

ABSTRAK

Imam Hoerudin: Penyajian Pesan Dakwah Dalam Media Sosial (Studi Deskriptif tentang Bentuk Penyajian Dakwah di Akun Twitter @QURANDanSUNNAH)

Tidak bisa dipungkiri bahwa media sosial saat ini menjadi satu dari sekian banyak hal baru yang harus diketahui dan diikuti perkembangannya. Hal ini mengingat bahwa segala bentuk informasi, perkembangannya berpusat pada media sosial. Bahkan penyebarluasannya lebih cepat daripada penyebarluasan melalui media-media lainnya, termasuk media elektronik. Perkembangan media sosial juga memiliki relevansi dengan berjalannya dakwah Islam di era saat ini. Dakwah Islam sudah seharusnya merambat pada perkembangan media sosial. Dan pada kasus ini, contoh perkembangan dakwah Islam melalui media sosial dilakukan oleh akun twitter @QURANDanSUNNAH.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penyajian pesan apa saja yang disajikan pada akun twitter @QURANDanSUNNAH. Yaitu bentuk penyajian pesan informatif, bentuk penyajian pesan persuasif dan bentuk penyajian koersif.

Penelitian ini menggunakan teori CMC yang merupakan singkatan dari *Computer Mediated Communication*. Teori ini digunakan untuk mengetahui pesan yang terkandung dalam tweet-tweet akun @QURANDanSUNNAH termasuk ke dalam bentuk penyajian pesan informatif, persuasif atau koersif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mendeskripsikan mengenai bentuk penyajian pesan dalam tweet-tweet akun twitter @QURANDanSUNNAH. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah dilakukan penelitian, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk penyajian pesan yang ada pada tweet-tweet akun twitter @QURANDanSUNNAH masuk ke dalam bentuk penyajian informatif, persuasif dan koersif. Bentuk pesan informatif menjadi yang paling banyak dibuat oleh akun twitter @QURANDanSUNNAH, karena banyak informasi mengenai dakwah Islam yang harus diketahui oleh para pengguna twitter lainnya dan dalam penelitian ini pesan informatif diklasifikasikan dalam tiga kelompok yaitu rejeki dan sedekah, akidah dan akhlak serta pernikahan. Kemudian disusul dengan tweet dengan bentuk pesan persuasif, karena untuk mengajak para pengguna twitter dalam menjalankan syariat Islam yang dibagi menjadi tiga kelompok yaitu akidah dan akhlak, tawakal, tafakur dan tasyakur. Dan yang terakhir yaitu bentuk pesan koersif, tweet yang berisi tentang informasi yang disajikan dengan menyantumkan sanksi atau hukuman apabila tidak melakukannya dan dibagi menjadi kelompok akidah dan kelompok akhlak.

Kata Kunci: Pesan, Media Sosial, Twitter