

PENGARUH TEMA DOMINAN PESAN DAKWAH DIGITAL TERHADAP AKUN *INSTAGRAM* @FSLDK_SULTRA

Ahmad Rizal¹⁾, La Tarifu²⁾, Harnina Ridwan³⁾

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Halu Oleo, Kota Kendari.

ahrizal96@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, penyampaian pesan dapat dilakukan dengan begitu cepat dan dengan berbagai pilihan media aplikasi. Salah satunya adalah akun instagram @fslDK_sultra memanfaatkan media instagram sebagai media penyampaian pesan dakwah kepada para pengikutnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tema dominan pesan dakwah digital terhadap akun instagram @fslDK_sultra. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran secara lengkap suatu pesan sekaligus melakukan pengujian hipotesis tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan empat tahapan yaitu: pengumpulan data, penyusunan kategori tema pesan dakwah yang dikemukakan oleh Wahidin Saputra, uji reabilitas, dan penghitungan data menggunakan lembar koding yang diisi oleh tiga orang pengkoding yang telah ditentukan sebelumnya. Terdapat tiga kategorisasi unit analisis dalam penelitian ini, yaitu pesan dakwah aqidah, syariah dan akhlak. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang tinggi antara pengaruh tema dominan terhadap akun instagram @fslDK_sultra, yaitu pada pesan dakwah dengan tema syariah 60,72%. Sedangkan sisanya adalah pesan aqidah 30,18% dan akhlak 9,09%.

Kata Kunci : Pesan Dakwah;Akun Instagram,;Analisis Isi

THE EFFECT OF DOMINANT THEMES OF DIGITAL DA'WAH MESSAGES ON INSTAGRAM ACCOUNT @FSLDK_SULTRA

ABSTRACT

The development of communication technology has progressed very rapidly, the delivery of messages can be done so quickly and with a variety of application media choices. One of them is the Instagram account @fslDK_sultra utilizing Instagram as a medium for delivering da'wah messages to his followers. The purpose of this study was to determine the effect of the dominant theme of digital propaganda messages on the Instagram account @fslDK_sultra. This study uses an explanatory content analysis method with a quantitative approach to get a complete picture of a message while testing certain hypotheses. This research was conducted in four stages, namely: data collection, compilation of the preaching message theme categories presented by Wahidin Saputra, reliability testing, and data calculation using coding sheets filled by three predetermined coding people. There are three categorizations of the unit of analysis in this study, namely the message of preaching aqidah, sharia and morals. The results showed a high relationship between the influence of the dominant theme on the @fslDK_sultra instagram account, namely on the da'wah message with the shari'a theme 60.72%. While the rest is aqidah message 30.18% and morals 9.09%.

Keywords: Da'wah Message;Instagram Account;Content Analysis

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal mutlak dalam kehidupan manusia, komunikasi tidak dapat dipisahkan dari aktifitas kehidupan, mulai dari berkomunikasi dengan diri sendiri (intrapersonal) apalagi untuk berhubungan dengan orang lain (antarpersona). Komunikasi dapat menjadi perantara informasi dari satu pihak ke pihak yang lain yang memungkinkan terjadinya pertukaran dan persebaran makna yang sama.

Bergulirnya perjalanan zaman dan keilmuan, membuat manusia mengelaborasi banyak perubahan ke arah yang lebih maju. Perubahan ini dapat dilihat dengan massifnya perkembangan teknologi di setiap bidang kehidupan, tanpa terkecuali dalam bidang komunikasi.

Sebuah riset yang dilakukan sebuah agensi marketing sosial We Are Social yang bekerjasama dengan situs layanan media daring Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari 4,3 miliar orang dari seluruh dunia menggunakan internet, jumlah ini meningkat 300 juta orang sejak Januari 2018. Dari survei yang sama juga menunjukkan bahwa dari 4,3 miliar orang pengguna internet di seluruh dunia terdapat 3,4 miliar orang yang merupakan pengguna aktif media sosial dan 3,2 miliar diantaranya mengakses media sosial melalui ponsel pintar (smartphone). Sementara di Indonesia sendiri di awal tahun 2019 ada 150 juta pengguna internet aktif atau sekitar 56% dari jumlah populasi, dan 130 juta diantaranya adalah pemakai aktif media sosial melalui smartphone.

Media sosial merupakan media online, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual, Cahyono (2016). Teknologi media sosial dapat menyampaikan pesan kepada jutaan orang di seluruh dunia secara luas dan cepat dengan efisien. Penyebaran pesan dengan media sosial juga dapat memberikan beragam informasi pada tiap-tiap penggunaannya secara khusus.

Media sosial yang kini beragam merupakan jenis media baru yang memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara online, Ardianto (2011). Dari survey We Are Social menunjukkan bahwa di Indonesia menempatkan secara berurutan aplikasi YouTube, Whatsapp, Facebook, dan Instagram sebagai 4 besar aplikasi media sosial dengan jumlah pemakai terbanyak.

Instagram dikembangkan oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger* yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, *Burbn, Inc.* Sampai akhirnya diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012. *Instagram* sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana.

Pemanfaatan media sosial inipun semakin berkembang, sebagai media hiburan, sebagai media jualan dan terutama sebagai media dakwah yang dijalankan banyak oleh organisasi keagamaan, Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dan komunitas-komunitas hijrah tanpa terkecuali FSLDK Sulawesi Tenggara (@fslDK_sultra) sebagai forum yang menghimpun Lembaga Dakwah Kampus (LDK) di Sulawesi Tenggara.

FSLDK Sultra (Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Sulawesi Tenggara) sendiri adalah satu Pusat Komunikasi Daerah (Puskomda FSLDK) dari 37 Puskomda FSLDK di seluruh Indonesia. Tujuan dari dibentuknya forum ini adalah sebagai wadah pendampingan dan kordinasi antara LDK yang ada di bawahnya, total ada 5 LDK di wilayah Sulawesi Tenggara yakni LDK UKM UKKI di Universitas Halu Oleo Kendari, LDK UKM Kerohanian Al Qalam di Universitas Sembilanbelas November Kolaka, LDK Fastabiqul Khairat Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau, LDK UKM KI Al Aafiyah STIKES Mandala Waluya Kendari dan LDK Ar Raihan Universitas Lakidende.

Setelah mantap berkomitmen dengan ke-islamannya dan menjalankan pengamalan terhadap semua ibadah yang dituntunkan, dalam waktu yang bersamaan juga melekat kepada seorang muslim untuk menjalankan kewajiban berdakwah yaitu

menyeru kepada jalan kebaikan dan mengingatkan untuk menjauhi keburukan. Allah SWT berfirman dalam surah Ali ‘Imran : 110 yang artinya :

Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.

Kemudian dikuatkan oleh hadits Nabi salallahu ‘alaihi wasallam dalam riwayat Muslim :

“Barangsiapa diantara kalian yang melihat kemunkaran, hendaknya dia merubah dengan tangannya, kalau tidak bisa hendaknya merubah dengan lisannya, kalau tidak bisa maka dengan hatinya, dan yang demikian adalah selemah-lemah iman”.

Hal ini tidak lain merupakan perintah dari bentuk komitmen seorang muslim dalam menunjukan praktik kepribadian Islam di tengah masyarakat, menunjukan kemuliaan Islam dan dengan itu orang-orang yang berada di sekitarnya merasakan ketenangan dan tertarik mengikutinya.

Penggunaan media sosial *Instagram* oleh FSLDK Sultra ini tentu tidak terlepas dari tujuan dakwah itu sendiri, apalagi berada di era modern seperti sekarang, keberadaan media sosial telah menjadi hal primer bagi tiap individu. Maka sebagai lembaga yang keanggotaannya adalah LDK dan mahasiswa yang dekat dengan segala hal yang berbau modern, untuk memaksimalkan penyebaran pesan dan publikasi lembaga, agenda dakwah yang dilakukan harus menyentuh bagian-bagian terdekat dari objek dakwah.

Pesan sebagai salah satu unsur dalam komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah agenda dakwah, sebagaimana tujuan dari komunikasi yang efektif adalah adanya kesepemahaman antar komunikator dan komunikan, maka pesan dakwah harus dikemas dengan baik agar menghasilkan efek sesuai dengan keinginan.

Secara konseptual pada dasarnya pesan-pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun, secara global pesan dakwah dapat diklasifikasikan dalam tiga pokok, yaitu kategori aqidah, syari'ah dan akhlak.

Dari pengamatan peneliti per Juni 2019, pada akun @fslDK_sultra terdapat 470 unggahan yang telah dibagikan. Lewat penilaian berdasarkan kandungan pesan yang dimuat di dalam unggahan tersebut, dari banyaknya tema dan isu yang diangkat peneliti menemukan ada 186 gambar yang mengandung pesan dakwah di dalamnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Bagaimana pengaruh tema dominan pesan dakwah digital terhadap akun instagram @fslDK_sultra* Kendari. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan eksplanatif kuantitatif. Manfaat penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan dalam rangka memperkaya hasil-hasil penelitian literatur yang ada khususnya mengenai penggunaan media sosial sebagai media dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada akun media sosial Instagram FSLDK Sulawesi Tenggara (@fslDK_sultra). Waktu penelitian ini dilakukan pada pekan pertama bulan Juli 2019. Subjek dari penelitian ini adalah akun Instagram @fslDK_sultra. Informan dari penelitian ini adalah pengelola akun Instagram @fslDK_sultra. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : 1) Data Kuantitatif adalah data yang diperoleh berdasarkan bahan informasi atau temuan dari objek yang diteliti dengan menyajikan data berupa angka-angka. 2) Data Kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.

Sumber data peneliti adalah data primer dan data sekunder, yaitu : 1) Data Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. 2) Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung

melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: 1) Observasi adalah observasi yang melibatkan peneliti atau observer secara langsung dalam kegiatan pengamatan di lapangan. Jadi, peneliti bertindak secara observer, artinya peneliti melakukan bagian dari kelompok yang ditelitinya. Keuntungan cara ini adalah peneliti merupakan bagian yang integral dari situasi yang dipelajarinya sehingga kehadirannya tidak mempengaruhi situasi penelitian. 2) Lembar *koding* adalah alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media. Lembar *koding* dapat dipersamakan dengan kuesioner dalam penelitian survei. (Eriyanto, 2011: 221). 3) Dokumentasi penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi. Kriyantono (2006: 116) mengungkapkan bahwa teknik dokumentasi merupakan teknik yang mana beberapa dokumen sebagai sumber informasi dalam menginterpretasikan data hasil observasi. Data dalam penelitian ini adalah berupa *capturing posting*-an foto mengenai pesan dakwah pada akun Instagram @fslkd_sultra.

Teknik analisis data dimulai dengan mengumpulkan data penelitian dalam unggahan akun @fslkd_sultra dari Mei 2016 sampai Juni 2019. Dilanjutkan penyusunan kategorisasi, kategori hubungan dengan bagaimana isi (*conten*) kita dikategorikan. Menurut Neuendorf (Eriyanto, 2011: 203), menyusun kategori harus dilakukan secara baik dan berhati-hati. Paling tidak terdapat tiga prinsip penting dalam penyusunan kategori: kategori harus *mutually exclusive* artinya terpisah satu sama lain, *Exhaustive* artinya lengkap dan reliabel maksudnya kategori tersebut harus dipahami secara sama oleh semua orang. Tahapan selanjutnya adalah pengisian lembar coding oleh pengkoding lalu analisis dengan menggunakan metode eksplanatif kuantitatif dan diarahkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Konseptualisasi dalam penelitian ini yaitu : 1) Pengaruh tema yang dominan yang dimaksud adalah jumlah presentase pengaruh pesan dakwah terhadap akun instagram @fsldk_sultra. 2) Dakwah adalah ajakan, seruan atau panggilan dalam melaksanakan perintah Allah SWT. 3) Pesan dakwah kategori aqidah adalah pesan yang mengandung hal-hal tentang keyakinan yang termasuk dalam rukun iman. 4) Pesan dakwah kategori syari'ah adalah pesan yang memuat ketentuan tentang aturan dalam beribadah (shalat, puasa, zakat dan haji) dan muamalah (perkawinan, kewarisan, pidana, dan peradilan) 5) Pesan dakwah kategori akhlak adalah pesan yang membahas tentang etika, moral, budi pekerti manusia dalam hubungannya dengan Tuhan, manusia dan alam sekitar. 6) Instagram merupakan aplikasi perangkat lunak yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. 7) Akun instagram @fsldk_sultra adalah akun resmi FSLDK Sultra yang digunakan untuk menyebarkan berbagai jenis pesan, salah satunya adalah pesan dakwah. Dakwah tersebut disampaikan dengan gambar dan video yang diunggah melalui akun instagram @fsldk_sultra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Akun @fsldk_sultra

Akun Instagram ”@fsldk_sultra” adalah sebuah akun dari sebuah lembaga yang memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi. Akun ini berisi gambar dan video agenda syi’ar FSLDK Sulawesi Tenggara dalam melaksanakan berbagai program kerjanya.

FSLDK Sultra (Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Sulawesi Tenggara) sendiri adalah salah satu Puskomda (Pusat Komunikasi Daerah) dari 37 Puskomda FSLDK di seluruh Indonesia yang memiliki alur kordinasi terpusat ke LDK SALAM UI sebagai Pusat Komunikasi Nasional (Puskomnas) FSLDK yang bertanggung jawab mengkordinasi seluruh arahan, 37 Puskomda FSLDK tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Puskomda FSLDK Aceh
2. Puskomda FSLDK Sumut
3. Puskomda FSLDK Sumbar
4. Puskomda FSLDK Sumsel
5. Puskomda FSLDK Bengkulu
6. Puskomda FSLDK Babel
7. Puskomda FSLDK Riau
8. Puskomda FSLDK Kepri
9. Puskomda FSLDK Jambi
10. Puskomda FSLDK Lampung
11. Puskomda FSLDK Banten
12. Puskomda FSLDK Pribar
13. Puskomda FSLDK Pritim

14. Puskomda FSLDK Jadebek
15. Puskomda FSLDK Baraya
16. Puskomda FSLDK Cirebon
17. Puskomda FSLDK Purwokerto
18. Puskomda FSLDK Semarang Raya
19. Puskomda FSLDK Jogja
20. Puskomda FSLDK Solo Raya
21. Puskomda FSLDK Madiun Raya
22. Puskomda FSLDK Jember
23. Puskomda FSLDK Malang Raya
24. Puskomda FSLDK Surabaya Raya
25. Puskomda FSLDK Kalbar
26. Puskomda FSLDK Kalteng
27. Puskomda FSLDK Kalsel
28. Puskomda FSLDK Kaltimkaltara
29. Puskomda FSLDK Sulteng
30. Puskomda FSLDK GoSulut
31. Puskomda FSLDK Sulselbar
32. Puskomda FSLDK Sultra
33. Puskomda FSLDK Bali
34. Puskomda FSLDK Nusra
35. Puskomda FSLDK Maluku Utara
36. Puskomda FSLDK Maluku
37. Puskomda FSLDK PaPabar

Untuk saat ini yang mendapat tanggung jawab sebagai pengurus FSLDK Sultra adalah UKM UKKI UHO, itulah sebabnya saat ini kepengurusan FSLDK Sultra berpusat di Kota Kendari tempat Universitas Halu Oleo berada.

Tujuan dibentuknya forum ini adalah sebagai wadah pendampingan dan kordinasi antara LDK yang ada di bawahnya, total ada 5 LDK yang tersebar di

wilayah Sulawesi Tenggara yakni UKM UKKI di Universitas Halu Oleo Kendari, UKM Kerohanian Al Qalam di Universitas Sembilanbelas November Kolaka, LDK Fastabiqul Khairat Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau, UKM KI Al Aafiyah STIKES Mandala Waluya Kendari dan LDK Ar Raihan Universitas Lakidende. Seluruh pendampingan LDK ini difokuskan pada empat komisi dalam kepengurusan FSLDK Sultra, empat komisi tersebut antara lain : Komisi A (Isu dan Keummatan), Komisi B (Ke-LDK-an), Komisi C (Jaringan Muslimah), dan Komisi D (Humas dan Media).

Lanskap dakwah di perguruan tinggi yang memiliki banyak perhatian terhadap keilmuan, intelektualitas serta profesionalitas akhirnya menuntut aktivitas dakwah untuk bisa menyelaraskan gerak agar agenda dakwah yang dilakukan efektif dan dapat diterima. FSLDK Sultra sendiri dalam menjalankan agenda dakwahnya memiliki kekhasan bila dibandingkan lembaga mahasiswa lainnya. Sebagai bagian lembaga dakwah kampus, FSLDK Sultra terbilang sebagai salah satu lembaga yang moderat, terbuka dan tidak eksklusif, hal ini bisa dilihat dari profil kader yang terbuka, aktif dalam diskusi-diskusi dan mudah membaur dengan lingkungannya.

Hal ini tentu tidak terlepas dari karakteristik dakwah yang dijalankan oleh FSLDK Sultra yakni *syumuliyah* atau komprehensif, sehingga dalam melakukan aktivitas dakwah harus menyentuh segala aspek. Karakter ini pula yang diturunkan dalam menjalankan salah satu aspek fundamental dari LDK yaitu syi'ar. Penggunaan instagram ini sendiri merupakan salah satu upaya dari agenda syi'ar yang dilakukan agar lebih dekat dengan objek dakwah. Olehnya itu pengelolaan yang profesional dan efektif harus dilakukan agar agenda syi'ar yang dilakukan semakin maksimal.

Admin atau pengurus akun Instagram @fslkd_sultra saat ini adalah Riski Ayu Dwi Lestari yang juga merupakan kordinator dari Komisi D yang membidangi Humas dan Media, sementara pembuat kontennya adalah Fajrianti Syamsuddin, staf Komisi D. Akun @fslkd_sultra ini dibuat pada April 2016, dengan unggahan pertama di 2 Mei 2016 tentang hari pendidikan. Saat ini akun @fslkd_sultra telah memiliki

1766 pengikut dan mengikuti 183 akun dengan jumlah unggahan sebanyak 470 unggahan.

Dalam pengelolaan akun @fslDK-sultra, tidak sepenuhnya konten yang dipublikasikan adalah produk dari FSLDK Sultra, ini dikarenakan FSLDK Sultra termasuk dalam kordinasi nasional FSLDK Indonesia maka agenda publikasi juga mendapatkan arahan rutin setiap bulannya dari FSLDK Indonesia. Arahan ini mayoritas berisi tanggapan atau penyikapan nasional FSLDK sebagai forum LDK terhadap isu-isu yang berkembang di tengah masyarakat yang pengkajiannya sebelumnya telah dimatangkan oleh Komisi A, kajian isu keummatan. Yang tidak mungkin tertinggal selain kedua hal di atas, akun instagram @fslDK_sultra juga digunakan untuk publikasi agenda-agenda LDK di Sultra dan FSLDK Sultra sendiri, yang salah satu bagiannya sudah tentu pesan-pesan dakwah yang rutin dipublikasi agar pengikut juga ikut teredukasi dengan nilai-nilai Islam.

Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang berorientasi pada proses (*process oriented*). Validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu. Neuendorf (dalam Eriyanto, 2011: 268) Alat ukur disebut mempunyai validitas konstruk jikalau alat ukur tidak asal disusun, tetapi diturunkan berdasarkan suatu teori yang telah teruji.

Dalam analisis isi, alat ukur yang dipakai adalah lembar koding. Lembar koding pada penelitian ini dibuat berdasarkan turunan pada konsep tentang cakupan pesan dakwah yang dikemukakan oleh Drs. Wahidin Saputra dalam bukunya *Pengantar Ilmu Dakwah*. Titik singgung mengenai materi atau pesan dakwah yang harus disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u berdasarkan buku tersebut adalah aqidah dengan pokok-pokok keimanannya (arkan al-iman), syari'ah yang menjadi dua cabang pokok yaitu ibadah dan muamalah, serta akhlak, yaitu akhlak

sang *Khalik*, kepada manusia, hewan, dan tumbuhan. Oleh karena itu, lembar koding dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu cara untuk menilai ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Apabila di dalam penelitian ditemukan konsistensi terhadap hasil yang diperoleh dari suatu gejala yang sama, maka dapat dikatakan alat ukur yang digunakan adalah reliabel.

Neuendorf dalam Eriyanto (2011: 299) mengusulkan jumlah unit studi yang dipakai untuk uji reliabilitas sekurangnya adalah 10% dari total populasi unit studi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 25% atau 47 gambar dari jumlah populasi unit studi yang berjumlah 186 gambar.

Untuk memperoleh reliabilitas dan validitas pesan dakwah dalam akun @fslkd_sultra, peneliti mengadakan pengujian kategori kepada tiga orang pengkoding atau koder yang dipilih dari orang yang dipandang kredibel.

Pengkoding dari penelitian ini terdiri antara lain:

1. Ahmad Rizal (peneliti)
2. Afandi Muh. Musa (Pengurus Green Masjid Indonesia)
3. Safril (Ketua UKM UKKI UHO 2018)

Hasil dari kesepakatan tim pengkoding tersebut dijadikan sebagai koefisien. Untuk Mencari Koefisien reliabilitas kategori antar pengkoding, peneliti menggunakan rumus dari Hostly, yaitu :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan :

CR = *Coeficient Reliability*

M = Jumlah unit yang disepakati diantara kedua pengkoding dalam kategori yang sama.

N1+N2= Jumlah berita yang diukur oleh pengkoding 1 (N1) dan pengkoding 2 (N2).

Mengenai ambang batas penerimaan yang dipakai dalam penelitian ini untuk uji reliabilitas kategorisasi adalah 0,7 atau 70%. Dalam formula Holsty, angka realibilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya kalau hasil perhitungan menunjukkan angka realibilitas diatas angka 0,7 atau 70% maka alat ukur ini benar-benar reliabel. Hasil penghitungan uji reliabilitas terhadap data penelitian tiap kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Hasil Coefficient Reliability

No.	Kategori Pesan	Hasil Coefficient Reliability		
		Pengkoding 1-2	Pengkoding 1-3	Pengkoding 2-3
1.	Aqidah	0,93	0,87	0,95
2.	Syari'ah	0,89	0,80	0,93
3.	Akhlak	0,91	0,87	0,97

Berdasarkan pemaparan dari tabel hasil uji reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa uji kategori di atas adalah reliable karena memenuhi ambang batas yang ditentukan yaitu 0,7. Reliabel berarti kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini bisa dipercaya dan dapat memberikan hasil yang tetap.

Tabel 2
Kriteria Interpretasi Skor

Presentasi Skor	Interpretasi
Angka 0% - 20%	Sangat Rendah
Angka 21 % - 40%	Rendah
Angka 41% - 60%	Sedang
Angka 61% - 80%	Tinggi
Angka 81% - 100%	Sangat Tinggi

Pesan Kategori Aqidah

Pesan dakwah yang mengandung Aqidah diantaranya adalah :

Iman kepada Allah

Iman kepada Allah SWT. ialah meyakini dengan sepenuh hati, baik dengan lisan maupun perbuatan. Meyakini bahwa Allah itu ada dengan segala sifat kesempurnaan-Nya serta tunduk dan patuh terhadap perintah-Nya. Iman kepada Allah merupakan fondasi dasar dalam ajaran Islam.

Iman kepada Malaikat Allah

Iman kepada Malaikat yaitu meyakini tanpa ragu dalam hati dan pikiran bahwa selain menciptakan manusia Allah juga menciptakan malaikat dari cahaya, dan bahwa malaikat adalah makhluk yang paling taat dan tidak sekalipun berbuat maksiat. Akan tetapi didalam novel tidak ditemukan adanya pesan aqidah Iman Kepada Malaikat yang disepakati ketiga pengkoding.

Iman kepada Kitab Allah

Pengertian iman kepada kitab Allah adalah mempercayai dan meyakini sepenuh hati bahwa Allah SWT telah menurunkan kitab-kitabnya kepada para Nabi atau Rosul yang berisi wahyu Allah untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia. Akan tetapi didalam novel tidak ditemukan adanya pesan aqidah Iman Kepada Kitab yang disepakati ketiga pengkoding.

Iman kepada Rosul Allah

Iman kepada rosul Allah ialah meyakini dengan sepenuh hati bahwa para rosul adalah orang – orang yang telah dipilih oleh Allah SWT. Untuk menerima wahyu dari –Nya untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia agar menjadi pedoman hidup demi memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Iman kepada hari Akhir

Iman kepada hari akhir adalah meyakini dengan sepenuh ahati bahwa Allah telah menciptakan hari akhir sebagai tanda akhir dari kehidupan didunia dan awal dari kehidupan di akhirat, Allah menjelaskan mengenai hari akhir di dalam Al Quran bertujuan agar manusia dapat beriman kepada Allah dan hari akhir. Karena pada dasarnya semua yang hidup pasti akan merasakan kematian. Karena itu, manusia

janganlah lengah, lupa diri, ataupun terpesona dengan kehidupan di dunia yang sifatnya hanya sementara.

Iman kepada Qadha dan Qodar

Iman kepada Qadha dan Qodar artinya percaya dan yakin dengan sepenuh hati bahwa Allah SWT, Telah menentukan tentang segala sesuatu bagi mahluk-Nya.

Contoh gambar yang mengandung pesan tentang aqidah dalam akun @fsldk_sultra



Gambar 4.1. Sumber Akun @fsldk_sultra tanggal 23 Mei 2019

Berikut ini adalah rincian nilai kesepakatan antar pengkoding tentang pesan yang mengandung kategori aqidah.

Tabel 3

Hasil Kesepakatan Antar Pengkoding Mengenai Pesan Kategori Aqidah

Antar Pengkoding	Item	Kesepakatan	Ketidaksepakatan	Nilai
1 dan 2	186	56	130	0,30
1 dan 3	186	50	136	0,26
2 dan 3	186	51	135	0,27
Total				0,83

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa kesepakatan tentang pesan yang terkategori pesan aqidah yang terjadi antar pengkoding 1 dan 2 sebanyak 56

item, dari total 186 item yang diteliti, kesepakatan antar pengkoding 1 dan 3 sebesar 50 item, sedangkan kesepakatan antar pengkoding 2 dan 3 sebanyak 51 item.

Pesan Kategori Syari'at

Pesan dakwah yang mengandung syari'at diantaranya adalah

Syariat Ibadah

Syariah ibadah adalah sebutan yang mencakup segala apa yang dicintai dan diridhoi Allah Azza wa Jalla, baik berupa ucapan, atau perbuatan, yang zhahir maupun yang bathin.

Syariat Muamalah

Muamalah adalah istilah yang dipergunakan untuk permasalahan selain ibadah. Muamalah merupakan ketetapan ilahi yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya dan dengan lingkungannya (alam sekitarnya).

Contoh gambar yang mengandung pesan tentang aqidah dalam akun @fslDK_sultra.



Gambar 4.2 Sumber Akun @fslDK_sultra tanggal 21 Mei 2019

Berikut ini adalah rincian nilai kesepakatan pengkoding tentang pesan yang mengandung kategori Syari'at.

Tabel 4
Hasil Kesepakatan Antar Pengkoding Mengenai Pesan Kategori Syariah

Antar Pengkoding	Item	Kesepakatan	Ketidaksepakatan	Nilai
1 dan 2	186	81	105	0,77
1 dan 3	186	76	110	0,40
2 dan 3	186	93	93	0,5
Total				1,67

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa kesepakatan tentang pesan yang terkategori pesan aqidah yang terjadi antar pengkoding 1 dan 2 sebanyak 81 item, dari total 186 item yang diteliti, kesepakatan antar pengkoding 1 dan 3 sebesar 76 item, sedangkan kesepakatan antar pengkoding 2 dan 3 sebanyak 93 item.

Pesan Kategori Akhlak

Akhlak Mahmudah

Akhlak mahmudah merupakan sifat-sifat baik (terpuji) yang dibawa manusia sejak lahir, yang tertanam dalam jiwanya dan selalu ada padanya.

Akhlak Madzmumah

Jika akhlak madzmumah merupakan akhlak baik yang terdapat dalam diri manusia, maka akhlak madzmumah merupakan kebalikan dari akhlak mahmudah, yaitu akhlak buruk (tercela) yang terdapat dalam diri seseorang.

Contoh gambar yang mengandung pesan tentang aqidah dalam akun @fslkd_sultra :



Gambar 4.3 Sumber Akun @fsldk_sultra tanggal 27 Juni 2018

Berikut ini adalah rincian nilai kesepakatan antar pengkoding tentang pesan yang mengandung kategori syari'at.

Tabel 5.

Hasil Kesepakatan Antar Pengkoding Mengenai Pesan Kategori Akhlak

Antar Pengkoding	Item	Kesepakatan	Ketidaksepakatan	Nilai
1 dan 2	186	18	168	0,09
1 dan 3	186	16	170	0,08
2 dan 3	186	16	170	0,08
Total				0,25

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa kesepakatan tentang pesan yang terkategori pesan aqidah yang terjadi antar pengkoding 1 dan 2 sebanyak 18 item, dari total 186 item yang diteliti, kesepakatan antar pengkoding 1 dan 3 sebesar 16 item, sedangkan kesepakatan antar pengkoding 2 dan 3 sebanyak 16 item.

Tabel 6.

Kalkulasi Ketiga Pesan Diakumulasikan Berdasarkan Kesepakatan Antar Pengkoding

Pengkoding	Item	Kesepakatan			Total Kesepakatan
		Aqidah	Syari'ah	Akhlak	
1 dan 2	186	56	81	18	155
1 dan 3	186	50	76	16	142
2 dan 3	186	51	93	16	160

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa kesepakatan yang terjadi antar pengkoding 1 dan 2 sebanyak 155 item, dari total 186 item yang diteliti, itu berarti terdapat kesepakatan yang tinggi antar pengkoding. Kesepakatan antar pengkoding 1 dan 3 sebesar 142 item, itu menunjukkan kesepakatan yang cukup tinggi juga antar kedua pengkoding, sedangkan kesepakatan antar pengkoding 2 dan 3 sebanyak 160 item. Itu juga berarti menunjukkan kesepakatan yang sangat tinggi antar pengkoding.

Hasil perhitungan kesepakatan ketiga pengkoding pada semua gambar yang dianalisis ini memiliki nilai pesan dakwah yang berbeda. Berdasarkan nilai komposit kesepakatan antar pengkoding ditiap kategosi pesan,, secara keseluruhan tema pesan dakwah yang terdapat dalam akun @fslkd_sultra ini dengan total komposit reliabilitas adalah nilai untuk pesan dengan kategori aqidah 0,83, nilai pesan kategori syariah 1,67 dan nilai pesan kategori akhlak berjumlah 0,25.

Tabel 7. Tabel Presentase

Presentase pesan N = 2,75

No	Kategorisasi	Koefisien Reliabilitas	Presentase
1	Aqidah	0,83	30,18%
2	Syari'ah	1,67	60,72%
3	Akhlak	0,25	9,09%
Total		2,75	100%

Pembahasan

Akun Instagram @fslkd_sultra adalah akun instagram yang secara resmi dibentuk pada April 2016 dengan menyajikan pesan berupa foto dan video yang merupakan bagian dari publikasi agenda, arahan, penyikapan isu dan pesan Islami baik dari Puskomnas FSLDK Indonesia, FSLDK Sultra maupun LDK-LDK di bawah kordinasinya.

Akun @fslkd_sultra saat ini memiliki pengikut sebanyak 1766 dengan jumlah unggahan sebanyak 470 per Juni 2019. Pesan dakwah yang disampaikan menggunakan foto dan video yang telah didesain menarik agar poin penting dari dakwah tersebut mudah diterima dan dapat dipahami oleh pengikut @fslkd_sultra.

Adapun sasaran dakwah @fsldk_sultra adalah kalangan muda, tidak terkecuali mahasiswa.

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan teknik analisis isi eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis. Analisis isi ini juga mencoba membuat hubungan antar satu variabel dengan variabel lain. Analisis ini tidak hanya sebatas menggambarkan secara deksriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan antar isi pesan dan variabel lain.

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap unggahan gambar dalam akun @fsldk_sultra yang diunggah dari Mei 2016 sampai Juni 2019 peneliti menemukan hasil 186 pesan yang mengandung pesan dakwah dan layak diuji untuk menjadi bahan penelitian. Sesuai dengan kriteria atau fokus masalah yang telah dibuat peneliti, peneliti melakukan kategorisasi terhadap 186 gambar yang mengandung pesan dakwah ke dalam tiga kategori pesan dakwah yang dikemukakan oleh Moch Ali Aziz yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Proses kemudian dilanjutkan pada proses pengkodean terhadap 186 pesan tersebut dengan tiga orang pengkode.

Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti ditemukan koefisien reliabilitas dari ketiga pengkode untuk kategori aqidah yang mengandung pesan terhadap keyakinan dan rukun iman pada akun @fsldk_sultra adalah sebesar 0,83 dengan rincian kesepakatan antara pengkode 1 dan 2 adalah 56 pesan, 1 dan 3 50 pesan dan 2 dan 3 adalah 51 pesan.

Untuk kategori syari'ah yaitu pesan yang memuat tentang aturan dan ketentuan yang berasal dari Allah SWT dalam hal ibadah yang meliputi shalat, puasa, zakat, dan haji. Serta muamalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antar sesama manusia seperti perkawinan, kewarisan, pidana, dan peradilan. berbagai aturan, didapatkan data koefisien reliabilitas dari ketiga pengkode pada akun @fsldk_sultra adalah sebesar 1,67 dengan rincian kesepakatan antara pengkode 1 dan 2 adalah 81 pesan, 1 dan 3 ada 76 pesan dan 2 dan 3 adalah 93 pesan.

Sementara untuk kategori akhlak yaitu pesan yang membahas tentang etika, moral, budi pekerti manusia dalam hubungan dengan Tuhan, dengan sesama manusia dan dengan alam sekitar, didapatkan data koefisien reliabilitas dari ketiga pengkodean pada akun @fsldk_sultra adalah sebesar 0,25 dengan rincian kesepakatan antara lain pengkodean 1 dan 2 adalah 18 pesan, 1 dan 3 serta 2 dan 3 sama dengan 16 pesan.

Data kemudian dilanjutkan dengan penghitungan presentase mengenai pengaruh pesan dakwah dominan yang terdapat dalam akun @fsldk_sultra. Dengan jumlah $N = 2,75$ didapatkan presentase pengaruh pesan dakwah aqidah terhadap akun @fsldk_sultra adalah = 30,18%, sementara presentase pengaruh pesan dakwah syariah terhadap akun @fsldk_sultra adalah 60,72 %. Dan presentase pengaruh pesan dakwah syariah terhadap akun @fsldk_sultra adalah 9,09 %. Dengan berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o tertolak karena ditemukan ada pengaruh tema dominan pesan dakwah terhadap penggunaan akun Instagram @fsldk_sultra. Ini ditunjukkan dengan nilai pesan dakwah aqidah yang memiliki nilai 60,72% dan terkategori tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap “Pengaruh Tema Dominan Pesan Dakwah Digital Terhadap Akun Instagram @fsldk_sultra, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh tema dominan pesan dakwah terhadap penggunaan akun Instagram @fsldk_sultra. Ini ditunjukkan dengan presentase pesan dakwah aqidah yaitu pesan yang mengandung tema keyakinan yang termasuk di dalamnya rukun iman sebesar 60,72% dari lembar koding yang diisi oleh pengkodean dan nilai ini termasuk kategori **Tinggi** berdasarkan interpretasi skor pada tabel 2. Sementara presentase 39,18% masing-masing dibagi dua oleh pesan dengan tema aqidah yang terkategori **Rendah** dengan presentase 30,18% dan pesan dengan tema akhlak yang hanya memiliki presentase sebesar 9,09% dan terkategori **Sangat Rendah** berdasarkan tabel interpretasi skor.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al Qur'an dan Terjemah*. (2015). Al Quran Al Kamil. Jakarta : Darus Sunnah.
- Ali Aziz, Moh. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group
- Al-Qardhawi, Yusuf. (2005). *Ibadah dalam Islam*. Jakarta: Akbar Media Eka Sarana
- Amin, Samsul Munir. (2008). *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah
- Ardianto, Elvirano. (2011). *Teori 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Jakarta: Aspikom
- Asmara As. (1992). *Pengantar Studi Akhlak*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, Hafied. (1998). “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, O.U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. (2013). *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fad’aq, Asma Umar Hasan. (1999). *Mengungkapkan Makna dan Hikmah Sabar*. Jakarta: Penerbit Lentera.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- John, L. (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Latif, H.M.S. Nasaruddin. (1990). *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*. Surabaya: Pelangi Dakwah.
- Liliweri, Alo. (1991). “*Komunikasi Antar Pribadi*”. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mujieb, M.Abdul. (1994). *Kamus Istilah Fiqih*. Jakarta: PT. Pustaka Firdaus
- Mulyana, Dedy. (2000). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- _____. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2013). *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi: Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: Rosdakarya
- Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadameida Group.
- Nasution, Harun, dkk. (2004). *Ensiklopedia Media Islam Indonesia Pengantar Studi Akhlak*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Nata, Abudin. (1996). *Akhlak Tasawuf*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Omar, Toha Yahya. (1984). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wijaya
- Rafi'udi dan Maman Abdul Djaliel. (2001). *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia
- Riduan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Saleh, Hasan. (2000). *Studi Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*. Jakarta: Penerbit ISTN
- Saputra, Wahidin. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali
- Syukir, Asmuni. (1983). *Dasar-dasar Strategi Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash
- Tasmara,Toto. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama

Jurnal :

- Salmah, Ismah. *Strategi Dakwah di Era Millenium, Dakwah Jurnal Komunikasi*
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal. Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli Utara.

Website :

- <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (diakses pada 2 Februari 2019 pukul 22.30)
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019> (diakses pada 2 Februari 2019 pukul 22.35)