

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haelein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *used-generated content*. Media sosial (*social media*) merupakan suatu media untuk interaksi sosial dengan kemudahan akses yang menawarkan efisiensi dan daya jelajah yang lebih luas. Media sosial dapat digunakan untuk mengembangkan atau mempertahankan hubungan yang ada atau yang belum ada, dengan mempermudah interaksi sosial.¹

Media sosial sebagai salah satu jenis dari media siber yang bisa digunakan untuk mempublikasikan konten berupa profil, aktivitas, ataupun pendapat pribadi dalam jejaring sosial di ruang siber.² Media sosial mempermudah interaksi antar individu, maupun individu dengan kelompok dengan berbagai *fitur* yang ditawarkan dalam berbagai aplikasi yang terdapat dalam media sosial.

¹*Ibid*, hal. 15

² Rizki Hakiki, *Dakwah Di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)* (Jakarta : 2016), hal. 51

Perkembangan media sosial saat ini membuat para pengguna mengakses dengan mudah tentang informasi, pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya.

a. Pengertian Media Sosial

Adapun definisi media sosial dari beberapa ilmuwan, diantaranya³ :

- 1) Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.
- 2) Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- 3) Van Dijk mengemukakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online

³*Ibid.*

yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

- 4) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang memfasilitasi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten.
- 5) Meike dan Young mendeskripsikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah sebuah media komunikasi secara online, dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi atau konten yang dapat diolah oleh orang yang memiliki akun media sosial itu sendiri.

b. Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa saja yang disebarkannya. Namun Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial menjadi beberapa jenis, diantaranya :

- 1) Blog merupakan jenis dari media sosial yang didalamnya pengguna dapat mengunggah tulisan, gambar, atau video pribadinya. Blog ini berbentuk situs pribadi yang memiliki berbagai kumpulan konten.

- 2) *Virtual Game World* yaitu jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi dengan bentuk *avatar* pribadi, dan biasanya berisi permainan yang dilakukan secara online. Contohnya yaitu *game online*.
- 3) Situs Jejaring Sosial merupakan jenis media sosial yang paling banyak penggunanya karena memungkinkan untuk saling berinteraksi seperti mengunggah foto, mengirimkan *chat*, video, atau gambar. Contoh situs jejaring sosial yaitu *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *path*, dan lain sebagainya.

c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri atau karakteristik diantaranya adalah :

1) Jaringan

Jaringan yaitu suatu teknologi yang dapat saling menghubungkan antar satu dengan lainnya. Jaringan diperlukan untuk koneksi antar pengguna komputer satu dengan lainnya, namun pada kenyataannya pada jaman sekarang ciri dari media sosial untuk membentuk jaringan antar akun atau pengguna hanya istilah. Media sosial memiliki peran yang lebih besar, daripada hanya sekedar istilah tersebut. Dengan munculnya media sosial antar pengguna yang sudah saling mengenal atau tidak mengenal

dapat saling berhubungan. Walaupun hanya terbentuk karena adanya teknologi namun internet memberikan sebuah ikatan sosial. Maka muncul istilah “*The network is the message, and the internet is messenger*”.

2) Informasi

Dalam media sosial informasi menjadi sebuah komoditas dalam masyarakat karena informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi sehingga menjadikan informasi sebagai sesuatu yang bernilai. Informasi menjadi sebuah bagian penting dalam media sosial karena, pada media sosial pengguna dapat memrepresentasikan identitasnya, mengisi konten, dan melakukan interaksi sesuai dengan keinginan pengguna. Dengan adanya media sosial memberikan akses kepada pengguna untuk menyimpan informasi yang ada.

3) Konten oleh pengguna

Dalam media sosial pengguna tidak hanya memproduksi konten tetapi juga dapat mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lainnya. Pengguna dapat memproduksi konten sesuai dengan apa yang diinginkannya dan melihat konten dari pengguna lain.

4) Penyebaran

Di media sosial, penyebaran suatu konten dapat dengan mudah karena adanya tombol '*share*/bagikan'. Ini memudahkan konten tersebar dan dapat berkembang karena mendapat komentar, *like*, dari pengguna lainnya.

2. Tinjauan tentang Whatsapp

a. Pengertian Whatsapp

Perkembangan kemajuan dunia internet yang saat ini berlangsung, sedang dirasakan oleh semua orang. Perubahan zaman yang begitu cepat membuat kehidupan sosialisasi masyarakat menjadi berubah. Akses informasi dengan mudah didapatkan berbeda dengan masa lampau. Dengan kecanggihan internet menghadirkan sebuah media sosial yang digunakan untuk kemudahan berkomunikasi jarak jauh antar penggunanya, salah satu media sosial tersebut yaitu whatsapp.

Whatsapp adalah aplikasi pesan berbasis pesan untuk smartphone dengan basic mirip Blackberry Messenger. Whatsapp messenger merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena Whatsapp Messenger menggunakan paket data internet yang sama untuk email, *browsing* web, dan lain-lain.

Jika dibandingkan dengan aplikasi obrolan online yang lain, whatsapp tetap menjadi aplikasi chatting yang banyak digunakan.⁴

b. Sejarah dan Perkembangan Whatsapp

Keberadaan whatsapp cukup potensial untuk penyebaran informasi. Dengan perkembangan informasi yang saat ini semakin gencar maka perlu diimbangi dengan penyebaran yang juga cepat. Dalam aplikasi whatsapp terdapat dua jenis media yang dapat digunakan untuk penyebaran informasi secara cepat yaitu *broadcast* dan grup. Potensi whatsapp sebagai media dakwah sangat tinggi, dengan pengguna aplikasi yang lebih banyak dari aplikasi chat lain. Dengan berbagai macam fitur, fasilitas serta layanan yang tersedia kita dapat dengan mudah berkomunikasi serta memperoleh teman-teman baru tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Whatsapp berasal dari kalimat “*what’s up*” yang biasa dipakai untuk menanyakan kabar. Melalui laman resmi whatsapp <http://whatsapp.com>, definisi whatsapp yaitu layanan pesan yang menggunakan sambungan internet ponsel pengguna untuk *chatting* dengan pengguna whatsapp lainnya.⁵

Dikutip dari Wikipedia, Whatsapp didirikan pada 24 Februari 2009 didirikan oleh Brian Acton dan Jan Koum yang sebelumnya

⁴ Rani Suryani, *Fungsi Whatsapp Grup Shalehah Cabang Bandar Lampung sebagai Pengembangan Media Dakwah dalam Membentuk Akhlakul Kharimah*, (Lampung :2017), hal. 18

⁵ *Ibid.*

bekerja sebagai pegawai Yahoo. Versi pertama aplikasi whatsapp ini hanya digunakan untuk *update* status di ponsel yang saat itu digunakan untuk teman-teman Koum dari Rusia. Kemudian beralih fungsi menjadi aplikasi pesan instan yang dimanfaatkan untuk menanyakan kabar. Kemudian rilis Whatsapp versi 2.0 dengan komponen *messaging*. Dengan adanya fitur tersebut pengguna whatsapp mencapai 250 ribu orang, sehingga Koum berani untuk mengembangkan whatsapp lebih jauh dan bekerjasama dengan pihak lain.

Pada mulanya whatsapp mengalami kesulitan keuangan kemudian pada September 2009, Koum mengajak Brian Acton sahabatnya untuk bergabung mengembangkan whatsapp dan membantu untuk mencari modal hingga terkumpul USS 250 ribu dari lima orang investor. Seiring berjalannya waktu aplikasi ini semakin berkembang dan tumbuh kemudian menghasilkan pendapatan dari biaya langganan tahunan dari para pengguna whatsapp. Pada tahun 2014 Whatsapp diakuisi oleh Facebook dengan 19 miliar dollar AS.

Popularitas whatsapp melesat cepat di hampir semua platform. Per Februari 2013 pengguna aktif whatsapp meledak di angka 200 juta. Angka ini membengkak dua kali lipat pada bulan Desember dan naik lagi menjadi 500 juta pada bulan April 2014. Pengguna aktif whatsapp

tercatat sebanyak 900 juta per September 2015.⁶ Pengguna whatsapp yang pada awalnya dibuat untuk pengguna iphone, saat ini tersedia juga untuk versi *blackberry*, *android*, *windows phone* dan *symbian*.

c. Fitur-fitur unggulan Whatsapp

Whatsapp memiliki beberapa fitur antara lain :

- 1) Mengirim sebuah pesan teks, foto dari galeri atau kamera, video, berkas-berkas kantor atau yang lainnya
- 2) Menelpon melalui suara dan mengirim pesan berupa suara yang didengarkan oleh penerima setiap saat
- 3) Berbagi lokasi dengan GPS
- 4) Mendukung beberapa emoji yang minimalis
- 5) Mengirimkan kartu kontak
- 6) Whatsapp menjadi aplikasi berbayar dengan biaya hanya Rp. 12.000 per tahun.
- 7) Pengguna Whatsapp dapat mengatur panel profilnya sendiri, yang terdiri dari nama, foto, status dan melindungi privasi pada profil.⁷

Fitur lain yang terdapat di Whatsapp, yaitu :

- 1) *Avatar* : data avatar yang diambil dari profil *phonebook*.

⁶ *Ibid.*, hal.20

⁷ Rusni, A., & Lubis, E. E. Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (Odoj) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru, hal. 9

- 2) *View Contact* : daftar kontak yang ada di *phonebook* pengguna dapat muncul di whatsapp apabila pengguna tersebut memiliki aplikasi whatsapp.
- 3) *Email conversation* : perbincangan dapat dikirim pengguna melalui email.
- 4) *Copy paste* : kalimat obrolan yang terdapat dalam whatsapp dapat di *copy*, *delete*, dan *forward* dengan cara menekan lalu menahan kalimat tersebut dilayar *handphone*.
- 5) *Search* : melalui fitur ini pengguna dapat mencari daftar kontak.
- 6) *Smile icon* : pengguna dapat menggunakan *emotions* pada saat melakukan perbincangan, *emotions* berupa *smile emotions*, icon-icon seperti cuaca, binatang, alat musik, buku, rumah, bunga, dan lain sebagainya.
- 7) *Call* : pengguna dapat melakukan panggilan dari aplikasi lain dengan nomor telepon.
- 8) *Block* : digunakan untuk memblokir kontak tertentu yang diinginkan oleh pengguna, dengan adanya fitur blok ini pengguna yang terblokir tidak dapat melakukan *chatting* dan melihat profil whatsapp dari pengguna yang memblokir.

d. Fungsi dan Manfaat Whatsapp

Kelebihan dan fungsi whatsapp sebagai berikut⁸ :

- 1) Whatsapp memiliki fitur yang komplit, karena dengan whatsapp dapat berkirim teks, gambar, video, suara, dan bisa berbagai lokasi gps.
- 2) Aplikasi whatsapp terintegrasi kedalam sistem, layaknya sms.
- 3) Aplikasi whatsapp memiliki status pesan berupa tanda
- 4) Aplikasi whatsapp memiliki fasilitas *broadcast* dan grup chat
- 5) Aplikasi whatsapp dapat dimatikan dan hanya aktif jika ada pesan masuk, sehingga dapat menghemat baterai.

Adapun manfaat whatsapp adalah orang bisa berkomunikasi secara bersama-sama dalam kurun waktu yang bersamaan tanpa harus bertemu. Beberapa orang bisa melakukan diskusi di dalam sebuah grup whatsapp.

e. Macam-macam Isi Pesan Whatsapp

- 1) Pesan Pendidikan : proses pertukaran pesan seperti tugas kuliah atau sekolah. Seseorang dapat mengirimkan data berupa *file document* kepada temannya melalui fitur yang berada di whatsapp.
- 2) Pesan Informasi : dengan adanya whatsapp seseorang dapat melakukan proses pertukaran pesan, untuk mengetahui berita terkini dan ter *up date*.

⁸ *Ibid.*

3) Pesan Hiburan : whatsapp menghadirkan fitur chat dengan stiker, lagu, video, foto yang ada didalamnya. Sehingga dengan fitur tersebut seseorang dapat menggunakannya untuk pesan yang bersifat menghibur.

3. Tinjauan tentang Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* di sini berarti *sama* makna. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila dua orang yang melakukan percakapan memiliki kesamaan makna mengenai pesan yang dipercakapkan. Kegiatan komunikasi bersifat komunikatif dan persuasif, artinya orang lain tidak hanya mengerti dan tahu tetapi orang lain bersedia menerima suatu paham dan keyakinan, melakukan kegiatan atau perbuatan dan lain-lain.⁹

Menurut Harold Lasswell komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat menjawab pertanyaan : *Who Says In Which Channel To Whom With What Effect?* komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban atas pertanyaan tersebut.

⁹ Morrissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta : Kencana Prenamedia Group, 2013), Cet. 1, hal. 14

Berikut unsur dalam komunikasi menurut paradigma Lasswell ¹⁰

- 1) Komunikator (*communicator, source, sender*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel, media*)
- 4) Komunikan (*communicant, receiver*)
- 5) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Proses penyampaian pikiran dan perasaan oleh komunikator kepada komunikan disebut dengan proses komunikasi. Pikiran yang disampaikan berupa gagasan, informasi, keinginan, opini. Perasaan dapat berupa keyakinan, keragu-raguan, kemarahan, kesedihan, dan sebagainya.

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan sekunder.¹¹

1) Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer yaitu proses penyampaian pikiran dan perasaan kepada seseorang dengan menggunakan media

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1992) hal. 10

¹¹ *Ibid.*

berupa lambang, bahasa, *gesture*, gambar, isyarat, dan warna. Pada proses komunikasi secara primer bahasa merupakan yang paling banyak digunakan karena dengan menggunakan bahasa seseorang dapat dengan mudah menerjemahkan informasi yang didapatkan.

2) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses Komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan media atau alat setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Penggunaan media ini dilakukan karena komunikan atau penerima pesan berada relatif jauh dan berjumlah banyak sehingga memerlukan media untuk memudahkan komunikasi. Media tersebut berupa telepon, surat, televisi, radio, kabar, internet dan sebagainya. Dengan berkembangnya peradaban dan kebudayaan masyarakat seperti pada zaman modern ini komunikasi bimedia mengalami kemajuan. Dengan kemajuan di berbagai media, komunikasi menjadi lebih efisien dengan menyiarkan satu pesan saja, pesan tersebut dapat menyebar ke berbagai khalayak yang begitu banyak jumlahnya.

4. Tinjauan tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Sedangkan dalam bentuk kata kerja atau *fi'il*-nya adalah *da'a-yad'u* yang berarti “memanggil”, “menyeru”, atau “mengajak”.

Dari segi istilah, banyak pendapat yang berbeda tentang pengertian dakwah. Berikut pengertian dakwah menurut pendapat para ahli¹²:

Muhammad Natsir mendefinisikan dakwah sebagai usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *mar ma'ruf nahi munkar* dengan berbagai macam media yang sesuai dengan akhlak.

Menurut H.S.M Nasaruddin Latif dakwah merupakan setiap usaha atau aktivitas dengan lisan dan tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil, manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah swt, sesuai dengan aqidah dan syari'at Islam.

Letjen H Sudirman memberikan definisi dakwah yaitu usaha untuk merealisasikan ajaran agama Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari, baik kehidupan seseorang maupun masyarakat sebagai tata hidup bersama, dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia untuk memperoleh keridlaan Allah Ta'ala.

¹² Rosyad Sholeh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Yogyakarta : Suara Muhammadiyah, 2010), hal. 7

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rosul Nya. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat. Upaya dakwah tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan secara individu atau kelompok dengan sasaran umat agar mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan.

Menurut hitungan Muhammad Sulthon kata *da'wah* terdapat 198 kali di dalam Al-Qur'an, versi Muhammad Fu'ad 'Abd al-Baqi' sebanyak 299 kali, dan menurut Asep Muhiddin sebanyak 212 kali. Dengan demikian al-Qur'an mengembangkan makna dari *da'wah* untuk berbagai penggunaan. Berikut beberapa macam makna dakwah didalam al-Qur'an¹³ :

- 1) Makna tentang ajakan dan seruan baik kepada kebaikan atau kemusyrikan; kepada jalan surga atau neraka sebanyak 46 kali. Dan makna yang mengarah pada jalan keimanan sebanyak 39 kali. Di antara dua jalan berlawanan yang menggunakan kata dakwah adalah :

¹³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), hal. 20

وَلَا تُنكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ تُؤْمِنَ ۚ وَلَأَمَةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ
 مُّشْرِكَةٍ وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ ۗ وَلَا تُنكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا
 وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ ۚ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى
 النَّارِ ۖ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۖ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ
 لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٣١﴾

Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. Sesungguhnya wanita budak yang mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu menikahkan orang-orang musyrik (dengan wanita-wanita mukmin) sebelum mereka beriman. Sesungguhnya budak yang mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. Dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.¹⁴

2) Memanggil atau panggilan, sebagaimana dalam ayat al-Qur'an :

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ تَقُومَ السَّمَاءُ وَالْأَرْضُ بِأَمْرِهِ ۗ ثُمَّ إِذَا دَعَاكُمْ
 دَعْوَةً مِّنَ الْأَرْضِ إِذَا أَنْتُمْ تَخْرُجُونَ ﴿٢٥﴾

Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah berdirinya langit dan bumi dengan iradat-Nya. Kemudian apabila Dia memanggil

¹⁴ Q.S al-Baqarah/1 : 221

kamu sekali panggil dari bumi, seketika itu (juga) kamu keluar (dari kubur).¹⁵

3) Mengundang, seperti dalam surat :

فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّكِ أَبِي يَدْعُوكَ
لِيَجْزِيكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ، وَقَصَّ عَلَيْهِ
الْقَصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ ﴿٢٥﴾

Kemudian datanglah kepada Musa salah seorang dari kedua wanita itu berjalan kemalu-maluan, ia berkata : “Sesungguhnya bapakku mengundang kamu agar ia memberikan balasan terhadap (kebaikan)mu memberi minum (ternak) kami”. Maka tatkala Musa mendatangi ayahnya (Syu’aib) dan menceritakan kepadanya cerita (mengenai dirinya), Syu’aib berkata : “Janganlah kamu takut. Kamu telah selamat dari orang-orang yang zalim itu.”¹⁶

Penelusuran makna dakwah melalui pembentukan kata oleh al-Qur’an merupakan kajian semantik. Pemahaman yang dapat ditemukan adalah dakwah bersifat persuasif yaitu mengajak secara halus. Ajaran agama Islam tidak dapat dikatakan dakwah jika berupa kekerasan, intimidasi, pemaksaan, atau teror kepada seseorang untuk melaksanakan perintah agama.

¹⁵ Q.S ar-Ruum/30 : 25

¹⁶ Q.S al-Qashas/28 : 25

b. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang selalu ada dalam kegiatan dakwah. Berikut unsur-unsur dakwah¹⁷ :

1) Subyek dakwah (da'i)

Subyek dakwah yaitu dapat individu maupun kelompok organisasi, bisa dikaji dari sudut pandang Islam. Manusia diciptakan Allah dari bentuk tubuh yang indah dan unik, mempunyai tugas memakmurkan bumi yang telah diciptakan oleh Allah untuk dapat mencapai suatu kesejahteraan hidup di dunia maupun diakhirat. Manusia dituntut menjadi hamba yang shaleh dan harus mempertanggungjawabkan kehidupannya di akhirat nanti. Pada setiap subyek dakwah terdapat permasalahan-permasalahan yang perlu dipecahkan.

2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok, baik beragama Islam atau non Islam. Mad'u terdiri dari beberapa golongan yaitu :

¹⁷ Mumtaz Afif Shaleh, *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Twitter Felix Siauw*, (UIN Sunanan Kalijaga : 2015), hal. 7

- a) Sosiologis : Masyarakat terasing, perkotaan, kota kecil, pedesaan, atau masyarakat marginal.
 - b) Struktur kelembagaan : Golongan abangan, priyayi, santri.
 - c) Profesi : pedagang, buruh, petani, seniman, dan pegawai negeri.
 - d) Tingkatan usia : anak-anak, muda, dewasa, dan orang tua.
 - e) Tingkatan ekonomi : miskin, menengah, kaya.
- 3) Materi dakwah

Materi dakwah yaitu ajaran agama Islam yang besumber dari al-Qur'an dan hadits sebagai sumber yang paling utama yang meliputi akhlak, syari'ah, aqidah dan lainnya. Seorang da'i harus dapat menyampaikan materi yang sesuai dengan bidang keahliannya. Materi juga harus sesuai dengan objek, metode, dan media dakwahnya. Materi yang menarik dapat disampaikan dengan metode dan media dakwah agar objek dakwah tidak bosan.

Maddah atau materi dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga hal pokok, yaitu sebagai berikut : ¹⁸

- a) Pesan Aqidah

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

¹⁸ *Ibid*, hal. 11

Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam sesudah beliau diutus sebagai Rosul selama 13 tahun mengajak orang-orang supaya mau bertauhid dan demi memperbaiki aqidah. Aqidah sangat penting karena merupakan fondasi dari agama.

Hal ini seperti terdapat pada firman-Nya :

قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ اللَّهُ وَاحِدٌ فَنَ كَانَ
يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا



Maka barang siapa yang mengharapkan perjumpaan dengan Tuhannya hendaklah dia beramal shalih dan tidak mempersekutukan sesuatu apapun dengan-Nya dalam beribadah kepada-Nya.¹⁹

Aqidah meliputi topik-topik tentang Iman, Tauhid, Islam, kenabian, takdir, berita yang telah lalu dan yang akan datang, masalah ghaib, keyakinan, sanggahan terhadap ahli bid’ah.

Menurut Hasan al-Banna maka ruang lingkup pembahasan

Aqidah adalah sebagai berikut :

- (1) *Nubuwwat* : pembahasan tentang segala hal yang berhubungan dengan Nabi dan Rosul seperti tentang kitab-kitab Allah, mukjizat, dan lain sebagainya.

¹⁹ Q.S Al-Kahfi/18:110

- (2) *Ilahiyat* : segala hal yang berhubungan dengan *Ilah* (Tuhan, Allah) seperti sifat wajib Allah, nama-nama dan lain-lain.
- (3) *Sam'iyat* : segala sesuatu yang hanya bisa diketahui lewat dalil naqli (al-Qur'an dan Sunnah) contohnya yaitu tentang akhirat, alam kubur, alam barzakh, tanda kiamat, dan tentang surga dan neraka.
- (4) *Ruhaniyat* : segala sesuatu yang berhubungan dengan malaikat, jin, iblis, ruh, syaitan dan lain sebagainya.

Di samping itu pembahasan tentang aqidah juga meliputi rukun Iman yaitu Iman kepada Allah SWT, Iman kepada Malaikat, Iman kepada Kitab, Iman kepada Nabi dan Rosul, Iman kepada Hari Akhir, dan Iman kepada Takdir Allah.

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa aqidah merupakan keimanan yang mantap tanpa disertai keraguan di dalam hati seseorang, keimanan yang mantap ini menjadi pedoman berperilaku sebagai umat Islam agar menjadi lebih baik.

b) Pesan Syariah

Menurut bahasa, syariah berasal dari bahasa Arab yang berarti peraturan atau undang-undang. Peraturan ini mengenai tingkah laku yang harus dipatuhi sebagaimana mestinya. Sedangkan menurut istilah, syariah adalah norma yang mengatur

hubungan manusia dengan Allah berupa ibadah dan hubungan manusia dengan manusia lain atau muamalah.

Syariat berupa aturan dan tuntunan agama yang diperintahkan Allah kepada hamba-Nya yang berkaitan dengan masalah agama seperti salat, puasa, haji, zakat, dan seluruh perbuatan yang baik. Dengan tujuan syariat Islam yaitu membersihkan serta mensucikan manusia dengan cara beribadah kepada-Nya.

Terdapat dua ruang lingkup syariat Islam yaitu ibadah dan muamalat.

- (1) Ibadah : merendahkan diri kepada Allah dengan melakukan perintah-Nya, dalam beribadah dasar hukum yang digunakan berupa al-Qur'an dan As-Sunnah. Ibadah dibagi menjadi dua yaitu ibadah khusus (*mahdhah*) dan ibadah umum (*'ammah*). Jenis ibadah khusus yaitu thaharah, shalat, zakat, puasa, haji. Sedangkan, jenis ibadah umum yakni segala perbuatan baik yang diniatkan semata-mata karena Allah seperti dzikir, dakwah, tolong-menolong, dan sebagainya.
- (2) Muamalah : tata aturan Allah yang mengatur hubungan antar manusia dan hubungan manusia dengan benda. Hukum muamalah

diantaranya tentang hukum nikah, hukum niaga, hukum waris, hukum perang dan sebagainya.

c) Pesan Akhlak

Akhlak artinya sifat yang terdapat didalam jiwa dan timbul berupa perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Jika sifat tersebut memunculkan perbuatan terpuji maka disebut dengan akhlak yang baik, sebaliknya apabila sifat tersebut memunculkan perbuatan yang buruk maka disebut dengan akhlak yang buruk.

Konsep akhlak yang mengatur pola kehidupan manusia berdasarkan al-Qur'an dan al-Hadits, konsep tersebut meliputi hubungan antara manusia dengan Allah dengan cara memenuhi segala kewajiban dan menjauhi larangannya, hubungan manusia dengan sesamanya, dan hubungan manusia dengan lingkungannya.

Akhlak terdiri dari dua macam, yaitu : *Pertama*, akhlak mahmudah adalah perbuatan baik terhadap Allah, sesama manusia dan makhluk-makhluknya. *Kedua*, akhlak madzmumah adalah perbuatan buruk terhadap Allah, sesama manusia dan makhluk-makhluknya.

4) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah suatu kegiatan atau cara yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah agar mencapai tujuan tertentu.

Sumber metode dakwah bisa didapatkan dari Al-Qur'an An-Nahl ayat 125 misalnya "hikmah, nasihat yang benar dan muadalah atau diskusi atau berbantah dengan cara yang paling baik" dengan kekuatan anggota tubuh (tangan), dengan mulut (lidah), dan apabila tidak mampu dengan hati. Dari hal tersebut munculah metode dakwah dengan lisan, tulisan, seni, dan bil-hal.

5) Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah pengantar.

Dari pengertian ahli komunikasi media merupakan alat penghubung antara komunikator kepada komunikan. Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara. Maka media dakwah alat yang menjadi perantara penyampaian materi dakwah dari da'i kepada mad'u. terdapat tiga macam media, yaitu media auditif, media visual, dan media audio visual.²⁰

²⁰ *Ibid*, hal. 23

- a) Media auditif (*al-sam*) tidak banyak jenisnya dibandingkan media visual. Media auditif berupa suara misalnya radio, dan *tape recorder*.
- b) Media visual merupakan media yang dapat dilihat seperti media massa cetak, majalah, surat, poster, buku dan internet.
- c) Media audio visual seperti televisi, film, sinema elektronik dan cd.

Media dakwah memberikan andil yang besar dalam menentukan kesuksesan dakwah. Dengan media dakwah pesan dakwah dapat dengan mudah diberikan kepada semua lapisan masyarakat dan memerlukan media tv, koran, internet, dan radio.

Media dakwah dapat digunakan secara efektif jika pendakwah memiliki seni dalam menggunakan media dan kemampuan untuk mengoperasionalkan media. Dengan mengetahui karakteristik media, pendakwah dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media. Contoh : pesan mengenai peristiwa hari kiamat tidak bisa disampaikan melalui film atau sinetron, sehingga media yang tepat adalah tulisan, dengan daya imajinatif seseorang dapat menangkap pesan dakwah tersebut.

Dalam memilih media dakwah perlu dipertimbangkan empat aspek : efisiensi penggunaan, kesesuaian dengan unsur dakwah. Efektivitas media dan legalitas menurut etika Islam.

6) Objek Dakwah

Objek dakwah ini yaitu manusia, baik individu atau kelompok dan masyarakat. Didalam kehidupan bermasyarakat terdapat suatu interaksi antara satu orang dengan orang lain, antara satu kelompok dengan kelompok lain. Di dalam masyarakat ini terdapat berbagai macam permasalahan yang menjadi sasaran dakwah.

7) Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi yaitu umpan balik (*feedback*) dari reaksi proses dakwah. Beberapa efek dari dakwah, yaitu :

- a) Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang dipahami oleh khalayak. Misalnya tentang pengetahuan, kepercayaan keterampilan, dan informasi.
- b) Efek afektif, yaitu timbul ketika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci yang meliputi segala hal yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c) Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati seperti pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.²¹

5. Tinjauan tentang Pesan

Menurut Dominick pesan adalah *the actual physical product that the source encodes* atau produk fisik aktual yang telah di encoding

²¹ *Ibid.*

sumber. Pesan merupakan hasil dari proses encoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera.²² Misalnya ketika kita berbicara maka kata-kata yang diucapkan adalah pesan (*massage*), ketika kita melihat konser musik maka lagu yang tengah didengar tersebut adalah pesan.

Menurut bahasa, pesan berarti perintah, nasehat, permintaan, amanat yang disampaikan oleh orang lain. Sedangkan, menurut Onong Uchana Effendi pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang dikirimkan oleh komunikator harus melalui media yang efisien agar mencapai khalayak sasaran.²³

Menurut A.W Widjaja dan M. Arisyk Wahab pesan memiliki sifat-sifat tertentu sesuai dengan tujuan pesan yang disampaikan kepada komunikan, antara lain:

- a. *Persuasif* : pesan yang akan memberikan perubahan sikap kepada seseorang melalui himbauan atau ajakan.
- b. *Informasi* : suatu pesan berupa keterangan-keterangan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, sehingga komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri dari pesan tersebut.

²² *Ibid*, hal. 19

²³ *Ibid*, hal. 20

c. Koersif : pesan yang mengandung unsur perintah atau intruksi sehingga pesan tersebut dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam hal ini dapat berupa sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan.

6. Analisis Wacana (*Discaurse Analysis*)

Analisis wacana merupakan teknik menganalisis isi teks untuk mengetahui makna yang tersembunyi dari suatu teks melalui kata, frase, kalimat, metafora dari struktur kebahasaan teks tersebut.

Dasar dari analisis wacana adalah interpretasi, karena analisis wacana adalah bagian dari metode interpretatid yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran dari peneliti.²⁴

Fokus dari analisis wacana adalah pesan yang tersembunyi, makna suatu pesan tidak dapat ditafsirkan dengan hanya yang terlihat dalam teks saja, namun harus dianalisis dari makna yang tersembunyi. Analisis Wacana bukan hanya bergerak dalam level makro atau isi dari suatu teks, namun pada level mikro atau yang menyusun suatu teks, seperti kalimat, kata, retorik, dan ekspresi. Dalam analisis wacana struktur wacana yang kompleks dapat dianalisis, misalnya mengkaji keseluruhan topik dalam suatu pemberitaan media, seperti yang terlihat dalam *headline* kemudian lebih dispesifikasikan oleh detail yang ada dalam teks. Bahkan, makna kalimat dan hubungan antarkalimat dapat dipelajari. Dengan

²⁴Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 68

menggunakan analisis ini suatu peristiwa dapat digambarkan dengan detail yang ada di dalam suatu teks.

Analisis wacana yang dilakukan oleh Van Dijk digambarkan memiliki tiga bangunan yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Ketiga dimensi wacana tersebut digabungkan menjadi kesatuan analisis. Analisis teks sosial yang diteliti yaitu struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.

Pada kognisi sosial didapatkan proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu atau penulis teks. Kemudian konteks mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat tentang suatu masalah.²⁵

Adapun Van Dijk membagi analisis teks menjadi beberapa tingkatan sebagai berikut :

1. Struktur Makro yaitu makna umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan cara melihat topik atau tema dari suatu teks.
2. Superstruktur merupakan kerangka suatu teks berupa struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
3. Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan cara menganalisis kalimat, kata, proposisi, anak kalimat, dan parafrase yang dipakai.

²⁵ *Ibid.* hal 124

Struktur wacana yang dikemukakan Van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Elemen Wacana Menurut Model Teori Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan?)	Topik
Superstruktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, detail, maksud, pranggapan, nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	STILISTIK (Pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS (Bagaimana dan dengan)	Grafis, metafora, ekspresi

	cara apa penekanan dilakukan?)	
--	-----------------------------------	--

Menurut Van Dijk segala macam teks dapat dianalisis menggunakan elemen-elemen tersebut. Elemen-elemen yang diatas adalah suatu kesatuan yang saling berhubungan satu sama lain.

a. Tematik

Tema berasal dari kata Yunani yang berarti ‘menempatkan’ atau ‘meletakkan’. Sedangkan secara harfiah tema berarti “sesuatu yang telah diuraikan” atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Menurut Keraf dalam buku Alex Sobur tema adalah sesuatu amanat utama yang disampaikan oleh penulis melalui tulisannya. Tema disebut juga dengan topik, topik ini menunjukkan informasi yang paling penting dan merupakan isi pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator.

Teun A. van Dijk mengartikan topik sebagai struktur makro dari suatu wacana. Melalui adanya topik ini masalah dapat diketahui, dan tindakan yang diambil oleh komunikator untuk mengatasi masalah tersebut. Yang dapat diamati pada struktur makro dari suatu wacana yaitu tindakan, keputusan dan pendapat.

b. Skematik

Struktur skematik menggambarkan bentuk umum dari suatu teks yang disusun sesuai dengan pembagian kategori seperti pendahuluan, isi, kesimpulan, pemecahan masalah, dan penutup. Adanya struktur skematik, menjadi strategi untuk menyembunyikan informasi penting dengan cara memberi tekanan bagian mana yang didahulukan dan diakhirkan.

Upaya penyembunyian tersebut itu dilakukan dengan cara menempatkan bagian penting di bagian akhir agar menimbulkan kesan kurang menonjol.

c. Semantik

Strategi semantik dilakukan untuk memberikan pesan positif pada diri sendiri atau kelompok, dan akan memberikan pesan kurang baik pada kelompok lain sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Hal-hal yang positif mengenai diri sendiri atau kelompok akan digambarkan secara detail, jelas, eksplisit, dan langsung. Namun sebaliknya pada kelompok lain akan digambarkan dengan detail yang pendek, samar-samar dan implisit. Terdapat beberapa elemen dalam strategi semantik seperti latar, detail, dan pengandaian.

d. Sintaksis

Sintaksis merupakan strategi yang hampir sama dengan semantik. Strategi ini dilakukan untuk menampilkan diri sendiri atau kelompok secara positif dan lawan secara negatif. Manipulasi kalimat ini seperti pada pemakaian kata ganti, pemakaian kalimat aktif atau pasif, pemakaian kalimat yang kompleks, aturan kata-kata, dan sebagainya. Elemen pada strategi sintaksis meliputi *koherensi* (hubungan antarkata, preposisi, atau kalimat), bentuk kalimat (pembentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat), dan kata ganti (menunjukkan posisi seseorang dalam wacana).

e. Stilistik

Dalam stilistik *style* atau gaya bahasa merupakan pusat perhatian yang digunakan seorang komunikator atau penulis untuk menyatakan maksud dengan menggunakannya sebagai sarana. Gaya bahasa ini mencakup diksi atau pilihan leksikal, majas, struktur kalimat, citraan, matra, pola rima, yang digunakan sastrawan dalam sebuah karya sastra. Elemen dari stilistik ini yaitu leksikal atau diksi. Pada tingkat pemilihan leksikal ini berprinsip menggambarkan pihak sendiri secara positif, dan pihak musuh secara negatif.

Misalnya : pembunuhan yang dihaluskan menjadi “kecelakaan”. Pilihan dari kata-kata yang dipakai ini menunjukkan sikap dan ideologi tertentu.

f. Retoris

Retoris bersifat persuasif atau mengajak dan berhubungan dengan cara pesan itu disampaikan. Pemakaiannya dengan menggunakan pemakaian kata-kata yang dapat menarik perhatian dan menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak. Elemen dari retorik ini berupa grafis (gambar, foto, tabel, atau bagian lain yang ingin ditonjolkan), *metafora* (berupa kiasan atau ungkapan sebagai landasan atas pendapat tertentu yang digunakan komunikator kepada publik), dan *visual image* (penggambaran secara lebih detail hal-hal yang ingin ditonjolkan).

Selanjutnya analisis yang dilakukan oleh Van Dijk sesudah menganalisis struktur teks, yaitu analisis kognisi sosial. Analisis kognisi sosial adalah proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dan penulis teks media. Analisis ini menekankan tentang peristiwa dipahami, ditafsirkan, dianalisis, dan didefinisikan, kemudian ditampilkan.

Dalam analisis wacana model teori Van Dijk juga menganalisis konteks sosial. Konteks sosial mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Konteks sosial berusaha memasukkan semua

situasi dari hal yang berada diluar dari teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa.

B. Penelitian Terdahulu

Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka dibawah ini dapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang terdapat kaitannya dengan skripsi yang penulis angkat, yaitu :

1. Hanik Malihatin (2012)²⁶ Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang tentang blog sebagai media dakwah termasuk kurang efektif karena mad'u yang dapat menikmati blog dakwah hanya orang-orang tertentu saja seperti kaum intelektual dan akademisi.
2. Fifit Difika (2016)²⁷ Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustad Felix Siau, Ustadz Aa Gym dan Ustad Arifin Ilham didalamnya mengandung materi dakwah dan nilai-nilai keagamaan. Materi dakwah yang terkandung dalam Instagram keempat dai tersebut mengenai aqidah, akhlak, sosial, dan amar ma'ruf. Dalam Instagram da'i tersebut mengandung pesan-pesan kearifan dalam pencitraan dakwah. Seperti dalam Instagram Ustad Yusuf Mansur mengenai ketuhanan, ikhtiar, tolong

²⁶ Malihatin, H. (2012). *Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang Tentang Blog sebagai Media Dakwah* (Doctoral dissertation, IAIN Walisongo).

²⁷ Difika, F. (2016). *Dakwah melalui Instagram (studi analisis materi dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

menolong, membaca Al-Qur'an. Ustadz Felix Siauw mengenai hari kiamat, istighfar, persaudaraan, dan berdakwah.

Sedangkan Ustad Aa Gym mengenai hari kiamat, istighfar, persaudaraan, tolong menolong dan membaca al-Qur'an. Dalam keempat Instagram para da'i diatas, Instagram Aa Gym yang banyak mencitrakan materi dakwahnya melalui Instagram dan lebih menarik dan mempunyai pesan yang lebih kuat.

3. Rizki Hakiki (2016)²⁸ Penelitian ini bertujuan untuk medeskripsikan fenomena dakwah yang terjadi pada Fanpage Facebook KH Abdullah Gymanstiar di Facebook. Hasil penelitan ini menunjukkan bahwa adanya Fanpage facebook Aa gym adalah untuk memudahkan Aa gym dalam mendistribusikan dakwahnya dan hal ini mempermudah Aa Gym dan mad'u Aa Gym yang memiliki akun facebook pribadi untuk mengakses pesan-pesan dakwah melalui media sosial facebook.
4. Ahmad Taufiq Ma'mun (2015)²⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas pembelajaran bahasa arab melalui media sosial whatsapp di program BISA (Belajar Islam dan Bahasa Arab). Penelitian ini memperoleh hasil tingkat keefektifan pembelajaran bahasa arab di Program BISA yaitu 95 persen responden mengatakan efektif dan merasa senang dalam mempelajari bahasa arab melalui media sosial whatsapp.

²⁸ Hakiki, R. Dakwah Di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook Kh. Abdullah Gymnastiar).

²⁹ Ma'mun, A. T. Efektivitas Pembelajaran Bahasa Arab Melalui Media Sosial Whatsapp Di Program Bisa (Belajar Islam Dan Bahasa Arab).

Faktor yang menentukan efektifitasnya program ini adalah pembuatan silabus dan metode penyampaian melalui audio dan video menarik.

5. Ariza Rusni (2017)³⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan grup whatsapp One Day One Juz (ODOJ) dalam meningkatkan minat tilawah odojer di Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini adalah anggota grup whatsapp ODOJ memanfaatkan aplikasi whatsapp sebagai alat komunikasi secara online untuk mengingatkan satu sama lain odojer untuk melakukan tilawah setiap hari.
6. Arini Izzati Khairina (2016)³¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat whatsapp sebagai media pembelajaran Bahasa Arab guna menunjang pembelajaran bahasa Arab di kelas. Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa penelitian ini menghasilkan suatu produk media pembelajaran bahasa Arab yang berbasis media sosial whatsapp berupa media visual. Jenis media ini memuat suatu teks, gambar yang dikirim kedalam grup whatsapp. Dari hasil ahli, materi berkualitas sangat baik dan untuk kelayakan pengembangan media sosial whatsapp sebagai pembelajaran bahasa Arab mendapatkan kriteria sangat layak sebagai penunjang pembelajaran bahasa Arab kelas VIII SMP IT Syuhada Yogyakarta.

³⁰ Rusni, A., & Lubis, E. E. Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (Odoj) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru.

³¹ Arini, I.K, Pengembangan Media Sosial Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Arab.

7. Suci Gusti Gunarsih (2014)³² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah yang ingin disampaikan penulis kepada pembaca dengan menggunakan analisis teori Van Dijk. Penelitian ini menghasilkan data bahwa novel yang ditulis Asma Nadia mengandung kisah-kisah yang bernilai agama Islam berdasarkan al-Qur'an dan hadis.
8. Siti Aminah (2008)³³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kerangka wacana dalam novel Laskar Pelangi dan untuk mengetahui pesan moral yang terdapat di novel tersebut. Dari penelitian ini dihasilkan tema-tema pesan moral yang dianalisis melalui teks/skrip yang terdapat pada novel tersebut.
9. Muhammad Muslim Sazali (2012)³⁴ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui wacana pada isi pesan yang terdapat dalam novel dan untuk mengetahui representasi pesan dakwah yang dibentuk dalam novel Ranah 3 Warna yang mengangkat wacana pesan dakwah dan representasi yang disajikan dengan konsep makna pesan yang tersurat. Hasilnya representasi pesan dakwah yang terkandung dalam novel Ranah 3 Warna mencakup materi dakwah yaitu akidah, syariah, dan akhlakul karimah.

³² Gunarsih, S. G. (2014). Analisis Wacana Pesan Dakwah dalam Novel Rumah Tanpa Jendela Karya Asma Nadia.

³³ Aminah, S. (2008). Analisis wacana pesan moral dalam novel Laskar Pelangi karya Andrea Hirata.

³⁴ Sazali, M. M. (2012). *Representasi pesan dakwah dalam novel Ranah 3 Warna karya Ahmad Fuadi: studi analisis wacana Norman Fairclough* (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).

10. Robiyatul Adawiyah (2012)³⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan ketasawufan dalam kitab al-Hikam karya Ibn Atha'illah. Hasil dari penelitian ini adalah komunikasi dan dakwah dapat dikembangkan melalui kajian tasawuf dengan upaya yang dapat dilakukan dengan mensosialisasikan kepada masyarakat umum agar lebih dikenal keberadaan dakwah dan komunikasi melalui kajian tasawuf dalam kitab al-Hikam.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah disebutkan diatas, karena penelitian ini fokus kepada analisis pesan-pesan dakwah yang terdapat pada grup whatsapp Sahabat Taat. Hal ini berarti penelitian ini lebih berupaya memperluas dan mengembangkan kajian terkait dengan media sosial whatsapp.

³⁵ Adawiyah, R. Analisis isi pesan dakwah dalam materi tasawuf pada kitab al-hikam karya Ibn atha'illah.