap mereka.¹⁰

Disamping sistematika di atas, pembahasan Aqidah bisa juga mengikuti arkanul iman yakni, Iman kepada Allah SWT, Iman kepada Malaikat, Iman kepada Kitab-kitab Allah, Iman kepada Nabi dan Rasul, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada Qadha dan Qadar Allah¹¹

⁹ Wardi Bchtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm 33-34.

¹⁰ <http://almanhaj.or.id./content/3429/slash/0/pengertian-aqidah-ahlus-sunnah-wal-jamaah/>
diakses pada 10 januari 2020

¹¹ Yunahar Ilyas, *Kuliah Aqidah Islam*, (Yogyakarta: LPPI UMY,1993), hlm. 5-6.

2) Pesan Syariah

Syari'at, sebagaimana yang dijelaskan dalam kamus adalah: sesuatu yang ditetapkan atau yang diturunkan Allah kepada hamba-Nya, berupa aturan atau tuntutan 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*”.¹²

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan tuhan, maupun antar manusia sendiri. Dalam Islam, syariat bethubungan erat dengan amal lahir (nyata), dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan tuhanNya dan mengatur antar sesama manusia. Pengertian syariat mempunyai dua spek hubungan antara manusia dengan Tuhan (vertikal) yang disebut ibadah, dan

¹² Yusuf Al-Qardhawi, *Membumikan Syariat Islam*, (Surabaya: Dunia IlmuOffset, 1997), hlm. 1.

hubungan antara manusia dengan sesama manusia (horizontal) yang disebut muamalat.¹³

Ibadah bisa dibagi berdasarkan pada ruang lingkup umum (*'ammah*) dan khusus (*khashashah*):

- Ibadah *khashashah* (khusus) atau *mahdhah* ialah ibadah yang ketentuannya telah ditetapkan oleh nash, seperti shalat, zakat, puasa dan haji. Ibadah khusus adalah ibadah yang apa saja yang telah ditetapkan Allah akan tingkat, tata cara dan perinciannya.
- 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 jasmaniah dalam rangka agar dapat beribadah kepada Allah.¹⁴

Setelah ibadah, ruang lingkup syariat Islam yang kedua adalah Muamalah yang dalam arti

¹³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 90-91.

¹⁴ Hasbi ash Shiddieqy, *kuliah ibadah*, (Yogyakarta: Bulan Bintang, 1991), hlm.8-9.

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 publik seperti hukum pidana, hukum kenegaraan, hukum perang dan damai, dsb.¹⁵

3) Pesan Akhlak

Secara etimologis, Akhlak berarti perbuatan, dan ada sangkut pautnya dengan kata-kata *Khaliq* (Pencipta). Dan *Makhluk* (yang asdiciptakan).¹⁶

Akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang diri 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

¹⁵ Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: cv Rajawali, 1986), hlm.29.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 29.

dari sifat itu perbuatan-perbuatan buruk maka disebut akhlak yang buruk.¹⁷

Dasar-dasar akhlak adalah Al-Qur'an dan 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 meliputi, Hubungan antara manusia dengan Allah, Hubungan manusia dengan sesamanya, Akhlak terhadap diri sendiri¹⁸

Akhlak dalam aktifitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi merupakan penyempurna keimanan dan keislaman seseorang. Ajaran akhlak atau budi pekerti dalam

¹⁷ Alwan Khoiri; Tulus Musthofa; Moh. Damami, *akhlak/tasawuf*, (Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005), hlm. 6.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 18.

Islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat penerima dakwah. Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik dan keyakinan agama yang kuat maka Islam membendung terjadinya dekadensi moral.¹⁹

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.²⁰ Menurut bahasa pesan dapat diartikan sebagai nasihat, permintaan dan amanat yang dilakukan atau disampaikan orang lain.²¹

Menurut Onnong Effendy, pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang

¹⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 91-92

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 1994), hlm. 18.

²¹ WJS. Purwodirma
nto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984), hlm.677.

yang disampaikan kepada orang lain. Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan adalah produk fiktif yang nyata yang dihasilkan oleh sumber-encoder.

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya perencanaan strategi komunikasi terdapat tiga teknik atau sifat penyampaian pesan yang disampaikan kepada komunikan, yaitu pesan yang bersifat informatif, persuasif dan mendidik.

a. Pesan Bersifat Informatif

Pesan yang bersifat informasi adalah pesan yang berkaitan dengan berita, penerangan dan pengetahuan. Makna informasi dalam kehidupan sehari-hari adalah sesuatu yang diperoleh sebagai pengetahuan oleh seseorang. Jadi, segala sesuatu yang merupakan pengetahuan oleh seseorang. Jadi, segala sesuatu yang merupakan pengetahuan yang diberikan oleh orang lain kepada yang belum mengetahuinya disebut informasi.

b. Pesan Bersifat Persuasif

Penyusunannya pesan yang bersifat persuasif memiliki sebuah proposisi, yakni adanya hasil yang diperoleh sumber dari penerima pesan yang disampaikan. Artinya, setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan

perubahan. Komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap program dan tujuan dari pembuat pesan. Karena semua kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam hubungan manusia memiliki tujuan.

c. Pesan Bersifat Mendidik

Pesan yang bersifat mendidik mempunyai unsur kognitif, afektif dan psikomotorik. Pesan mendidik harus memiliki tujuan kearah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Pesan yang bersifat mendidik harus disertai referensi terlebih dahulu, baik pengalaman maupun pengetahuan. Karena seorang komunikator dalam menyampaikan pesan yang bersifat mendidik harus mengetahui dan menguasai masalah atau pesan yang disampaikan.²²

3. New Media

Menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelit meningkatkan

²² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 116-119.

penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan khalayak 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”.²³

Dalam media baru, terdapat prespektif CMC atau *computer mediated communication* yang menkankan tentang bagaimana komputer memediasi proses komunikasi. Jadi CMC didefinisikan sebagai komunikasi antara dua orang atau lebih yang dimediasikan oleh komputer.

²³ Ibid , hlm. 153

Holmes (2005:55) menegaskan bahwa ada empat poin penting mengenai perspektif CMC:

- a. Memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*.
- b. Lebih mengkhhususkan pada term interaksi dibandingkan integrasi yang lebih mengkatkan beragam bentuk interaksi individu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial dimana interaksi tersebut memiliki makna.
- c. Tidak seperti "*media studies*" beberapa pembahasan CMC mengungkapkan bagaimana faktor-faktor eksternal mempengaruhi kegiatan berkoumikasi. Dengan menganalisis *brodcast*, kenyataannya sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor eksternal tersebut mempengaruhi konten medi sementara media konten itu sendiri dinilai dari bagaimana ia merefleksikan segala sesuatunya diluar media atau realitas nonmedia.
- d. Dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, bahwa perspektif ini memfokuskan pada integrasi informasi dimana komunikasi yang terjadi melalaui medium

komputer berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk.²⁴

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini, adapun terdiri dari 5 bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang meliputi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian yang meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengambilan data, validitas, dan reabilitas analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisi tentang *instagram* serta akun *instagram* @gusyusufchannel.

BAB IV : PEMBAHASAN

²⁴ Rulli Nasrullsh, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2012), hlm. 94.

Bab ini memaparkan hasil analisis data yang di dalamnya mencakup identifikasi unit analisis, analisis dan penyajian isi pesan dakwah dalam postingan akun instagram @gusyusufchannel, kuantifikasi isi pesan dakwah dan deskripsi isi pesan dakwah serta sifat pesan dakwah dalam postingan tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis pada awal bagian penelitian, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Peneliti akan menjelaskan kesimpulan dan saran terkait penelitian isi pesan dakwah pada akun Instagram @gusyusufchannel periode bulan Ramadhan 1440 H. Peneliti telah melakukan penelitian terhadap 24 postingan yang dimuat dalam feed Instagram @gusyusufchannel mulai dari 6 Mei 2019 sampai dengan 5 Juni 2019 menggunakan unit analisis dari teori analisis isi Krippendorff.

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini peneliti berusaha mencari jawaban bagaimana isi pesan dakwah akun Instagram @gusyusufchannel periode postingan bulan Ramadhan 1440 H. dimana penelitian ini menggunakan teori analisis isi Krippendorff serta menggunakan teori pesan dakwah dan karakteristik pesan dakwah sebagai dimensi pesan yang diteliti untuk melihat lebih dalam isi pesan dakwah dari setiap postingannya. Pada dimensi pesan dakwah dan karakteristik pesan peneliti menggunakan semua sub dimensi dan unit analisisnya untuk mengukur isi pesan yang

lebih mendominasi dan karakteristik dari pesan tersebut.

1. Pada dimensi pesan dakwah terdapat tiga unit analisis yakni akidah, syariat dan akhlak, namun postingan Instagram @gusyufchannel periode bulan Ramadhan 1440 H banyak didominasi oleh pesan akhlak yakni pesan yang memuat tentang akhlak kepada Allah, akhlak kepada manusia dan akhlak kepada alam. Diikuti dengan pesan syariat lalu pesan akhlak.

2. Pada dimensi karakteristik pesan dakwah terdapat tiga unit analisis yakni pesan informatif, pesan persuasif dan pesan mendidik dimana postingan Instagram @gusyusufchannel periode bulan Ramadhan 1440 H cenderung mempunyai karakteristik pesan informatif

dimana pesan ini berkaitan tentang berita, penerangan dan pengetahuan.

Dengan demikian dari keseluruhan unit analisis yang digunakan bahwasannya pesan akhlak lebih mendominasi pada postingan Instagram @gusyusufchannel periode bulan Ramadhan 1440 H dengan karakteristik pesan dakwah yang bersifat informatif.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan mengambil kesimpulan tentang isi pesan dakwah ini, saran yang dapat peneliti sampaikan yakni akun Instagram @gusyusufchannel harus lebih meningkatkan kualitas postingan dengan pesan-pesan dakwah terutama pesan syariat dan akidah. Dikarenakan pada akun Instagram @gusyusufchannel mayoritas yang ditemukan memiliki kecenderungan pada satu sisi. Hal ini agar followers lebih banyak tahu tentang keberagaman pesan dakwah. Walaupun jika fokus dalam satu objek pesan saja sudah cukup, tetapi keberagaman akan lebih dapat

menjawab persoalan yang ada bagi pengikut instagramnya.

Karakteristik penyampaian dalam akun Instagram @guusyusfchannel harus lebih bervariasi dengan karakteristik pesan yang berimbang dengan disesuaikan dengan isi pesan dakwahnya. Agar pesan dakwah yang disampaikan lebih mengena kepada pengikut dan siapa saja yang melihat postingan dari akun instagram @gusyusufchannel.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan peneliti yang ingin meneliti tentang isi pesan dakwah mampu meneliti pesan baik dalam media sosial, berita atau media lainnya dengan isu yang lebih hangat, dan media yang sedang banyak diminati oleh khalayak ramai. Selain itu bisa menggunakan analisis isi lain atau fokus unit analisis lain yang digunakan bisa dimodifikasi. Selain itu bisa menggunakan dua media yang berbeda sehingga akan membandingkan penghitungan unit analisis dari setiap dua media tersebut. Penggunaan analisis isi kuantitatif bisa digunakan atau bisa menggunakan teknik campuran dalam melakukan skripsi atau

penelitian. Sehingga pembendaharaan penelitian pada program studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta : Teras, 2011.
- Al-Qardhawi, Yusuf, *Membumikan Syariat Islam*, Surabaya: Dunia Ilmu Offset, 1997.
- Al-Quran. 16:125.
- Alwan Khoiri; Tulus Musthofa; Moh. Damami, *akhlak/tasawuf*, Yogyakarta : Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.
- Bchtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosakarya, 2013.
- Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Salemba Humanika, 2011.
- Eriyanto, *Analisis isi Pengantar Metodologi untuk Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Hasbi ash Siddieqy Anshari, *Wawasan Islam*, Jakarta: CV Rajawali, 1986.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Remaja] Karya, 1989.
- Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- Mahmud, Ahmad, *Dakwah Islam*, Bogo: Pustaka Thariqul Izzah, 2002.
- Mumtaz Afif Shaleh, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siau*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).
- Muthmainnah, Khairun, *Pesan Dakwah dalam Fan page Asma Nadia (Analisis Isi Pesan Dakwah Bulan Ramadhan 1436 H / 2015 M)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosadakarya, 1994.
- Rulli Nasrullsh, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*, Jakarta : Prenada Media Grup, 2012.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak Dua, 2013.
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Mnajemen*, Bandung : Alfabeta, 2008.
- Suhandang, Kustadi, *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2012
- Syifa Husnia Mardhina, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Instagram @dakwahjomblo*, Skripsi (Bandung: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017).

WJS. Purwodirmanto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : PN. Balai Pustaka, 1984

PENELITIAN TERDAHULU

Khairun Muthmainnah, *Pesan Dakwah dalam Fan page Asma Nadia (Analisis Isi Pesan Dakwah Bulan Ramadhan 1436 H / 2015 M)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

Mumtaz Afif Shaleh, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siau*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

Syifa Husnia Mardhina, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Instagram @dakwahjomblo*, Skripsi (Bandung: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017).

INTERNET

Gus Dur, “Cara Ulama Untuk Negara”, @gusyusufchannel (22 mei 2019), <https://www.instagram.com/p/BxwkM1jl6Sr/> , diakses pada 23 april 2021.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 29 oktober 2018.

<https://instagram.com/gusyusufchannel> , diakses pada tanggal 15 januari 2020

Yusuf Chudlori, “Akahlaq Nabi Muhammad” @gusyusufchannel (27 mei 2019),

<https://www.instagram.com/p/Bx8l7uWDAXS/>
, diakses pada 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Dakwah Kyai Jalil” @gusyusufchannel
(26 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/Bx7JMSPjPVh/> ,
diakses pada 23 april 2021

Yusuf Chudlori, “Hakikat Ulama, Orang Kaya dan
pemimpin” @gusyusufchannel (16 mei 2021),
<https://www.instagram.com/p/Bxh0lt2lCmH/> ,
diakses pada 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Hikmah Ikut Nahdlatul Ulama”
@gusyusufchannel (8 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxMriSIID0H/> ,
diakses pada tanggal 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Islam Agama Cinta” @gusyusufchannel
(17 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxjdmCKIJM6/> ,
diakses pada tanggal 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Keutamaan Jamaah” @gusyusufchannel
(14 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxbubLvFGkV/> ,
diakses pada 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Memajang Foto di dalam Rumah”
@gusyusufchannel (15 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/Bxe9yI8hKMe/> ,
diakses pada 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Nasehat Untuk Jomblo”
@gusyusufchannel (9 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxOvczMlmDe/> ,
diakses pada tanggal 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Puasa Pekerja Keras” @gusyusufchannel
(25 mei 2019),

<https://www.instagram.com/p/Bx4M8C1DECQ/>
, diakses pada tanggal 23 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Shodaqoh barang haram”
@gusyusufchannel (7 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxKEFt2lc60/> ,
diakses pada 19 april 2021.

Yusuf Chudlori, “Tanda Ahli Sujud” @gusyusufchannel
(11 mei 2019),
<https://www.instagram.com/p/BxUA7lql2Gu/> ,
diakses pada 18 april 2021.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA