

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Internet

a. Pengertian dan Sejarah Internet

Internet merupakan singkatan dari Interconnected Network. Internet adalah kumpulan komputer yang terhubung satu dengan yang lain dalam sebuah jaringan. Disebut jaringan yang saling terhubung karena internet menghubungkan komputer satu dengan komputer lain yang ada di seluruh dunia. Internet dapat digunakan sebagai sarana pertukaran informasi maupun berkomunikasi antar komputer yang saling terhubung. Selain kita dapat memperoleh banyak data yang diperlukan, lewat internet proses untuk mendapatkan data atau informasi menjadi lebih cepat dan efisien.¹

Menurut Mac Bride internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. Secara individual, jaringan komponennya dikelola oleh agen-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial, serta sukarelawan. Intranet adalah suatu jaringan komputer pribadi yang menggunakan internet protokol dan konektivitas jaringan yang memungkinkan untuk berbagi perangkat dalam sebuah organisasi. Intranet berbeda dengan website pada umumnya, website pada umumnya berorientasi untuk umum sehingga tidak membutuhkan autentifikasi untuk menampilkan isi yang ada di dalamnya. Sedangkan intranetsite berisi tentang sesuatu yang lebih bersifat rahasia dan memerlukan autentifikasi ketika ingin menampilkan isinya.²

¹ Buhori Muslim and Liza Dayana, 'Sistem Informasi Peraturan Daerah (Perda) Kota Pagar Alam Berbasis Web', *Jurnal Ilmiah Betrik*, 7.01 (2016), 36–49.

² Abdoel Gafar, 'Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.8 No. 2 Juli 2008 Penggunaan Internet Sebagai Media Baru Dalam Pembelajaran Abdoel Gafar 1', *Penggunaan Internet Sebagai Media Baru Dalam Pembelajaran*, 8.2 (2008), 36–43

Internet berawal dari ide bagaimana bisa memindahkan data melalui perangkat komputer. Ide tersebut muncul dalam penelitian di sekitar tahun 1940 sampai 1950, salah satunya adalah ide dari Vannevar Bush, seorang doktor dari Massachusetts Institute of Technology, yang mencetuskan alat yang diberi nama memex yang artinya adalah alat yang dapat digunakan oleh setiap orang dengan kemampuan untuk menyimpan buku, kumpulan berkas, dan dapat digunakan untuk berkomunikasi sesama alat itu dan seperti perabot rumah, ia dapat ditempatkan di mana saja, namun dapat dioperasikan dari jarak jauh. Perlu ada perangkat tambahan misalnya layar untuk membaca apa yang kita simpan pada alat itu, dan perlu ada alat untuk mengaturnya.³

b. Kegunaan Internet

Pada saat menggunakan internet, setiap individu akan melakukan aktivitas-aktivitas sesuai dengan persepsi kegunaan berdasarkan kebutuhan pribadi tiap-tiap individu. Menurut Tung, dikalangan pelajar persepsi kegunaan internet berbedabeda, diantaranya :

- a) Internet digunakan untuk mengakses informasi yang termasuk didalamnya yaitu katalog, basis data, pencarian data, pelayanan berita, dan pelayanan perangkat lunak.
- b) Internet juga digunakan untuk aktivitas profesional seperti untuk riset, kolaborasi, penyebaran dan pertukaran sumber daya dan informasi.
- c) Internet digunakan untuk fasilitasi tujuan kelompok. Dimana dapat dijadikan sarana pertukaran informasi antar kelompok diskusi, forum diskusi kelompok tanpa terbatas dalam hal kebersamaan waktu dan tempat.

Seiring perkembangan zaman internet sudah berperan sebagai guru, alat pemasaran, sumber informasi, suatu alat komunikasi, forum debat, sebagai fasilitator untuk interaksi sosial, dan juga sebagai sumber yang dapat memberikan fasilitas entertainment bagi pengguna internet.

³ Ali Akbar, 'Internet Sebagai Media Dakwah (Studi Analisis Konten Materi Dakwah Website Www.Dakwatuna.Com Sejak Juli Sampai Dengan Desember 2014)', *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 2, (2016).

Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan internet mulai mengalihkan persepsi kegunaan internet. Sehingga bagi para mahasiswa, tujuan penggunaan internet yang seharusnya bermanfaat untuk kebutuhan akademis, mulai beralih kepada penggunaan lain selain akademis, dan hal tersebut berdampak kepada menurunnya pencapaian akademis para mahasiswa.⁴

c. Fitur Internet

Sebagai media, internet pada awalnya bersifat netral, tergantung siapa pemakainya. Produk teknologi komunikasi, bak pisau bermata dua. Di satu sisi, bisa menjadi barakah, di sisi lain bisa menjadi musibah. Keberadaannya menjadi sangat tergantung pada siapa yang menggunakan, dan untuk apa digunakan. Tipologi dakwah di dunia cyber, menurut mereka, dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur dan fasilitas internet yang beragam. Beberapa tipologi dakwah itu, antara lain: *Pertama*, tipologi dakwah berbasis *website*, *blog*, dan situs jejaring sosial seperti *twitter*, dan *facebook*. *Kedua*, tipologi dakwah berbasis *email*, seperti *mailing list*. *Email* adalah singkatan dari *electronik mail*. *Email* sering digunakan untuk bertukar informasi atau berbagi file penting. *Ketiga*, tipologi dakwah berbasis *youtube*, yang dilakukan dalam bentuk *audio-visual*. Dapat berupa ceramah, film, atau pun lainnya. *Keempat*, tipologi dakwah berbasis *chatting* (mengobrol). *Kelima*, adalah tipologi dakwah berbasis gambar, baik foto maupun animasi. Dakwah dalam tipologi ini menggunakan pesan-pesan nonverbal, yang dirancang semenarik mungkin, dengan harapan pesan di balik gambar dan animasi itu dapat dicerna dan dipahami secara baik. *Keenam*, tipologi dakwah berbasis *e-book*. Dakwah melalui *e-book* atau buku elektronik, di dunia nyata sama dengan menulis buku kemudian disebar dan didistribusikan kepada mad'u yang membutuhkan.⁵

⁴ Oktaviani.J, 'Persepsi Kegunaan Internet Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Pada Matakuliah Management Information System', *Sereal Untuk*, 51.1 (2018), 51.

⁵ Muhaemin.

d. Internet Sebagai Media Dakwah

Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru. Selain itu, pola komunikasi melalui internet terjadi secara dua arah (*two way communication*). Proses komunikasi ini dapat dilihat dari adanya kolom komentar dalam ruang maya tersebut, baik komentar positif maupun negatif. Internet menjadi sumber utama informasi mengenai berbagai kegiatan dan kebutuhan manusia. Bunt menyatakan jutaan orang dari akademisi hingga pembaca bebas, muslim atau non-muslim, sekarang menggunakan internet sebagai sumber utama informasi.⁶

Dakwah melalui internet memiliki tingkat signifikansi yang besar. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu :

- a) Setiap orang yang merasa membutuhkan asupan informasi keagamaan dapat melakukan pencarian melalui internet. Internet dapat dijadikan sebagai ruang informasi yang dapat diakses oleh siapapun dan dalam waktu yang relatif cepat.
- b) Potensi pengguna internet setiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini berbanding lurus dengan kecanggihan berbagai fasilitas internet dengan beragam variasi fitur, aplikasi dan program.
- c) Dakwah melalui internet telah menjadi alternatif bagi orang yang lebih memilih untuk menerima ajaran Islam melalui metode kontemporer, menyesuaikan diri dengan kehidupan modern manusia.

Secara umum, fenomena dakwah di internet menjadi bukti kuat penggunaan teknologi baru dalam sistem komunikasi Islam. Internet menjadi ruang mayantara yang menciptakan pola penyebaran pesan dakwah dengan cara-cara baru. Aktifitas dan gerakan dakwah Islam di internet berkembang dengan masif dalam kerangka menebarkan spirit keislaman di dunia. Islam

⁶ Abdul Malik, Agitasi Dan Propaganda Di Media Sosial (Studi Kasus Cyberwar Antar-Netizen Terkait Dugaan Penistaan Agama Oleh Basuki Tjahaja Purnama)', *Jurnal Lontar*, Volume 4 N (2016).

ditampilkan dengan cara-cara baru, melintasi batas-batas geografis dan mewujudkan menjadi peradaban digital yang menghiasi ruang-ruang virtual manusia dengan koneksi internet secara global.

Kehadiran internet sebagai media dakwah telah tidak lagi pada tingkat bicara lagi. Para ulama, da'i, dan para perintis Islam telah menemukan jawabannya apa lagi yang lebih cepat temukan cara penting untuk mengikuti selanjutnya ajari usia muda kita untuk bersiap dan dewasa meskipun ada serangan negatif dari media internet. Maka, dalam penyampaian dakwah ada kelebihan dan kekurangan sebagai berikut :

- 1) Kelebihan internet sebagai media dakwah
 - a. Internet memberi keleluasaan kepada penggunaanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun.
 - b. Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya. Para saintis biasanya merasa terbatas oleh koridor ilmiah untuk mengekspresikan suatu pikiran atau pengalaman. Internet menyediakan ruang yang mengakomodasi keinginan mereka untuk merasa bebas membicarakan sesuatu yang di luar kelaziman ilmiah.
 - c. Seseorang tertentu yang memiliki batasan dalam komunikasi sering mengalami masalah mengalahkan rasa dahaga spiritual mereka. Ketika mereka ingin berdiskusi dan mendapatkan bimbingan dari ulama. Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia. Para ulama seharusnya dapat menggunakan internet sebagai media efektif untuk mencapai tujuan dakwah.
 - d. Internet memiliki kecepatan mengirim dan memperoleh informasi.
 - e. Internet sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk electronic mail (e-mail). Surat yang mau dikirim tidak perlu melalui kantor pos yang bisa berminggu-minggu baru

sampai, apalagi jika tujuannya di luar negeri. Namun, dengan email melalui komputer yang berbasis internet, pesan yang dikirim itu dapat diterima pada detik yang sama tanpa mengenal jarak, ruang, dan waktu.

- f. Adanya media internet maka para pengguna yang sering menggunakannya dapat mencari sesuatu mengenai materi dakwah guna menambah wawasan keislaman.
- 2) Kekurangan internet sebagai media dakwah
 - a. Akses terbatas hanya bagi orang yang mengetahui tentang penggunaan internet
 - b. Dakwah yang dilakukan entah melalui tulisan ataupun lisan melalui media masih terbatas tergantung seberapa banyak orang yang menanggapi dakwah seseorang.
 - c. Sarana-sarana dakwah yang ada diinternet meskipun sudah banyak tetapi masih sedikit yang memanfaatkan sarana tersebut.⁷

2. Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *mediare* yang berarti pengantar, alat yang digunakan atau alat penhubung. Selain itu, media juga sering disebut sebagai “*Media is the extensions of man*”, yakni media merupakan pikiran terhadap kenyataan social, gagasan dan perluasan dari ide. Menurut Marshall McLuhan yang mengungkapkan sebuah konsep media yaitu pesan itu sendiri, bahwa media hanya sekedar wahana dalam pemahamannya. Maka, media bisa diartikan sebagai sarana, kanal, wahana, alat atau sesuatu yang bisa digunakan sebagai aktifitas dakwah dalam mentransferkan materi pesan dakwah oleh seorang pendakwah.⁸

⁷ Suaiba Bahri and others, ‘Teknologi Internet Sebagai Media Baru Dalam Berdakwah’, December, 2018.

⁸ Aulya Sofiyanti and Mada Wijaya Kusumah, ‘Pemanfaatan Media Dakwah Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid 19’, *Prosiding Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19*, 7.5 (2020), 265–83.

Secara bahasa Arab media/wasilah yang bisa berarti *alwushlah, at attishad* yaitu segala hal yang dapat mengantarkan terciptanya kepada sesuatu yang dimaksud. Pada bagian lain juga dikemukakan bahwa media (wasilah) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u.⁹ Media secara umum dapat dipahami dengan istilah yang mencakup sarana komunikasi pers, sinema, dan media penyiaran. Namun, terdapat rentang media yang luas mencakup berbagai jenis hiburan dan informasi untuk audiens yang besar majalah atau industri musik.¹⁰ Media dakwah adalah metode yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan bahwa akan diberikan, bersamaan dengan perkembangan media dakwah tidak begitu saja berpindah dari satu podium ke podium lainnya namun, pendakwah lebih imajinatif dalam menyampaikan kualitas edukatif Islami melalui akun media berbasis web yang dapat diperoleh secara efektif melalui telepon seluler, dari pemanfaatan telepon seluler atau telepon seluler yang jauh dan luas sebagai metode untuk alat komunikasi, pemanfaatan ponsel tidak hanya terbatas pada berkirim pesan dan mengobrol di telepon saja tetapi juga sebagai kebutuhan fasilitas-fasilitas yang berbeda.¹¹

Menurut Hamzam Ya'qub media dakwah dibagi menjadi lima golongan besar, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak.

- a. Lisan, Yang diingat dalam bentuk ini adalah pidato, khitobah, kuliah, diskusi, ceramah, nasihat, seminar, musyawarah, nasihat, kebebasan berbicara di setiap kesempatan dan lain sebagainya.
- b. Lukisan, Khususnya gambar karya seni, foto, cerita film, dll. Jenis lukisan ini menarik perhatian banyak orang dan secara luas digunakan untuk

⁹ aminuddin, 'Media Dakwah', 9.2 (2016), 344–63.

¹⁰ Irzum Farihah, 'Media Dakwah Pop', *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.2 (2013), 25–45

¹¹ Wibowo Adi, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital', *Jurnal Islam Nusantara*, 03.02 (2019), 18.

- menggambarkan suatu hal yang mendorong untuk diajarkan kepada orang lain, termasuk hal-hal lucu.
- c. *Audio/visual*, metode penyampaian sambil menyegarkan penglihatan dan pendengaran. Struktur ini dapat berupa TV, lakon, ketropak, wayang dan yang saat ini terkenal adalah film-film.
 - d. Tulisan, Dakwah diselesaikan melalui tulisan, seperti buku, majalah, makalah, rilis, ceramah yang ditulis, deklarasi yang ditulis, dan flyer. pendakwah yang menekuni bidang ini harus menguasai jurnalistik.
 - e. Akhlak, cara yang ditampilkan sebagai kegiatan yang nyata, misalnya: mengunjungi yang sakit, berkumpul, membangun masjid, sekolah, poliklinik, perawatan, budidaya hewan.¹²

Ketika seseorang ingin mewujudkan cita-citanya sehingga akan mencapai tujuannya tentu harus dengan media sebagai pendukungnya. Allah Swt telah mengaitkan antara sebab dan akibat dan memerintahkan agar menggunakan sarana yang dapat membantu mencapai tujuannya.¹³ Seperti halnya firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 35 dan An-Naml ayat 28 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, carilah wasilah (jalan untuk mendekatkan diri) kepada-Nya, dan berjihadlah (berjuanglah) di jalan-Nya agar kamu beruntung.*¹⁴

إِذْ هَبَّ بِكَلْبِي لِهَذَا فَأَلَقْتُهُ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّوْا عَنْهُمْ فَأَنْظَرْتُ مَاذَا يَرْجِعُونَ

Artinya : *Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka. Kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan!*¹⁵

¹² M. Ali Musyafak, 'Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam', *Islamic Review : Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 2.2 (2005), 327–38.

¹³ Muhammad Al-Abu Al-Bayanuni Falah, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah* (jakarta timur: Pustaka Al-Kautsar, 2021). h.281

¹⁴ Al-Hikmah Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013).h.113

¹⁵ Departemen Agama RI.h.379

Dalam ayat pertama surah Al-Maidah ayat 35 Abu al-Fath al-Bayanuni, dalam kitabnya al-Madkhal ila Ulm al-Da'wah, yang merefleksikan ayat ini dai adalah individu yang paling terpuji untuk mencari media yang tepat dapat membawa mereka lebih dekat kepada Allah dan siapa yang dapat menyampaikan dakwahnya kepada mad'u. Ini sesuai dengan hukum Tuhan di dunia ini, melalui pengiriman para Rasul, penurunan kitab-kitab suci. Dia-lah yang kuasa memberi hidayah kepada manusia semuanya tanpa media-media ini. Efektivitas dakwah menurutnya, terkait erat dengan pendekatan yang digunakan, tepatnya metode dan efektifnya media yang dipilih. Sedangkan dalam surah An-Naml ayat 28 Surat dakwah ini ditujukan kepada Ratu Negeri Saba', sebuah kerajaan di zaman Nabi Sulaiman as. ibu kotanya Ma'rib, terletak dekat kota san'a ibu kota Yaman sekarang. Yang di lukiskan dalam ayat 24 dimana ratu bilqis dan kaumnya menyembah matahari. Dalam ayat 20 dilukiskan bahwasanya yang mengantarkan surat ini adalah burung Hud-hud yang sejenis burung platuk. Isi pesan ini yaitu larangan bersifat sombong dan ajakan untuk dating kepada nabi Sulaiman sebagai orang-orang yang berserah diri. Tradisi dakwah melalui media surat juga dilakukan oleh nabi Muhammad Saw. Dalam rangka ajakan sehingga Nabi mengirim surat kepada raja-raja semenanjung Arabia. Sehingga dari firman Allah Swa dalam berdakwah dianjurkan untuk menggunakan media agar mencapai tujuan yang diinginkan.¹⁶

b. Fungsi Media Dakwah

Keberagaman media dakwah memiliki keefektifan dan kegunaan masing-masing, pada dasarnya media dakwah memiliki fungsi yang sama yaitu menyalurkan pesan dan materi dakwah kepada mad'u. sehingga tujuan dakwah dalam wujud system dapat terealisasikan, maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media, obyek dakwah dan sebagainya. Adapun fungsi media dakwah sebagai berikut:

a. Fungsi mendidik

Fungsi mendidik yaitu proses dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah juga sebagai proses Pendidikan, karena isi materi dakwah merupakan salah satu aspek

¹⁶ Iftitah Jafar, 'Wawasan Baru Dalam Pembacaan Ayat-Ayat Media Dakwah', *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 14.1 (2013), 35–52.

dari mendidik karena banyak yang mengandung pengetahuan dan bimbingan.

- b. Fungsi menyiarkan informasi
Fungsi ini sangat penting bagi masyarakat karena keberadaan media telah merespon masyarakat dalam menyerap segala informasi, dalam konteks ini dikaitkan dengan pesan dakwah dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh mad'u.
- c. Fungsi menghibur
Dalam fungsi ini media dakwah dalam islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, sehingga muatan pesan dakwah berupa hal-hal yang dapat menyenangkan hati para mad'u.
- d. Fungsi mempengaruhi
Posisi dan status media dakwah dalam fungsi ini tidak bisa dipandang remeh, jika dikorelasi dan sangat relevan karena suatu media dapat dijadikan alat untuk merubah perilaku mad'u dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat.¹⁷

Kegiatan dakwah di era globalisasi saat ini memerlukan peran media yang memiliki fungsi sangat efisien. Hal tersebut dikarenakan agar media dakwah selalu memberikan kabar yang positif, hal kebaikan, keadilan universal, dan kebenaran. Fungsi media dalam pelaksanaan kode etik, membina moral dan konsisten menjaga etika masyarakat telah melekat secara inheren. Adapun manfaat media dakwah secara umum sebagai berikut :

- a. Penyampaian informasi dapat diseragamkan.
- b. Bisa menjadi interaktif.
- c. Lebih efisien dalam waktu dan tenaga.
- d. Dalam pemanfaatan dakwah lewat media dapat memungkinkan proses belajar (mad'u) bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- e. Media dapat menumbuhkan sikap positif.
- f. Merubah peran menjadi lebih produktif dan positif.¹⁸

¹⁷ Anwar Arifin, , *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). h.48

¹⁸ Muhammad Mufid, *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran* (jakarta: kencana, 2010). h.37

c. Tujuan Dakwah

Alasan dakwah adalah pekerjaan untuk mengaktualisasikan pesan-pesan dakwah yang ingin dicapai dari latihan-latihan dakwah yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari untuk memahami motivasi di balik dakwah, khususnya untuk membumikan sifat-sifat yang terkandung didalam ajaran Islam untuk memohon kehidupan yang dimuliakan oleh Allah SWT.¹⁹ Tujuan adalah artikulasi yang signifikan, keinginan yang memenuhi sebagai keinginan organisasi untuk mencapai hasil tertentu dengan kegiatan yang diselesaikan dalam aspek waktu tertentu. Tujuan dianggap unik dalam kaitannya dengan sasaran. Dalam tujuan memiliki fokus khusus yang harus dicapai dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan sasaran adalah penjelasan bahwa telah ditetapkan oleh manajemen puncak untuk memutuskan arah organisasi dalam jangka panjang.

Dakwah bertujuan untuk menyampaikan dan menyiarkan petunjuk agama Islam kepada umum supaya diterima dengan kemauan sendiri, seperti kepercayaan (I'tiqad) iman saleh, serta memperkuat hubungan silaturrahim sesama kaum muslimin khususnya dan umat manusia umumnya, selain itu menolak serangan dan tantangan yang dihadapkan orang kepada agama Islam dan menghilangkan keraguan orang terhadap syari'at Islam. Sementara itu M. Arifin mengungkapkan bahwa tujuan dari diadakannya kegiatan dakwah adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran penghayatan dan pengamalan ajaran agama yang dibawa oleh para aparat penegak agama.²⁰

Secara umum tujuan dakwah ialah mengubah perilaku sasaran dakwah sehingga dapat menerima dan mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan tersebut mencakup hal-hal yang bersikap pribadi mulai dari masalah keluarga, pribadi maupun social. Dengan demikian tujuan dakwah terbagi menjadi empat yaitu:

¹⁹ Agus Nurasikin, 'Hadis Tujuan Dakwah', 9.

²⁰ Choiriyah, 'Pemikiran Syekh Abdussomad Al-Palimbani Dalam Kitab Faidhal Ihsani (Tinjauan Terhadap Tujuan Dakwah)', 2014, 41–59.

a. Mengajak masyarakat pada kebaikan

Mengajak dalam kebaikan merupakan tugas utama seorang pendakwah. Sebab, esensi dakwah bertujuan mengiringi manusia melakukan kebaikan dan bertindak sesuai dengan ajaran islam. Pendakwah perlu membuka ruang kesadaran lain guna menjadikan masyarakat lebih paham mengenai ajaran agama. Sebab, tidak hanya satu bidang saja dalam sumber kebaikan, tetapi ada banyak hal yang bisa dilakukan yang bisa bernilai kebaikan bila dilaksanakan dengan benar. Dan, ajakan yang disuarakan oleh pendakwah tanpa lelah tentu jga akan membangkitkan semangat masyarakat. Seperti dalam firman Allah Swt dalam QS. Fussilat ayat 33 :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya : *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan kebajikan, dan berkata, “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)”?*²¹

Dalam siklus ini pendakwah terus memberikan inspirasi yang dapat membangkitkan jiwa seseorang. Pendakwah juga menjelaskan bahwa individu yang melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain dan Allah Subhanahu Wa Ta'ala. akan mendapatkan hadiah yang layak meskipun faktanya penghargaan itu bukan sebagai barang atau sesuatu yang nyata. dalam hal apapun, semua itu akan mendapatkan balasannya. Perbuatan besar akan dibalas, sedangkan perbuatan buruk akan mendapatkan siksa.

b. Mengajak masyarakat menjauhi keburukan

Pendakwah dituntut mampu menjelaskan kepada masyarakat mengenai hal-hal yang perkara yang perlu dijahui. Sebab, masyarakat terkadang tidak mengetahui perkara baik dapat berdampak fatal jika dibarengi dengan rasa Riya'.

c. Mengajak masyarakat mendekati Allah SWT.

Tujuan dakwah selanjutnya setelah diajak menjauhi keburukan. Sebab, setiap kebaikan dan keburukan mempunyai catatan tersendiri. Dan ajakan mendekatkan

²¹ Departemen Agama RI.h. 480

diri kepada Allah akan meminimalisir perbuatan yang dilarang oleh ajaran islam.

d. Mengajak masyarakat agar hidup rukun.

Betapa pentingnya kerukunan agar masyarakat tidak terpecah-bela. Sebab, menjaga kerukunan dianjurkan oleh islam. Bahkan anjuran menjaga kerukunan tidak hanya sesama muslim tetapi sesama umat manusia.²²

d. Jenis-jenis Media Dakwah

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat memanfaatkan media yang berbeda yang dapat menghidupkan kemampuan manusia seperti dapat membuat pertimbangan memiliki pilihan untuk berdakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media non massa

a. Media Massa

Media massa yang terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “massa”. Kata media dekat dengan arti ‘medium’ atau ‘moderta’ yang berarti berarti, rata-rata, tengah, atau korelasi. Atau secara sosial dan politik, “media” adalah tempat, sarana transportasi, forum, atau lebih tepatnya lembaga penengah. Sedangkan massa adalah sesuatu yang impersonal, tetapi sesuatu yang berhubungan dengan banyak orang. Media massa adalah lembaga netral yang berurusan dengan semua kelompok orang, atau lembaga netral yang berurusan dengan orang-orang dari banyak kelompok.²³

b. Media Nonmassa

Orang yang biasa menggunakan media non-massa untuk berkomunikasi satu sama lain biasanya adalah orang yang melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu seperti, telepon, surat, sms, papan pengumuman dan lain sebagainya. Media yang tidak memiliki nilai keserentakan disebut media non-massa. Komunikasi tidak memiliki massa atau karakter kolektif. Menurut Ilaihi,

²² Khairi Maulana Arabi Syekh, *Dakwah Dengan Cerdas Bekal Bekal Untuk Aktifis Dakwah* (Yogyakarta: Laksana, 2017). h.33-39

²³ Toha Makhshun and Khalilurrahman Khalilurrahman, ‘Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan’, *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1.1 (2018), 57.

meski intensitas media nonmassa kurang kuat dibandingkan media massa, penggunaan media tetap efektif. Berkomunikasi dengan menggunakan surat cukup efektif untuk orang yang tinggal jauh.²⁴

Dari pengertian media dakwah sebelumnya, dapat dipahami bahwa media adalah segala sesuatu yang menjadi perantara, maka ada beberapa jenis media dalam proses dakwah. Secara umum Dapat dijadikan sebagai objek media dakwah termasuk:

a) Media Cetak

Media cetak dapat diklasifikasikan ke dalam jenis media dakwah yaitu, buku, surat kabar, majalah, buletin, brosur, jurnal, pamflet, stiker, brosur dan sebagainya. Namun, dalam pemaparkan media cetak mempunyai peran besar, antara lain sebagai berikut;

1. Buku, dapat berpengaruh besar terhadap dakwah karena buku mempunyai peran yang sangat penting. Buku telah digunakan sebagai media komunikasi dakwah di media cetak sepanjang sejarah.
2. Surat kabar, surat kabar ada di mana-mana karena rendahnya harga surat kabar, beritanya juga *up to date* dan variasi berita. Surat kabar beredar sangat cepat karena, jika terlambat, berita akan ketinggalan zaman. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai arah karena da'i menulis rubrik di surat kabar yang berkaitan dengan rubrik agama.
3. Majalah adalah terbitan berkala yang memuat artikel tentang berbagai topik. Majalah biasanya diterbitkan secara mingguan, dua mingguan atau bulanan. Majalah sering kali memuat artikel tentang topik yang menarik bagi masyarakat umum, yang ditulis dalam bahasa yang mudah dipahami banyak orang. Jika majalah tersebut adalah majalah religi, maka dapat digunakan sebagai majalah dakwah. Jika seorang da'i berdakwah melalui

²⁴ Mubasyaroh, 'Dakwah Dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)', *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4.1 (2016), 95–114.

agama, da'i dapat menggunakan rubrik atau kolom yang berkaitan dengan dakwah Islam.

b) Media Elektronik

Media elektronik adalah semua peralatan khusus yang bergantung pada tenaga elektrik untuk operasinya. Berkenaan klasifikasi media dakwah di.

1. Media audio, Media dakwah elektronik jenis audio, yaitu media yang menyampaikan informasi berupa suara, atau bisa juga disebut media yang menggunakan segala informasi berupa bahasa lisan atau suara (suara), termasuk alat dalam jenis ini untuk menyampaikan pesan, seperti radio, telepon, perekam suara (media). media yang menyimpan rekaman audio dan/atau video. Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran.
2. Media visual, Media dakwah elektronik jenis visual, yaitu media penyampaian pesan yang menampilkan gambar atau tulisan yang dipantulkan melalui lensa proyektor. Alat peraga gambar, seperti pemotretan, proyektor slide, OHV, sketsa, dan sebagainya, termasuk dalam divisi ini. Media visual adalah bahan atau alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan atau menyampaikan pesan Islam melalui indera penglihatan.
3. Media audio visual, Media yang menggunakan komponen audio dan visual untuk menyampaikan pesan, termasuk video dan audio. Media penyampaian seperti televisi memberi penerima pesan gambar dan suara yang hidup. Dalam jenis media ini, media dapat dipecah menjadi dua kelompok, salah satunya adalah televisi, rekaman video yang dilengkapi dengan penerimaan suara, film dengan suara dan sebagainya.

c) Internet

Internet adalah jaringan komputer yang menghubungkan dunia. Misi awalnya adalah sebagai sarana bagi para peneliti untuk mengumpulkan data dari sejumlah sumber daya perangkat keras ke dalam platform komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Saat ini

internet telah berkembang menjadi begitu besar dan diberdayakan sebagai alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan. Internet unggul dalam menyatukan orang karena tidak ada batasan geografis, orang-orang dari berbagai negara dan latar belakang dapat bergabung satu sama lain berdasarkan minat dan proyek yang sama. Internet telah menyebabkan banyak perkumpulan antara orang dan kelompok. Dengan media internet, dakwah dapat menjangkau masyarakat di seluruh pelosok dunia dengan banyaknya informasi yang ditawarkan, tanpa batasan wilayah, budaya, atau faktor lainnya. Menyikapi fenomena tersebut, Nurcholis Majid mengatakan: “Penggunaan Internet memegang peranan yang sangat penting, sehingga umat Islam tidak perlu menghindari Internet, karena jika Internet digunakan secara tidak semestinya, maka umat Islam sendiri akan menderita kerugian. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga memberikan informasi dan data yang semuanya memudahkan manusia dalam bekerja.”²⁵

3. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Karl von Clausewitz berpendapat bahwa strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Strategi menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa strategi merupakan sebuah rencana atau cara yang ditentukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi menjadi

²⁵ H Suarin Nurdin, ‘H. Suarin Nurdin, Media Sebagai Sarana.... Ta’dib : Volume 16, No 2 (Juli- Des 2018)’, *Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi*, 16.2 (2018), 42–57.

rancangan proses yang akan dilakukan seorang individu maupun organisasi. Strategi ini dirancang sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Strategi dakwah adalah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideology bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman.²⁶

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Tujuan dakwah dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama (umum) dan tujuan khusus (prantara). Tujuan utama merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan prilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan umum ini tidak bisa dicapai sekaligus karena mengubah sikap dan prilaku seseorang bukan pekerjaan sederhana. Strategi pendekatan dakwah, secara global disebutkan dalam Al-Qur'an:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴ dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.* (QS. An-Nahl (16):125)²⁷

²⁶ Murniaty Sirajudin, 'Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)', *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol.1.No.1 (2014), 11–23.

²⁷ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (jakarta: Amzah, 2008). h. 178

Dalam ayat tersebut jelas ada tiga strategi yang dilakukan untuk melaksanakan dakwah, yaitu:

1. Metode Bi Al-Hikmah

Kata “hikmah” dalam Al-Qur’an disebutkan sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma’rifat. Bentuk masdarnya adalah “hukuman” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.

2. Metode Al-Mau’idza Al-Hasanah

Terminologi mau’idzah hasanah dalam perpektif dakwah sangatlah populer, bahkan dalam acara-acara seremonial keagamaan (baca dakwah atau tabligh) seperti Maulid Nabi dan Isra’ Mi’raj.

3. Metode Al-Mujadalah Dari segi etimologi (bahasa) lafadz mujadalah terambil dari kata “jadala” yang bermakna memintal, melilit. Apalagi ditambah Alif pada hurum jim yang mengikuti wazan faa’ala, „jaa dala” dapat bermakna berdebat, dan “mujadalah” perdebatan.²⁸

Menurut pendapat saya bahwa strategi dakwah adalah proses perencanaan suatu kegiatan untuk mengajak manusia menuju suatu tujuan dalam kegiatan dakwah.

b. Macam-macam Strategi Dakwah

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk:

1) Strategi Sentimental (al-manhaj al-‘athifi)

Strategi Sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan prasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang

²⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 253

masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim dan lain sebagainya.

Strategi sentimental ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekah. Tidak sedikit ayat-ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Mekah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (humanisme), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

2) Strategi Rasional (al-manhaj al-‘aqlī)

Strategi Rasional (al-manhaj al-‘aqlī) Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Al-Qur’an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: tafakkur, tadzakkur, nazhar, ta‘ammul, i‘tibar, tadabbur, dan istibshar. Tafakkur adalah menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya; tadzakkur merupakan menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; nazhar ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada obyek yang sedang diperhatikan; taammul berarti mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; i‘tibar bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain; tadabbur adalah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; istibshar ialah mengungkap sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati.

3) Strategi Indrawi (al-manhaj al-hissī)

Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh

pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang di himpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.²⁹

4. Konten Media

a. Pengertian Konten Media

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. Dalam Business Dictionary, konten memiliki arti:

1. Teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apa pun. Konten adalah informasi dan komunikasi: jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan, dan cara penyajiannya.
2. Esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju.
3. Lem ‘yang membuat situs web’ lengket ‘membuat pengunjung kembali, dan membuat mereka tidak pergi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan, konten adalah berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa tulisan, gambar, suara (audio), atau video.³⁰

b. Jenis Konten Media

Dalam konteks jurnalistik, konten media terdiri dari berita, artikel, dan *feature*. Sedangkan dari segi format dan konten media terdiri dari teks (tulisan), gambar (foto, karikatur, meme, infografis), audio (suara), dan video. Konten media online berupa teks, gambar, video, dan sebagainya berisi beragam informasi dan fakta. Konten media online yang memilih memunculkan big data atau

²⁹ Saida Nafisah Abdullah and Yayah Nurhidayah, ‘Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo’, *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.1 (2019), 114

³⁰ Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu, ‘Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan’, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2.1 (2020), 1–9.

mahadata. Konten media dibuat oleh pemilik atau pengelola situs web dan pemilik akun media social. Mereka adalah wartawan, humas, warga, dan pengguna internet aktif yang disebut warganet. Terdapat berbagai konten media yang telah dibuat pengguna secara online:

- 1) Thread di forum internet yang membicarakan berbagai topik.
- 2) Posting blog yang dibuat oleh para blogger dengan berbagai topik.
- 3) Wiki tempat pengguna anonym dapat membuat dan mengedit artikel yang ada.
- 4) Update status media sosial seperti facebook, Instagram, twitter, dan linked, dan termasuk video di youtube dan foto di flickr dan pinterest.
- 5) Live streaming yang dilakukan di facebook live, Instagram live, atau live video youtube.
- 6) User generated content (UGC) atau konten buatan pengguna adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna. Para pengguna situs melakukan proses upload, mengembangkan, dan bahkan mengendalikan sendiri konten sesuai kehendak mereka. UGC diantara *blog post*, *comment*, status *update*, *check-ins*, *like*, dan *review*.

5. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pa-da kondisi obyektif mad'u yang diperoleh melalui pengamatan, inter-view atau telaah sumber-sumber tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah al-Qur'an dan hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.³¹ content atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media. Pesan dakwah memiliki tujuan tertentu. Hal ini akan menentukan teknik apa yang akan diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi atau

³¹ Mahmudah and Rahayu.

teknik instruksi. Betapapun juga teknik pertama yang harus dimengerti dalam proses komunikasi dakwah adalah pesan dari komunikasi tersebut. Komunikasi dakwah terdiri atas isi pesan, akan tetapi lambing yang digunakan bisa bermacam-macam. Sementara itu, lambang yang bisa digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa, gambar, visual dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, pesan komunikasi dakwah yang disampaikan kepada mad'u dengan menggunakan gabungan lambang, seperti pesan komunikasi melalui retorika, surat kabar, film atau televisi. Dakwah yang disampaikan kepada mad'u melalui media.³²

b. Bentuk-Bentuk pesan dakwah

materi dakwah (māddah) adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u untuk menuju kepada tercapainya tujuan dakwah. Moh. Ali Aziz, dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Dakwah" mengatakan, bahwa pada umumnya isi yang disampaikan dalam berdakwah adalah ajaran-ajaran yang disyari'atkan dalam Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Hadist sebagai sumber utamanya. Secara umum pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi masalah pokok yaitu:

a) Pesan akidah

Berisi tentang iman kepada Allah SWT, kepada Malaikat-Nya, kepada Kitab-kitab-Nya, kepada Rasul-rasul-Nya, kepada hari akhir dan iman kepada Qadha-Qadhar. Akidah artinya simpulan, yakni kepercayaan yang tersimpul di hati. *Aqaid* adalah jama' dari akidah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perkataan *aqaid*, *i'itiqada* adalah kepercayaan (keimanan) yang tersimpul dalam hati.

b) Pesan syariah

Ibadah: thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji. Mamalah: hukum niaga, hukum pidana, hukum nikah, hukum negara, hukum waris, hukum perang dan damai. Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari

³² M.A. Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010). h.98

kehidupan umat Islam di berbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan. Kelebihan dari materi syariat Islam antara lain, adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. Syariat ini bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan non-muslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariat ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna. syariat merupakan produk hukum ilahi yang ditafsirkan oleh manusia untuk mengatur seluruh dimensi kehidupan secara universal demi terciptanya tatanan sistem yang berlaku secara harmonis.

c) Pesan akhlak

Berisi tentang akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap diri sendiri, tetangga, masyarakat, flora, fauna dan sebagainya. Ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam Islam bukanlah norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan, dan bukan pula sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya. Karena semua manusia harus mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya, maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan. Bertolak dari prinsip perbuatan manusia ini, materi akhlak membahas tentang norma luhur yang harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta tentang etika atau tata cara yang harus dipraktekan dalam perbuatan manusia sesuai dengan sasarannya.

d) Sejarah

peristiwa perjalanan hidup yang sudah dialami umat manusia yang diterangkan al-Qur'an untuk senantiasa diambil hikmah dan pelajarannya.

- e) Prinsip-prinsip pengetahuan dan teknologi yaitu petunjuk-petunjuk singkat yang memberikan dorongan kepada manusia untuk mempelajari isi alam dan perubahan-perubahannya.³³

B. Penelitian Terdahulu

Disamping memanfaatkan berbagai teori yang relevan, penulis juga melakukan telaah terhadap penelitian terdahulu diantaranya penelitian dari:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Karim Syeikh yang di Publish lewat jurnal Al-Bayan Vol 22 ., No 31 tahun 2015 dengan judul : “Pola Dakwah Dalam Era Informasi”. Adapun hasil penelitian tersebut yaitu tantangan dakwah yang muncul di era informasi dapat diantisipasi diantisipasi dan dihadapinya dengan jalan meningkatkan intensitas dan efektifitas kegiatan dakwah di tengah-tengah kehidupan umat manusia. Dengan begitu, dakwah tidak hanya dilakukan dengan sistem konvensional, tetapi juga harus dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan multi-dimensional, mencakup pendekatan struktural, pendekatan kultural, pendekatan sentripetal, pendekatan ekonomi, pendekatan politik, pendekatan seni, pendekatan keilmuan, pendekatan teknologi dan humanis-psikologis.³⁴ Adapun perbedaan penelitian ini yaitu lebih ditekankan pada era informasi dapat diantisipasi keefektifannya dalam dunia dakwah. Sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis teliti yaitu lebih pada kajian internet sebagai media dakwah, khususnya pada strategi dan konten dakwah yang dilakukan Eneng Susanti dalam situs Islam Pos.

Kedua, skripsi karya Evi Novitasari yang berjudul “Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Transformasi Iswahyudi)” Adapun hasil penelitian tersebut yaitu kesesuaian dakwah melalui media sosial youtube dengan analisis *channel* Iswahyudi dengan memanfaatkan ruang media, dokumen media yang berfokus pada konten yang di sediakan, objek media yang berfokus pada interaksi yang muncul antara pemilik *channel* dan *subscriber*, pengalaman yang berfokus pada motif yang melandasi

³³ Hadi Ismanto and M Sos, ‘Pesan Dakwah Pada Lagu Aisyah Istri Rasulullah (Analisis Semiotik Roland Barthes)’, 1.1 (2020), 1–20.

³⁴ Abdul Karim Syeikh, ‘Pola Dakwah Dalam Era Informasi’, *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 22.31 (2015), 108–19

pemanfaatan dan publikasi video-video dakwah.³⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah bahwa penelitian ini sama-sama meneliti tentang internet sebagai media dakwah dan analisis konten seseorang. Dan perbedaannya yaitu peneliti lebih fokus menganalisis situs dakwah di *website* pada laman Endang Susanti.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Neli Ayu Lestari yang berjudul “Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Hermeneutik "Anti Pacaran" Pada Akun Instagram @Bagasmaulanasakti)”. Hasil dari penelitian ini yakni bahwa penekanan pada penelitian ini yaitu pesan dakwah melalui media sosial di Instagram milik @Bagasmaulanasakti dari penelitian ini ditemukan bahwa pesan dakwah dalam konteks akhlak terhadap diri sendiri dan orang lain sehingga dapat menjauhkan diri dalam pergaulan bebas.³⁶ Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu difokuskan peneliti kepada isi pesan dakwah dan media yang digunakan untuk menyampaikan isi pesan dakwah melalui website Islam Pos dalam laman Endang Susanti.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisyah Hajar dan Muhammad Syukron Anshori yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media”. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif Farah Qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui new media dengan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball - Rokeach. Analisis strategi komunikasi persuasif Farah Qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui new media sangat efektif yaitu desain grafis, bahasa yang digunakan dan posisi.³⁷ Letak perbedaan dengan penelitian sebelumnya ialah

³⁵ Evi Novitasari, ‘Akwaah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99.

³⁶ Neli A Y U Lestari, ‘(Studi Hermeneutik " A Nti Pacaran " Pada Akun Instagram Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Hermeneutik “ Anti Pacaran ” Pada Akun Instagram @ Bagasmaulanasakti)’, 2019.

³⁷ Siti Aisyah Hajar and Muhammad Syukron Anshori, ‘Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media’, *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1.2 (2021), 62–66

bahwa peneliti fokus meneliti tentang bagaimana strategi dan konten dakwah yang digunakan oleh Eneng Susanti pada situs Islam Pos.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni dan M. Khairurromadhan yang berjudul “Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan”. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu untuk menganalisis peluang dan tantangan, serta model strategi Podcast sebagai media dakwah digital yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Podcast menjadi media dakwah digital yang efektif karena dapat mentransformasi pengetahuan keagamaan kepada khalayak, dapat dikolaborasikan dengan media lain, alternatif media untuk mendiseminasikan konten audio baik individu maupun Lembaga, dapat diakses dengan aman dan nyaman. Adapun strategi yang dilakukan da’i untuk mengelola dakwah digital melalui Podcast, diantaranya mengenal karakteristik objek dakwah, menyusun pesan dakwah yang menarik, menggunakan metode dakwah yang sesuai, dan menggunakan media sesuai target.³⁸ Adapun perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi dan konten dakwah yang dibawakan oleh Eneng Susanti dalam situs Islam Pos berbeda dengan peneliti sebelumnya yang lebih fokus terhadap media podcast. Maka peneliti ini lebih fokus pada Analisa strategi dan konten dakwah.

C. Kerangka Berfikir

Dakwah merupakan suatu kewajiban dan tanggung jawab semua umat muslim, mengajak kepada kebaikan dan mengingatkan untuk menjauhi kemungkaran. Dalam berdakwah seseorang dituntut untuk selaras dalam kata-kata yang diucapkan dengan sikap. Bukan hanya sebagai ajakan tetapi berdakwah juga bisa berdebat ataupun kita berargumen dan berfikir. Dengan demikian dakwah juga memerlukan *wasilah* atau media untuk menyampaikan kepada mad’u agar lebih efisien. Dalam media dakwah ada terdiri dari beberapa media, ada media tradisional dan media moderen, media moderen terdiri dari media visual dan audiovisual. Diantara media-media yang ada, media internet juga bisa digunakan sebagai alat atau wasilah untuk menyampaikan pesan dakwah. Pada

³⁸ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, ‘Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan’, *Komunike*, 12.2 (2020), 210–34.

fenomena saat ini media dakwah melalui website cukup bisa menjangkau mad'unya, karena didalam platform situs tersebut ada banyak materi-materi yang dapat disampaikan dalam bingkai media modern saat ini, sehingga isi pesan dakwah mampu diterima oleh mad'u kapan saja tanpa batas waktu yang dapat menghalangi.

Kerangka Berfikir

