BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN TENTANG KONSTRUKSI PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA ONLINE

A; Konstruksi Pesan

1; Konsep Konstruksi

Kata konstruksi dalam kenyataannya adalah konsep yang cukup sulit untuk dipahami dan disepakati kata konstruksi mempunyai beragam interpretasi, tidak dapat didefinisikan secara tunggal, dan sangat tergantung pada konteksnya. Beberapa definisi konstruksi berdasarkan konteksnya perlu dibedakan atas dasar: proses, bangunan, kegiatan, bahasa dan perencanaan..

Sementara itu dikutip dari kamus ilmiah populer, konstruk mempunyai arti merupakan konsepsi, bentuk susunan, rancangan, menyusun, membangun, melukis dan memasang.[16] Konstruksi pesan melihat sifatnya mempunyai tujuan untuk membangun pemahaman makna kepada komunikan (objek).

Berikut adalah definisi konstruksi menurut beberapa tokoh :

a; Burhan Bungin, menyimpulkan konstruksi merupakan sebuah aktifitas sosial yang bertujuan untuk membangun suatu makna kepada orang lain atas pesan yang disampaikan. Disini tidak ada realitas yang bersifat eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Karena realitas sosial dilihat dari konstruksi sosial, dimana realitas sosial yang dikonstruksi itu berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh peaku sosial.[17]

16 A. Purtanto, Pius, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994) hal 356

17 Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Kencana,2011) hal 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b; Menurut Sarwiji yang dimaksud dengan makna konstruksi (*construction meaning*) adalah makna yang terdapat dalam konstruksi kebahasaan. Jadi, makna konstruksi dapat diartikan sebagai makna yang berhubungan dengan kalimat atau kelompok kata yang ada didalam sebuah kata dalam kajian kebahasaan.[18]

c; Eriyanto mengemukakan pandangan konstruksi realitas "pandangan tertentu terhadap realitas masyarakat yang berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi masyarakat dalam menyikapi realitas". Objek komunikasi (masyarakat) penyususn, sekaligus penerima pesan yang disampaikan bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan sumber pada pesan, tetapi juga menggambarkan bagaimana media yang menjadi konsumsi. Namun masyarakat ikut berperan dalam mengkonstruksi realitas melalui konstruksi pesan dari hasil media.[19]

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan obyek penelitian pada konstruksi pesan dakwah. Pengertian pesan sendiri dalam ilmu komunikasi, merupakan suatu makna yang ingin disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan. Konstruksi pesan dimaksudkan mempunyai tujuan untuk pemahaman makna pada pesan agar terjadi kesamaan maksud antara komunikator dan komunikan, karena pesan sendiri mempunyai peranan penting dalam komunikasi.

Menurut beberapa definisi konstruksi pesan diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa konstruksi pesan adalah sebuah aktifitas yang

18http://googleweblight.com/?lite_url=http://seputarpengertian.blogspot.com/2016/10/pengertian-konstruksi.html?m%3D1&ei=lHQRKJ28&lc=id-ID&s=1&m=777&host=www.google.co.id&ts=1498746837&sig=ALNZjWnoy_6TxEywFji_leAaSYbQQ1NxQA yang diakses pada Kamis 29/6/2017 pukul 22.12

19 Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LkiS, 2008) Hal 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertujuan untuk membangun suatu makna pesan kepada objek. Pesan dalam media diharapkan mampu memberikan pemahaman yang jelas.

Sebagaimana peneliti memilih media online sebagai sarana penyampaian pesan. Media online yang didalamnya banyak terdapat tulisan-tulisan seperti artikel yang mampu mempengaruhi dan membangun pembaca dalam kehidupan sosial. Media cenderung memberi pengaruh besar pada masyarakat. Dalam pandangan lain konstruksi pesan yang ada dalam media khususnya esai, dilihat dari cara kerjanya media dalam mengkonstruksikan realitas memiliki akibat tertentu kepada objek komunikasi.

2; **Konstruksi Media Terhadap Realitas**

Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran bebas, ia menjadi subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendeinisikan realitas. pandangan semacam ini menolak argument yang menyatakan seolah-olah sebagai saluran bebas. Berita yang dibaca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pandangan sumber berita, melainkan dari konstruksi media itu sendiri. Lewat berbagai instrument yang dimilikinnya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan.[20]

Bagi kaum konstruksionis, realitas bersiat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif penulis. Realitas tercipta konstruksi, sudut pandang tertentu dari penulis. Di sini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada

20 Eriyanto, *Analisis framing*,(Yogyakarta,September) 2009, h 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagaimana konsepsi ketika realitas itu bisa dipahami oleh penulis yang mempunyai pandangan berbeda.[21]

Pandangan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivis dalam media. Dalam pandangan positivis, media dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). Media di sini dilihat murni sebagai saluran, tempat bagaimana transaksasi pesan dari semua pihak yang terlibat dalam berita. Pandangan semacam ini, tentu saja melihat media bukan sebagai agen, melainkan hanya saluran.[22]

Pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara stimulan melalui tiga proses sosial, yaitu *eksternalisasi, objektivasi,* dan *internalisasi.* Proses ini terjadi karena antara individu satu dengan lainnya di dalam masyarakat. Bangunan realitas yang tercipta karena proses sosial tersebut adalah *objektif, subjektif,* dan *simbolis* atau *intersubjektif.*[23]

Realitas *objektif* adalah realitas yang berbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas *simbolis* merupakan ekspresi simbolis dari realitas objekti dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses *internalisasi.*[24]

Eksternalisasi (penyesuaian diri) sebagaimana yang dikatakan Berger dan Luckmann[25] merupakan produk-produk sosial dari eksternalisasi manusia yang mempunyai suatu sifat yang *sui generic* dibandingkan dengan konteks *organismus* dan konteks lingkungannya, maka penting

21 *Ibid,*. h 22
22 *Ibid,*. h 25
23 *Ibid,*. h 192
24 *Ibid,*. 192
25 Peter L. Berger and Thomas Luckman, *The Social Construction o Reality*, (Jakarta:LP3ES) 2012 cet ix hal 75

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditekankan bahwa eksternalisasi itu sebuah keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia. Keberadaan manusia tak mungkin berlangsung dalam suatu lingkungan interioritas yang tertutup dan tanpa gerak. Manusia harus terus menerus mengekternalisasikan dirinya dalam aktivitas.

Objektivitas. Tahap obyektivitas produk sosial, terjadi dalam dunia *intersubjektif* masyarakat yang dilembangkan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada institusionalisasi, Sedangkan individu oleh Berger dan Luckman, dikatakan memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. *Objektivasi* ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung.[26]

Internalisasi, dalam arti umum *internalisasi* merupakan dasar bagi pemahaman mengenai ”sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dan kenyataan sosial.[27]

Individu oleh Berger dan Luckmann dikatakan, mengalami dua proses sosialisasi, yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi skunder. Sosialisasi primer dialami individu dalam masa kanak-kanak, yang dengan itu, ia menjadi anggota masyarakat. Sedangkan sosialisasi sekunder adalah proses lanjutan dari sosialisasi primer yang mengimbas ke individu, yang sudah disosialisasikan ke dalam sektor-sektor baru di dalam dunia objektif masyarakatnya.[28]

26 Bungin, sosiologi komunikasi hal 194
27 *Ibid,.* h197-198
28 *Ibid,.* h 198

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Burhan Bungin, proses kelahiran konstruksi sosial media massa berlangsung dengan melalui dengan melalui tahap-tahap sebagai berikut. [29]

a; **Tahap Menyiapkan Konstruksi**

Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial[30], yaitu: (1) *keberpihakan media massa kepada kapitalisme.* Artinya, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk dijadikan sebagai mesin penciptaan uang/pelipatgandaan modal. (2) *keberpihakan semu kepada masyarakat.* Artinya, bersikap seolah-olah simpati, empati, dan berbagaipartisipasi kepada masyarakat. (3) *keberpihakan kepada kepentingan umum.* Artinya sebenarnya adalah visi setiap media massa.

b; **Tahap Sebaran Konstruksi**

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.[31]

c; **Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas**

1; Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap berikut sebaran konstruksi, di mana pemberitaan (penceritaan) telah sampai pada pembaca dan pemirsanya (penonton), yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat

29 *Ibid,*. h 204
30 *Ibid,*.hh 205-206
31 *Ibid,*. h 208

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui tiga tahap yang berlangsung *generic*. *Pertama,* konstruksi realitas pembenaran; *kedua,* kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga,* sebagai pilihan konsumtif.[32]

2; Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model; (1) model *good news (story)* dan (2) model *bad news* (*story*).[33]

3; Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa (penonton) memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihanya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasan konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca (penonton), tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.[34]

3; **Pesan Dakwah**

a; Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.[35] Sementara Astrid mengatakan bahwa pesan adalah, ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator

32 *Ibid,*. h 208
33 Ibid h 209
34 *Ibid,*. h 212
35 Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah,*(Bandung;PT.Remaja Rosdakarya 2010),h 101

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.[36] Sedangkan jika mengambil salah satu definisi dakwah menurut Syekh Muhammad al-Khadir Husain, dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebaikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan demikian, yang dimaksudkan atas pesan dakwah secara singkat ialah: semua pernyataan yang bersumberkan Al-Qur‟an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.[37]

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah massage, yaitu simbol-simbol. dalam literatur berbahasa arab, pesan dakwah disebut maudlu' al-da'wah. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah "materi dakwah" yang diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi maaddah al-dak'wah. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah". Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Dakwah berfungsi untuk mempengaruhi dan bisa mengajak manusia supaya mengikuti atau menjalankan ideologi terhadap orang yang mengajak. Sedangkan pengajak atau da'i sudah barang tentu

36 Susanto Astrid, *Komunikasi dalam teori dan praktek,*(Bandung:Bina Cipta,1997), hal.7
37 Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah,*(Jakarta:Radar Jaya Pratama, 1997), hal.43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki tujuan yang hendak dicapainya. Proses dakwah tersebut akan mencapai tujuan yang efektif dan efisien, apabila da'i mampu mengorganisir komponen-komponen atau unsur dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponennya adalah media dan komunikasi dakwah.[38]

Pesan dakwah adalah setiap pesan komunikasi yang mengandung muatan nilai-nilai keilahian, ideologi, dan kemaslahatan baik secara tersirat maupun tersurat.[39]

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadist. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan hadist tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksud untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua , yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadist) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadist).

Maka pesan dakwah dalam penelitian ini merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator (Kegiatan Bantuan Sosial), yang memiliki dimensi komunikasi informasi yang bisa dilihat langsung, sekaligus di internalisasikan dengan mengandung pengertian, dan mengandung unsur-unsur dakwah islamiyah, di dalam berita yang berada pada website tersebut juga menyangkut persoalan bagaimana membantu satu sama lain, mengutamakan jiwa

38 Jamaluddin Kafie. *Psikologi Dakwa*h, (Surabaya : Indah, 1993), hh.35-36
39 Asep Kusnawan, et-el. *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004),h.4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial, mengkomunikasikan, dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam, sehingga pola fikir dan pola prilaku masyarakat bisa menjadi lebih islamiyah.

b; Karakteristik Pesan Dakwah

Karakter secara bahasa biasa diartikan sebagai pembeda, atau ciri-ciri sifat, bagaimana dengan karakteristik pesan dakwah, Karakteristik pesan dakwah berarti adalah ciri-ciri sifat pesan dakwah. Menurut Ali Aziz dalam bukunya "ilmu dakwah" karakteritik pesan dakwah dibagi tujuh, yaitu Orisinil dari Allah SWT, mudah, lengkap, seimbang, universal, masuk akal, dan membawa kebaikan.[40]

c; Macam-Macam Pesan Dakwah

Sebenarnya pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai.[41] Keseluruhan pesan yang lengkap dan luas akan menimbulkan tugas bagi da'i untuk memilih dan menentukan materi dakwah sehingga dapat disesuaikan dengan memperhatikan sikon dan timing yang ada. Dan juga harus diadakan prioritas-prioritas mana yang wajib disampaikan dan mana yang sunnah di sampaikan.[42]

Menurut M. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, mengelompokkan dalam tiga bagian. Yaitu :[43]

1; Tentang keimanan (Aqidah).

40 Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,(Jakarta:Prenada Media Group),h.342
41 Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*,(Surabaya: Al-Ikhlas),h. 60
42 Mahfud Syamsul Hadi dkk, *Rahasia Keberhasilan Dakwah*,(Surabaya: Ampel Suci,1994),h. 122-123
43 Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,(Jakarta:Prenada Media Group2012),hh.94-95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kata aqidah berasal dari bahasa arab aqidah, yang bentuk jama'nya adalah aqa'id dan berarti faith, belief (keyakinan dan kepercayaan). Namun menurut Louis Ma'luf adalah ma uqida'alayh al- qalb wa al-dlamir, yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.[44]

2; Tentang Syari'ah

Secara bahasa, kata syari'ah berarti "jalan tempat keluarnya air untuk minuman", dan kemudian dari bangsa arab menggunakan kata ini untuk konotasi jalan lurus.

Namun pada saat akan di gunakan dalam sebuah pembahasan hukum, maka menjadi "segala sesuatu yang disyari'atkan Allah kepada hamba-hamba-Nya" sebagai jalan lurus untuk memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat kelak.[45]

3; Tentang Akhlaq

Akhlaq secara etimologis berasal dari bahasa arab akhlaq yang merupakan bentuk Jama' dari "khuluqun" yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat.[46] Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dan perkataan "khalqun" yang berarti kejadian yang di ciptakan. Dari keterangan di atas, kesamaan arti kata mengisyaratkan bahwa selama akhlak tercakup pengertian terciptanya keterpaduan antara tuhan (kholiq) dengan perilaku manusia (makhluk).

Namun dari segi terminologi, ada beberapa pakar yangtelah mendefinisikan tentang akhlak, antara lain :

44 Study Isla IAIN Supel Surabaya, *Pengantar Study Islam*,(Surabaya: IAIN Supal Surabaya, 2005),h.75

45 Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*,(Surabaya:UIN Sunan Ampel Press).h,106

46 Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Abd Al-Karim Zaidan adalah Akhlak merupakan kumpulan dari nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengan sorotan dan timbangannya seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk untuk kemudian harus melakukan atau meninggalkannya.[47]

B; **Media Online**

1; **Konsep Dan Teori Media Online**

Menurut Romeltea dalam www.romelteamedia.com menjabarkan definisi media *online* sebagai berikut:

a; Pengertian Umum Media *Online*

Pengertian Media *Online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, *video*, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara*online*.

b; Pengertian Khusus Media *Online*

Pengertian Media *Online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa—dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media *online* secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara *online*. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa,

47 Abd Al-Karim Zaidan, *Pengantar Study Islam*,(Surabaya: IAIN Supel Press,2005),h.109

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bandung, 2012) mengartikan media *online* sebagai berikut, "Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet". Media *online* adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (*electronic* media) –radio, televisi, dan film/video. Media *Online* merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik *online* –disebut juga cyber journalism didefinisikan *wikipedia* sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet". Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).[48]

Dilihat dari penggunaanya media online terdiri beberapa unsur sebagai berikut:

a; Situs Web

1; Sejarah dan Pengertian Web

World Wide Web (WWW) atau yang lebih dikenal dengan web ditemukan oleh seorang berkebangsaan Inggris yang bernama Sir Timothy John "Tim" Berners-Lee sekitar 1980-an . awalnya web ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah tukar menukar dan memperbarui informasi kepada sesama peneliti ditempat dia bekerja, yaitu di *European Laboratory For Particle Physics*(lebih dikenal dengan nama CERN), di kota geneva dekat perbatasan perancis dan swiss. Teknologi web semakin banyak digunakan untuk pembuatan website hingga web application. Jenis-jenis website baru pun mulai bermunculan dan dikembangkan oleh para *developer* web atau jasa website. Website dengan jenis baru lahir

48 Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial)*, Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia, 2012, hal: 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai *prototype* bagi pengembang lain untuk mengembangkan jenis website serupa.[49]

2; Jenis-jenis Web

Berikut adalah ini Jenis jenis website yang beredar saat ini dan mulai menjadi tren.

a; *Basic*

Secara *basic*, website disediakan publikasi informasi adapun informasi yang akan disediakan adalah beraneka ragam dari profil pribadi hingga commpany profiel.Fokus situs ini adalah publikasi informasi.

b; *Search engine*

Search engine adalah situs yang menyediakan mesin pencari. Search engine secara otomatis mencari dan menyimpan data-data situs yang berada di internet. Adapun materi yang dapat dicari adalah segala sesuatu yang tergabung di dalam website yang terhubung di internet, seperti mencari sebuah alamat website, file-file multimedia dan grafis yang terkandung di dalam website. Dalam hal ini situs-situs lain berlomba-lomba menduduki tempat tertinggi untuk dapat dicari oleh search engine. Fokus situs ini adalah sebagai mesin pencari situs lain.

c; *Portal*

Situs jenis portal merupakan pintu gerbang bagi situs lain seperti halnya juga search engine. Namun, di dalam portal situs-situs tersebut lebih disusun untuk disajikan. Berbeda dengan search engine, situs-situs tersebut bukan dicari datanya secara otomatis oleh mesin pencari melainkan disimpan dan dikelola

49 Deni darmawan,Deden Hendra Permana,*Desain Dan Pemprograman Website*, (Bandung.Pt.Remaja Rosdakarya,2013),h.2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh pengelola portal secara *dictionary*, umumnya portal-portal besar juga menyediakan layanan internet lain seperti email bagi member dan lain-lain. Fokus situs ini adalah sebagai gerbang dan facebook bagi situs lain.

d; *Blog*

Blog merupakan buku harian yang terpublish di internet. Seorang pengelola blog dapat dengan bebas menuangkan pikirannya dalam bentuk tulisan kedalam website ini. Tulisan tersebut selanjutnya disimpan didatabase dan di publish di internet. Fungsional situs ini adalah publikasi dalam bentuk artikel di internet. Fokus situs ini adalah manajemen artikel.

e; *Networking*

Situs jenis *networking* adalah situs penyedia yang menampung member-member untuk membentuk suatu komunitas sehingga member-member didalam website tersebut dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran. Didalam website ini, sesama member dapat saling berkenalan dan menjalin relasi satu sama lain. Pertukaran pesan dan testimonial pun terjadi diantara member yang belum atau sudah menjalin relasi.Fokus situs ini adalah friend relationship atau berteman dan berkomunitas di dalam internet.

f; *Forum*

Forum adalah situs membership seperti networking situs ini lebih berfokus sebagai ajang diskusi di internet. Adapun diskusi dalam bentuk tulisan yang diposting oleh member di organisasikan dengan lebih baik hingga perkategori yang terdiri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari berbagai sub-sub. Tujuan situs ini adalah wadah saling bertukar pikiran dalam diskusi online.

g; *News*

News site adalah situs yang mengelola berita untuk dipublish ke internet. Pengelola website dapat mengelola antara lain menulis dan memanage berita. Kemudian user internet dapat melihat informasi berita bersebut melalui website.Fokus situs ini adalah manajemen berita.

h; *Event Organizer*

Situs jenis ini adalah situs yang mengelola manajemen informasi pengadaan acara. Informasi yang disajikan situs ini *biasanya* berorientasi waktu, misalnya informasi kapan diadakan sebuah event, event yang terlewatkan dan event yang akan diadakan nantinya. Di dalam nya juga terdapat keterangan deskripsi tentang event tersebut dan judul event.Fokus situs ini adalah manajemen informasi event.

i; *Gallery*

Gallerry site menyediakan fasilitas publikasi foto dan gambar secara online. Pengelola website dapat menyimpan foto atau gambar yang diinginkan lalu kategori dan dimanage setelah dipublish.Fokus situs ini adalah publikasi foto dan gambar.

j; *Multimedia Streaming*

Saat ini video streaming dan audio streaming merupakan tren baru dari dunia website. Didalam situs jenis ini seseorang dapat menonton atau mendengarkan secara langsung multimedia melalui web. Untuk membangun situs ini diperlukan server yang memiliki koneksi internet yang high dan up stream. Hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikarenakan file-file multimedia yang relatif berukuran besar. Fokus situs ini adalah publikasi audia dan video online.

k; *E-Commerce*

Situs dengan sistem e-commorce adalah situs yang bertujuan untuk melakukan perdagang melalui media internet. Pengelola dapat mengorganisir barang-barang yang ingin dijual lalu mempublikasikan secara online beserta harganya. Ada juga yang menyediakan transaksi online melalui website ini. Dalam hal ini website dimanfaatkan sebagai toko didalam internet. Fokus situs ini adalah perdagangan online.

l; *E-Learning*

E-Learning merupakan situs yang menyediakan pembelajaran online melalui internet. Pembelajaran dilakukan melalui berbagai media seperti tulisan, gambar hingga multimedia.[50]

2; **Dakwah Media Online**

Media berasal dari bahasa latin medium yang berarti perantara, pengantar atau penengah. Media adalah perantara dari sumber informasi kepenerima informasi, dengan demikian media pertama kali digunakan sebagai alat bantu penyalur pesan.[51] Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.[52]

Jika melihat dari pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa media dakwah termasuk hal yang paling mendasar sebagai media penyampai, hingga media massa.

50 Deni darmawan,Deden Hendra Permana,*Desain Dan Pemprograman Website*, (Bandung.Pt.Remaja Rosdakarya,2013),h.6

51 Wina Sanjaya, *Media Komunikasi Pembelajaran*, (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group),h.58

52 Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung:PT.Remaja Rosdakarya,2010),h.104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media komunikasi dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan mengumuman, majalah, flim radio, televisi dan internet. Dari semua itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulis atau cetak, visual, aural, dan audiovisual.[53]

Begitu cepatnya kemajuan teknologi komunikasi berlangsung dari waktu ke waktu, telah memberi pengaruh terhadap cara-cara manusia berkomunikasi.[54]

Seiring berkembangnya teknologi, manusia akan mencari kemudahan-kemudahan baru dalam menjalankan aktifitasnya, termasuk dalam hal teknologi, komunikasi, dan tentunya dakwah. Saat ini setiap orang bisa membuat media dakwah sendiri dengan kebebasan akses dan peluang yang ada di media sosial. Namun, ada hal lain yang perlu diperhatikan oleh penulis yang berdakwah melalui media meliputi:

1; Penggunaan media dakwah bukan dimaksudkan untuk mengganti pekerjaan da‟i atau mengurangi peranan da‟i.

2; Tiada media satupun yang harus dipakai dengan meniadakan media orang lain.

3; Setiap media memiki kelemahan dan kelebihan.

4; Gunakan media sesuai dengan karakteristiknya.

5; Setiap hendak menggunakan media harus benar-benar dipersiapkan dan diperkirakan apa yang akan dilakukan sebelum, selama dan sesudahnya.

53 Ibid
54 Ibid h. 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6; Keserasian antara media, tujuan, materu dan objek dakwah harus mendapatkan perhatian serius.

C; **Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

a; *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Pada Republika Online* oleh Muhamad Syarifuddin, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009. Penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang website atau situs yang ada di internet, namun pada penelitian ini yang diteliti adalah website caknun.com website resmi dari Emha Ainun Nadjib untuk jamaah maiyah, sehingga objeknya pun berbeda tetapi sama-sama mengkaji tentang isi website.[55]

b; *Konstruksi Dakwah Dalam Film Ku Kejar Cinta Ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Tentang Konstruksi Pesan Dan Metode Dakwah) oleh Nawal Karomi, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya 2016. Penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang konstruksi pesan dakwah. Namun pada penelitian ini objek kajian yang dikaji terdapat pada website, sedangkan penelitian yang terdahulu mempunyai objek film dalam penelitiannya.*[56]

c; *Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah Rubrik Kajian Bedah Hadits Edisi 317 - 319 : Analisis Wacana Van Dijk oleh Aswawi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya 2015. Dalam penelitian tersebut sama-sama meneliti rubrik dalam media, akan tetapi objek penelitian dalam website yang berbeda. Pada penelitian tersebut*

55 Muhamad Syarifuddin, *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Pada Replubika Online,* (Jakarta: Dalam Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2009)

56 Nawal Karomi, *Konstruksi Dakwah Dalam Film Ku Kejar Cinta Ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Tentang Konstruksi Pesan Dan Metode Dakwah), (Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga sama-sama meneliti pesan dakwah dengan menggunakan analisis wacana model Van Dijk. Dalam penelitian ini juga lebih mengkaji tentang konstruksi pesan dakwahnya.[57]

57 Aswawi, *Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah Rubrik Kajian Bedah Hadits Edisi 317 - 319 : Analisis Wacana Van Dijk*, *(Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id