

ABSTRAK

Taufiq Hidayat, Pesan-Pesan Dakwah KH. Miftah Faridl Melalui Media Sosial (Analisis Pesan Kultweet Haji pada Akun @miftahfaridl-ID), 2016.

Media sosial merupakan media *online*, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. Keberadaan media baru (*new media*) melalui jaringan internet ini perkembangannya semakin pesat, dan setiap hari pengguna jejaring sosial semakin meningkat dahsyat. Indonesia sendiri termasuk salah satu negara terbesar pengguna jejaring sosial khususnya, Facebook dan Twitter.

Terinspirasi peluang dakwah yang dapat kian meluas dengan pemanfaatan jejaring sosial. KH Miftah Faridl merilis akun Twitter resmi @miftahfaridl_ID pada hari Kamis, tanggal 7 Agustus tahun 2014. Beliau menyadari bahwa media sosial bisa menjadi salah satu media potensial untuk dimanfaatkan sebagai sarana kepentingan dakwah.

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *mikroblog* yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet," bersaing dengan situs besar seperti Facebook.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah kecenderungan Pesan dakwah KH. Miftah Farid, dan bagaimanakah pesan Denotatif dan Pesan Konotatif yang terdapat dalam *Kultweet* Haji pada akun Twitter @miftahfaridl_ID. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi (*content Analysis*) dengan jenis penelitian kualitatif dan analisis semiotika yang digunakan adalah model teori Roland Barthes.

Data dalam penelitian ini didapat melalui www.chripstory.com dengan menghimpun 11 tema kultwet haji, terdapat total 367 tweet dan akumulasi Viewers sebanyak 4726 pada akun twitter @miftahfaridl_ID periode: 18 September sampai dengan 2 Oktober 2014. Tema kultweet (kuliah twitter) Haji pada akun @miftahfaridl_ID, twitter resmi KH. Miftah Farid sebagai objeknya.

Dari keseluruhan pesan dakwah Kultweet Haji pada akun twitter @miftahfaridl_ID menunjukkan kategori pesan denotatif (pesan asli) sebanyak 216 Tweet dan pesan Konotatif sebanyak 141 Tweet, atau jika di posetase Kategori pesan denotatif sebanyak 65% dan Pesan konotatif sebanyak 35%.

Hasil ini menunjukkan kategori Pesan Denotatif lebih besar dibandingkan makna konotatif atau dalam pesan dakwah KH. Miftah Faridl lebih mengutamakan aspek makna harfiah, langsung, makna sebenarnya (sesuai apa adanya) atau makna yang didasarkan secara lugas, bersifat objektif. Pesannya juga bermakna Arti literal atau terdapat dalam kamus. Kalimat tidak memiliki makna ganda atau tidak ambigu. Tidak ada unsur yang tersembunyi antara suatu istilah dan objek, ide atau tindakan yang ditunjukkannya mewarnai dalam Sebagian besar dari isi kultweet Haji pada akun @miftahfaridl_ID.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, KH. Miftah Faridl, Media Sosial, Twitter,