

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persoalan umat Islam ternyata masih sangat banyak dan mendesak untuk diselesaikan. Mulai persoalan moral-spiritual, sosial, intelektual, hingga persoalan lingkungan hidup. Persoalan umat Islam kian hari makin meningkat, beragam dan berubah dengan cepat. Persoalan-persoalan umat Islam dengan segala solusinya diperlukan kerja sama dalam melakukan dakwah yang lebih terpetakan dan objektif. Tantangan demikian sangat berpengaruh terhadap praktik metode dakwah, seperti dapat dilihat dalam metode praktik tablig yang isyaratnya dikuatkan oleh Al-Qur'an. Oleh karena itu, upaya memunculkan praktik-praktik tablig dalam dakwah yang lebih metodologis menjadi garapan kerja yang lebih *urgen* dalam studi dakwah.¹

Tantangan dakwah di era globalisasi semakin kompleks karena pesan-pesan melalui media massa seperti internet memberikan tawaran-tawaran ide dan nilai-nilai yang dikemas dalam suatu paket yang menarik. Hal tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Akan tetapi sebaliknya dakwah dapat memanfaatkan media modern itu untuk identifikasi dakwah.²

Secara sederhana, dapat ditegaskan bahwa objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini, dapat dijelaskan berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah. Sedangkan objek

¹ Zaenal Mukarom dan Acep Aripudin Asep Muhyiddin, Dindin Solahudin, Ahmad Sarbini, *Kajian Dakwah Multiperspektif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 124.

² Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)," *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1, no. 1 (2014): 1-7, <https://doi.org/10.1002/asia.201200665>.

formalnya adalah segala proses komunikasi dapat berperan maksimal dalam pelaksanaan dakwah. Objek formal ini dapat ditelusuri dari pengertian komunikasi dakwah itu sendiri, yaitu peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam dakwah, terutama antara komunikator (*dai*) dan *mad'u*, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah.³

Pesan utama dakwah adalah risalah Allah yang mencakup menyempurnakan hubungan manusia dengan Khaliq-nya, *hablun min Allah*, atau *mu'amalah ma'a al-Khaliq*. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia, *hablun min al-nas*, atau *mu'amalah ma'a al-nas*. Mengadakan keseimbangan antara keduanya dan mengaktifkannya agar sejalan dan berjalani untuk kepentingan semesta.⁴

Dakwah adalah pekerjaan mengomunikasikan pesan Islam kepada manusia. Secara lebih operasional, dakwah adalah mengajak atau mendorong manusia kepada tujuan yang definitif yang rumusannya bisa diambil dari Al-Qur'an Hadits, atau dirumuskan oleh da'i, sesuai dengan ruang lingkup dakwahnya. Dakwah ditujukan kepada manusia, sementara manusia bukan hanya telinga dan mata tetapi makhluk yang berjiwa, yang berpikir dan merasa, yang bisa menerima dan bisa menolak sesuai dengan persepsinya terhadap dakwah yang diterima.⁵

Dakwah Islam memiliki peran untuk kebaikan pribadi dan masyarakat, dari ajaran amar ma'ruf dan nahi mungkar, mengajar serta menyampaikan dakwah bagi yang tidak mengetahuinya, menuntut ilmu adalah wajib dan mengajarnya adalah sadaqah dan meneliti adalah berjihad. Dakwah Islamiyah telah dikandung cara suksesnya dalam bentuk

³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 31.

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 232.

⁵ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Rahmat Semesta, 2016), 1.

kesederhanaan dan mudah, ringan dan lunak, anak kecil cukup menghafal satu surat pendek, maka sebagai satu tanda telah mengenal hukum tentang aqidah.⁶ Firman Allah dalam surat Al-Ikhlâs 1-4.

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ اللَّهُ الصَّمَدُ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ وَهوَ كُفُوًا أَحَدٌ

Artinya : “Katakanlah : Dialah Allah yang Esa, Allah adalah Tuhan yang bergantung kepadanya segala sesuatu, Dia tiada beranak dan tiada diperanakkan, dan tidak seorang pun yang setara dengannya”. (Q.S. Al-Ikhlâs: 1-4).⁷

Strategi dakwah dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi untuk mensosialisasikan ajaran Islam dan melakukan berbagai aktifitas dakwah. Umat Islam perlu menulis dan membuat karya-karya yang dapat dipublikasikan dalam dunia Internasional baik dalam bentuk buku, majalah, karya seni atau bentuk yang lainnya.⁸

Permasalahan-permasalahan yang tengah, dan akan dihadapi oleh masyarakat adalah permasalahan yang juga dihadapi oleh umat Islam. Tantangan dakwah di era globalisasi sangat kompleks karena manusia mempunyai kecenderungan untuk menyatukan gerak secara global dengan bangsa-bangsa di dunia. Hal ini dapat menyebabkan pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Olenya itu diperlukan pengembangan strategi dakwah yang mampu menawarkan ajaran Islam pada masyarakat sehingga mampu mengantisipasi *problem* hidupnya. Perkembangan teknologi, terutama teknologi internet, tak bisa dipungkiri akan membawa perubahan yang cukup mendasar dan menjadi media untuk transformasi ilmu pengetahuan secara efektif.⁹

⁶ Syihata Abdullah, *Da'wah Islamiyah* (Jakarta: Departemen Agama, 2018), 9.

⁷ Tim Penulis Naskah Alquran, *Alquran Dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018), 125.

⁸ Abdullah, *Da'wah Islamiyah*, 9.

⁹ Sirajuddin, “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)”, 2.

Eksistensi media hari ini diharapkan secara khusus dapat memberikan warna tersendiri bagi kehidupan umat Islam dalam berbagai aspek. Sebab, harapan masyarakat demikian besar terhadap kehadiran media. Karena kondisi masyarakat yang majemuk dengan kemajemukan masalah, di tengah-tengah kehidupan yang hiruk-pikuk dan terpapar oleh derasnya arus globalisasi benturan budaya asing dengan budaya ketimuran yang masuk dalam gaya hidup masyarakat, hedonisme, konsumtif dan menjadi gaya hidup *life style* dan ketimpangan sosial hingga merambah kepada kemerosotan akhlak dengan pergaulan bebas.¹⁰

Media baru (internet) adalah hasil rekayasa para pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Disebut komunikasi massa karena bisa menjangkau khalayak secara global dan dikatakan interpersonal karena pesan yang dibuat diarahkan dan dikonsumsi secara pribadi.¹¹ Secara umum, pertumbuhan media massa memang harus didukung oleh kondusivitas situasi masyarakat, baik secara politik, ekonomi, sosial, budaya, maupun syarat-syarat teknologi. Secara politik, media bisa tumbuh subur dan berperan baik jika terdapat dukungan dari infrastruktur politik, seperti undang-undang dan aturan negara.¹²

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar

¹⁰ Juniawati, "Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran Dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam Di Kalimantan Barat," *Jurnal Dakwah* XV, no. 2 (2014): 21–33, <https://doi.org/10.14421/jd.2014.152.211-233>.

¹¹ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 12.

¹² Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 203.

siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.¹³

Melihat begitu padatnya pemanfaatan internet dan jejaring sosial, maka, penyebaran kebaikan (berdakwah) sangatlah efektif jika internet sebagai sarana atau medianya dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak. Karena dengan jejaring sosial, khalayak bisa dengan mudah mendapatkan nasihat-nasihat harian selain pendakwah atau para ustadz tanpa jejaring. Maka, dengan begitu para pendakwah dan ustadz akan sangat mudah untuk menyalurkan dakwah atau pemikirannya. Melihat jejaring sosial sudah menjadi aplikasi yang sangat di minati oleh khalayak.¹⁴

Dengan adanya aplikasi media sosial, dapat mempermudah bagi para pendakwah untuk membagikan sebuah pemikirannya kepada khalayak dengan menggunakan sebuah gambar ataupun video-video berdurasi untuk direnungkan dan dicerna maknanya. Sehingga kebanyakan dari para pembaca/penonton bisa merenungkan apa yang mereka lihat dan mereka baca dalam aneka macam pesan media berjejaring. Semakin hari, pengguna media akan semakin meningkat dan pesan-pesan yang disampaikan semakin mendapatkan perhatian penggunaannya.¹⁵

Suaranahdliyin.com adalah sebuah situs berita yang akan mengambil peran dalam penyebaran konten-konten yang informatif, inspiratif, ramah dan *rahmatan li al 'alamin*, sekaligus melengkapi kehadiran Buletin Website Suara Nahdliyin. Informatif berkaitan dengan informasi-informasi yang bermanfaat, positif demi kemajuan umat. Suaranahdliyin.com dan Buletin Website Suara Nahdliyin diinisiasi oleh para jurnalis muda Nahdlatul Ulama di

¹³ Ari Kurniawan, "Strategi Dakwah Melalui Media Elektronik," *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2017), 2.

¹⁴ Zakiyah Romadlany dan Farhan, "Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid," *El-Furqania* 05, no. 01 (2019): 15–23, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/15739/tahun-2018-facebook>.

¹⁵ Zakiyah Romadlany dan Farhan.

Kabupaten Kudus dalam wadah Ikatan Journalis Nahdlatul Ulama (IJNU). Suaranahdlyinin.com menerima kiriman berupa rilis berita, opini, profil madrasah, sosok inspiratif, dan resensi buku. Tulisan yang dikirim harus sesuai dengan standar jurnalisme dan tidak mengandung sara.

Berdasarkan latar belakang tentang strategi dakwah di era millennial, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian untuk memahami lebih bagaimana jalan strategi dakwah menggunakan media massa. Maka dari itu peneliti mengangkatnya dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Dakwah dalam Website Suara Nahdliyin”**.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian singkat latar belakang di atas, fokus penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. *Actor*, adapun subyek dalam penelitian ini adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data-data yang diteliti. Subyek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai hasil penelitian. Obyek penelitian pada penelitian ini adalah pengurus redaktur Website Suara Nahdliyin. Adapun yang menjadi subyek sekaligus sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah para pengurus redaktur Website Suara Nahdliyin.
2. *Act*, pada penelitian ini aktivitas yang terjadi adalah adanya strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin sebagai media komunikasi dakwah.
3. *Place*, tempat yang digunakan dalam strategi dakwah pengurus redaktur Website Suara Nahdliyin yaitu di Kantor Jl. Pramuka No.20, Wergu Wetan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59319.

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari fokus penelitian diatas, maka pokok permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin?
2. Bagaimana pesan dakwah dalam strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin?

3. Apa saja kendala dan solusi dalam strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dimaksud dalam penelitian kualitatif adalah gejala suatu objek itu bersifat *holistik* (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan) sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi kseseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktifitas (*activity*).¹⁶ Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah dalam strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin.

E. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh tentang penelitian strategi dakwah dalam Website Suara Nahdliyin, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi pemikiran dan memperluas wacana pemikiran, tentang keilmuan dakwah, terutama dalam peran dakwah pada remaja. Sehingga dakwah bisa mencapai target pada objek (*mad'u*), khususnya masyarakat Kabupaten Kudus.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan oleh peneliti untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama ini dalam

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).

kaitannya penerapan strategi dakwah menggunakan media internet.

b. Bagi Praktisi Dakwah

Bagi Praktisi Dakwah hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan konsep bagi pelaksanaan kegiatan dakwah, baik penyampaian dan mencontohkan segala perbuatan yang akhlakul karimah kepada semua masyarakat.

c. Bagi Praktisi Komunikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh praktisi komunikasi untuk menyampaikan pesan komunikasi dakwah dengan media yang paling tepat antara lain media internet.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun. Untuk lebih mudah penulisan, perlu ada sistematika pembahasan yang terdiri dari 3 bab di antaranya:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab. Antara bab satu sampai dengan bab lima saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan motivasi penelitian, selanjutnya fokus penelitian sebagai inti masalah, kemudian dilanjutkan dengan focus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat

penelitian untuk mengetahui urgensi penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mencakup telaah pustaka yang diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan untuk mengetahui posisi dari penelitian ini. Pada bab ini terdiri dari teori-teori yang terkait dengan judul, yaitu mengenai strategi dakwah yang meliputi strategi dakwah, landasan normatif dakwah, tujuan dakwah, fungsi dakwah, metode dakwah, serta landasan teori mengenai Website Suara Nahdliyin yang meliputi pengertian Website Suara Nahdliyin, kelebihan penggunaan media massa sebagai media dakwah, kekurangan penggunaan media massa sebagai media dakwah, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi uraian tentang metode/cara/langkah-langkah operasional pelaksanaan penelitian yang bersifat teknis dan aplikatif. Di sini, peneliti menjelaskan rencana langkah-langkah atau prosedur dalam melaksanakan penelitian. Penjelasannya cukup secara global namun aplikatif/praktis sesuai kebutuhan penelitian tersebut. Pada bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas tentang gambaran umum mengenai obyek penelitian, data penelitian, dan pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini penyusun memfokuskan pada hasil penelitian terhadap data penelitian yang yang

telah dilakukan, serta analisis data hasil penelitian berdasarkan informasi yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan tentang simpulan hasil penelitian dan saran.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.

