

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Kepustakaan Konseptual

1. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-dakwah* (موضوع الدعوة). Istilah ini lebih tepat dengan istilah “pesan dakwah”. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahfahaman sebagai logistic dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, yang dan sebagainya yang diharapkandapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.” Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, nmaka ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka di ucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan hadis. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan Hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan

mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk membenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah.¹

Pada dasarnya pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun secara global dapatlah dikatakan bahwa pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:

a) Keyakinan (Aqidah)

Aqidah ini merupakan fondamen bagi setiap Muslim. Aqidah inilah yang menjadi dasar yang memberi arah bagi hidup dan kehidupan seorang Muslim. Pokok-pokok keimanan yang menjadi akidah Islamiyah ini pernah diterangkan oleh Nabi Muhammad SAW. ketika beliau menjawab pertanyaan malaikat Jibril as sebagai berikut: "Hendaknya engkau beriman kepada Allah SWT., para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, para Rasul-Rasul-Nya, hari akhir dan adanya takdir baik dan buruk (yang diciptakan oleh-Nya)". (HR. Muslim dari Umar).²

b) Hukum (Syari'ah)

Syari'ah merupakan peraturan-peraturan atau sistem-sistem yang disyariatkan oleh Allah SWT. untuk umat manusia, baik secara terperinci maupun pokok-pokoknya saja, kemudian Rasul SAW. yang memberikan keterangan dan penjelasan. Syari'ah

¹ M. Ali Aziz, *Edisi revisi ilmu Dakwah* (Jakarta, Prenada Media Group, 2009), hal. 318-319

² Mansyur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1977), hal. 12

disebutnya dengan istilah ‘*amaliyah*’ terbagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah (hubungan manusia dengan Allah SWT) dan muamalah (hubungan manusia dengan manusia dan alam) yang meliputi tujuh aspek hukum:

- 1) Hukum perdata keluarga (*ahkam al-ahwal al-syakhshiyah*)
- 2) Hukum perdata ekonomi (*al-ahkam al-madaniyyah*)
- 3) Hukum Pidana (*al-Ahkam al-jinaiyyah*)
- 4) Hukum acara (*ahkam al-murafa’at*)
- 5) Hukum tata negara (*al-ahkam al-dusturiyyah*)
- 6) Hukum politik (*al-ahkam al-dauliyyah*)
- 7) Hukum publik (*al-ahkam al-iqtishadiyyah wa al-maliyyah*).³

c) Akhlak dan Moral

Akhlak dan moral merupakan pendidikan jiwa agar jiwa seseorang dapat bersih dari sifat-sifat yang tercela dan di dihiasi dengan sifat-sifat terpuji.

Pendidikan jiwa ini sangat penting, sebab jiwa ini merupakan sumber dari perilaku manusia. Kalau jiwa seseorang baik niscaya baiklah perilakunya dan kalau jiwa seseorang buruk niscaya buruklah perilakunya.

Pesan-pesan yang disampaikan, tentunya adalah yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah (hadits). Dalam hal ini al-Qur'an menyatakan:

³ M. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Renada Media Grup, 2009), hal. 336

(12 :) .

“Dan taatlah kepada Allah dan taatlah kepada Rasul-Nya, jika kamu berpaling Sesungguhnya kewajiban Rasul Kami hanyalah menyampaikan (amanat Allah) dengan terang”

b. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut yaitu: da'i (pelaku dakwah); maddan (materi dakwah); mad'u (penerima dakwah); thariqoh (metode); dan atsar (efek dakwah).

1) Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok, atau berbentuk organisasi atau lembaga. Di dalam kegiatan dakwah peran da'i sangat esensial, sebab tanpa da'i ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat.

Yang menjadi obyek pelaksanaan dakwah Islam adalah masyarakat. suatu yang harus lebih dahulu mengetahui keadaan sebenarnya pada masyarakat yang menjadi obyek dakwahnya. Jadi lebih dahulu diadakannya pendekatan masyarakat.⁴

⁴ Hamzah Tueleka, *pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: Indah Offset, 1989), hal.33

Da'i merupakan unsur dakwah yang paling penting, karena penting, karena pentingnya fungsi da'i ini, maka banyak al-Qur'an dan hadits yang memberikan sifat-sifat yang harus dimiliki, antara lain: tidak bersifat emosional, bertindak sebagai pemersatu umat, dan tidak bersikap materialistis.

2) Pesan Dakwah

Pesan dakwah tidak lain adalah al-Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syaria'ah dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. Materi yang disampaikan oleh seorang da'i harus cocok dengan bidang keahliannya. Materi juga harus cocok dengan metode dan dengan berbagai jenis metode, berbagai macam media kepada obyek tertentu.⁵

Materi dakwah suatu ajaran-ajaran Islam, ajaran-ajaran Islam inilah yang wajib disampaikan kepada umat manusia dan mengajak mereka agar mau menerima dan mengikutinya. Diharapkan agar ajaran-ajaran Islam benar-benar dapat diketahui, difahami, dihayati dan diamalkan, sehingga mereka hidup dan berada dalam kehidupan yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam.

⁵ Wardi Bahtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Jakarta:Logos, 1997), hal.33-34

3) Mad'u

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran atau penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun yang tidak dengan kata lain manusia secara keseluruhan.⁶ Al-Qur'an menjelaskan dalam surat al-Baqarah ayat 20 beberapa tipe mad'u yaitu terbagi tiga: *mukmin*, *kafir* dan *munafiq*.⁷

Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi 3 golongan yaitu: golongan cerdik cendekiawan, golongan awam, golongan yang senang membahas sesuatu tapi hanya dalam batas tertentu, tanpa mendalami benar-benar.⁸

Penerima dakwah mempunyai banyak ragam, secara sosiologi terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia, antara lain:

- a) *Crowd*, yaitu kelompok yang sedang berkumpul pada suatu tempat/ruang tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan/kepentingan bersama secara tatap muka (*directcommunication*). Contoh audien dalam suatu pertemuan pengajian.
- b) *Publik* yaitu kelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan/kepentingan yang sama untuk mencari penyelesaian/kepuasan persoalan/kepentingan.

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*...90

⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, hal. 8-9

⁸ Hamzah ya'qub, *Publistik Islam dan Teknik Dakwah* (jakarta: Diponegoro: 1998), hal. 33

c) *Massa* yaitu orang banyak yang sangat heterogen tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang.⁹

4) *Thoriqoh* (Metode Dakwah)

Metode terdiri dari kata *meta* yang berarti melalui, dan *hodos* yang berarti jalan, sehingga kata “methode” dapat diartikan: melalui jalan yang benar.

Dakwah yang dimaksud adalah dakwah Islam adalah suatu bidang usaha untuk mengajak orang atau orang banyak dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹⁰

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan pesan atau materi dakwah (Islam). dalam menyampaikan suatu pendakwah, metode sangat penting peranannya, suatu pesan walaupun baik tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Dalam “ilmu komunikasi” ada jargon “*the method is message*”. Maka dari itu kejelian juru dakwah dalam memilih dan memakai metode sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dakwah.¹¹

Sebagai juru dakwah yang sudah memiliki modal ilmu yang akan disuguhkan dan telah mengetahui keadaan orang atau

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*...93

¹⁰ Hamzah Tueleka, *pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: Indah Offset, 1989), hal. 41

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*...123

masyarakat yang menjadi sasarannya, masih belum cukup sempurna baginya. Untuk menjadi da'i atau juru dakwah yang tangguh yang dapat sukses dalam dakwahnya lantaran disebut baik oleh orang atau masyarakat, maka selain modal dan unsur-unsur tersebut ia harus memiliki pula metode atau cara dakwah yang baik.

Sudah jelas kalau yang akan disampaikan oleh juru dakwah itu adalah suatu yang sangat berharga, tinggi, luhur dan mulia, yaitu tuntunan dan ajaran agama yang dapat membahagiakan orang-perorangan dan masyarakat dalam kehidupan di dunia, bahkan di akhirat nanti. Tujuan inipun sudah diketahui oleh orang atau masyarakat, terbukti dengan hadirnya mereka ke pengajian, ceramah agama dan lebih-lebih lagi pada sholat Jum'at, di mana semata-mata dengan ikhlas dan mengharap akan memperoleh tuntutan dan wejangan-wejangan agama yang disuguhkan. Akan tetapi apabila juru dakwah yang akan memberi suguhan baik itu tidak dengan metode atau cara yang baik, maka bisa mengundang kekecewaan pada mereka yang hadir, bahkan lebih dari itu dapat saja terjadi kehancuran melanda masyarakat Islam setempat.

Dengan demikian, maka metode dakwah ialah cara-cara untuk mengajak orang atau orang banyak dengan kebijaksanaan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat sesuai dengan perintah Allah SWT. Dengan kata lain

metode dakwah ialah cara-cara untuk melakukan kegiatan dakwah.¹²

5) Atsar (Efek Dakwah)

Atsar (efek) sering disebut dengan fead back (umpan balik) berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas, sisa atau tanda.¹³ Atsar harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial/setengah-setengah. Seluruh komponen sistem (unsur-unsur) dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Sebaliknya, evaluasi itu dilakukan oleh beberapa da'i, para tokoh masyarakat dan para ahli jika prose evaluasi ini telah menghasilkan beberapa konklusi dan kepustakaan, maka segera diikuti dengan tindakan korektif (*corrective action*). Kalau yang demikian dapat terlaksana dengan baik, maka terciptalah suatu mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah.

c. Komunikasi Dakwah

1) Sumber: al-Qur'an dan Sunnah

2) Komunikator:

- Khusus ulama (*thofiatun liyatafaqqohu fiddin*)
- Umum: setiap Muslim muslimat yang mukallaf (dengan dewasa)

3) Pesan (*massage*):

- Al-Qur'an dan Sunnah

¹² Hamzah Tueleka, *pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: Indah Offset, 1989), hal. 41-43

¹³ Abuddin nata, *Metode Study Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 363

- Penjabaran al-Qur'an dan Sunnah dalam kehidupan

4) Approach:

- Hikmah
- Kasih sayang
- Persuasive

5) Tujuan

Perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan isi dan harapan dari pesan yang disampaikan.

Dari uraian di atas, tampaknya kepada kita bahwasannya dakwah itu merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas yang membedakan dirinya dari bentuk (*source*), komunikator, pesan (*message*), *approach* dan tujuannya (*destination*).¹⁴

2. Internet

a. Pengertian Internet, Sejarah dan Perkembangannya

Pengertian Internet : Internet berasal dari kata Interconetion Networking yang mempunyai arti hubungan komputer dengan berbagai tipe yang membentuk sistem jaringan yang mencakup seluruh dunia (jaringan komputer global) dengan melalui jalur telekomunikasi seperti telepon, radio link, satelit dan lain-lain.¹⁵

Internet bisa juga di maksud sebuah jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang dihubungkan dengan protokol internet (IP; protokol). IP memungkinkan sebuah komunikasi memungut sebuah

¹⁴ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 47-48

¹⁵ Tito Raditya & Hevea Bori, *Pengertian Internet* (http://stikom_2, diakses 27 September 2007)

file, menguraikannya, menjadi kepingan-kepingan yang disebut paket, dan kemudian mengirimkannya ke sebuah tujuan (komputer lain) melalui line telepon dengan menggunakan *dynamic routing* (misalnya membuat rute atau jalur ke tujuan melalui beragam penghubung, tempat di mana paket-paket tersebut diangkat).¹⁶ Internet merupakan sebuah teknologi yang cepat dan mutakhir, dan banyak sekali yang didapatkan dari internet tanpa batas, ruang dan waktu.

Internet merupakan sebuah peradaban teknologi canggih di abad ke-21 ini. Dunia maya (sebutan dari internet) telah menghasilkan berbagai hal atau ilmu pengetahuan dan dampak yang positif dan terdapat pula dampak negatifnya. Internet dari zaman ke zaman mengalami kemajuan yang cepat dan semakin canggih, sehingga saat ini internet sebagai media telekomunikasi menjadi peranan penting dan menjadi kebutuhan hidup manusia.

Nilai yang di tawarkan internet dapatlah di kiaskan sebagai sistem jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek waktu perjalanan. Atau dapat di ibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat di kunjungi setiap saat, dengan kelengkapan buku, sumber informasi atau kemungkinan penelusuran informasi yang tidak terbatas atau, sebagai sebuah jamuan pesta semalam suntuk

¹⁶ Kieron O'Hara, *Plato dan Internet* (Yogyakarta: Jendela, 2002), hal. 29

dengan penerima tamu yang siap menyambut setiap saat. Itulah keberadaan internet saat ini. Itulah keberadaan internet sekarang.¹⁷

Wajah publik Internet, bagian dari Internet yang Paling bertanggung jawab dalam sebuah *World Wide Web (WWW* atau *Web*). Pada prinsipnya, *WWW* merupakan sebuah koleksi yang besar yang memuat data dalam jumlah yang sangat banyak melalui beragam media – naskah, gambar, suara, video dan lain sebagainya. *Web* bekerja dengan cara menyediakan *file* dari komputer yang di sebut server. Server “berpura-pura” seolah-olah semua *file* yang ada padanya tersimpan dalam satu sumber saja, yaitu dengan cara menyediakan sebuah sistem alamat *file* yang konsisten atau tetap yang di sebut *Uniform Resource Locators (URL)*. *URL* adalah kotak alamat pelacakan (*browser*).¹⁸

Internet adalah kerangka kerja, struktur komunikasi bagi gagasan komodifi serta proses digital. Internet mendidik dan menyatukan. Internet adalah sarana yang membuat masyarakat dapat mendefinisikan diri mereka sendiri, menikmati bersama ruang maya yang tidak terbatas secara politik dan geografis. Menciptakan makna baru bagi pengguna yang tidak memerlukan atau menginginkan kendali dari luar. Internet juga berbagai ketertarikan manusia, baik yang mulia, yang keji, bahkan yang kotor lagi menjijikan.¹⁹

¹⁷ Traqy LaQuey, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB, 1997), hal. 1

¹⁸ Kieron O’Hara, *Plato dan Internet* (Yogyakarta: Jendela, 2002), hal. 29-30

¹⁹ Laural Bunsur dan Zoran Jevtic, *Mengenal internet For Beginnes* (bandung: Mizan, 1998), hal.

Sejarah dari internet, Jagat Raya Internet tercipta oleh suatu ledakan tidak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya ARPANET, suatu proyek eksperimen dari Kementrian Pertahanan Amerika Serikat Bernama DARPA. (Departemen of Defensen Advanced Research Projects Agency). Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang benar. Keberhasilan ARPANET membantu membudayakan sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian menjadi saling berhubungan; 25 tahun kemudian sistem ini berevolusi menjadi suatu “organisme” yang semakin luas perkembangannya yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.

Sebagian besar pengguna melukiskan Internet (atau “Net”) sebagai suatu “jaringan dari jaringan”; pertumbuhannya tampaknya tidak pernah berhenti. Internet tidak hanya menghubungkan sebuah komputer, tetapi menghubungkan komputer lainnya yang juga tersambung ke Internet. Internet adalah semacam jagat raya yang terus menerus berkembang, memiliki geografi, “cuaca”, dan budaya sendiri, dalam bola dunia cyber ini, berbagai orang dari penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka, dan informasinya tersedia selama 24 jam sehari dari ribuan tempat.

Internet dihuni oleh jutaan orang “nonteknik” yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Populasi Internet sebagian besar adalah para peneliti dan pendidik, dan belum terdapat banyak aplikasi dan kelompok minat yang relevan bagi masyarakat umum. Berbagai layanan utama mendominasi penggunaan internet ini. Sebagai akibatnya, Internet dibanjiri sebagai sumber daya bermanfaat – dan semakin banyak penumpangnya.²⁰

Internet yang terus berkembang dalam pertumbuhan dan kelahiran internet.²¹ Sulit dibayangkan bagaimana Internet bertumbuh sedemikian cepat dan sukses tanpa kendali sebuah organisasi atau menejer proyek yang ambisius. Memang benar, tidak ada yang memonopoli akses atau penggunaan Internet, tidak semacam kerajaan monolitik dengan nama Internet, yang mengendalikan rekening dan pengembangan aplikasi atau menjalin bagian tersembunyi dibalik alam cyber. Salah satu alasan mengapa internet sedemikian berhasil adalah keseriusan para pengembangnya untuk menghasilkan standar atau bakuan “terbuka”. Spesifikasi atau aturan yang diperlukan komputer untuk berkomunikasi tersedia secara terbuka dan gratis, diterbitkan sehingga setiap orang dapat memperolehnya. Standar yang digunakan Internet ini dikenal sebagai protokol TCP/ IP.²²

²⁰ Kieron O’Hara, *Plato dan Internet* (Yogyakarta: Jendela, 2002), hal. 1-2

²¹ Traqy LaQuey, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB, 1997), hal. 2

²² Traqy LaQuey, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB, 1997), hal. 4

Metode jaringan ini sangat fleksibel dan tahan gangguan, yang memungkinkan beragam komputer dan sistem berkomunikasi dengan menggunakan perangkat lunak jaringan, bukan perangkat keras. Bila sebuah jaringan “tidak jalan” – yang tidak berarti tidak dapat mentransfer informasi – semua paket dapat dijalurkan kembali ke jaringan lainnya. Penjaluran dinamik alternatif dari informasi ini menciptakan suatu cara komunikasi yang langgeng. Dan memang, itulah tujuan utama para insinyur jaringan yang mengembangkan teknologi ini selama perang dingin memuncak. Mereka menginginkan suatu jaringan yang terus berfungsi meskipun beberapa bagiannya dihancurkan ketika terjadi serangan musuh.²³

Internet sebagai penyedia akses layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi memiliki beberapa bentuk fasilitas.

Fasilitas-fasilitas yang dapat memanfaatkan dengan menggunakan Internet, diantaranya :

- Web adalah fasilitas hipertext untuk menampilkan data berupa, teks, gambar, bunyi, animasi dan data multimedia lainnya, yang di antara data tersebut saling berhubungan satu sama lain, untuk memudahkan anda membaca data dan informasi tersebut anda dapat mempergunakan web browser seperti Internet Explorer ataupun nestcape

²³ Traqy LaQuey, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB, 1997), hal. 5

- E-Mail (*Electronic Mail*), dengan fasilitas ini anda dapat mengirim dan menerima elektronik (E-mail) pada 1 dari pemakai komputer lain yang terhubung di Internet, dan dapat menyertakan file sebagai lampiran (*attachment*)
- News group, fasilitas ini digunakan untuk mendistribusikan artikel, berita, tanggapan, surat, pengeluaran ataupun file kepemakai Internet lain yang tergabung dengan kelompok diskusi topik tertentu, dengan fasilitas ini pula melakukan diskusi, seminar, ataupun konferensi dengan cara elektronik tanpa terikat waktu, ruang dan tempat.
- FTP (*file transfer protocol*), fasilitas ini digunakan untuk menghubungkan keserver computer tertentu dan bila perlu menyalin (*download*) file yang dibutuhkan dari server tersebut dan menyimpannya komputer.

Istilah-istilah yang sering digunakan:

Pada beberapa istilah yang sering digunakan apabila kerja dalam Internet, diantaranya yaitu:

- www . merupakan kumpulan web server dari seluruh dunia yang berfungsi mnyediakan data dan informasi untu digunakan bersama. Berbagai informasi dapat ditemukan pada www, seperti informasi politik, ekonomi, sosial, budaya, sastra, sejarah, teknologi, pendidikan dan sebagainya. Kita dapat meumpamakan www ini

merupakan perpustakaan besar yang menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan.

- Web site (situs web), merupakan tempat penyimpanan data dan informasi dengan berdasarkan topik tertentu. Diumpamakan situs web ini adalah sebuah buku yang berisi topik tertentu.
- Web pages (halaman web), merupakan sebuah halaman khusus dari situs web tertentu. Diumpamakan halaman web ini adalah sebuah halaman khusus buku dari situs web tertentu.
- Homepage, merupakan sampul halaman yang berisi daftar isi atau menu dari sebuah situs web.
- Browser, merupakan program aplikasi yang digunakan untuk memudahkan melakukan navigasi berbagai data dan informasi pada www.²⁴

b. Media Dakwah

Dalam sejarah perkembangan, dan pertumbuhan serta perjalanan dakwah senantiasa berkaitan dengan media. Bahkan keterkaitan antara dakwah dengan media ini dapat diurut berdasarkan informasi dari al-Qur'an dan al-hadits. Dalam ijma' tercatat, bahwa Nabi Muhammad pernah memakai media tulisan (surat) dalam berdakwah dan media komunikasi tatap muka, seperti khotbah di mimbar, pengajian di majelis ta'lim dan dapat dalam kesempatan lain. kemudian sejarahpun membuktikan berbagai media digunakan oleh

²⁴ Tito Raditya & Hevea Bori, *Pengertian Internet* (<http://stikom>, diakses 27 September 2007)

praktisi dakwah dalam mendiseminasikan ajaran Islam. media-media tersebut dimanfaatkan dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya.

Berdasarkan literatur dalam ilmu dakwah media dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi: 1) forum tatap muka, seperti ceramah, diskusi, dialog, seminar dan sebagainya; 2) tercetak, melalui buku, artikel keagamaan dan surat kabar, konsultasi keagamaan di majalah-majalah dan sebagainya; 3) elektronik, misalnya mimbar agama Islam di radio, kuliah subuh di televisi dan program keagamaan atau rohani lainnya.²⁵

Media dakwah bukan saja berperan sebagai alat bantu dakwah namun bila ditinjau sebagai suatu sistem, yang mana sistem itu terdiri dari beberapa komponen (unsur) yang komponen satu dengan yang lain berdiri kait mengkait, bantu membantu dalam mencapai tujuan. Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibandingkan dengan komponen yang lain. Seperti metode dakwah, obyek dakwah dan sebagainya apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki asas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi tampak jelas peranannya.²⁶

Media dakwah digolongkan menjadi 3 jenis yaitu: *spoken words*, *pinted writing* dan *the audio visual* yang akan dijelaskan sebagai berikut:²⁷

²⁵ Prihananto, *Internet Sebagai Dakwah Alternatif* (Dalam Jurnal Ilmu Dakwah, vol. 3 no. 2 Oktober 2000), hal. 7

²⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal. 164

²⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*... 149

- 1) *Spoken words*, yaitu media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkap dengan indera telinga seperti radio, telepon dan sebagainya.
- 2) *Pinted writing*, yaitu media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indera mata.
- 3) *The audio visual*, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat seperti televisi, film, video dan sebagainya.

Di samping itu, media dakwah dari segi sifat-sifatnya dapat dibagi menjadi 2 golongan, yaitu:

- 1) Media internasional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang dan sebagainya.
- 2) Media modern, yaitu media elektronik (media yang dilahirkan dari teknologi).

Dengan demikian bahwasannya media dakwah harus dalam keseluruhan aktifitas dakwah walaupun itu bersifat sederhana dan sementara. Dalam skripsi ini penulis memiliki *pinted writing* sebagai bentuk media yang akan dikaji, karena jenis media dakwah ini berbentuk tulisan gambar lukisan yang dapat ditangkap dengan indera

mata. Dan memilih internet sebagai media yang akan dikaji karena bersifat sebagai media modern.

Dengan media internet, dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tatanan Islam ke seluruh penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultur dan lain-lainnya. menyikapi fenomena ini Nur Cholis Madjid mengatakan:

“Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet. Sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat bekerja”.²⁸

Dari uraian di atas, tentang internet sebagai media dakwah tampaknya jelas begitu besar pengaruh emosi dan perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh internet, akan tetapi kesadaran untuk memiliki dan menggunakannya masih rendah di kalangan umat Islam. Umat Islam masih puas dengan dakwah yang berbentuk ceramah agama di hadapan langsung kelompok agama yang tentunya amat sempit jangkauannya. Dakwah Islam akan semakin terasing dari umat manusia dan terutama dari persaingan ideologi dengan agama-agama besar lainnya jika internet/media teknologi yang lain tidak

²⁸ Nurcholis Masjid, *Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan*, (Jakarta: Republik, 1995), hal. 8 dikutip dari buku Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...* 156

dimanfaatkan sebagai media dakwah karena seiring perkembangan zaman dan teknologi yang ditandai dengan kecanggihan roh.

c. Pemanfaatan Internet Sebagai Media dakwah

Hingga saat ini aktivitas dakwah di kalangan umat muslim masih tetap berlangsung dan perhatian pada dakwah semakin besar. Dakwah tidak lagi dilakukan sebatas pemberian khutbah di masjid atau mushalla, kantor-kantor, sekolah dan lembaga formil lainnya. Tapi seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah Islamiyah tersebar melalui media teknologi, khususnya teknologi informasi seperti Internet. Dengan trend digital life, sesungguhnya kemudahan dari Allah SWT untuk nasyrul fikrah semakin terbuka lebar. Penguasaan terhadap jaringan Internet adalah sebuah terobosan bagi efisiensi dan efektifitas dakwah. Selaku penggerak bagi perjalanan masyarakat, kalangan ini selalu mencari tatanan terbaik yang akan meningkatkan kualitas masyarakat di masa depan. Faktanya pula mereka adalah kalangan yang paling intens berinteraksi dengan dunia cyber (Internet) dan jumlahnya terus meningkat secara eksponensial. Komunitas cyber menstimulir seseorang untuk menjadi lebih sensitif dengan berbagai hal yang terjadi di seluruh pelosok negeri Islam. Hal ini dapat diakses melalui

berbagai fasilitas Internet seperti mailing list, halaman web atau situs, dan lain-lain yang semakin hari semakin meningkat jumlahnya.²⁹

B. Kajian Teoretik

Dalam penelitian ini kajian teoretik penulis memakai model Van Dijk adalah model yang paling banyak di pakai, hal ini karena Van Dijk mengelaborasi elemen wacana sehingga bisa di gunakan dan di pakai secara praktik. Menurut Van Dijk penelitian atas wacana tidak cukup hanya di dasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga di amati. Di sini harus di lihat juga bagaimana suatu teks di produksi, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu. Maka dalam teks yang di teliti adalah struktu dari teks, Van Dijk memanfaatkan analisis untuk mengetahui kosa kata, kalimat, proposisi dan frase untuk menjelaskan memakai suatu teks.³⁰

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan masing-masing bagian mendukung, ia membaginya ke dalam tiga tingkatan yakni:

1. Struktur Makro

Makna global dari suatu teks yang dapat di amati dari topik atau tema yang di angkat oleh suatu teks.

²⁹ Nurmaini Dalhimunthe, "Pemanfatan Internet Sebagai Media Dakwah", *Jurnal Penelitian*, (<http://www.uinsuska.info> , diakses 23 Desember 2008)

³⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana* (Yogyakarta: LKS, 2001), hal. 224

2. Super Struktur

Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.

3. Struktur Mikro

Makna lokal dari suatu teks yang dapat di amati di pilihan kat, kalimat dan gaya yang di pakai oleh suatu teks yang di amati melalui kalimat, proposisi, anak kalimat, franfrase dan gambar

Menurut Van Dijk, meskipun terdiri atas sebagai elemen, semua elemen tersebut merupakan satu kesatuan saling berhubungan dan mendukung oleh kerang teks dan pada hakikatnya pilihan kata dan kalimat yang di pakai dapat dilihat sebagai suatu piramida. Makna global dari suatu teks di dukung oleh kata, kalimat, dan proposisi yang dipakai.³¹

Struktur atau elemen wacana yang di kemukakan Van Dijk ini di dapat di gambarkan seperti berikut:

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	<i>Tematik</i> (Apa yang dikatakan?)	Topik
Super Struktur	<i>Skematik</i> Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	<i>Semanti</i> (Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita) <i>Sintaksis</i> (Bagaimana pendapat	Latar, detail, maksud, pra anggapan Bentuk kalimat koherensi, kata

³¹ Eriyanto, *Analisis Wacana* (Yogyakarta: LKS, 2001), hal. 227

	disampaikan?) <i>Stilistik</i> (Pilihan kata apa yang dipakai?) <i>Retoris</i> (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?)	ganti nominalisasi Leksikon, majas Grafis, metafora
--	---	---

Elemen-elemen struktur wacana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Struktu makro Tematik bisa di amati di bagian topic atau tema bagian yang paling karena sebuah informasi penting dari komunikator.
2. Super Struktur Skematik ini merupakan suatu tekanan yang bisa menyembunyikan bagian mana informasi yang penting. Skema ini bagian terpenting setelah topik, skema ini di sebut bagian story.
3. Stuktur Mikro Semantik adalah merupakan latar dari sebuah cerita semantik ini selain latar, detail, maksud, pranggapan, nominalisasi.
4. Strutur Mikro Sintaksis ini dalam elemen wacava berupa bentuk kalimat, kat ganti koherensi.
5. Struktur Mikro Stilistik merupakan gaya bahasa yang di gunakan penulis untuk menyatukan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana dan gaya bahasa mencakup diksi atau pilihan leksikal.
6. Struktur Mikro Retoris merupakan gaya yang di ungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya dengan pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolik), atau bertele-tele. Retoris mempunyai fungsi

persuasif, dan menghubungkan erat dengan bagaimana pesan itu ingin di sampaikan kepada khalayak.

C. Kajian Kepustakaan Terdahulu

Judul “Strategi Dakwah Via Internet” (Studi Kasus Pemanfaatan Internet Sebagai Media Dakwah Pada Website). Atas nama Muhammad kholik dari Fakultas Dakwah, Tahun 2002. Skripsi ini berisi tentang pemanfaatan Internet pada *website The Islamic Network (isnet)*, bagaimana komitmen mereka dalam menjalankan dakwah via Internet dan usaha menjadikan cyberspace sebagai sarana dakwah Islam.

“Pesan Dakwah di Internet” (Analisis Wacana Website www.manajemenqolbu.com). atas nama Hidayat Surya dari Fakultas Dakwah, Tahun 2004. Penelitian ini menitik beratkan pada materi dakwah Islam dan pemanfaatan Internet sebagai media dakwah Islam di www.manajemenqolbu.com

“Dakwah Melalui Internet (Analisis Pesan Dakwah pada www.bengkeldakwah.com). Atas nama Nurhidayah dari Fakultas Dakwah, Tahun 2005. Skripsi ini berkisar seputar pesan dakwah pada sebuah artikel di tinjau dari discourse analisis.

Pesan dakwah pada era muslim.com (Analisis Wacana Rubrik Ustadz Menjawab) atas nama Rina Widya Tanti dari Fakultas Dakwah, Tahun 2005. skripsi ini berisi tentang pesan dakwah pada Internet lewat rubrik ustadz menjawab di era muslim.com dan lihat dari analisis wacana model Teun Van Dijk

Psan Dakwah Pada www.waspada.co.id (Analisis Wacana Rubrik Anda Bertanya, kami menjawab). Skripsi ini berisis tentang pesan dakwah

pada Internet lewat rubrik ustadz Syahrin yang di muat dengan pertanyaan pelanggan sesuai dengan kebutuhan informasi.

Dari skripsi pertama dengan peneliti sama medianya Internet tetap berbeda skripsi yang kedua dan selanjutnya dengan penelitian ini sama medianya yaitu Internet juga yang sama-sama menggunakan analisis wacana tetapi berbeda tempat. Disini peneliti menggunakan website www.wisatahati.com