

PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA ONLINE WWW.NU.OR.ID RUBRIK

KHUTBAH EDISI 17 DESEMBER 2017

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos.)



Oleh:

Adetiya Agung Prabowo

NIM. B71214028

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JURUSAN KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2018

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Adetiya Agung Prabowo
NIM. : B71214028
Jurusan/prodi : Komunikasi/Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Alamat : Krikilan RT 14 RW 06 Driyorejo Gresik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan ke lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapat gelar akademik apapun
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 09 Juli 2018



Adetiya Agung Prabowo

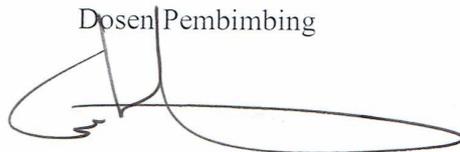
B71214028

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Menyatakan bahwa penelitian skripsi ini sudah direvisi dan sudah mengajukan untuk disetujui untuk disetujui judul ini ke dosen pembimbing yang ditulis oleh,

Nama : Adetiya Agung Prabowo
NIM : B71214028
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Konsentrasi : Jurnalistik
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Penelitian : Pesan Dakwah Melalui Media Online www.nu.or.id Rubrik
Khutbah Edisi 17 Desember 2017

Dosen Pembimbing



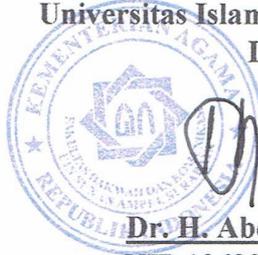
Drs. H. Sulhawi Rubba, M.Fil.I
195501161985031003

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Adetiya Agung Prabowo NIM. B71214028 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah di depan Tim Penguji Skripsi.

Surabaya, 3 Agustus 2018

**Mengesahkan,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,**



**Dr. H. Abd. Halim, M.Ag
NIP.196307251991031003**

Penguji I,

A large, stylized handwritten signature in black ink, corresponding to the name of the first reviewer.

**Drs. H. Sulhawi Rubba, M.Fil.I
NIP. 195501161985031003**

Penguji II,

A handwritten signature in black ink, corresponding to the name of the second reviewer.

**Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP. 197308212005011004**

Penguji III,

A handwritten signature in black ink, corresponding to the name of the third reviewer.

**M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP.19691219200911002**

Penguji IV,

A handwritten signature in black ink, corresponding to the name of the fourth reviewer.

**H. Fahrur Razi, S.Ag, MHI
NIP.196906122006041018**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uin-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adebiya Agung Prabowo
NIM : B71219028
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam.
E-mail address : matgocil96@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PEMAN DAKWAH MELALUI MEDIA ONLINE WWW.NU.OR.ID.
RUBRIK KHUTBAH EDISI 17 DESEMBER 2017.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Agustus 2018

Penulis

(Adebiya Agung p.)
nama terang dan tanda tangan

DAFTAR GAMBAR

3.1 Gambar Segitiga.....	55
4.1 Gambar Rubrik Warta.....	65
4.2 Gambar Rubrik Keislaman.....	66
4.3 Gambar Rubrik Halaoh.....	66
4.4 Gambar Rubrik Kolom.....	66
4.5 Gambar Rubrik Khutbah.....	67
4.6 Gambar Rubrik Hikmah.....	67
4.7 Gambar Rubrik Tausyiyah.....	68
4.8 Gambar Rubrik Doa.....	68
4.9 Gambar Rubrik Tokoh.....	69
4.10 Gambar Rubrik Fragmen.....	69
4.11 Gambar Rubrik Indeks.....	70

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman semakin tahun semakin bertambah maju. Adanya perubahan zaman tersebut menunjukkan bahwa dunia ini tidak statis, namun dinamis, terus berkembang, mengalami kemajuan, pembangunan, yang pada dasarnya semua ini mengalami perubahan.

Pada saat ini kita dihadapkan di era digital yang penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Sehingga informasi dapat diakses secara cepat dari seluruh penjuru dunia dan menimbulkan ledakan informasi. Sekarang adalah era dimana teknologi informasi mendominasi di segala bidang.¹ Antara lain yaitu adanya teknologi baru yang biasa disebut media online.

Jika dahulu informasi bisa didapat dengan cara melihat berita di tv, atau mendengarkan di radio atau membaca di koran yang dimana sifatnya terbatas. Kini, informasi tersebut bias didapat sangat mudah dengan adanya media online ini. Cukup dengan membuka smartphone masing-masing sudah tersedia berabagai informasi yang banyak sekali. Bahkan kita bias menentukan informasi apa yang akan kita cari.

¹Fathul Wahid, *E-dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta; Penerbit gava Media, 2004), h.17

Informasi sebagai konsumsi publik dalam memahami segala sesuatu telah mengalami perkembangan dari zaman ke zaman. Pada awalnya informasi dilakukan dengan berbagai simbol sederhana berupa gambar ataupun suara, bahkan dengan berupaya membuat berbagai macam alat untuk menyampaikannya. Sedemikianlah informasi diusahakan oleh manusia untuk dibagikan atau untuk didapatkan.

Informasi sebagai pengetahuan baru sudah semestinya disajikan dengan sebenar-benarnya, sebagaimana yang disampaikan oleh ilmuwan Barat George R Terry yang menyatakan bahwa informasi sebagai data terpenting untuk memberikan suatu yang bermanfaat.²

Berdasarkan fungsinya informasi harus memberikan suatu keadaan yang sebenarnya atau memberikan pengetahuan yang edukatif, sebagaimana yang dikatakan oleh George R Terry dan para ahli lainnya. Sehingga, informasi manfaatnya akan sebagaimana mestinya, yaitu dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan, dapat menjadi pengetahuan keadaan dan situasi terkini, dan dapat menjadi pengetahuan keilmuan yang berguna.

Dalam proses komunikasi, pasti ada sebuah pesan atau simbol yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan. Menurut bahasa, pesan dapat diartikan sebagai nasihat, permintaan, dan amanat yang dilakukan atau disampaikan orang lain.³ Sedangkan dakwah dapat diartikan sebagai suatu proses

² Tata Sutabri, *Konsep Dasar Informasi* (Yogyakarta : Andi, 2012) hal 49

³Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 16

upaya untuk mengubah suatu situasi lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Islam.

Belakangan ini, informasi banyak yang dimanipulasi. Dengan berbagai kepentingan dan latar belakang, berita palsu yang sengaja disajikan kepada masyarakat membuat opini di masyarakat pun keliru, dan dampak tersebut memiliki beberapa efek berbahaya seperti pecah belah di kalangan masyarakat, menimbulkan fitnah, menakut-nakuti, mempertaruhkan dan bahkan bisa mengorbankan ribuan nyawa, hingga hoax sepele yang sekedar menggelikan para pembaca atau pendengar sebuah cerita, bahayanya terkadang bisa memicu peperangan antar bangsa.

Berita bohong atau hoax sebenarnya telah ditemukan beberapa tahun lalu. Pada tahun 1661, kasus yang dikenal dengan drummer of tedwort, mengisahkan seorang tuan tanah bernama John Mompesson yang mengaku telah di guna-guna oleh seorang drammer bernama Wiliam Drury, didalam tuduhan tersebut John mengatakan bahwa setiap malam di hantui dengan suara drammer tersebut, sehingga pengadilan memenangkan gugatan John.

Lalu seorang penulis terkenal bernama Glanvill mengaku telah mendatangi rumah tersebut dan benar mengalaminya, sehingga bukunya laris terjual, namun uniknya di buku ke tiga setelah buku itu di rilis ia mengakui bahwa semua itu hanyalah trik belaka agar bukunya laris terjual.

Lain dari cerita tersebut masih ada beberapa kisah hoax besar lainnya seperti yang pernah dikatakan Benyamin Franklin tentang batu China yang mampu

menyembuhkan beberapa penyakit, yang ternyata saat diteliti itu bukanlah batu kecuali berasal dari tulang hewan.

Dalam Islam, berita hoax bahkan sudah terjadi sejak zaman Nabi Muhammad SAW masih hidup.⁴ Suasana peperangan yang tidak pasti sering menjadikan berita-berita beterbangan lebih cepat nyaring dari denting pedang dan lebih cepat dari anak panah melesat meninggalkan busurnya. Padahal zaman dulu paling cepat juga orang hanya bisa naik kuda, nggak mungkin juga toh naik anak panah? Apalagi menyalip hoax.

Meskipun begitu, kata hoax sendiri pertama kali dikenal pada tahun 1808 dari kata hocus pocus yang artinya untuk mengelabui. Hoax mulai ramai kembali pintunya ada pada pemilihan presiden Amerika 2016, di perkirakan ribuan hoax tersebar saat itu. Di Indonesia sendiri hoax mulai ramai kembali saat pemilihan presiden 2014 dan pemilihan gubernur Jakarta pada tahun 2017, mulai dari isu kemanusiaan hingga Ideologi terlarang.

Di Indonesia kabarnya ada beberapa kelompok masyarakat yang sengaja mengorganisir pembuatan beritanya hingga pada proses penyebaran, lebih menyedihkan lagi ada pula yang berbisnis hal tersebut demi memuaskan kepentingan tertentu. Pada tahun 2017 kelompok yang diduga sebagai penjalan bisnis hoaks telah diketahui dan selanjutnya dipanggil untuk di mintai keterangan lebih lanjut.

⁴ www.republika.co.id/amp_version/okt5d63384?espv=1 diakses pada 10 April 2018 pukul 14.10 wib

"Saya tekankan kepada masyarakat, jangan telan berita mentah-mentah. Karena banyak hoaks. Baru-baru ini kami menangkap kelompok Saracen yang (diduga) kerjanya spesial membuat berita hoaks dan provokasi," ungkap Kapolri dalam jumpa pers di Lapangan Samura, Kabanjahe, Tanah Karo, Kamis (24/08/2017).⁵

Jelang tahun politik mendatang, gesekan antar-masyarakat bisa saja terjadi karena merebaknya berita hoax. Menurut anggota komisi 1 DPR RI Arief Suditomo, penyebaran berita hoax melalui media sosial akan semakin masif menjelang tahun pemilu. Arif melanjutkan, "agar pemerintah melalui Kementerian Kominfo dan Lembaga terkait lainnya mengencarkan sosialisasi anti hoax ke masyarakat seperti kempus, sekolah, kelompok masyarakat seperti yang di amanahkan dalam UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Suara waspada terhadap hoax juga dikumandangkn oleh para ulama. Di Bekasi Jawa Barat deklarasi masyarakat bersama Ulama dalam menyerukan anti hoax terjadi pada awal bulan mart kemarin. Gerakan yang bertujuan untuk menjaga kesatuan dan persatuan di tengah gencarnya isusara harusnya dapan menjadi contoh bagi seluruh masyarakat manapun, agar pengaruh buruk dari berita hoax dan isu SARA semakin berkurang.

Allah berfirman,

⁵ www.manado.tribunnews.com/2018/05/14/jangan-telan-mentah-mentah?page=all diakses pada 14 Mei 2018 pukul 20.19

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ

فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”. (Al Hujurat : 6)⁶

Dalam ayat ini, Allah melarang hamba-hambanya yang beriman berjalan mengikut desas-desus. Allah menyuruh kaum mukminin memastikan kebenaran berita yang sampai kepada mereka. Tidak semua berita yang dicuplikkan itu benar, dan juga tidak semua berita yang terucapkan itu sesuai dengan fakta. (Ingatlah, pent.), musuh-musuh kalian senantiasa mencari kesempatan untuk menguasai kalian. Maka wajib atas kalian untuk selalu waspada, hingga kalian bisa mengetahui orang yang hendak menebarkan berita yang tidak benar.

Di ayat lainnya Allah berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti”

Maksudnya, janganlah kalian menerima (begitu saja) berita dari orang fasik, sampai kalian mengadakan pemeriksaan, penelitian dan mendapatkan bukti kebenaran berita itu.

⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Penerbit Diponegoro 1971) hal 516

Dalam ayat ini Allah memberitahukan, bahwa orang-orang fasik itu pada dasarnya (jika berbicara) dia dusta, akan tetapi kadang ia juga benar. Karenanya, berita yang disampaikan tidak boleh diterima dan juga tidak ditolak begitu saja, kecuali setelah diteliti. Jika benar sesuai dengan bukti, maka diterima dan jika tidak, maka ditolak. Kemudian Allah menyebutkan illat (sebab) perintah untuk meneliti dan larangan untuk mengikuti berita-berita tersebut.

Sungguh, betapa semua kaum muslimin memerlukan ayat ini, untuk mereka baca, renungi, lalu beradab dengan adab yang ada padanya. Betapa banyak fitnah yang terjadi akibat berita bohong yang disebarkan orang fasiq yang jahat. Betapa banyak darah yang tertumpah, jiwa yang terbunuh, harta yang terampas, kehormatan yang terkoyakkan, akibat berita yang tidak benar.

Betapa banyak dua saudara berpisah disebabkan berita bohong. Betapa banyak suami-istri berpisah karena berita yang tidak benar. Betapa banyak kabilah-kabilah, dan kelompok-kelompok saling memerangi, karena terpicu berita bohong.

Di media online, website www.nu.or.id menjadi salah satu website yang dimiliki oleh organisasi islam Nahdlatul Ulama yang ikut serta dalam menangkal Hoaks. Diantaranya yang berada pada rubik Khutbah dengan judul tulisan “Hoaks dan Kepribadian Kaum Beriman”. penulis menganggap bahwa tulisan tersebut menarik karena didalamnya mengupas hoax dalam konteks agama Islam dengan cukup mendalam. Itulah mengapa penulis menetapkan untuk meneliti tulisan tersebut dan memberi judul skripsi “Pesan Dakwah Melalui Media Online

www.nu.or.id pada Rubik Khutbah edisi 17 Desember 2017” agar manfaat dari tulisan tersebut lebih dapat dirasakan dan disebarluaskan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Pesan Dakwah di Situs www.nu.or.id Rubik Khutbah Edisi 17 Desember 2017 ?

C. Tujuan Penelitian

Merumuskan Pesan Dakwah di Situs www.nu.or.id Rubik Khutbah Edisi 17 Desember 2017

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan mengenai dakwah yang kaitannya dalam menangkal berita bohong/ informasi Hoaks. Sehingga selanjutnya dapat dikembangkan menjadi bahan penelitian oleh para akademisi di bidang dakwah dan komunikasi .

2. Secara Praktis

a. Bagi Pengelola Situs

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi pengembangan internal, atau paling tidak dapat menjadi informasi dari apa yang telah disajikan ke publik. Sehingga kedepannya mampu kembangkan menjadi informasi yang lebih baik.

b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui pesan dakwah yang seperti apa yang mampu menangkal berita hoax, sehingga selanjutnya dapat di aplikasikan dan dibagikan kepada masyarakat yang lebih luas melalui media apapun, utamanya media online, tentu dengan tujuan mempersempit kemungkinan berita hoaks untuk berkembang.

c. Bagi Pembaca

Agar pembaca dapat mengetahui pesan dakwah seperti apa yang dapat menangkal berita bohong, sehingga masyarakat dapat menghindarinya dan semakin waspada. Selain itu masyarakat dapat mengaplikasikan penangkalan ini dimanapun berada.

3. Secara Akademis

Khazanah keilmuan dakwah semakin luas, sehingga para peneliti lain dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi terkait. Selain itu penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang informasi, dakwah dan sosial sehingga penelitian ini kedepan dapat pula menjadi bahan referensi bagi para akademisi dibidangnya.

E. Definisi Konsep

Pesan dakwah menurut Mustofa Bisri mengandung pengertian segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan untuk mengajak manusia agar mengikuti ajaran Islam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam buku Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah.Wardi Bachtiar menjelaskan bahwa pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber dari

Al Qur'an dan hadist sebagai sumber utama yang meliputi Aqidah, Syaraiah dan Akhlak dengan berbagai sumber ilmu yang diperoleh darinya.

F. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini menjadi suatu karya yang bertaraf ilmiah, maka harus memiliki sistemika yang jelas dan dapat di pertanggungjawabkan. Sehingga pembahasan ini akan disajikan dengan bentuk atau format yang sebagaimana mestinya. Dalam hal ini pembahasan akan terbagi menjadi lima bab, dan setiap bab memiliki sub bab. Berikut penjelasannya:

1. BAB I Pendahuluan

Adapun bab pertama ini berisikan beberapa sub bab, diantaranya latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, , sistematika pembahasan, dan jadwal mengenai penelitian Pesan Dakwah di Situs NU Online pada Rubik Akhlak/ Tasawuf Edisi 02 Maret 2018..

2. BAB II Kerangka Teoritik

Pada bagian ini akan disajikan kajian pustaka konseptual yang meliputi pesan dakwah, situs media online, rubik akhlak/ tasawuf, Efek sosial, dan hoaks. Kajian teoritik ini untuk memudahkan pemahaman dan menyatukan pemahaman antara peneliti dan pembaca.

3. BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan tentang metode penelitian yang akan disajikan oleh peneliti. sub bab pada bab ini diantaranya jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA ONLINE

1. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan

Istilah pesan dalam bahasa Inggris *Message* berasal dari kata latin yaitu yang juga *Message* dari sumber kata yang berarti perintah, nasehat permintaan, kata-kata, lambang, ide, amanat yang harus disampaikan atau dilakukan kepada orang lain.⁷

Akan tetapi, pengertian pesan yang disampaikan diatas bersifat dasariah, dalam arti kata bahwa pesan dakwah itu menyediakan suatu alat pengantar yang dapat menyampaikan ide-ide dan informasi, tetapi juga persuasif yaitu pesan-pesan yang berjalan dengan struktur melalui komunikator dan diterima oleh komunikan agar orang lain bersedia menerima suatu paham dan keyakinan untuk melakukan perbuatan atau kegiatan atau yang lainnya.⁸

Dalam komunikasi, pesan merupakan salah satu unsur penentu efektifitas suatu tindakan komunikasi. Pesan menjadi unsur utama selain komunikator dan

⁷ Departemen Pendidikan & Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka,1997), Cet. Ke 9,hal 761

⁸ James G Robinson, *Komunikasi Yang Efektif*, (Jakarta:CV.Pedoman Jaya,1986), Cet. Ke 3,hal.35

komunikasikan, terjadi komunikasi antar manusia tanpa adanya komunikasi pesan, maka tidak akan pernah menjadi komunikasi yang jelas antar manusia.⁹

Menurut Hoeta Soehoet, pesan adalah isi pernyataan yaitu hasil penggunaan akal budi yang disampaikan manusia kepada manusia lain. Artinya berfungsi untuk mewujudkan isi pernyataan dari bentuknya yang abstrak menjadi konkret.

Dari berbagai definisi yang telah disebutkan, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan dapat disimpulkan bahwa pesan merupakan suatu isi pernyataan yang mendatangkan makna dan respon tertentu. Maka dari itu dengan kemajuan teknologi pada zaman sekarang, pesan dapat dilakukan dan dilaksanakan melalui teknologi media massa. Salah satu contohnya adalah surat kabar yang dapat menyampaikan pesan-pesan ilmu pengetahuan umum serta pengetahuan agama.

Karena surat kabar merupakan saluran satu surat pengantar yang membuat suatu pesan sampai kepada penerima yang luas. Bahkan media massa digambarkan sebagai sumber yang mengirim pesan-pesan ke massa yang terpisah satu sama lain. Hal lain turut berpengaruh pada pesan yang berasal dari suatu individu yang menciptakan pesan.¹⁰

Dengan demikian pesan akan dapat menghasilkan respon tertentu seandainya dirancang dengan baik. Untuk itu pesan hendaknya

⁹ M Jamaluddin Piktoringa, *Tipologi Pesan Persuasif* (Jakarta : PT Indeks,2005), Hal.1

¹⁰ Zulkarnain Nasution, *Komunikasi Inovasi*, (Jakarta : Universitas Terbuka,2004) Hal.213-214

mengoptimalkan lambang komunikasi yang tersedia (verbal, non-verbal, paralinguistik) yang disesuaikan dengan topic yang dikomunikasikan, saluran yang digunakan, dan khalayak yang disetuju. Selain itu, pesan yang dirancang biasanya merupakan refleksi dari perilaku khalayak yang dituju, sehingga diharapkan merupakan hasil dari pengkondisian sumber.¹¹

b. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi (bahasa), dakwah berasal dari kata arab yang berarti “panggilan, ajakan atau seruan”.¹² Dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai “*isim mashar*”. Definisi menurut *syekh Qutb* : mengajak orang lain masuk kepada jalan Allah, definisi *Muhammad Natsir*: Dakwah dalam arti luas “*Amar Ma'ruf Nahi Munkar*” adalah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup manusia.¹³

Menurut peneliti dakwah dapat diartikan sebagai serangkaian niat beserta pengaplikasian ke dalam publik yang bertujuan untuk menjadikan seseorang bisa berjalan dan berbuat kebaikan sehingga apa yang dilakukan bisa bernilai ibadah yang bersumber pada Al Qur'an dan As-Sunnah. Sedangkan secara terminologi, istilah dakwah sangat beragam definisinya, banyak tokoh yang telah mendefinisikan kata tersebut :

¹¹ *Ibid* hal.4

¹²Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al Ikhlas, 2006) h.17

¹³Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2003) h.17

- 1) Menurut M. Quraisy Shihab, dakwah diartikan sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.
- 2) Supata dan Hefni menyatakan dakwah adalah Kegiatan yang bertujuan untuk memancing dan mengharapkan potensi fitri manusia agar eksistensi mereka punya makna di hadapan Tuhan dan sejarah.
- 3) Menurut Toto Tasmara, dakwah merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.
- 4) Menurut Abdurrosyda Sholeh, dakwah berarti proses aktivitas, yaitu proses untuk mengubah suatu kondisi kepada kondisi lain yang lebih baik dan dilakukan secara sadar, sengaja dan berencana.
- 5) Menurut Didin Hafidhuddin, dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami.¹⁴

Ditinjau dari segi bahasa “Dakwah” berarti: panggilan, seruan dan ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u. Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut

¹⁴ Siti Uswatun Khazanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat*, (Purwokerto : STAIN Purewokerto Press, 2007), cet ke-1, hal 25-26

dengan Da'I dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad'u. Dalam pengertian istilah dakwah dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'I* (subjek), *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqoshid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.
- 2) Dakwah juga dapat dipahami dengan proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat.
- 3) Dakwah mengandung arti panggilan dari Allah Swt. Dan Rasulullah Saw. Untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupannya.¹⁵

Dari definisi-definisi tersebut, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, tetapi apabila diperbandingkan satu sama lain, dapatlah diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dakwah adalah suatu aktifitas kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan Islam

¹⁵Drs. Wahidin Saputra, M.A. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012), hlm. 2-3

- 2) Dakwah adalah suatu prose penyampaian ajaran agama Islam dari seseorang kepada orang lain yang dilakukan secara sadar dan sengaja.
- 3) Dakwah adalah suatu aktivitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode.
- 4) Dakwah adalah kegiatan yang direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan sadar dari keridhaan Allah.
- 5) Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batim dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.¹⁶

Dakwah merupakan bagian *integral* dari ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Dasar pelaksanaan dakwah antara lain :

Perintah dakwah ditunjukkan kepada umat Islam secara umum yang terkandung dalam Alquran surat Al-Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan yang menyeru kepada kebajikan, menyeru (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Al-Imran : 104).¹⁷

¹⁶ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Kencana,2009) Cet, ke-2 hal.21

¹⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Penerbit Diponegoro 1971)hal 63

Dan dijelaskan juga dalam surat An-Nahl ayat 125 :

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

Artinya:” Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125)¹⁸

c. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah menurut Mustofa Bisri mengandung pengertian segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan untuk mengajak manusia agar mengikuti ajaran Islam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam buku Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah. Wardi bachtiar menjelaskan bahwa pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber dari Al Qur’an dan hadist sebagai sumber utama yang meliputi Aqidah, Syaraiah dan Akhlak dengan berbagai sumber ilmu yang diperoleh darinya. Adapun pesan dakwah secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut :

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Penerbit Diponegoro 1971) hal 281

1) Tentang Aqidah

Secara etimologi, aqidah berasal dari kata *Al-Aqdu* yang berarti ikatan, kepastian, penetapan, penguatan dengan kuat, juga berarti yakin dan mantap. Sedangkan secara terminologi terdapat dua pengertian, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara khusus. Secara umum, *aqidah* yaitu “pemahaman yang benar seperti keimanan dan ketauhidan kepada Allah, iman kepada Malaikat, Rasul, Kitab-Kitab Allah, Hari Akhir, serta Qada dan Qadar. Secara khusus aqidah bersifat keyakinan bathiniyah yang mencakup rukun iman tapi pembahasannya tidak hanya tertuju pada masalah yang wajib diimani tetapi juga masalah-masalah yang dilarang oleh Islam.¹⁹

2) Tentang Akhlak

Secara etimologi akhlak berarti budi pekerti, perangai, perilaku, atau tabiat. Secara umum ada beberapa definisi tentang akhlak. Menurut Ibrahim Anis, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengannya lahiriah-lahiriah perbuatan, baik ataupun buruknya tanpa membutuhkan dan pertimbangan.²⁰

Akhlak adalah kekuatan yang timbul dari hasil perpaduan antara hati nurani, pikiran, perasaan, budi daya dan kebiasaan menyatu, membentuk suatu kesatuan tindak akhlak yang dihayati dalam kenyataan hidup keseharian. Dari kelakuan

¹⁹ Indriansyah Islamiyah, *Akhlak Islamiyah*, (Jakarta: Parameter, 1998) hal 5

²⁰ Tutty Alawiyah, *Strategi Dakwah di Lingkungan Majelis Taklim*, (Bandung: Mizan, 1997), hal 39

itu lahirlah perasaan moral, yang terdapat di dalam diri manusia sebagai fitrah, sehingga ia mampu membedakan mana yang baik dan mana yang jahat, mana yang bermanfaat dan mana yang tidak berguna, mana yang cantik dan mana yang buruk. Pada dasarnya akhlak itu terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. Akhlak yang baik atau terpuji (*Al-Akhlaqul Mahmudah*) yaitu, perbuatan baik terhadap Tuhan, sesama manusia dan makhluk lainnya.
- b. Akhlak yang buruk atau tercela (*Al-Akhlaqul Madzmumah*) yaitu perbuatan buruk terhadap tuhan, sesama manusia dan makhluk lainnya.²¹

3) Tentang Syariah

Syariah secara bahasa berarti jalan keluarnya air minum, secara istilah syariah adalah segala sesuatu yang disyariatkan Allah kepada hamba-hamba-Nya, termasuk peraturan-peraturan dan hukum segala hal yang telah ditetapkan oleh Allah. Syariah sangat erat hubungannya dengan aqidah, kalau aqidah adalah iman atau keyakinan, maka syariah adalah hal yang perlu dilakukan sesudah keimanan, yakni amal shaleh atau perbuatan sehari-hari sesuai dengan syariat Islam, seperangkat aturan yang mengatur kehidupan manusia dari segala aspek.

a) Unsur-Unsur Dakwah

²¹ Moh Ali Azis, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media, 2004) hal 90

Yang dimaksud dengan unsur-unsur dakwah adalah komponen komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

1) Subyek Dakwah (Da'i)

Dalam pengertian yang khusus, da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku kearah kondisi baik atau lebih baik menurut syariat Alquran dan Sunnah.²² Siapa saja yang dapat dikenal sebagai da'i atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimah yang *mukallaf* (dewasa) di mana kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak terpisah dari misi manusia sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah "*sampaikan walau satu ayat*"²³
- b. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhasis*) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.
- c. Syarat yang bersifat akidah. Para da'i harus yakin bahwa agama Islam dengan segenap ajaran-ajarannya itu dalah benar.
- d. Syarat yang bersifat ibadah. Komunikasi terus menerus dengan Allah bagi seorang da'i merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan terus-menerus.

²² Samsul Munir Amir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Amzah 2009),hal 152

²³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2010), hal 77

- e. Syarat yang bersifat ahlakul karimah. Para da'i dituntut untuk membersihkan hatinya dari kotoran-kotoran yang bersifat moral
- f. Syarat yang bersifat ilmiah. Para da'i harus mempunyai kemampuan ilmiah yang kuat dan mendalam, terutama yang menyangkut materi dakwah yang hendak disampaikan kepada khalayak ramai.
- g. Syarat yang bersifat jasmani. Selayaknyalah apabila para da'i mempunyai fisik yang sehat.
- h. Syarat yang bersifat kelancaran berbicara. Sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam diri seorang da'i yaitu lancar dalam berbicara, karena dia adalah penyampai pesan dan kalimat yang dia gunakan juga harus bisa dimengerti oleh mad'u.
- i. Syarat yang bersifat mujahadah artinya seorang da'i hendaknya mempunyai jiwa yang semangat dalam menegakkan ajaran Allah SWT.

Bukan dari segi keahlian saja mad'u menilai seorang Da'i, mereka akan memperhatikan tindak tanduk seorang da'i. Oleh karena itu, karakter atau sifat, visi seorang Da'i, kelembutan, kedalaman ilmu, keluhuran akhlak, kapabilitas (kesanggupan) , akseptabilitas (keterimaan), kredibilitas (kepercayaan), dan sikap positif lainnya sangat menentukan keberhasilan seorang Da'i dalam melaksanakan tugas dakwahnya agar menjadi *suri tauladan* yang baik bagi masyarakat. Inilah salah satu aspek yang ditunjukkan oleh Nabi Muhammad

SAW dihadapan umatnya sehingga beliau mendapat keberhasilan yang sangat gemilang dalam menjalankan tugas dakwahnya.

Sangat dianjurkan bagi seorang da'i agar menguasai *Ilmu Psikologi* yang baik, karena dengan memperhatikan faktor-faktor perkembangan psikologi dalam diri seseorang (*mad'u*) maka pesan dakwah yang disampaikan oleh juru dakwah akan dapat meresap dan diterima dalam pribadi sasarannya, dan kemudian diamalkan dengan sukarela tanpa ada perasaan dipaksa, karena hal tersebut dapat menyentuh dan memuaskan kehidupan rohaninya. Di sinilah terletak titik berat strategi dakwah yang sesungguhnya, yaitu menerima pesan dengan ikhlas dan sekaligus mempraktekannya dalam kehidupan nyata.²⁴

2) Obyek Dakwah (Mad'u)

*Obyek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok baik manusia yang beragama Islam atau tidak. Oleh karena itu, masyarakat yang menjadi sasaran dakwah sangat heterogen dan memiliki pluralitas yang sangat tinggi dalam berbagai segi yaitu dari segi sosialogis, kelembagaan, tingkatan usia, profesi, tingkat sosial, jenis kelamin, pendidikan dan segi khusus ada masyarakat tuna susila dan lain-lain.*²⁵

Mengenal mad'u merupakan salah satu prinsip utama yang harus dimiliki seorang da'i karena merupakan tuntutan logis dalam menjalankan

²⁴ Totok Jumanoro, *Psikologi Dakwah*, (Penerbit Amzah 2001), hal 28

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Ilmu*, (Jakarta : Irenada Media, 1998), hal 90

aktivitas dakwah, dengan mengenal mad'u sesuai dengan situasi dan kondisinya dakwah pun dapat diaplikasikan secara efektif.²⁶

Dalam hal ini seorang Da'i sebelum terjun kelapangan untuk berhadapan dengan mad'u, harus melakukan kerja *prakondisi*. Dai'i harus menganalisis secara tepat metode, media, strategi dan materi yang akan digunakan dalam melakukan tugas dakwah. Tanpa memiliki tahapan ini maka sangat dimungkinkan pesan dakwah yang diberikan kepada mad'u akan mengalami pembiasan (*deviasi*) yang jauh dari harapan. Sehingga aktifitas dakwah yang dilakukan akan sia-sia belaka, hal itu hendaknya tidak terjadi, seorang da'i harus bisa mengantisipasi semua kemungkinan yang buruk

3) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah islamia atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Pesan dakwah harus bersumber dari Alquran dan hadis. Sebagai mana firman Allah yang artinya :

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رَسُولَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ ۗ وَكَفَىٰ

بِاللَّهِ حَسِيبًا

(yaitu) orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorang(pun) selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai Pembuat Perhitungan. (Q.S. Al-Ahzab : 39).²⁷

²⁶ Ridho Syabibi, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2008), hal 120

²⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Penerbit Diponegoro 1971)hal 423

Materi dakwah secara *konseptual* pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Secara *global* (menyeluruh) materi dakwah dapat *diklasifikasikan* menjadi tiga pokok, yaitu ;

a. Masalah Keimanan (Aqidah)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah Aqidah Islamiah. Aspek akidah ini yang akan membentuk *moral* (akhlaq) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam berdakwah adalah masalah aqidah atau keimanan. Masalah akidah ini secara garis besar ditunjukkan oleh Rasulullah SAW dalam sabdanya yang artinya :

Iman adalah engkau percaya kepada Allah, malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk. (HR Muslim)²⁸

Dalam bidang aqidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah - masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), inkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.²⁹

Aqidah merupakan hal yang paling penting dalam ajaran Islam, karena aqidah melahirkan ajaran-ajaran Islam yang lain seperti syariah dan akhlak.

b. Masalah syariat (Keislaman)

²⁸ Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya:Al Ikhlas. 1983) hal 61

²⁹ Ibid 48

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan tuhan, maupun antar sesama manusia itu sendiri.

Syariah asal katanya yaitu jalan lain ke sumber air. Menurut istilah syariah berasal dari kata *syari'* yaitu berarti jalan yang harus dilalui setiap muslim, karena itu syariah berperan sebagai peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syariah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Tuhan, sedangkan muamalah adalah ketentuan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia, seperti jual beli, kepemilikan, hukum waris, dan lain-lain.³⁰

Materi dakwah dalam bidang syariah memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih dalam melihat persoalan pembaharuan mengandung ajaran yang lurus dan mengikat seluruh umat Islam yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam diberbagai penjuru dunia.

c. Masalah Akhlak (budi pekerti)

Ajaran akhlak atau budi pekerti dalam Islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat selaku penerima dakwah. Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik dan keyakinan agama yang kuat maka islam membendung terjadinya *dekadensi moral*.

³⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta :Kencana,2004),hal 238

Menurut penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa dakwah hendaknya harus mencapai sasaran utama dari kesempurnaan hubungan antara manusia dengan penciptanya yakni Allah SWT, dan mengatur keseimbangan di antara dua hubungan tersebut. Sedangkan dengan pesan dakwah sendiri sebagaimana yang digariskan oleh Alquran adalah berbentuk pernyataan maupun pesan Alquran dan Sunnah.

Karena Alquran dan Sunnah sudah diyakini sebagai pelindung dan pedoman hidup bagi setiap kaum muslim. Dakwah juga meliputi hampir semua bidang kehidupan itu sendiri. Dengan demikian pesan dakwah adalah pernyataan yang bersumberkan Alquran dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan tersebut atau yang sudah disampaikan

2. Media Online

a. Pengertian Media Online

Istilah *media* berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media adalah وسائل perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.³¹

Menurut AECT (*Association of Education and Communication Technology*) yang dikutip oleh Basyaruddin (2002) “media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi”.³² Sedangkan pengertian

³¹ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 3

³² Asnawir dan M. Basyiruddin Usman, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Ciputat Pers, 2002), hlm.11

lain media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran.³³

Dari definisi-definisi tersebut dapat dikatakan bahwa media merupakan sesuatu yang bersifat meyakinkan pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan, dan kemauan audiens (siswa) sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar pada dirinya.³⁴

Seiring dengan perkembangannya, media dan teknologi memang tak bisa dipisahkan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media yang ada ditengah-tengah manusia. Seperti halnya teknologi internet yang dikembangkan pada era 60-an yang hari ini pun kita bisa menikmatinya sebagai perkembangan media yang kita kenal dengan istilah media online.

Media online (*online media*) merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.³⁵

Media online adalah media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet.³⁶ Karena itu, media online tergolong media yang bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi

³³ Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. *Strategi belajar Mengajar*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), hlm 135

³⁴ Asnawir dan M. Basyiruddin Usman, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Ciputat Pers, 2002), hlm.12

³⁵ Asep Syamsul M.romli, *Jurnalistik online*,(Bandung : Nuansa Cendikia,2014), hal.30

³⁶ Indah Suryawati, *jurnalistik Suatu Pengantar*,(Bogor : Ghalia Indonesia,2014) hal 46

informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita.

Menurut Asep Samsul M.romli dalam bukunya yang berjudul *jurnalistik online*, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Yang termasuk kategori media online adalah portal, website (situs wes, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, tv online, dan email.³⁷

Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern, dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau porta informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya. Content-nya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi secara langsung, misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dll dan atau yang tidak berhubungan sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis, dll.

b. Karakteristik Media Online

- a. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian

³⁷ Asep Syamsul M.romli, *Jurnalistik online*, (Bandung : Nuansa Cendikia, 2014), hal 31

- c. Cepat : begitu di posting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- d. *Update* : pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misal kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus menerus.
- e. Kapasitas luas : halaman wes bisa menampung naskah sangat panjang.
- f. Fleksibilitas : pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- g. Luas : menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- h. Interaktif : dengan adanya fasilitas dikolom komentar dan *chat room*.
- i. Terdokumentasi : informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan fasilitas “cari” (*search*).
- j. *Hyperlinked* : terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.³⁸

Sedangkan dalam buku *Online Journalism. Principles of News For The Web*, (HolcombHalhway Publiser,2005), yang dikutip oleh Indah Suryawati dalam bukunya

³⁸ *Ibid*, hal 33-34.

yang berjudul *Jurnalistik Suatu Pengantar*, keunggulan jurnalistik *online* adalah sebagai berikut :

- a. *Audience Control*, jurnalistik *online* memungkinkan *audience* untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- b. *Nonlinearity*, jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga *audience* tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
- c. *Strong and Retrieval*, jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh *audience*.
- d. *Unlimited Space*, jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk *audience* menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
- e. *Immediacy*, jurnalistik *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara langsung kepada *audience*.
- f. *Multimedia Capability*, jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh *audience*.
- g. *Interactivity*, jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi *audience* dalam setiap berita.³⁹

³⁹ Indah Suryawati, *jurnalistik Suatu Pengantar*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014) Hal 120

Ada juga karakter media *online* yang menjadi kekurangan atau kelemahannya, diantaranya :

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tak ada aliran listrik, baterai habis dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada browser, maka media online tidak bisa di akses.
- b. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “copy-paste” dari informasi situs lain.
- c. Adanya kecenderungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- d. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah tulis).⁴⁰

Dari penjelasan di atas media online memiliki karakteristik yang sangat khas karena pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di warung internet, bahkan di dalam kendaraan sekalipun.

c. Jenis- Jenis Media Online

⁴⁰ Asep Syamsul M.romli, *Jurnalistik online*, (Bandung : Nuansa Cendikia, 2014), hal.34

Media online adalah media generasi ketiga setelah media cetak seperti Koran, tabloid majalah, buku dan media elektronik seperti radio, televisi dan film/video. Media online juga dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online dalam situs berita bisa kita klasifikasikan menjadi lima kategori :

- a. Situs berita berupa “edisi online” dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *media indonesia.com* seputar *Indonesia.com*, *pikiranrakyat.com*, dan *tribunjabar.com*
- b. Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Netherland (*rnw.nl*).
- c. Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran televisi, seperti *CNN.com*, *metrotvnews.com*, dan *liputan6.com*.
- d. Situs berita online “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *detik.com*, dan *VIVA News*.
- e. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti *Yahoo! News*, *Plasa.msn.com*, *NewsNow*, dan *Google News* (layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media online).⁴¹

⁴¹ Ibid, h 32

Dari sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis website dapat digolongkan menjadi enam jenis :

- a. *News Organisation Website* : situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- b. *Commercial Organization Website* : situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko online (*online store*) dan bisnis online.
- c. *Website pemerintah* : di Indonesia ditandai dengan domain [dot] go.id seperti Indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia) setneg.go.id dan dpr.goid.
- d. *Website kelompok kepentingan (Interest Group)*, termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
- e. *Website organisasi Non-Profit* : seperti lembaga amal atau grup komunitas.
- f. *Personal website (Blog)*.⁴²

3. Media online sebagai media dakwah

Dalam kamus telekomunikasi, media berarti sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya, banyaknya atau keduanya. Jadi

⁴² Ibid h,38

segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat bantu dalam berkomunikasi disebut media komunikasi.

Dalam kamus telekomunikasi, media berarti sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya, banyaknya atau keduanya.⁴³ Jadi segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat bantu dalam berkomunikasi disebut media komunikasi.

Secara istilah media merupakan jamak dari bahasa latin yaitu “*median*”, yang berarti alat perantara. Sedangkan secara istilah media berarti segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian dapat dirumuskan bahwa media dakwah berarti segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.⁴⁴

Media dakwah adalah sarana atau perantara dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak. Media dakwah atau dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *wasilah dakwah*, merupakan salah satu unsur dakwah disamping unsur lainnya seperti *da'i*, *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi), *thariqoh* (metode dakwah), *atsar* (efek).⁴⁵

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan media online sebagai media dakwah, Inilah beberapa kelebihan media online sebagai media dakwah :

⁴³ Gozali BC.TT, *Kamus istilah Komunikasi* (Bandung : Djambatan, 1992), h 227

⁴⁴ Asmuni Syukir, *dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash,1983), hal 163

⁴⁵ M.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Kencana,2004),Cet-1 Hal 121

- a. Tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Internet bisa diakses kapanpun, dimanapun dan oleh siapapun diberbagai penjuru di dunia. Sehingga materi dakwah yang dilakukan di media sosial bisa diakses oleh semua orang di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.
- b. Dakwah menjadi lebih variatif. Selain sebuah tulisan, para pelaku dakwah di media sosial bisa membuat materi dakwah dalam bentuk gambar, audio, video, *e-book*, sehingga para objek dakwah di media sosial bisa memilah materi dakwah yang mereka sukai.
- c. Jumlah pengguna internet semakin meningkat. Dengan pertumbuhan pengguna internet selalu mengalami peningkatan, maka hal ini merupakan kabar baik bagi pelaku dakwah di media sosial karena semakin banyaknya pengguna internet, maka akan semakin banyak juga objek dakwah di media sosial.
- d. Hemat biaya dan energi. Dengan melahirkan dakwah di media sosial, para juru dakwah tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal dan tidak perlu mengeluarkan banyak energi untuk melakukan dakwahnya. Karena cukup bermodalkan perangkat keras seperti komputer ataupun smartphone ditambah dengan koneksi internet, bisa dalam keadaan santai atau di rumah, kegiatan dakwah di media sosial sudah bisa dilakukan.⁴⁶

⁴⁶ Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, (jurnal Komunikasi Islam vol.03, 01 juni 2013) h 33

Selain banyak kelebihan berdakwah menggunakan media sosial, ternyata juga ada kekurangan saat berdakwah menggunakan media sosial, diantaranya :

- a. Untuk beberapa kalangan masyarakat, Internet adalah media komunikasi yang mahal, karena untuk dapat menikmati layanan media ini, minimal seseorang harus mempunyai seperangkat komputer multimedia, dan jaringan telepon. Untuk pengadaan hardwarenya saja memakan biaya yang tidak sedikit juga ketika mengaksesnya.
- b. Secara psikologis berdakwah melalui internet menghilangkan tali silaturahmi secara fisik dan psikologis. Dengan model komunikasi jarak jauh meski dua arah, unsur kehadiran komunikator secara fisik hampir tidak pernah terjadi.

Sulit mengetahui terjadi perubahan di bidang perilaku di kalangan *mad'u*, karena sifat *mad'u* yang tersebar dan terpencar.⁴⁷

4. Situs 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

⁴⁷ Prihananto, *Internet Sebagai Dakwah Altrnatif pada Masyaratakat Informasi*, (Jurnal Ilmu Dakwah, vol 4, oktober 2013) hal 8

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 sebagai *prototype* bagi pengembang lain untuk mengembangkan jenis *website* serupa. 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 *company profile*. 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.⁴⁸

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 tersebut bukan dicari datanya secara otomatis oleh mesin pencari melainkan disimpan dan dikelola 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 di *database* dan dipublish 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

⁴⁸Deni Darmawan, Deden Hendra Permana, *Desain dan Pemrograman Website* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013) hal 6

member-member untuk membentuk suatu komunitas sehingga member-member di dalam *website* tersebut dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran. Di dalam *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.⁴⁹

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 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 *me-manage* berita. Kemudian *user* internet dapat melihat informasi berita bersebut melalui *website*. Fokus situs ini adalah manajemen berita.

h. *Event Organizer*

⁴⁹ Ibid hal 6

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

k. *E-Commerce*

Situs dengan sistem *e-commerce* adalah situs yang bertujuan untuk melakukan perdagangan melalui media internet. Pengelola dapat

mengorganisir barang-barang yang ingin dijual kemudian 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.

1. *E-Learning*

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

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengkaji hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian yang menggunakan analisis semiotik sudah banyak digunakan oleh peneliti-peneliti yang ada di Indonesia. Peneliti juga menemukan persamaan objek yaitu penelitian yang menggunakan objek media online sebagai objeknya.

1. Skripsi dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Pada Republika Online*”.⁵¹ Setelah melakukan penelitian penulis skripsi tersebut mendapatkan isi pesan dakwah yang terdapat dalam rubrik tausiyah pada Republika Online. Pesan akhlak, syari`ah, dan aqidah yang terdapat dalam rubrik tausiyah, kemudian mendapatkan hasil pesan akhlak yang paling

⁵⁰ Ibid hal 7

⁵¹ Muhammad Syarifuddin, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2009.

dominan, diikuti pesan syari`ah dan pesan aqidah. Dengan begitu kegiatan dakwah tidak hanya seorang da`i berdiri diatas mimbar kemudian berceramah, akan tetpi dapat dilakukan dengan berbagai media.

Dari hasil penelitian diatas, terdapat persamaan yaitu terdapat pesan dakwah Aqidah pada teks. Sedangkan perbedaannya adalah hanya terfokus pada pesan dakwah aqidah saja dan berbeda juga pada kesimpulan akhirnya. Dalam penelitian rubrik khutbah ini, dijelaskan pesan dakwah aqidah seperti apa saja yang ada pada teks.

2. Skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Melalui Media Cetak: Analisis *Wacana Rubrik Manajemen Qalbu KH. Abdullah Gymnastiar Di Majalah Al Falah edisi 259-261*”⁵² Pesan Dakwah yang terkandung dalam penelitian tersebut adalah sabar yang merupakan kegigihan kita untuk berada di jalan yang Allah sukai, dan menunjukkan suatu kebiasaan yang akan menghambat efektivitas dan optimalisasi waktu yang kita miliki, yaitu kebiasaan menunda.

Dari hasil penelitian diatas, terdapat persamaan yaitu terdapat pesan dakwah Aqidah pada teks. Sedangkan perbedaannya adalah hanya terfokus pada pesan dakwah aqidah saja dan berbeda juga pada kesimpulan akhirnya. Dalam penelitian rubrik khutbah ini, dijelaskan pesan dakwah aqidah seperti apa saja yang ada pada teks.

3. Skripsi dengan judul “*Pesan Dakwah Melalui Media Online (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk dalam Rubrik Bahtsul Masail Situs www.nu.or.id)*” Pesan

⁵²Ahmad Maghrobi, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2012.

dakwah yang terkandung dalam penelitian tersebut adalah pesan dakwah aqidah yang terkandung dalam rubrik bahtsul matsail. Dari hasil penelitian diatas, terdapat persamaan yaitu terdapat pesan dakwah Aqidah pada teks. Sedangkan perbedaannya adalah hanya terfokus pada pesan dakwah aqidah saja dan berbeda juga pada kesimpulan akhirnya. Dalam penelitian rubrik khutbah ini, dijelaskan pesan dakwah aqidah seperti apa saja yang ada pada teks.

4. Abdul Halim, yang meneliti tentang pesan dakwah di media cetak, dengan judul skripsi “*Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Rubrik Humaniora di Harian Kompas Pada Tanggal 07 Bulan November 2008*”. Persamaan dari penelitian kali ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang bagaimana analisis pesan semiotik pesan dakwah. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, jika penelitian terdahulu ini menggunakan media cetak harian Kompas, penelitian sekarang ini menggunakan media online . Penelitian terdahulu ini sangat berguna sebagai acuan tentang hal-hal yang berkenaan dengan analisis yang diteliti.
5. Penelitian yang dilakukan M. Iqbal mirojudin tahun 2017 dengan judul *kontruksi pesan dakwah dalam rubric khasanah di caknun.com edisi mei 2017*. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dan menganalisis yang mengangkat suatu kontruksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam bahasa Inggris istilah penelitian disebut (*research*), berasal dari kata (*re*) artinya kembali dan (*to research*) artinya menemukan atau mencari. Sehingga (*research*) dapat diartikan menemukan atau mencari kembali. Dalam hal ini penelitian adalah suatu sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian merupakan suatu bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami segala segi kehidupan. Penelitian pada hakekatnya adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah.⁵³

Penelitian juga sering diartikan sebagai penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) “sehingga diperoleh sesuatu seperti (mencapai kebenaran, memperoleh jawaban atas suatu masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya)”⁵⁴

Dari gagasan di atas maka dapat diketahui tentang metode penelitian, yaitu ilmu yang mempelajari tentang metode-metode penelitian, ilmu tentang alat-alat dalam penelitian.⁵⁵ Dengan demikian metode penelitian dapat diartikan bahwa

⁵³ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 1-2

⁵⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 4

⁵⁵ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998), hal. 6

sebagai suatu bahasan yang membahas secara teknik metode-metode yang digunakan dalam sebuah penelitian. Sehingga dapat dinyatakan bahwa “metode merupakan suatu unsur yang mutlak ada di dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan”.⁵⁶

Metode penelitian adalah Prosedur pencarian data yang meliputi penentuan populasi, sampling, penjelasan konsep dan pengukuran, cara-cara pengumpulan data dan teknik analisis.⁵⁷

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, maksudnya data yang dikumpulkan itu berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Menurut Zainal Arifin penulis buku yang berjudul *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, bahwa : ”Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif”.⁵⁸

Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengungkapkan daya deskriptif dari informasi tentang apa yang mereka lakukan, dan yang mereka alami terhadap

⁵⁶Asrof Syafi'i, *Metode Penelitian*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung, 2002), hal. 2

⁵⁷Wardi Bactiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos Wacana, 1997, hal.59

⁵⁸Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), hlm. 140.

fokus penelitian. Penelitian kualitatif memiliki karakteristik antara lain: ilmiah, manusia sebagai *instrument*, menggunakan metode kualitatif, analisis data secara induktif, deskriptif, lebih mementingkan proses dari pada hasil, adanya fokus, adanya kriteria untuk keabsahan data, desain penelitian bersifat sementara, dan hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama.⁵⁹ Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat.⁶⁰

Sehingga pendekatan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka) yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen, dan lain-lain, atau penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk pendeskripsian secara analisis sesuatu peristiwa atau proses sebagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari proses tersebut.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian non kuantitatif dengan metode analisis teks media. Analisis teks media merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan teknik analisis dan studi kepustakaan dengan obyek kajian media. Ada beberapa jenis model analisis teks media, diantaranya adalah analisis wacana, analisis *semiotic*, dan analisis *framing*/bingkai.

Semiotik merupakan teori yang berguna untuk mengkaji tanda atau ilmu tentang sistem tanda, hal tersebut terdapat dalam buku Alex Sobur dalam bukunya

⁵⁹*Ibid*, hal 27

⁶⁰Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), hal. 22.

Semiotika Komunikasi. Terdapat teori dari dua ilmuwan yang sering dijadikan para peneliti untuk menganalisis suatu masalah, yaitu Barthez dan Alex Sander Pierce. Jika Barthez mempunyai teori tentang semiotik semiologi, sementara Pierce terkenal dengan triadic dan konsep trikotominya.

Dalam kajian tersebut pada intinya, semiotik merupakan metode analisis yang hendak mempelajari bagaimana manusia memaknai sesuatu. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya memberikan atau membawa informasi dan hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.⁶¹

Sedangkan objek yang akan di analisa adalah artikel pada website nu online yang ada rubrik khutbah edisi 17 Desember 2017, yang berjudul “Hoaks dan Kepribadian Kaum Beriman ”, yang berhasil didokumentasikan, berupa *soft file*, sehingga nantinya peneliti dapat menganalisis makna dari teks yang terkandung dalam artikel tersebut sebagai pesan dakwah yang berdasarkan pengamatan peneliti dengan menggunakan model analisis semiotiknya Charles Sander Peirce.

Tanda dan kode dalam berita tersebut akan membangun makna dan pesan berita secarta utuh, yang terdapat pada tataran denotasi maupun konotasi. Tataran denotasi dan konotasi ini meliputi latar (*setting*),pemilihan narasumber, dan teks (*caption*).

⁶¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung :PT Remaja Rosdakarya,2003),hal 15

Alasan peneliti menggunakan analisis semiotik dengan memakai model Charless Sanders Peirce, karena model yang ditawarkan oleh Charles Sander Peirce lebih mendalam jika di aplikasikan dalam penelitian ini.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian.⁶² Unit analisis ini memudahkan peneliti untuk lebih fokus dalam penelitian karena teks berita telah dikelompokkan dengan kategori tertentu. Unit analisis dalam penelitian ini adalah tanda atau symbol yang berkaitan dengan tema yang diambil oleh peneliti.

Penelitian ini alasannya yakni berupa tulisan khutbah. Sedangkan objek yang akan dianalisa adalah artikel yang ada dalam website www.nu.or.id rubrik Khutbah edisi 17 Desember 2017, yang berjudul “Hoaks dan Kepribadian Kaum Beriman”, yang berhasil didokumentasikan, dokumentasinya berupa *soft file*, sehingga nantinya peneliti dapat menganalisis makna dari teks yang terkandung dalam artikel tersebut sebagai pesan dakwah yang berdasarkan pengamatan peneliti dengan menggunakan model analisis semiotiknya Charles Sander Peirce.

Tanda dan kode dalam berita tersebut akan membangun makna dan pesan berita secara utuh, yang terdapat pada tataran denotasi maupun konotasi. Tataran

⁶²Dody M. Ghazali, *Communication Measurement; Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relation* (Bandung: Simbiosis Ekatama Media), h. 149

denotasi dan konotasi ini meliputi latar (*setting*), pemilihan narasumber, dan teks (*caption*).

C. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini dibagi menjadi empat tahap, yaitu tahap penggalian data, tahap penyajian data, tahap analisis data, dan tahap interpretasi data. Tahap-tahap di atas akan dijelaskan sebagaimana berikut:

1. Tahap Penggalian Data

Penggalian data dalam penelitian ini akan menggunakan dua teknik yaitu:

a. Observasi (Pengamatan) Teknik ini akan dilaksanakan dengan membaca serta cermat artikel yang akan diteliti. Setiap aspek dari artikel tersebut mulai dari pemilihan diksi, gaya bahasa, penekanan, alur, topik, tema, *setting* dan lain-lain. Utamanya pada bagian-bagian yang berisikan artikel dalam rubrik khutbah pada situs www.nu.or.id

b. Dokumentasi

Teknik ini menekankan pada pengumpulan dokumen-dokumen berupa kutipan artikel yang terdapat dalam situs www.nu.or.id rubrik khutbah edisi 17 desember 2017 yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Tahap Penyajian Data

Peneliti menggunakan metode Induktif dalam menyajikan data yang diperoleh yaitu dengan membedah persoalan secara khusus, yaitu analisis pesan

dakwah dalam artikel yang terdapat dalam situs www.nu.or.id rubrik khutbah edisi 17 desember 2017.

3. Tahap Analisis Data

Analisis data menurut Patton, adalah proses pengaturan urutan data, kemudian mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁶³ Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis data-data yang dikumpulkan melalui metode naratif, yaitu menguraikan fakta-fakta yang terkandung secara urut dan menyeluruh. Setelah peneliti mendapatkan bahan yang digunakan untuk penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menganalisa artikel tersebut, memastikan apakah ada atau tidak pesan dakwah dalam artikel tersebut.

Dalam fungsinya, analisis data digunakan untuk menunjang proses penelitian lebih dalam lagi. Dan menemukan pesan dakwah pada artikel yang terdapat dalam situs www.nu.or.id rubrik khutbah edisi 17 desember 2017. Dengan menggunakan analisis teks media tersebut peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif (non kancas) dengan analisis teori semiotic Charles Sanders Peirce.

a. Tahap Intrepretasi Data

Intrepretasi data, masih menurut Patton, yaitu pemberian arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari

⁶³ Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi) (Bandung: Remaja Rosdakarya), h. 280

hubungan antara dimensi-dimensi uraian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba memberikan penilaian serta intepretasi reflektif terhadap berbagai temuan data selama proses penelitian.

b. Tahap Pengujian Keabsahan data

Demi menghindari kesalahan dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa metode dalam memverivikasi keabsahan data. Beberapa teknik pengujian keabsahan data dalam paradigma kualitatif dikemukakan oleh Lexy J Moloeng (2009). Namun kami hanya mengambil beberapa diantaranya yang cocok dengan penelitian ini, antara lain:

c. Ketekunan (Keajegan) Pengamatan

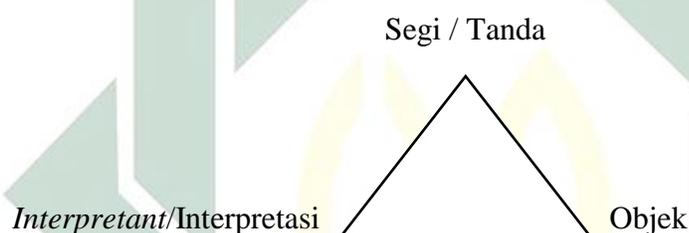
Ketekunan pengamatan menjadi hal yang sangat penting dalam mencari secara konsisten terhadap interpretasi dengan berbagai cara yang berkaitan dengan proses analisis yang konstan. Peneliti akan menelaah lagi dan mencermati lagi data-data yang terkait dengan fokus masalah penelitian sehingga data tersebut benar-benar dapat dipahami dan tidak diragukan kebenarannya.

d. Kecukupan Referensial

Tingkat keabsahan penelitian kualitatif tergantung pada datanya. Dalam penelitian ini disini mencoba untuk menyajikan data dengan ruang lingkup seluas mungkin dan sudut pandang yang sevariatif mungkin. Diharapkan dengan teknik ini bisa pemahaman ditekankan seminimal mungkin.

D. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotik yang berarti suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji data.⁶⁴ Maka dari itu, semiotik dalam penelitian ini berusaha mengkaji tentang isi pesan dakwah yang ada dalam setiap teks khutbah yang terdapat pada situs www.nu.or.id dalam rubrik khutbah edisi 17 Desember 2017. Yang mengacu pada model analisis Charles Sanders Peirce yang dikenal dengan segitiga makna yaitu Tanda/*Sign* – Objek – *Interpretant/Interpretasi*.



Gambar 3.1

Berdasarkan tanda/*sign/ground*, Peirce membagi tanda menjadi *qualisign*, *sinsign*, *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kasar, lembut. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, misalnya kata keruh. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu – rambu lalu lintas.

Berdasarkan objeknya, dia membagi tanda atas ikon, *index*, dan *symbol*. Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek yang bersifat kemiripan, misalnya potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan langsung mengacu pada

⁶⁴Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h. 15

kenyataan. Misalnya asap sebagai tanda adanya api.⁶⁵ *Symbol* adalah sebuah tanda di mana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata adalah masalah konvensi, kesepakatan atau peraturan.

Berdasarkan penafsiran/*interpretan*, tanda dibagi menjadi *rheme*, *dicent signi*, *dicisign* atau *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya orang yang bermata merah dapat menandakan bahwa orang tersebut baru menangis, menderita penyakit mata, atau mengantuk. *Dicent sign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika di daerah pegunungan sering terjadi longsor, maka daerah tersebut dipasang rambu-rambu sering terjadi longsor. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

⁶⁵Alex Sobur, *Semiotika Komunikai* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 42

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Profil NU Online

a. Sejarah NU Online

NU Online merupakan pengelola situs resmi PBNU, yang mana NU Online bukanlah lembaga, bukan badan otonom, dan bukan pula lajnah melainkan *ad hoc*. Secara structural PBNU membawahi beberapa Badan Otonom (*Banom*), lembaga, lajnah. Didalam kepengurusan PBNU terdapat *Mustasyar, Syuriyah, Tanfidiyah*.

NU Online pertama kali dibangun pada tahun 2002, pada saat itu situs ini belum banyak dikenal di lingkungan pengamat website, saat itu website keislaman sudah mulai berkembang dan banyak dikenal di lingkungan pemantau website, bahkan ketika majalah “*komputer Aktif*” mengekspose berbagai media online, yang menyuguhkan penyegaran rohani puluhan website nasional dan internasional disebut dan NU Online tidak termasuk pada salah satunya. Memasuki januari 2003 NU Online mulai dibangun lebih serius mulai sejak software, hardware, sampai sumber daya manusianya.

Sekitar bulan April 2003 website ini mulai benar benar dipublis dengan peremajaan (*updating*) yang cukup tepat. Untuk keperluan ini NU online harus mengeluarkan dana yang cukup besar sehingga banyak pengamat menilai

bahwa NU online tidak akan bertahan lebih dari enam bulan. Setelah mengudara di dunia maya, Nu online mulai dikenal di kalangan NU dan pesantren maupun di komunitas lainnya.

Sebagai sarana yang ditujukan sebagai konsolidasi organisasi maka langkah pertama yang dilakukan NU melakukan pelatihan terhadap pengurus NU di seluruh Indonesia, pelatihan dilakukan di Jakarta yang diikuti peserta dari 30 wilayah saat itu, dan beberapa pengurus pusat dan lembaga lajnah. Dan pada tahap berikutnya baru diadakan pelatihan ditingkat wilayah yang diikuti oleh para pengurus cabang.

Apresiasi terhadap teknologi informasi dilingkungan NU ini tercermin ketika website NU Online secara resmi diluncurkan pada tanggal 11 Juli 2003, lebih dari 2000 warga dari kalangan Nahdliyin menghadiri sehingga memadati Hotel Borobudur. Acara peluncuran ini dinilai oleh pengasuh website terkemuka *www.detik.com Budi Hartono* merupakan *launching* website terbesar di dunia karena dihadiri oleh ribuan tamu undangan. Hal ini sangat mengejutkan dan tentu ini merupakan kebanggaan tersendiri.

Pada awalnya NU Online merupakan bagian dari *lajnah ta'lif wa an-nasyr* yang diberi mandate oleh PBNU untuk membangun suatu jaringan internet. Namun di perjalanannya NU Online semakin lama semakin berkembang sehingga menjadi situs resmi PBNU.

Walaupun pada awalnya NU Online mengemban tugas dari PBNU untuk membangun sebuah jaringan melalui internet sebagai media konsolidasi dan media informasi organisasi dari tingkat pusat sampai pada tingkat wilayah dan cabang, namun dengan berkembangnya NU online dan perubahan perubahan sosial yang ada di kalangan umat, mejadikan Nu online tergerak untuk melakukan kegiatan-kegiatan dakwah.

Hal ini menjadi penting karena tuntutan umat yang hidup di zaman modern ini sangat membutuhkan informasi-informasi keagamaan yang memiliki konteks keindonesiaan dan kekinian. Untuk itulah NU Online tampil dengan layanan-layanan yang dibutuhkan masyarakat tersebut.

b. Profil NU Online

NU Online adalah situs resmi Nahdlatul Ulama yang menyampaikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat. Kontak redaksi NU Online, bertempat di Gedung PBNU Lt. 5 Jl. Kramat Raya 164 Jakarta 10430 – Indonesia redaksi@nu.or.id. Kritik, saran, informasi atau artikel dapat dikirimkan melalui email tersebut. Kemudian, jika ingin memasang iklan dapat menghubungi kontak dengan nomor Tel : 021 – 3914013, Fax : 021 – 3914014 marketing@nu.or.id atau risky@nu.or.id.⁶⁶

⁶⁶<https://www.nu.or.id/about/sejarah> diakses Minggu, 1 Juli 2018, 20.09 wib

a) Visi NU Online

Sebagai organisasi yang tidak terlepas dari PBNU tentunya NU online juga mempunyai visi yang sama dengan NU itu sendiri, adapun dakwah mulia NU Online yaitu :

“Menegakkan ajaran *Islam* menurut *Ahlussunnah Wal Jama'a* ditengah-tengah kehidupan masyarakat, dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI)”.

b) Misi NU Online

Misi adalah penjabaran dari visi. Secara umum misi NU Online dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Menegaskan ajaran *ahlussunnah wal jama'ah* kepada masyarakat luas.
- 2) Memperkenalkan NU sebagai bentuk Islam Indonesia yang *rahmatan lil alamin* pada dunia internasional.

c) Tujuan NU Online

Tujuan yang bersifat aplikatif sehingga arah dari organisasi semakin jelas, selain itu tujuan berfungsi sebagai standar keberhasilan dalam pelaksanaan, tujuan NU Online adalah sebagai berikut :

- 1) Menyebarkan dan mensosialisasikan berbagai program dan kebijakan PBNU kepada pengurus wilayah, cabang, dan anak cabang sampai

ranting termasuk ke pesantren dan warga nahdliyin secara keseluruhan sebagai bentuk konsolidasi dan koordinasi organisasi.

- 2) Menyiarkan berbagai kebijakan PBNU kepada pihak luar terutama yang berkaitan dengan kebangsaan dan kenegaraan.
- 3) Menyediakan informasi keagamaan kepada masyarakat.

d) Motto NU Online

Untuk memberikan dorongan dan semangat para personilnya dan kepada kader-kader NU untuk dapat mampu mengembangkan teknologi sendiri sesuai dengan kebutuhan, maka NU Online mempunyai motto yaitu “ Menjadikan Teknologi sebagai Tradisi” .

Dengan adanya motto tersebut diharapkan warga Nahdliyin mampu mengikuti zaman pada konteksnya atau tidak gagap terhadap teknologi. Selain itu dengan menjadikan teknologi sebagai bagian dari tradisi, teknologi menjadi dewa karena statusnya sama dengan tradisi-tradisi NU yang lainnya.⁶⁷

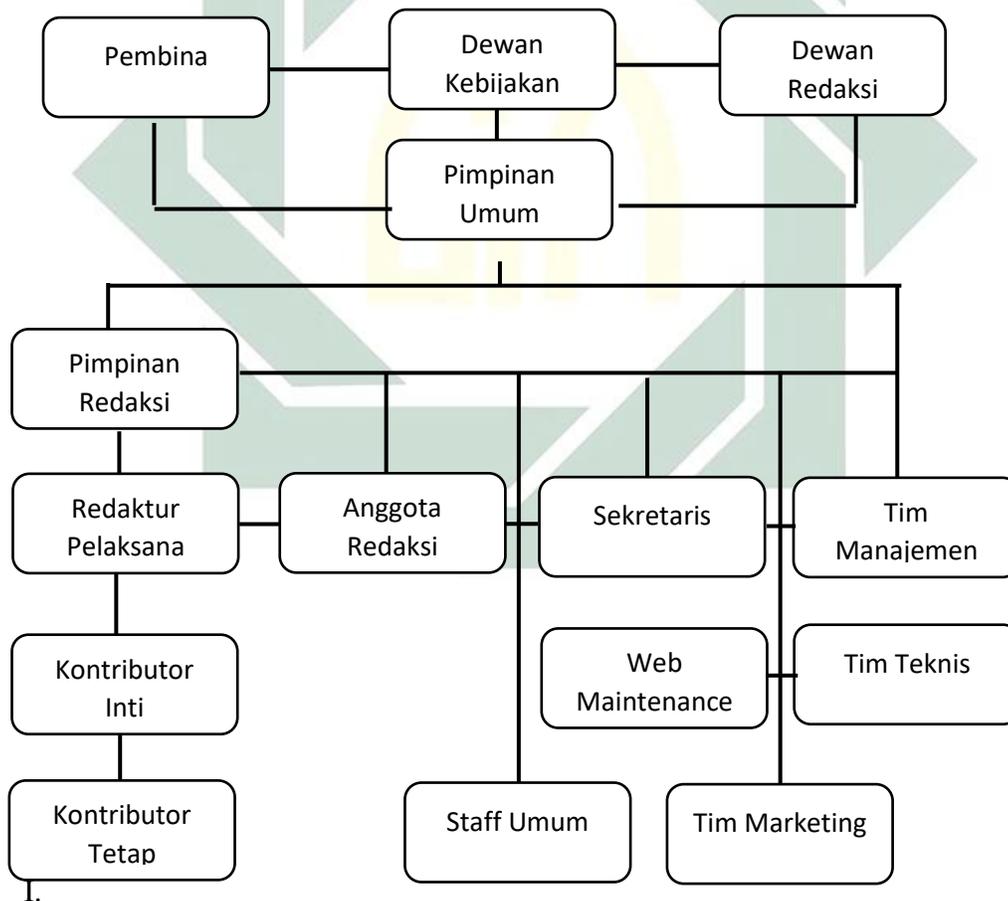
c. Struktur Organisasi Nu online

a. Dewan Penasehat

- 1) KH. Ma'ruf Amin
- 2) Prof Dr. KH. Said Aqil Siroj, MA
- 3) KH. Yahya C Staquf
- 4) Drs. H. Imam Aziz
- 5) Dr (HC) H. Helmy Faisal Zaini

⁶⁷ www.nu.or.id diakses pada Minggu 1 Juli 2018 pukul 23.15

- 34) Husni Mubarak (Tasikmalaya)
- 35) Ade Nurwahyudi (Bondowoso)
- 36) M Yazid (Bojonegoro)
- 37) Anang Lukman Afandi (Banyuwangi)
- 38) Abdu L Wahab (Papua)
- 39) Abdul Majid (Bintan, Kepulauan Riau)



Tabel 4.1

d. Macam-Macam Rubrik pada NU Online

a) Warta



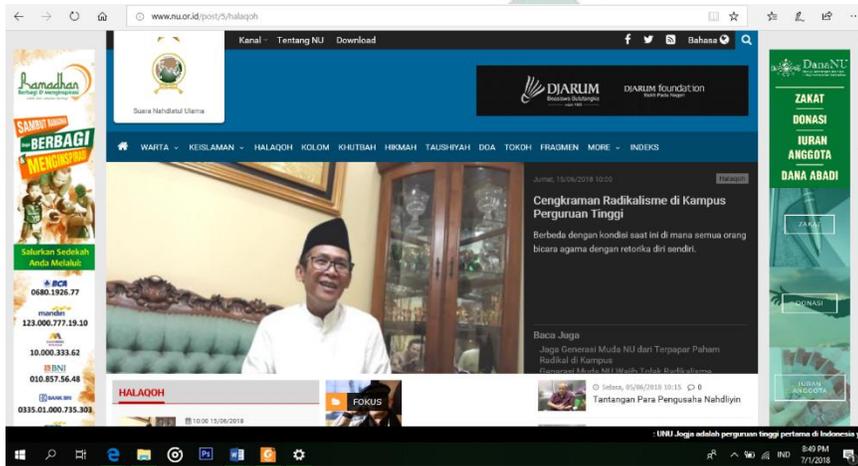
Gambar 4.1

b) Keislaman



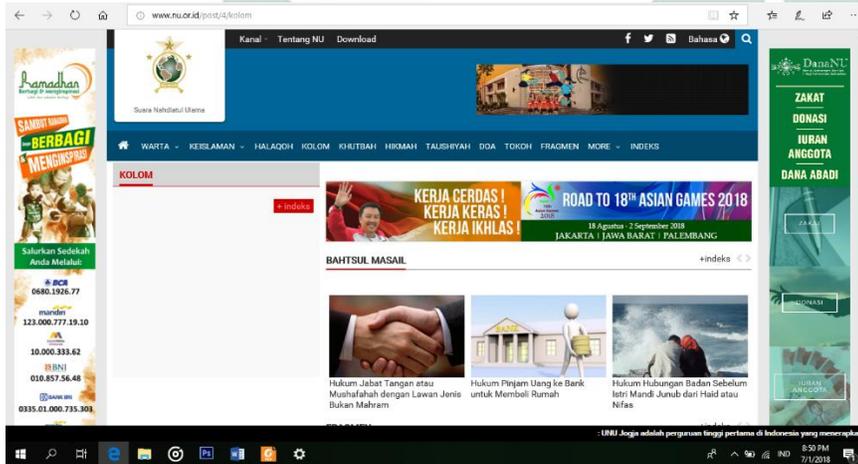
Gambar 4.2

c) Halaqoh



Gambar 4.3

d) Kolom



Gambar 4.4

e) Khutbah



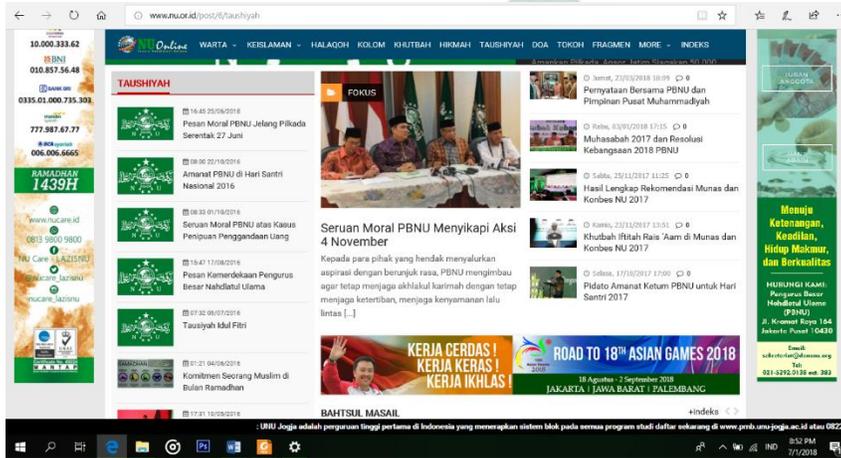
Gambar 4.5

f) Hikmah



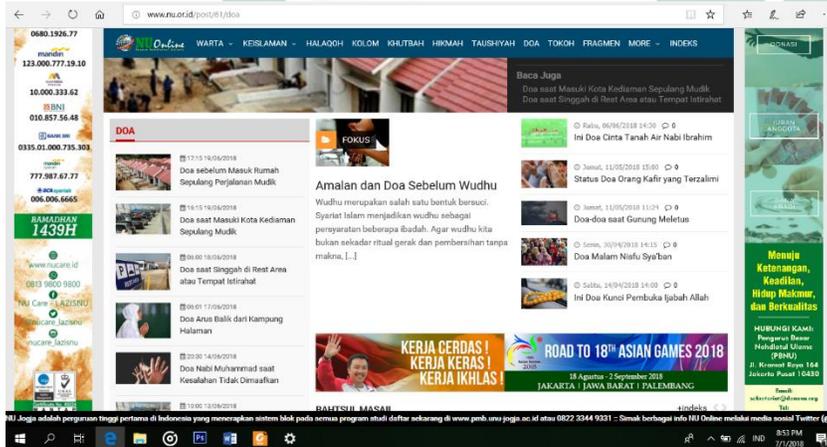
Gambar 4.6

g) Taushiyah



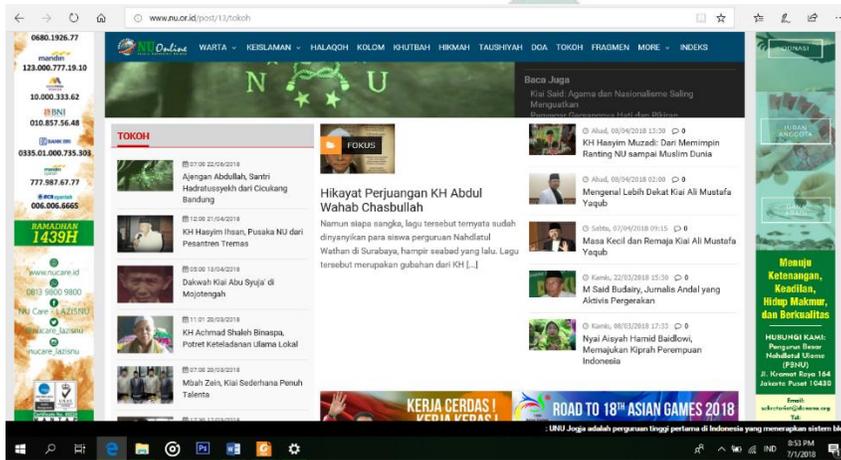
Gambar 4.7

h) Doa



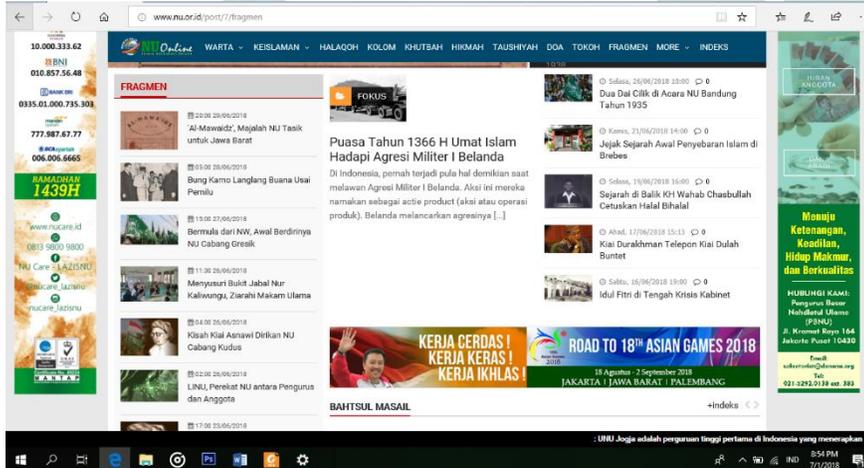
Gambar 4.8

i) Tokoh



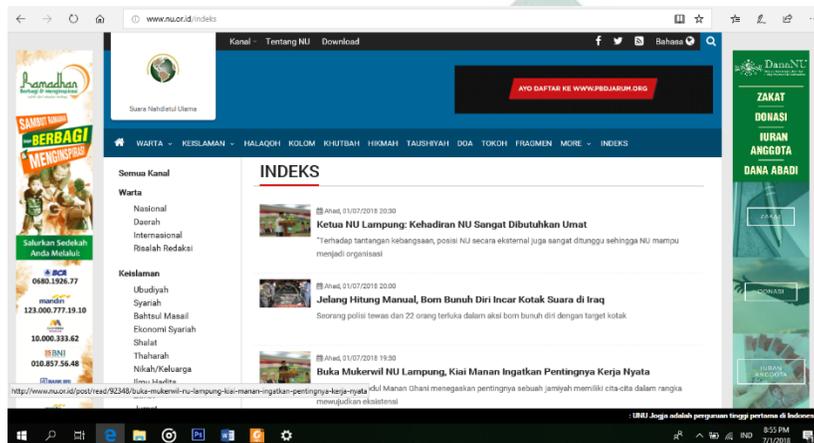
Gambar 4.9

j) Fragmen



Gambar 4.10

k) Indeks



Gambar 4.11

e. Link Website Nu Online

Dalam Perjalanannya Nu Online tidak menafikan sebuah jaringan dan hubungan yang luas dengan berbagai website yang memang menawarkan links tersebut akan memudahkan masyarakat ataupun lembaga-lembaga tertentu untuk menjalin komunikasi dan mengakses informasi sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, sehingga informasi yang ada di NU Online leboh cepat tersebar secara luas. Untuk kepentingan hal tersebut Nu Online membuka links atau jaringan diantaranya seperti :

- a. KH Abdurrahman Wahid (Gus Dur) (<http://www.gusdur.net>)
- b. KH Mustofa Bisri (Gus Mus) (<http://www.gusmus.net>)
- c. Gerakan Pemuda Ansor (<http://www.gp-ansor.org>)

- d. Pengurus Pusat Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama
(<http://www.ipnu.or.id>)
- e. Lembaga Kajian dan Pengembangan Sumberdaya Manusia
(Lakpesdam) NU (<http://www.lakpesdam.or.id>)
- f. Lembaga Kajian dan Pengembangan Sumberdaya Manusia
(Lakpesdam) NU Jombang (<http://www.lakpesamjombang.org>)
- g. Fatayat NU (<http://www.fatayat.or.id>)
- h. Muslimat NU (<http://www.muslimat-nu.or.id>)
- i. Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Sidoarjo
(www.penusidoarjo.nu.or.id)
- j. Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Pekalongan (www.nubatik.net)
- k. Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Malang (www.nukabmalang.org)
- l. Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Pasuruan (www.nupasuruan.or.id)
- m. Pengurus Cabang Istimewa NU Mesir (<http://www.numesir.org>)
- n. Pengurus Cabang Istimewa NU Syria (<http://www.nusyria.net>)
- o. Pengurus Cabang Istimewa NU Sudan
(<http://www.pcinusudan.shim.net>)
- p. Pengurus Cabang Istimewa NU Libya (<http://www.nulibya.co.nr>)
- q. Pengurus Cabang Istimewa NU Bandung (<http://www.nu-kotabandung.or.id>)
- r. Pengurus MWC Mustikajaya Kota Bekasi (www.nu-mustikajaya.com)
- s. Pondok Pesantren Ciganjur (www.pesantren-ciganjur.org)
- t. Pondok Pesantren Cipasung (www.cipasung.com)

- u. Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Hikam (<http://www.al-hikam.or.id>)
- v. Pesantren Virtual (<http://www.pesantrenvirtual.com>)
- w. Ponpes Salafiyah Syaifiyah Asembagus Situbondo (www.salafiyah.or.id)
- x. Pondok Pesantren Darussholah (<http://www.darussholah.com>)
- y. The Wahid Institute (<http://www.wahidinstitute.org>)
- z. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (<http://www.pmii.or.id>)
- aa. Tabloid Suara Santri (<http://suara-santri.tripod.com>)
- bb. STAINU Kebumen (<http://stainukebumen.ac.id>)
- cc. Syarikat (<http://www.syarikat.org>)
- dd. Harian Duta Masyarakat (<http://www.dutamasyarakat.com>)
- ee. Sekolah Citra Alam (<http://www.citraalam.org>)

2. Rubrik Khutbah www.nu.or.id

Rubrik ini menampilkan kumpulan sebagai materi khutbah di daerah-daerah. Selain itu sebagai bahan pidato peringatan hari besar serta materi pidato para da'i terkait dengan persoalan yang ada di masyarakat saat ini. Sehingga akan semakin tersebar luas dan berkembang, karena materi khotbah yang ditampilkan memuat nilai-nilai keislaman yang sesuai dengan faham keagamaan *Ahlussunnah Wal Jamaah*.

Pada awalnya rubrik-rubrik keagamaan tersebut pada awalnya ditujukan kepada kalangan *nahdliyin* awam yang berada di pedesaan, namun dalam perjalanannya justru mendapatkan respon dari pengaksesnya yang

berada di daerah metropolitan seperti Jakarta, Surabaya, bahkan dari luar negeri seperti australia, Jepang, Timur Tengah, Afrika, Inggris dan Amerika. NU online diakses dari luar negeri mencapai 25 sampai 35 persen dari seluruh pembaca yang ada.

3. Hoaks dan Kepridaian Kaum Beriman

Teks Khutbah :

Khutbah I

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَمَرَنَا بِبِرِّكَ الْمَنَاهِي وَفِعْلِ الطَّاعَاتِ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ ، وَأَشْهَدُ أَنَّ سَيِّدَنَا مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ الدَّاعِيَ بِقَوْلِهِ وَفِعْلِهِ إِلَى الرَّشَادِ. اللَّهُمَّ فَصِّلْ وَسَلِّمْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ الْهَادِينَ لِلصَّوَابِ وَعَلَى التَّابِعِينَ لَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الْمَأَبِ.

أَمَّا بَعْدُ، فَيَا أَيُّهَا الْمُسْلِمُونَ، إِنَّقُوا اللَّهَ حَقَّ نِقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ فَقَدْ قَالَ اللَّهُ تَعَالَى فِي كِتَابِهِ الْكَرِيمِ: إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرُونَ

Hadirin rahimakumullah

Perkembangan zaman adalah satu keadaan yang tidak dapat dihindari oleh setiap manusia dalam menjalani kehidupannya di dunia ini. Di balik perkembangan dari satu zaman ke zaman lainnya, dari satu era ke era lainnya, dari abad ke abad, dari satu satu dasawarsa ke dasawarsa, maupun dari satu dekade ke dekade, ada sesuatu yang selalu ada dan senantiasa ada, dan sesuatu itu selalu ada serta senantiasa mengiringi di dalam setiap perkembangan zaman. Lantas apa sesuatu itu? Sesuatu itu adalah yang kita sebut dengan perubahan.

Begitupun dengan zaman di mana kita berada pada saat ini, kita juga turut merasakan perubahan akibat perkembangan zaman, khususnya perubahan akibat kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi. Kini setiap orang semakin mudah dan setiap orang semakin bebas untuk berbagi informasi. Berbagi informasi melalui berbagai macam media sosial di internet yang sekarang telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia bahkan di dunia, khususnya bagi kalangan generasi muda. Dulu televisi, radio dan koran menjadi sumber informasi, tapi sekarang media sosial menjadi sumber informasi paling populer di tengah masyarakat kita.

Pada satu sisi, kemudahan dalam berbagi informasi melalui media sosial sesungguhnya memberikan banyak manfaat, banyak memberikan kemudahan, maupun hal-hal yang bersifat positif dan edukatif. Akan tetapi pada sisi yang lain, kemudahan berbagi informasi melalui media sosial juga telah mendorong munculnya berbagai masalah sosial dan juga banyak memicu hal-hal yang bersifat negatif dan destruktif, diantaranya adalah merajalelanya informasi hoaks, informasi yang berisi kebohongan dan informasi yang tidak sesuai dengan kebenaran, bertentangan dengan fakta dan realitas.

Informasi hoaks telah merasuki berbagai perbincangan dan pembahasan dalam kehidupan masyarakat, mulai dari persoalan sehari-hari, persoalan sosial politik, bahkan hingga memasuki wilayah pembahasan agama, menyentuh ke persoalan aqidah. Pada akhirnya informasi hoaks telah memicu tumbuhnya rasa permusuhan, sikap saling curiga, perselisihan, rasa kebencian, hingga konflik antar kelompok di tengah-tengah masyarakat. Sehingga tidak heran bila kini

ujaran-ujaran berisi kebencian, berisi ghibah dan namimah, berhamburan di media sosial. Kondisi ini tentu amat meresahkan, karena akan menggoyahkan tiang-tiang dan sendi-sendi kerukunan dan ketentraman yang telah terjalin lama di tengah masyarakat Indonesia yang majemuk.

Hadirin sidang Jumat yang berbahagia.

Lantas bagaimana dengan sikap kita sebagai pribadi Muslim di tengah informasi hoaks yang merajalela. Di antara yang dapat kita lakukan adalah dengan tidak menjadi orang yang memproduksi dan membuat informasi hoaks itu sendiri. Hendaknya kita menjauhkan diri dari membuat informasi yang berisi kebohongan.

Selain tidak menjadi produsen, kita juga hendaknya tidak menjadi distributor dari berbagai informasi hoaks. Boleh jadi kita tidak membuat kebohongan, boleh jadi kita tidak memproduksi kebohongan, tapi bukan berarti kita sah dan boleh menyebarkanluaskan kebohongan. Boleh jadi kita hanya menerima kiriman informasi hoaks tapi tidak berarti kita boleh membagikan kembali informasi hoaks yang kita terima untuk kita sebarkan kembali. Selama kita masih menjadi produsen, selama kita masih menjadi distributor informasi hoaks, maka sampai lebaran kuda kehidupan kita akan terus dikepung oleh informasi hoaks.

Dalam kaca mata agama, berbohong atau membuat kebohongan adalah sikap dan perilaku yang tidak dapat menyatu dalam diri seorang pribadi Muslim yang beriman. Dalam Surat an-Nahl ayat 105 Allah telah memberikan peringatan dengan sangat jelas.

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

“Sesungguhnya orang yang mengada-adakan kebohongan atau membuat kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta.” (QS an-Nahl: 105)

Maka dari itu, sesungguhnya iman dan kebohongan ibarat air dan minyak yang tidak akan pernah menyatu dalam pribadi seorang Muslim. Orang yang membuat kebohongan tidak dapat disebut sebagai seorang yang beriman. Dan sebaliknya orang yang beriman bukanlah orang yang suka membuat kebohongan.

Dalam hadits riwayat Imam Malik diceritakan, pada suatu hari Baginda Nabi pernah ditanya:

أَيُّكُونُ الْمُؤْمِنُ جَبَانًا

“Apakah ada orang yang beriman tapi dia seorang pengecut dan penakut?”

Jawab Nabi, *“Iya ada.”*

أَفَيَكُونُ بَخِيلًا

“Apakah ada orang yang beriman tapi dia seorang yang pelit bakhil?”

Jawab Nabi, *“Iya ada”*

أَفَيَكُونُ كَذَابًا

“Apakah ada orang yang beriman tapi dia suka membuat kebohongan?”

Jawab Nabi, *“Tidak ada”*

Seorang mukmin boleh jadi dia adalah seorang yang pengecut dan penakut, seorang mukmin boleh jadi dia adalah seorang yang pelit dan bakhil, tapi tidak ada kamusnya seseorang disebut mukmin tapi dia seorang pembohong dan pembuat kebohongan.

Hadirin sidang Jumat yang berbahagia,

Imam Al-Ghazali dalam kitab *Ihyâ 'Ulûmiddîn* mengatakan bahwa pada hakikatnya kebohongan tidak diperbolehkan bukan karena kebohongan itu sendiri (*lâ bi 'ainihi*). Akan tetapi kebohongan dilarang dalam agama karena kebohongan itu menimbulkan banyak dampak negatif.

Sama dengan hal tersebut, dalam kitab *Adabud Dunyâ Waddîn*, Imam Al-Mawardi menjelaskan:

الْكَذِبُ جَمَاعٌ كُلُّ شَرٍّ، وَأَصْلُ كُلِّ ذَمٍّ لِسُوءِ عَوَاقِبِهِ، وَخُبَيْثُ نَتَائِجِهِ؛

“Kebohongan adalah sumber dan akar dari segala kejahatan dan kejelekan karena dampak buruk dan keji yang ditimbulkannya.”

لِأَنَّهُ يُنْتِجُ النَّمِيمَةَ، وَالنَّمِيمَةُ تُنْتِجُ الْبَغْضَاءَ، وَالْبَغْضَاءُ تُؤَوِّلُ إِلَى الْعَدَاوَةِ، وَلَيْسَ مَعَ الْعَدَاوَةِ أَمْنٌ وَلَا رَاحَةٌ

“Karena sesungguhnya kebohongan dapat menimbulkan fitnah, dan fitnah membawa pada kemarahan. Lalu kemarahan akan menjadi awal dari permusuhan. Dan tidak ada yang namanya rasa aman dan ketentraman dalam sebuah permusuhan.”

Di akhir khutbah, khatib akhiri dengan ungkapan Ibnu Muqoffa seorang pujangga kenamaan yang hidup pada zaman Dinasti Abbasiyah yang termaktub dalam kitab *Adabud Dunyâ Waddîn*:

B. ANALISIS DATA

Tanda/ Sign	
Dalam kaca mata agama, berbohong atau membuat kebohongan adalah sikap dan perilaku yang tidak dapat menyatu dalam diri seorang pribadi Muslim yang beriman.	
Objek	Interpretan
Muslim yang tidak berbohong	Kizib berarti dusta atau berbohong merupakan perilaku, sifat, perkataan yang tidak sesuai dengan kebenaran aslinya hal ini dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Tabel 4.1

Berbohong atau membuat kebohongan merupakan akhlak tercela karena tidak menggambarkan kondisi sebenarnya. Berbohong adalah sumber dan akar dari segala kejahatan dan kejelekan karena dampak buruk dan keji yang ditimbulkannya. Berbohong adalah salah satu perbuatan dengan dosa kecil, jika dilakukan terus menerus bisa menjadi perbuatan dosa besar.

Perbuatan ini sering dilakukan seorang mukmin dalam hal berkata, sebaiknya seorang mukmin menghindari banyak berbicara karena dalam berbicara seringkali *dibumbuhi* dengan kata kebohongan sehingga dalam perkataan itu terdengar menarik,

Hadist mengarahkan kita agar tidak tersesat tatkala ada arus globalisasi, yang semula hanya mengenal ngaji, sinau, dan gotong royong maka saat ini yang terjadi adalah *gadget, gaming, dan media sosial*. Seperti yang dijelaskan pada salah satu ayat al-qur'an berikut ini surah al Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Inti daripada ayat tersebut adalah hendaklah kita harus lebih teliti lagi dalam menjadi seorang komunikator, sehingga pesan yang kita terima atau perkembangan zaman yang dilalui akan senantiasa tetap terawasi berdasarkan pedoman al-qur'an dan Hadits.

Tanda/ Sign	
Informasi hoaks telah merasuki berbagai perbincangan dan pembahasan dalam kehidupan masyarakat, mulai dari persoalan sehari-hari, persoalan sosial politik, bahkan hingga memasuki wilayah pembahasan agama, menyentuh ke persoalan aqidah.	
Objek	Interpretan
Masalah hoaks sudah menjadi masalah sehari hari di masyarakat.	Salah satu efek adanya kemajuan IPTEK ini adalah banyak beredarnya berita hoaks, dimana berita itu bias di buat oleh siapapun tanpa menjadi seorang wartawan

bohong dalam Alquran juga penting dilakukan agar dapat diambil pesan moral dalam menghadapi fenomena *hoax* pada zaman sekarang

Fenomena tersebarnya berita bohong sendiri sebenarnya sudah dijelaskan dalam Alquran, sebagaimana dalam QS. an-Nur ayat 11. Menurut sebuah riwayat, munculnya QS. an-Nur ayat 11 tak lain karena adanya tuduhan zina yang ditujukan kepada Aisyah ketika ia akan pulang menuju Madinah bersama pasukan Muslimin. Kemudian di sebuah perjalanan, Aisyah merasa kehilangan kalungnya, Namun, saat Aisyah mencari kalung yang hilang tersebut, pasukan Muslim malah meninggalkannya dan mengira Aisyah sudah bersama mereka. Pada saat itulah Aisyah merasa tertinggal. Ia kemudian kebingungan. Aisyah pun tertidur akibat rasa kantuknya. Setelah beberapa lama, kemudian seorang sahabat bernama *afwan bin al-Mu'atT al Al-Sulami Al-Dhakwani* melihatnya. Ia melihat istri Nabi SAW. tersebut. *S}afwan* mengucap lafal *innalillahi dan kemudian mengantarkan Aisyah hingga sampai kepada rombongan kaum Muslim.*

Namun, setelah terjadinya peristiwa ini, beberapa dari umat Islam malah ramai-ramai membicarakan dan menyebarkan berita bohong tentang Aisyah. Hingga selama sebulan Aisyah merasakan ada yang beda dari Rasulullah SAW. Dalam menyikapinya, bahkan hendak mendiskusikan untuk menceraikan Aisyah atas hal ini. Aisyah terus mengeluh dan mengadu kepada Allah tentang apa yang telah terjadi, hingga turunlah QS. An-Nur 24: 11 yang menjawab kegelisahannya.⁷¹

⁷¹Imadu al-din Abu al-Fida Isma'i Ibnu Kathir, Tafsir al-Qur'an al-'Azim, juz 3 (Damaskus: Maktabah Dar al-Fiha', 1994), 276-277.

﴿ إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ ۗ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم ۚ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ
لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ ۗ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong adalah golongan kamu, Janganlah kamu menganggapnya buruk bagi kamu, bahkan ia adalah baik bagi kamu, tiap-tiap orang dari mereka memperoleh apa yang dia kerjakan dari dosa itu, dan siapa yang mengambil bagian yang terbesar di dalamnya di antara mereka, bagian azab yang besar” (QS. An-Nur 24: 11).

Ayat ini merupakan kecaman, bagi orang-orang yang menuduh istri Nabi SAW., Aisyah, tanpa bukti-bukti. Kemudian Allah berfirman, Sesungguhnya orang yang membawa dan menyebarkan berita bohong dengan sengaja, berita bohong itu menyangkut kehormatan keluarga Nabi Muhammad SAW., itu adalah golongan dari komunitas kamu (hidup ditengah kaum mukmin). Janganlah kamu menganggapnya baik atau buruk, karena dengan demikian kamu dapat membedakan siapa yang munafik dan siapa yang kuat imannya (akan mendapatkan balasan yang sesuai).⁷²

Dari penjelasan dan riwayat di atas, dapat diambil sebuah pelajaran bahwa sebenarnya kasus *hoax* yang melanda di Indonesia akhir akhir ini bukanlah sesuatu yang baru. Jauh sebelumnya, pada masa Nabi Muhammad pun sudah beredar serupa berita *hoax*. Bahkan fenomena ini terjadi pada keluarga Nabi Muhammad sendiri.

Menanggapi hal itu, Allah memberikan sebuah jawaban kepada umat Islam untuk tidak berbuat dalam kerugian (menyebarkan berita bohong), dalam ayat selanjutnya, Alquran juga menjelaskan kembali ancaman dan bahaya bagi orang-orang yang terlibat dalam penyebaran berita bohong tersebut.

⁷² Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Quran*, 294.

Tanda/ Sign	
<p>hakikatnya kebohongan tidak diperbolehkan bukan karena kebohongan itu sendiri (<i>lâ bi 'ainihi</i>). Akan tetapi kebohongan dilarang dalam agama karena kebohongan itu menimbulkan banyak dampak negatif.</p>	
Objek	Interpretan
<p>Agama Melarang Kebohongan</p>	<p>Berita hoaks biasanya merupakan berita yang belum bisa di pertanggungjawabkan karena bisa saja berita tersebut merupakan berita bohong, dimana bohong merupakan hal yang tidak diperbolehkan dalam islam.</p>

Tabel 4.3

Dalam kalimat diatas, penulis menganalisa bahwa ada dampak negatif yang dihasilkan karena berbuat bohong. Berbohong (berdusta) merupakan suatu kelakuan buruk yang merupakan dosa besar yang merusak pribadi dan masyarakat. Karena dusta adalah cacat masyarakat di seluruh zaman, maka ia menyebabkan banyak kehinaan dan keburukan dalam masyarakat itu. Ketika kita sudah berbohong maka akhlak kita akan dinilai buruk oleh orang lain.

Berbohong juga menimbulkan kebencian di antara orang-orang dan menyebabkan kehilangan kepercayaan di antara mereka dan menjadikan mereka saling

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang penulis peroleh, maka penulis menemukan kesimpulan dari situs NU online rubrik khutbah edisi 17 Desember 2017 dimana peneliti menemukan pesan dakwah yang rata-rata mengandung pesan dakwah akhlak. Karena pada artikel tersebut sudah jelas membahas tentang bagaimana tata cara berperilaku menghadapi perkembangan zaman yang begitu pesat ini.

B. SARAN

Demi kemajuan civitas akademika, diharapkan untuk semakin memperbanyak penelitian pesan dakwah dalam media massa. Baik itu media cetak, online, radio dan sebagainya. Khususnya media online, buat para pendakwah sarannya agar tetaplah memasuki dakwah media online agar dakwah media online tidak ditinggalkan.

Peneliti juga berharap beberapa masukan untuk skripsi ini guna pengembangan keilmuan khususnya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dengan kesimpulan yang ada diatas, maka rekomendasi penelitian selanjutnya adalah bisa meneliti artikel online tersebut dengan metode penelitian yang berbeda atau meneliti gaya bahasa yang ada di artikel tersebut.

Daftar Pustaka

Buku :

- Alawiyah Tutty, 1997 *Strategi Dakwah di Lingkungan Majelis Taklim*, Bandung: Mizan
- Al-Munawwir Ahmad Warson, 1997, *Al-Munawwir*, Jakarta, pustaka Progresif
- Amin M. Masyhur, 1997, *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, Yogyakarta : Kurnia Kalam Semesta
- Amir Samsul Munir, 2009, *Ilmu Dakwah* Jakarta : Amzah
- Aripudin Acep, 2011 *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Arifin Zainal, 2012, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, Bandung: PT
- Arsyad Azhar, 2005, *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Asnawir dkk, 2002 *Media Pembelajaran*, Jakarta: Ciputat Pers, 2002
- Azis Moh Ali, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media
- Badruttamama Nurul, 2005, *Dakwah Kolaboratif Tarmidzi Taher*, Jakarta : Grafindo
- Bachtiar Wardi, 1997, *Metodologi penelitian Dakwah*, Jakarta : Logos
- Bachtiar Wardi, 1997, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos Wacana
- Darmawan Deni dkk, 2013, *Desain dan Pemrograman Website*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Departemen Pendidikan & Kebudayaan,1997, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,
Jakarta : Balai Pustaka

Djamarah dkk,2006, *Strategi belajar Mengajar*, Jakarta : PT. Rineka Cipta

Drs. Wahidin Saputra, M.A.2012, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja
Grafindo Persada

Gozali BC.TT,1992 *Kamus istilah Komunikasi*, Bandung : Djambatan

Ghozali Dody M,2004, *Communication Measurement; Konsep dan Aplikasi
Pengukuran*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Gunawan Imam,2013, *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*, Jakarta: Bumi
Aksara

Hasan Iqbal,2006, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara

Islamiyah Indriansyah,1998, *Ahlak Islamiyah*, Jakarta: Parameter

Ilaihi Wahyu,2010, *Komunikasi Dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset

Khazanah Siti Uswatun, 2007, *Berdakwah Dengan Jalan Debat*, Purwokerto : STAIN
Purewokerto Press

Moleong Lexy J,2013 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja
Rosdakarya Offset

Muhadjir Noeng,1998, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin

Mulkhan Abdul Munir,1992, *Paradigma Intelektual Muslim*,Yogyakarta : Sipre

Munir M.,2003, *Metode Dakwah*, Jakarta: Persada Media,2003

- Munir M,2009 *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Nasution Zulkarnain,2004, *Komunkasi Inovasi*, Jakarta : Universitas Terbuka
- M.romli Asep Syamsul,2014, *Jurnalistik online*,Bandung : Nuansa Cendikia
- Pardianto,2013 *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, Jurnal Komunikasi Islam
vol.03
- Piktoringa M Jamaluddin,2005, *Tipologi Pesan Persuasif*, Jakarta : PT Indeks
- Prihananto,2013 *Internet Sebagai Dakwah Altrnatif pada Masyaratakat Informasi*,
Jurnal Ilmu Dakwah
- Rakhmat Jalaluddin,1995, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja
Rosdakarya
- Robinson James G, 1986, *Komunikasi Yang Efektif*, Jakarta:CV.Pedoman Jaya
- Syabibi Ridho,2008, *Metodologi Ilmu Dakwah*,Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Saleh Abd Rosyad,1986, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: PT Bulan Bintang
- Syukir Asmuni,1983, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-ikhlas
- Suryawati Indah,2014, *Jurnalistik Suatu Pengantar*,Bogor : Ghalia Indonesia,2014
- Sutabri Tata, 2012,*Konsep Dasar Informasi*,Yogyakarta : Andi
- Sobur Alex,2003, *Semiotika Komunikasi*, Bandung :PT Remaja Rosdakarya
- Strauss Anselm dkk,2013, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta; Pustaka
Pelajar

