

MUATAN DAKWAH DALAM WEBSITE
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA KOLOM UINSA
PADA BULAN MEI 2016

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I)



Oleh:

M. Anton Sujarwo
NIM. B01212013

PERPUSTAKAAN
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

No. KLAS	No. REG	: D-2016/kom/1335
D-2016 1335 kom	ASAL B. U :	
TANGGAL		

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JURUSAN KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

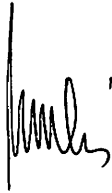
2016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh **M. Anton Sujarwo** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 27 Juli 2016

Pembimbing,



Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag

NIP. 196912041997032007

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang disusun oleh M. Anton Sujarwo ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi.

Surabaya, 11 Agustus 2016

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001

Penguji I

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag

NIP. 196912041997032007

Penguji II

H. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 196512171997031002

Penguji III,

Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si

NIP. 195801131982032001

Penguji IV

Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag

NIP. 195706091983031003

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Anton Sujarwo
NIM : B01212013
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Komunikasi
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya
Judul Skripsi : Muatan Dakwah Dalam Website UIN Sunan Ampel
Surabaya Kolom UINSA Pada Bulan Mei 2016.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi lain untuk mendapatkan gelar akademik apapun.

Surabaya, 27 Juli 2016

Menyatakan,



M. Anton Sujarwo
NIM. B01212013

ABSTRAK

M. Anton Sujarwo, NIM. B01212015 Muatan Dakwah Dalam Website UIN Sunan Ampel Surabaya Kolom UINSA Pada Bulan Mei 2016.
Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Muatan, Pesan, Dakwah, Website, kolom UINSA

Penelitian ini mengkaji tentang muatan atau pesan dakwah yang tersaji dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei tahun 2016, dalam penelitian ini akan mengupas secara rinci apa saja pesan dakwah yang disampaikan pada setiap tulisan atau artikel yang di unggah dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA tersebut. Selain itu penelitian ini juga akan menjawab pertanyaan tentang pesan dakwah yang mendominasi di kolom UINSA pada bulan Mei 2016.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menganalisis setiap paragraf kemudian dimasukkan ke dalam beberapa kategori dan sub kategori. Serta juga menganalisa isi pesan yang terkandung di dalamnya.

Setelah melakukan penelitian ini peneliti mendapatkan muatan pesan dakwah yang terdapat dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016. Kemudian mendapatkan hasil pesan syariah yang paling dominan, diikuti pesan akhlak dan pesan akidah.

Penelitian ini hanya meneliti tentang apa saja pesan dakwah dan apa pesan dakwah yang mendominasi di dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016. Maka penelitian tentang masalah respon mahasiswa, dosen atau civitas akademika mengenai website UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai media dakwah atau dengan menggunakan pendekatan isi kualitatif dapat diteliti oleh peneliti berikutnya.

DAFTAR ISI

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PERNYATAAN PENANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Hipotesis.....	7
F. Definisi Konseptual.....	8
G. Sistematika Pembahasan	11

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB II : PERSPEKTIF TEORITIK TENTANG DAKWAH DAN INTERNET

A. Kajian Pustaka.....	13
1. Dakwah dan Pesan Dakwah	13
a. Dakwah	13
1) Pengertian Dakwah	13
2) Unsur-unsur Dakwah	16
3) Prinsip-prinsip Dakwah.....	19
a. Pesan Dakwah	20
1) Pengertian Pesan Dakwah	20
2) Sumber Pesan Dakwah.....	21
3) Macam-macam Pesan Dakwah	23
2. Internet Sebagai Media Dakwah	25

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a. Pengertian Internet	26
b. Website.....	27
c. Kolom.....	27
3. Analisis Isi.....	28
B. Kajian Teori	29
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	31

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Unit Analisis	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D. Kategorisasi.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
1. Uji Reliabilitas	38
2. Uji Validitas	39

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
1. Profil Website www.uinsby.ac.id	42
2. Kolom UINSA	45
B. Penyajian Data	47
C. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	58
1. Pengujian Hipotesis.....	58
2. Analisis Data	58
a. Uji Reliabilitas	59
b. Uji Validitas	61
c. Distribusi Frekuensi	65
D. Pembahasan Hasil Peneliian	83

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel	Halaman
3.1 Kategorisasi.....	37
4.1 Uji Validitas Kategori Akidah	61
4.2 Uji Validitas Kategori Syariah	63
4.3 Uji Validitas Kategori Akhlak	64
4.4 Distribusi Frekuensi Kategori Akidah	65
4.5 Distribusi Frekuensi Kategori Syariah	67
4.6 Distribusi Frekuensi Kategori Akhlak	78
4.7 Frekuensi Total.....	82

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR GAMBAR

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Gambar	Halaman
4.1 Tampilan Website www.uinsby.ac.id	42
4.2 Kolom UINSA	46
4.3 Diagram Frekuensi Total.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Latar Belakang

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

Internet yang merupakan salah satu bentuk revolusi komunikasi, muncul pada tahun 1983, sejak terciptanya teknologi *world wide web* (WWW), yang diciptakan oleh tim *Bernes-Lee* dari *CERN*, merupakan organisasi Eropa untuk penelitian teknologi nuklir yang telah mengubah sisi kehidupan manusia, teknologi internet merupakan salah satu terobosan peradaban.²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari lahirnya teknologi ini, juga menghadirkan media baru, yakni media digital dalam penyebaran informasi dan pengetahuan. media ini telah mengubah pola pikir manusia yang merupakan respon terhadap kemasan informasi. contohnya *e-commerce* yang telah merubah cara berbisnis dari segala turunannya. dan sekarang lagi gencar-gencarnya kampanye *e-money* sebagai alat transaksi non tunai.

¹Fathul Wahid, *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta; Penerbit Gava Media, 2004), Hal. 17

²Ibid

Di era teknologi informasi yang semakin pesat dan mutakhir ini, menyebabkan hilangnya batas ruang dan waktu sehingga seolah-olah dunia ini sempit adanya. Peristiwa apapun yang terjadi terjadi di belahan bumi ini pasti akan dengan cepat kita terima yang mempengaruhi persepsi dan reaksi kita. Kenichi Ohmae, menyebutkan bahwa abad 21 sebagai dunia tanpa batas waktu, dimana hal yang terjadi disuatu belahan dunia tidak bisa dilepaskan dari apa yang terjadi dibelahan dunia yang lain.³

Kemunculan internet telah menciptakan perubahan dalam dunia jurnalisme. Jurnalisme online secara karakter berbeda dengan tipe jurnalisme pada umumnya. Jurnalisme online secara fungsi juga berbeda dari bentuk jurnalisme lain karena menggunakan komponen teknologi sebagai faktor penentu dalam konteks operasional.

Setiap umat muslim berkewajiban melaksanakan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dan harus menyampaikan kebenaran ajaran Islam kepada orang lain. Setiap umat Islam mengemban tugas untuk berdakwah, mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran (amar ma'ruf nahi munkar).

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۖ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ

الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١٣٠﴾

³ Dimitri Mahayana. *Menjemput Masa Depan; Futuristik dan Rekayasa Masyarakat Menuju Era Global*. (Bandung; Remaja Rosda Karya, 1999) hlm 97-98

Artinya:

"Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik." (Qs. Ali Imran: 110)⁴

Dakwah sebagai aktivitas yang sudah dilaksanakan semenjak adanya kenabian dan seruan bagi manusia. Semua nabi mengemban tugas memanggil, menyeru, dan mengajak manusia kepada agama Allah SWT. Tugas dan kewajiban melaksanakan dakwah tertera sangat jelas dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya:

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (Qs. Ali Imran: 104).⁵

Dakwah yang pada hakikatnya sama dengan komunikasi, yaitu sebagai bentuk penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Letak perbedaannya hanya pada isi atau pesan yang disampaikan. Pada komunikasi pesannya bersifat umum, sedangkan pada dakwah pesan yang disampaikan didalamnya terkandung nilai-nilai keagamaan.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Tahun 2002*, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2012), hal. 65

⁵ Ibid. hal. 64

Kini internet dapat digunakan sebagai sarana atau media dakwah yang dapat menunjang kegiatan atau aktifitas dakwah dan penyebarluasan materi ataupun pesan dakwah dapat dilakukan dengan mudah. Dakwah *bi al-Qalam* adalah sarana dan metode dalam penyampaian pesan-pesan dakwah kepada mad'u melalui media tulisan, hal tersebut dapat dilakukan melalui internet.

Dakwah melalui internet, baik melalui website, blog, media sosial dan lain sebagainya berpotensi dibaca oleh jutaan bahkan lebih oleh semua orang diseluruh penjuru dunia. Tentunya dapat dengan mudah dibaca oleh kalangan akademisi seperti mahasiswa. Dakwah Islam akan berkembang menjadi luar biasa. Karena informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui internet.

Untuk itu penulis tertarik untuk mengkaji dunia dakwah melalui internet, khususnya melalui website. Penulis memilih untuk meneliti website www.uinsby.ac.id, situs resmi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Sebagai universitas Islam tentunya UINSA tidak terlepas dari kegiatan dakwah. Dakwah pun menjadi sebuah lembaga, dan dakwah menjadi nama fakultas yang terdapat di kampus ini, yakni Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Fakultas yang menjadi tempat belajar dan menimba ilmu-ilmu dakwah dan komunikasi serta ilmu-ilmu Islam lainnya. Seperti halnya pada program studi Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI). Sehingga peneliti sangat tertarik untuk meneliti website kampus tersebut.

Dalam meneliti website www.uinsby.ac.id, peneliti memilih kolom UINSA. Karena kolom UINSA merupakan kolom khusus yang dibuat untuk

memuat artikel yang ditulis oleh dosen-dosen hingga guru besar Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Tentunya sangat menarik untuk diteliti. Peneliti memilih untuk meneliti kolom UINSA pada bulan Mei 2016. Karena peneliti sangat tertarik untuk meneliti pesan dakwah dalam artikel pada bulan Mei 2016.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang bisa diangkat sebagai objek penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa saja pesan dakwah yang ada dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016?
2. Apa pesan dakwah yang dominan dalam website website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pesan dakwah yang ada dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016.
2. Mengetahui pesan dakwah yang dominan dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis:

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ilmu pengetahuan dan pemikiran baru terhadap perkembangan keilmuan di bidang komunikasi khususnya pada Program Studi dan Penyiaran Islam (KPI).
- b. Hasil penelitian ini setidaknya dapat menjadi khasanah pengembangan media dakwah melalui website bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) khususnya pada Konsentrasi Jurnalistik (KJR).

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur kepustakaan dalam bidang studi ilmu dakwah khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- b. Penelitian ini diangkat sebagai pengalaman penulis pribadi di bidang penelitian internet atau website pada pesan dakwah yang terdapat didalamnya, dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan serta referensi bagi semua kalangan masyarakat luas khususnya bagi media online di Indonesia.

E. Hipotesis

Pada penelitian ini, peneliti menyatakan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah tentang akidah, syariah dan akhlak. Sedangkan pesan yang mendominasi dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah syariah.

F. Definisi Konseptual

Konsep pada hakikatnya merupakan istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasi objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan.⁶ Untuk mendapatkan pemahaman dan menghindari kesalahpahaman dalam menarik suatu makna dan persepsi setelah membaca judul yang telah disajikan, maka disini penulis akan menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul yang diangkat.

Dalam penelitian “Muatan Dakwah Dalam Website UIN Sunan Ampel Surabaya Kolom UINSA Pada Bulan Mei 2016” mengandung berbagai konsep antara lain:

1. Muatan

Muatan adalah isi atau kandungan⁷. Jadi yang dimaksud dengan muatan dalam penelitian ini adalah isi atau kandungan yang terdapat dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016.

⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta; Prenada Media, 2012) Cetakan ke-6. Hal. 17

⁷ <http://kbbi.web.id> , diakses pada tanggal 30 Juni 2016

2. Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti “panggilan, ajakan atau seruan”. Dalam ilmu tata Bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai “*isim mashdar*”. Kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) “*da'a-yad'u*”, artinya memanggil, mengajak atau menyeru.⁸

Dakwah Islamiyah, yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.⁹

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri.¹⁰

Pesan dakwah juga berarti isi dakwah berupa kata, gambar lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bukan berupa sikap dan perilaku mitra dakwah.

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu, atau makna simbol

⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya; Al-Ikhlas, 1983). Hal 17

⁹ A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1974). Hal. 17

¹⁰ Wahyu Ila'hi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Rosdakarya, 2010). Hal. 20

¹¹ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi), hal. 318

yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, organisasi pesan.¹²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan dai kepada mad'u. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan message, content, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka aatu dengan menggunakan sarana media.¹³

4. Internet Sebagai Media Dakwah

a. Internet

Rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum diseluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan *Internet Protocol* (IP). Lebih dalam lagi, internet adalah kumpulan jaringan komputer dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil, seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, yang secara bersamaan menyediakan layanan informasi seperti *e-mail*, *online chat*, *transfer file* dan saling berhubungan (*linked*) antara satu halaman web dengan sumber halaman web yang lainnya.¹⁴

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Rosdakarya, 2010). Hal. 97.

¹³ Ibid. Hal. 98.

¹⁴ Yuhefizar, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008). Hal. 2 diakses dari google book

b. Website

Website adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *world wide web* (WWW) di internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diatas dari sebuah URL yang menjadi “akar” (*root*), yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemakan menjadi “beranda”, “halaman muka”), dan biasanya disimpan dalam server yang sama.¹⁵

c. Kolom

Kolom dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bagian vertikal pada halaman cetak yang dipisahkan garis tebal atau ruang kosong (seperti dalam surat kabar); bagian khusus yang utama dalam surat kabar atau majalah.¹⁶

5. Analisis Isi

Analisi isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi (*content analysis*) suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan shahih data untuk menghasilkan

¹⁵ Darma, Jarot S., Shenia Ananda, *Buku Pintar Menguasai Internet*, (Jakarta: Mediakita, 2009), hal. 417, diakses dari googlebooks

¹⁶ <http://kbbi.web.id>

konteksnya. Sebagai teknik, analisis isi (*content analysis*) harus

mencakup prosedur-prosedur khusus untuk memproses data ilmiah.¹⁷

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi

pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan

menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator

yang dipilih.¹⁸ Lain halnya dengan Berelson dan Kerlinger, mereka

mendefinisikan analisis sebagai metode untuk mempelajari dan

menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif

terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd, analisis isi

adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah

pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku

komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.¹⁹

G. Sistematika Pembahasan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Skripsi dalam hal pembahasannya mempunyai sistematika yang

ditandai atas lima (5) bab dan tiap-tiap bab dibagi kedalam sub-sub yang

rinciannya seperti berikut:

¹⁷ Klaus Krippendorff, *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), cet. Ke-2, hal. 15

¹⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta; Prenada Media, 2012) . Cetakan ke-6. Hal. 232-233.

¹⁹ Ibid.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIK

Dalam kajian pustaka ini peneliti mengkaji beberapa hal menyangkut tentang pembahasan teori dalam skripsi ini. adapun yang akan dimaksudkan dalam pembahasan teori ini adalah pengertian dakwah, tujuan dakwah, media dakwah, pesan dakwah, pengertian internet atau website dan penelitai terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, unit analisis, dan analisis pesan.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan bab inti yang didalamnya berisikan tentang objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan dan saran. Dalam bab ini penulis mencoba menyimpulkan permasalahan yang dibahas dalam skripsi serta mengemukakan saran-saran yang dianggap perlu.

BAB II

PERSPEKTIF TEORITIK TENTANG

DAKWAH DAN INTERNET

A. Kajian Pustaka

1. Dakwah dan Pesan Dakwah

a. Dakwah

1) Pengertian Dakwah

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai tuntunan ruang dan waktu.¹

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti “panggilan, ajakan atau seruan”. Dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai *isim mashdar*. Kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) “*da'a-yad'u*”, artinya memanggil, mengajak atau menyeru.²

Arti dakwah menurut istilah, Asmuni Syukir mengutip dari Hamzah Yakub bahwa dakwah dalam Islam ialah mengajak umat

¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 17

² Asmuni syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal. 17

manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk

Allah dan Rasulnya. Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.³

Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.⁴

Menurut Ali Mafudz, dakwah ialah mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat *ma'ruf* dan mencegah dari perbuatan *munkar* agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.⁵

Moh. Ali Aziz mengutip pernyataan Syekh Maulana al-Khadir bahwa dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.⁶

Dari uraian diatas, dapat kita simpulkan bahwa pada dasarnya lapangan dakwah itu sangat luas sekali, meliputi prikehidupan dari manusia itu sendiri. lapangan dakwah meliputi

³ Asmuni syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal. 19

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hal. 1

⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 16

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 11

semua aktifitas manusia dalam hubungannya secara totalitas, sebagai individu, sebagai anggota masyarakat, bahkan sebagai warga alam semesta.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang bersifat *conditio sine quanon*, tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya. Dakwah karenanya melekat erat bersamaan dengan pengakuan dirinya sebagai seseorang yang mengidentifisir diri penganut Islam.⁷

Dari berbagai definisi dakwah yang dijelaskan diatas, meskipun terdapat perbedaan-perbedaan. Jika dilihat dari sudut kata pertama sebagai jenis (*genus* atau *al-jinsu*) dalam definisi diatas, maka hampir semua definisi menyebutkan kata “usaha mengajak” sebagai kata kuncinya. “Usaha mengajak” menunjukkan suatu aktivitas. Oleh karena itu para ahli lebih memandang dakwah sebagai kegiatan yang dipraktikkan daripada konsep ilmiah yang dikembangkan. Beberapa ahli lain menggunakan kata “proses” sebagai kuncinya. Dakwah bukan kegiatan aksidental atau kegiatan sambil lalu, melainkan kegiatan yang berkesinambungan.⁸

Secara umum, definisi dakwah yang dikemukakan para ahli di atas menunjukkan pada kegiatan yang bertujuan perubahan

⁷ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997), hal. 32

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 19

positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Karena tujuannya, maka kegiatannya juga harus baik.⁹

2) Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).¹⁰

a) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi atau lembaga. Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihidirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.¹¹

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 19

¹⁰ M. Munir. Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 21

¹¹ Ibid. hal. 21-22

b) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.¹²

c) Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.¹³

d) Wasilah (Media Dakwah)

Alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam.

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

- *Lisan*, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- *Tulisan*, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, *e-mail*, sms), spanduk dan lain-lain
- *Lukisan*, gambar, karikatur dan sebagainya.

¹² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 19-20

¹³ M. Munir. Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 24

- *Audio visual* yaitu alat yang dapat merangsang indra

pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet, dan sebagainya.

- *Akhlak*, yaitu perbuatan-perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.¹⁴

e) Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.¹⁵

f) Atsar (Efek Dakwah)

Efek dalam ilmu komunikasi bisa disebut dengan *feedback* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut Jalaludin Rakhmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- *Efek kognitif*, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.

¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 20-21

¹⁵ M. Munir. Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 24

Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, terampilan, kepercayaan, atau informasi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- *Efek afektif*, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- *Efek behavioral*, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.

3) Prinsip-prinsip Dakwah

Setelah elemen-elemen yang terkandung dalam dakwah disebutkan diatas, ada baiknya juga untuk menjadikan dakwah lebih efektif, maka masyarakat dakwah khususnya da'i harus memahami prinsip-prinsip dakwah.¹⁶

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Prinsip dakwah jika ditinjau dari da'i makna persepsi dari masyarakat secara jamak' adalah:¹⁷

- a) Dakwah sebagai tabligh, wujudnya adalah ketika mubaligh menyampaikan ceramah atau pesan dakwah kepada masyarakat (mad'u).
- b) Dakwah sebagai ajakan

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 22

¹⁷ Ibid. hal. 23-24

c) Dakwah sebagai pekerjaan menanam, dapat diartikan

sebagai dakwah mengandung arti mendidik manusia agar mereka bertingkah laku sesuai dengan hukum Islam, karena bagaimanapun juga mendidik adalah pekerjaan nilai-nilai ke dalam jiwa manusia.

d) Dakwah sebagai akulturasi nilai, dan

e) Dakwah sebagai pekerjaan membangun.

b. Pesan Dakwah

1) Pengertian Pesan Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dan pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan.¹⁸

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahsa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*.¹⁹ Dengan demikian yang dimaksudkan atas pesan-pesan dakwah itu ialah semua

¹⁸ Ibid. hal. 97

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 318

pernyataan yang bersumberkan Al-Qur'an dan Sunnah, baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.²⁰

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2) Sumber Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan materi yang disampaikan seorang da'i kepada mad'u. Seorang da'i melakukan proses yang logis untuk menetapkan materi dakwah yang akan dipergunakan, dengan jalan memilih dan memilah materi dakwah yang relevan untuk disampaikan

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. dengan demikian semua pesan yang bertentangan terhadap isi Al-Qur'an dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Quran sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk membenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadis).²¹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁰ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997), hal. 32

²¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah (edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 319

a) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah firman Allah Swt (*kalamullah*) yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw. melalui perantara malaikat Jibril dan dinilai ibadah bagi yang membacanya. Al-Qur'an merupakan sumber utama bagi umat Islam dalam mengarungi kehidupan ini sesuai dengan aturan Allah Swt. Al-Qur'an merupakan mukjizat terbesar Nabi Muhammad Saw. sepanjang masa.²²

b) Hadits

Hadits adalah sumber kedua ajaran Islam setelah Al-Qur'an. Ia terdiri atas ucapan, perbuatan atau persetujuan secara diam dari Nabi. Makna hadits dalam islam merupakan istilah yang dinisbahkan pada riwayat spesifik mengenai ucapan dan perbuatan Nabi. Pada masa Nabi, narasi hadits berbentuk informal, di mana orang-orang di sekitarnya membicarakan apa yang dikatakan atau dilakukan Nabi persis seperti mereka membicarakan tentang perbuatan mereka sehari-hari.²³

c) Rakyat Ulama (Opini Ulama)

Islam merupakan umatnya untuk berpikir-pikir, berjihad menemukan hukum-hukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dan akwil Al-Qur'an dan Al-Hadits. Maka dari hasil

²² Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2013). Cetakan ke-3, hal. 22

²³ Ibid, hal. 37-38

pemikiran dan penelitian para ulama ini dapat pula dijadikan sumber kedua setelah Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dengan kata lain penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits dapat pula dijadikan sebagai sumber materi dakwah.²⁴

3) Macam-macam Pesan Dakwah

a) Masalah Akidah

Aqidah dalam Islam adalah sifat *i'tiqad bathiniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Dibidang aqidah ini bukan saja pembahasannya tertuju masalah-masalah yang wajib di-imani, akan tetapi materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Pengertian akidah secara istilah (dalam agama) berarti perkara yang wajib benarkan oleh hati, sehingga menjadi suatu kenyataan yang teguh dan kokoh, tidak tercampuri oleh keraguan dan kebimbangan. Menurut Hasan al-Banna akidah adalah beberapa perkara yang wajib diyakini kebenarannya

²⁴ Asmuni syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal. 63-64

oleh hati, yang tidak tercampur sedikitpun dengan keraguan.²⁵

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

b) Masalah Syariah

Syariah dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka menataati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia.

Masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah sesama manusia diperlukan juga. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal saleh lainnya. Demikian juga larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi dakwah Islam (*nahd anti munkar*).²⁶

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

c) Masalah Akhlak

Ditinjau dari segi bahasa, akhlak berasal dari bahasa Arab *akhlaq* yang merupakan betuk jamak dari *khuluq*, *khuluq*, yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku.

Masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi

²⁵ Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2013). Cetakan ke-3, hal. 58

²⁶ Asmuni syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal. 61-62

keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibanding dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak adalah penyempurna keimanan dan keislaman.²⁷

3. Internet Sebagai Media dakwah

Internet adalah termasuk dalam kategori audio visual yang bisa merangkap antara visual dan tulisan yaitu media internet. Dan boleh dibilang, media informasi ini akan menjadi sebuah komoditi primer dan sumber informasi dari kekuatan tertentu. Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komponen yang menjangkau jutaan orang seluruh dunia.²⁸

Oleh sebab itu, internet sangatlah mendukung aktifitas dakwah pada masa sekarang. Internet dapat dijadikan sebagai media dakwah yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat di seluruh dunia. Tentunya, kegiatan dakwah akan lebih efektif dan efisien. Dakwah tak terhalang jarak dan waktu, dakwah bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun. Itulah kemudahan yang tersaji dalam media internet yang dapat dimaksimalkan sebagai media dakwah.

²⁷ Ibid. hal. 62-63

²⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 109

a. Pengertian Internet

Pada awalnya internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen AS (1969) sebuah proyek ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*) melalui komputer yang berbasis UNIX serta cikal bakal adanya TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

Internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal dengan *global village* (desa global).²⁹

Rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum diseluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan *Internet Protocol* (IP). Lebih dalam lagi, internet adalah kumpulan jaringan komputer dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil, seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, yang secara bersamaan menyediakan layanan informasi seperti e-mail, online chat, transfer file dan saling berhubungan (*linked*) antara satu halaman web dengan sumber halaman web yang lainnya.³⁰

Sejak ditemukannya internet telah terjadi perubahan besar dalam komunikasi massa. Media massa lama (surat kabar, radio, televisi)

²⁹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 75

³⁰ Yuhafizar, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya* (Jakarta, Elex Media Komputindo, 2008). hal. 2. Diakses dari googlebooks

bukan lagi satu-satunya sumber informasi. Kehadiran internet bagi pengguna menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor.

Banyaknya dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media baru (*new media*).³¹

b. Website

Website adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *world wide web* (WWW) di internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diatas dari sebuah URL yang menjadi “akar” (*root*), yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemakan menjadi “beranda”; halaman muka”), dan biasanya disimpan dalam server yang sama.³²

c. Kolom

Kolom merupakan artikel yang lebih panjang uraiannya dan lebih ringan isinya dari tajuk rencana namun lebih pendek dari

³¹ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 76-77

³² Darma, Jarot S., Shenita Ananda, *Buku Pintar Menguasai Internet*, (Jakarta: Mediakita, 2009), hal. 417, diakses dari googlebooks

feature. Ada kolom yang bersifat fakta dibumbui opini ada pula yang berisi komentar-komentar. Masalah yang dibahas meliputi bidang Kolom dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bagian vertikal pada halaman cetak yang dipisahkan garis tebal atau ruang kosong (seperti dalam surat kabar); bagian khusus yang utama dalam surat kabar atau majalah.³³ politik, sosial, ekonomi, budaya dan soal-soal sensasi.

4. Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi (*content analysis*) suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan shahih data untuk menghasilkan konteksnya. Sebagai teknik, analisis isi (*content analysis*) mencakup prosedur-prosedur khusus untuk memproses data ilmiah. Sebagaimana semua teknik penelitian. Analisis isi bertujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan fakta dan panduan praktis pelaksanaannya.³⁴

Lain halnya dengan Berelson dan Kerlinger, mereka mendefinisikan analisis sebagai metode untuk mempelajari dan

³³ <http://kbbi.web.id>

³⁴ Klaus Krippendorff, *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), cet. Ke-2, hal. 15

menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd, analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.³⁵

Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi.: surat, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.³⁶

B. Kajian Teori

Penelitian ini menggunakan kerangka teori kategorisasi pesan dakwah yang dibagi dalam tiga kelompok besar, masing-masing kelompok diperinci sesuai dengan tema besarnya. Adapun yang dipakai dalam penelitian ini adalah kategorisasi pesan dakwah dalam buku *Ilmu Dakwah* yang secara umum pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi masalah pokok yaitu:³⁷

a. Akidah, yang meliputi:

1. Iman kepada Allah
2. Iman kepada malaikat-Nya

³⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta; Prenada Media, 2012) . Cetakan ke-6. Hal. 232-233.

³⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 89

³⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 101-102

3. Iman kepada kitab-kitab-Nya

4. Iman kepada rasul-rasul-Nya

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5. Iman kepada hari akhir

6. Iman kepada *qadha-qadhar*

b. Syariah

1. Ibadah (dalam arti khas)

a) Thaharah

b) Sholat

c) Zakat

d) Puasa

e) Haji

2. Muamalah (dalam arti luas) meliputi:

a) Al-Qunumul Khas (hukum perdata)

- Muamalah (hukum niaga)

- Munakahah (hukum nikah)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- Waratsah (hukum waris)

- Dan lain sebagainya

b) Al-Qanumul 'am (hukum publik)

- Hukum pidana

- Hukum negara

- Hukum perang dan damai

- Dan lain-lain

c. Akhlak

1. Akhlak terhadap Allah Swt.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Akhlak terhadap makhluk, yang meliputi:

a) Akhlak terhadap manusia

- Diri sendiri
- Keluarga
- Tetangga
- Masyarakat lainnya.

b) Akhlak terhadap bukan makhluk

- Flora
- Fauna
- Dan sebagainya

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini.

1. *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Pada Republika Online* oleh Muhamad Syarifuddin, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.

Penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang website atau situs yang ada di internet, namun pada penelitian ini yang diteliti adalah website www.uinsby.ac.id website resmi UIN Sunan Ampel Surabaya, sehingga

objeknya pun berbeda tetapi sama-sama menggunakan analisis isi kuantitatif.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. *Muatan Dakwah Dalam Tayangan Video Clip Adzan Maghrib Di Stasiun Televisi Indosiar (Episode April 2011)* oleh Desy Dwi Anita Sari, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.

Penelitian tersebut meneliti tentang video clip, berbeda dengan penelitian ini yang meneliti situs yang ada di internet. Penelitian tersebut menggunakan analisis isi kualitatif, sehingga berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan analisis isi kuantitatif

3. *Pesan Dakwah Dalam Film (Analisis Isi Film My Name Is Khan)* oleh Ahmad Hidayatullah, mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010.

Penelitian tersebut meneliti tentang film, berbeda dengan penelitian ini yang meneliti tentang situs di internet. Sama-sama menggunakan analisis

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

isi kuantitatif dan unit analisis yang digunakan sama. Penelitian tersebut menggunakan unit analisis tematik, sedangkan penelitian ini menggunakan unit analisis sintaksis.

BAB III

METODE PENELITIAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Metodologi penelitian atau metodologi riset dalam bahasa Inggris disbet *Science Research Methods*. Metodologi berasal dari kata *methodologi*, yaitu ilmu yang menerangkan metode-metode atau cara. Penelitian adalah terjemahan dari bahasa Inggris “*research*” yang terdiri dari kata *re* (mengulang) dan *search* (pencarian, pengejaran, penelusuran, penyelidikan, atau penelitian), maka *research* berarti mengulang melakukan pencarian. Metodologi penelitian bermakna seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah pencarian *data* yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan pemecahannya.¹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*) untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, dan obyektif terhadap pesan yang tampak di media (website). Tujuan dilakukannya analisis isi dalam website atau situs ini adalah menguji hipotesis tentang karakteristik pesan dakwah (*testing hyppotesis of religious messages characteristic*).

¹ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997). Hal. 1

Sedangkan jenis analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif dengan menggambarkan pesan dakwah yang nampak dalam artikel di website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 dengan cara meringkas atau menyusun data yang diperoleh dari penelitian yang didasarkan pada distribusi nilai variabel dan frekuensi pesan dakwah yang terdapat pada nilai variabel tersebut. Adapun alasan memilih analisis isi kuantitatif, karena peneliti ini ingin mengetahui muatan atau pesan dakwah yang tampak dalam website, dengan cara menghitung frekuensi dan presentase masing-masing kategori pesan dakwah yang ada dalam artikel pada website. Prinsip analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:²

1. Prinsip sistematis, maksudnya adalah perlakuan yang sama pada semua isi yang dianalisis. Peneliti tidak menganalisis hanya pada isi yang sesuai dengan minatnya, tetapi keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diriset.
2. Prinsip obyektif, hasil analisis tergantung pada prosedur riset bukan pada orangnya. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya akan sama.
3. Prinsip kuantitatif, dengan mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Diartikan juga sebagai prinsip digunakannya metode deduktif

² Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta; Prenada Media, 2012) . Cetakan ke-6. Hal. 233

4. Prinsip isi nyata, maksudnya yang diriseta atau yang dianalisis adalah

isi yang tampak (tersurat) bukan makna yang dirasakan periset. Perkara nanti hasil akhir dari analisis nanti menunjukkan adanya sesuatu yang tersembunyi. Hail itu sah-sah saja. Namun semuanya bermula dari analisis terhadap isi yang tampak.

B. Unit Analisis

Unit analisis merupakan apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya.³ Dalam penelitian ini menggunakan unit tematik, dengan satuan ukurannya adalah semua artikel yang ada dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.⁴ Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Jika kegiatan pengumpulan data ini tidak dirancang dengan baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh pun tidak

³ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 59

⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta; Prenada Media, 2012). Cetakan ke-6. Hal. 95

sesuai dengan permasalahan penelitian.⁵ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1. Dokumentasi

Dalam penelitian ini digunakan teknik dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menelaah catatan-catatan atau dokumen-dokumen pada sumber data serta pengamatan langsung pada obyek penelitian. Adapun dokumen yang digunakan disini adalah halaman website UIN Sunan Ampel Surabaya (*www.uinsby.ac.id*) kolom UINSA pada bulan Mei 2016 yang telah disimpan terlebih dahulu.

2. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi dengan mengadakan secara langsung melalui media yang bersangkutan. Dalam hal ini, akan dilakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek penelitian yaitu pesan-pesan dakwah dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (*www.uinsby.ac.id*) kolom UINSA pada bulan Mei

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2016.

D. Kategorisasi

Penyusunan kategori isi pesan yang diteliti meliputi tiga kategori besar yaitu akidah, syariah, dan akhlak.

⁵ Ibid. Hal. 95

Tabel 3.1
Kategorisasi⁶

No	Kategori	Sub Kategori
1	Akidah	1. Iman kepada Allah
		2. Iman kepada malaikat-Nya
		3. Iman kepada kitab-kitab-Nya
		4. Iman kepada rasul-rasul-Nya
		5. Iman kepada hari akhir
		6. Iman kepada qadha-qadhar
2	Syariah	1. Ibadah
		2. Muamalah
3	Akhlak	1. Akhlak terhadap Allah Swt.
		2. Akhlak terhadap makhluk

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode yang biasa digunakan untuk menganalisa data, atau dengan kata lain merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitati, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemebrian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).⁷

- 1. Tahap *editing*, peneliti menyeleksi data dengan cara membaca dan mengamati setiap artikel di website UIN Sunan Ampel Surabaya

⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal 20.
⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hal. 182

(www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016 yang mengandung pesan dakwah.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Tahap *coding*, setelah menyeleksi setiap artikel yang ada dalam website

UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016 yang mengandung pesan dakwah. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut dimasukkan dalam lembar koding yang telah dibuat. Sebelum menganalisa data yang diperoleh, maka peneliti menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas.

3. Tahap *tabulating*, pada tahap yang terakhir ini peneliti akan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul dengan menggunakan distribusi rekuensi. Sehingga akan diketahui frekuensi dan presentase pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016.

Dalam penggunaan perhitungan statistik, peneliti menggunakan tiga

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

tahap analisis data, yaitu:

1. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan terjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya. Namun ide pokok yang terkandung

dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.⁸

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dalam uji reliabilitas kategori, peneliti akan menggunakan sistem

koding sehingga peneliti dibantu oleh koder guna mengukur ketepatan penilaian peneliti terhadap kandungan pesan dakwah dalam tiap artikel dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016. Untuk menghitungnya, peneliti menggunakan rumus Holsty.⁹

Rumus Holsty:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
disetujui oleh pengkoding

(hakim) dan periset

N1, N2 = Jumlah pernyataan yang
diberi kode oleh pengkoding
(hakim) dan periset

⁸ Saifuddin Azwar, *Reabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hal. 4

⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 237

Ambang penerimaan yang sering dipakai untuk uji reliabilitas kategorisasi adalah 0,75. Jika persetujuan antara pengkoding (periset dan hakim) tidak mencapai 0,75, maka kategorisasi operasional mungkin perlu dirumuskan kembali lebih spesifik lagi. Artinya ketgorisasi yang dibuat belum mencapai tingkat keterandalan atau keterpercayaan.¹⁰

2. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.¹¹ Untuk mengukur validitas penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Scott.

Rumus Scott:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

$$pi = \frac{(\% \text{ Observed Agreement} - \% \text{ Expected Agreement})}{1 - \% \text{ Expected Agreement}}$$

Keterangan:

Pi = Nilai keterandalan

¹⁰ Ibid. hal. 238

¹¹ Saifuddin Azwar, *Reabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hal. 4

Observed agreeement = Persentase persetujuan yang ditemukan

dari pernyataan yang disetujui

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
antarpengkode (yaitu nilai C.R)

Expected agreement = Persentase persetujuan yang diharapkan,

yaitu proporsisi dari jumlah pesan yang

dikuadratkan

3. Distribusi Frekuensi

Pada teknik analisis yang terakhir ini, peneliti menggunakan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi merupakan pembagian data ke dalam beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam persentase. Dengan cara ini dapat diketahui jumlahnya yaitu ditunjukkan oleh nilai persentase yang tertinggi dan demikian sebaliknya.¹²

Selain itu, kegunaan lain dari distribusi frekuensi adalah digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian. Alat analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi masing-masing.

¹² M. Suparmoko, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: BPFE, 1995), hal. 63

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Website www.uinsby.ac.id



Gambar 4.1

Tampilan Website www.uinsby.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Website www.uinsby.ac.id adalah website atau situs resmi dari

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. UINSA Surabaya merupakan perguruan tinggi negeri agama Islam yang ada di Surabaya, perguruan tinggi ini berdiri pada tahun 1965 yang sebelumnya bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Surabaya. Terhitung mulai tanggal 1 Oktober 2013, IAIN Sunan Ampel resmi berubah menjadi UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013.

Website resmi kampus Islam ini dahulunya adalah www.sunan-ampel.ac.id, semenjak berubah menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya website tersebut berganti menjadi www.uinsby.ac.id. Website ini dibuat sebagai tiga misi kampus yaitu:

Pertama, website berorientasi sebagai *public relations* (PR) atau citra kampus. Website ini dibuat sebagai bentuk atau penggambaran citra kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Desain website dibuat mudah dan simpel, sehingga memudahkan dalam mengakses website ini.

Kedua, situs ini menyajikan informasi terkait kampus. Artinya website ini menghadirkan informasi yang berkaitan dengan kampus atau informasi seputar kampus, baik mengenai prestasi, kegiatan mahasiswa, tulisan-tulisan yang dikembangkan dosen dan mahasiswa serta menginformasikan kebijakan-kebijakan kampus.

Ketiga, sebagai informasi pelayanan kepada *stakeholder* kampus. Website ini berfungsi sebagai bentuk pelayanan informasi kepada semua *stakeholder* kampus. Seperti:

- a. Informasi alumni, website ini memberikan informasi kepada alumni, data-data alumni UIN Sunan Ampel Surabaya. Sehingga para alumni dapat mengakses dengan mudah informasi yang berkaitan dengan alumni kampus.
- b. Calon mahasiswa, website ini sebagai wahana untuk para calon mahasiswa baru yang menimbah ilmu di UIN Sunan Ampel

Surabaya. Sehingga para calon mahasiswa dapat dengan mudah mengetahui informasi terkait kampus, mengenai seleksi masuk, program studi atau jurusan dan fakultas apa saja yang ada di UIN

Sunan Ampel Surabaya.

- c. Pengusaha, website ini juga memberikan pelayanan informasi terhadap para pengusaha atau perusahaan yang berafiliasi dengan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

TIM WEBSITE UIN SUNAN AMPEL SURABAYA¹

Penanggungjawab : Dr. Hj. Zumrotul Mukaffah, M.Ag

Redaktur : Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, M.A
Chaerati Saleh, S.Ag, M.Ed
Retno Indriati, S.Sos

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Editor : Dr. Hammis Syafaq, Lc., MA
H. Muhammad Lathoif Ghozali, MA
Ahmad Fathan Aniq, S.Ag., MA
Ana Nurul Laili, S.Pd

Web Admin : Husnul Muttaqin, S.Ag., S.Sos., M.Ag

¹ Surat Keputusan UIN Sunan Ampel Surabaya tentang Tim Website UIN Sunan Ampel Surabaya, tanggal 27 Maret 2015.

Evy Luailik, S.Pd

Ariyanti Wahyuni, S.Kom

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Achmad Teguh Wibowo, M.T

Moch Yasin, M.Kom

Nita Yalina, M.M.T

Zumaroh, SE, MM

Choirul Anam

Web Developer : Muhammad Roziqin

Kholis Fatkhullah, S.HI

Joko Liswadi

Achmad Hantoyo

Mochammad Farid Syihabuddin, S.Ag

Edika Aferi, SE

Hery Rusmanto, ST

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

M. Muhiash

Faris Mushlihul Amin, M.Kom

Bayu Adhi Nugroho, M.Kom

2. Kolom UINSA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



Gambar 4.2

Kolom UINSA

Kolom UINSA merupakan kolom yang ada di dalam website www.uinsby.ac.id. Kolom ini dibuat sebagai wahana bagi para akademisi untuk menulis dalam bentuk artikel populer, dengan bahasa yang sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) tetapi tetap ringan sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Kolom UINSA dihadirkan untuk memotifasi dosen-dosen UIN Sunan Ampel Surabaya agar giat menulis dan mempublikasikan tulisannya di situs atau laman kampus. Akan tetapi, tidak semua tulisan yang dikirimkan dapat dimuat di kolom ini, hanya tulisan yang memenuhi syarat dan tentunya berkualitas yang dapat dimuat di kolom ini.

Alur atau prosedur pengiriman tulisan dalam kolom UINSA, dosen yang ingin menyerahkan atau mengirimkan tulisannya bisa dikirim via e-mail ke helpdesk@uinsby.ac.id. Tulisan tersebut akan diseleksi terlebih

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

dahulu oleh Lukman Hakim, S.Ag., M.Si., MA., selaku editor kolom UINSA.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

B. Penyajian data

Berikut ini adalah posting dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016, terdapat 4 postingan atau artikel yang nantinya dari data ini akan dianalisis pada tahap selanjutnya sesuai dengan pesan dakwah yang terkandung didalamnya.

13 Mei 2016

Debu Takwa Pembebas Derita

Penulis : Prof. Dr. H. Ali Aziz, M.Ag

ذَٰلِكَ أَمْرُ اللَّهِ أَنْزَلَهُ إِلَيْكُمْ وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يُكَفِّرْ عَنْهُ سَيِّئَاتِهِ وَيُعْظِمْ لَهُ أَجْرًا ۝

Itulah perintah Allah yang diturunkan-Nya kepada kamu, dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan menghapus kesalahan-kesalahannya dan akan melipatgandakan pahala baginya (QS. Al Thalaq [65]:5).

Ayat ini kelanjutan dari tiga ayat sebelumnya (QS. 65: 2-4) tentang keuntungan bagi orang yang bertakwa, yaitu (1) mendapat solusi atas semua masalah hidup (2) memperoleh banyak rizki di luar dugaan, dan (3) kemudahan dalam segala urusan. Selanjutnya pada ayat ini sebagaimana dikutip di atas, Allah SWT menjelaskan keuntungan takwa yang lain, yaitu (4) pengampunan atas segala dosa, dan (5) lipatan pahala atas kebaikan yang pernah dilakukannya.

Dalam beberapa literatur disebutkan, takwa adalah menjalankan semua perintah Allah dan menjauhi semua larangan-Nya. Secara lebih praktis, Umar bin Khattab r.a menjelaskan, takwa adalah kehati-hatian dalam setiap langkah, seperti kehati-hatian pejalan kaki di atas jalan yang penuh duri. Kaki baru diinjakkan ke tanah ketika ia yakin bahwa jalan yang

diinjak itu benar-benar aman dari tusukan duri. Jika berpedoman pada pengertian ini, tidak ada satupun orang yang bisa disebut bertakwa selain nabi. Tapi, bergembiralah, sebab Allah tetap mengampuni kesalahan Anda berkat ketakwaan Anda meskipun hanya setitik debu. Tidak hanya itu, Allah melipatgandakan pahala sekecil apapun kebaikan kita, sebagaimana disebut pada ayat di atas, “...dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan menghapus kesalahan-kesalahannya dan akan melipatgandakan pahala baginya (QS. At Thalaq [65]:5).

Nabi SAW pernah bercerita, ada seorang yang hidup sebelum masa kenabiannya. Orang tersebut hidup berlimpah harta dengan anak cucu yang amat menyenangkan. Menjelang mati, ia bertanya kepada anak-anaknya, “Menurut kalian, ayah kalian ini orang yang bagaimana?” Mereka menjawab, “Orang baik.” Selanjutnya sang ayah mengatakan, “Ketahuilah wahai anak-anakku, aku lebih tahu tentang diriku. Aku tidak memiliki sedikitpun kebaikan di sisi Allah. Oleh sebab itu, pasti Allah akan menyiksaku kelak.” Saya wasiatkan kepada kalian, “Jika suatu saat aku mati, bakarlah tubuhku lalu tumbuklah arangnya sampai menjadi abu. Tumbuklah sekali lagi sampai benar-benar lembut. Lalu, pergilah ke laut dan taburkan semua abu itu ketika angin sangat kencang!”

“Semua anaknya berjanji untuk melakukan wasiat itu. Demi Tuhanku, mereka benar-benar melakukannya,” kata Nabi SAW. Ketika abu telah ditebar, Allah SWT berfirman, “*Kun (jadilah), maka berdirilah seorang lelaki yang utuh.*” Allah kemudian bertanya, “*Ay ‘abdii, maa hamalaka ‘ala an fa’alta maa fa’alta? Qaala: makhaafataka / Wahai hamba-Ku, mengapa kamu melakukan semua itu?*” Lelaki itu menjawab, “*Karena takut kepada (siksa-Mu).*” Nabi SAW melanjutkan, “*Maka sejak itu, ia mendapat limpahan rahmat Allah.*” Nabi SAW mengulang sekali lagi, “*Maka sejak itu, ia mendapat limpahan rahmat Allah*” (HR. Al Bukhari No. 7.508 dari Abu Said r.a).

Ada satu lagi kisah hampir sama yang saya yakini dapat menguatkan optimisme ampunan Allah untuk Anda. Pada zaman Nabi Musa a.s, ada pria di sebuah kampung yang meninggal dan tak satupun orang bersedia memandikan dan memakamkannya. Mereka bahkan menyeret dan melemparkannya ke pembuangan sampah, karena sepanjang hidupnya ia benar-benar “sampah” yang menyusahkan warga. Allah SWT lalu memberitahu Nabi Musa a.s, “*Wahai Musa, ada orang yang dibuang ke tempat sampah di suatu perkampungan. Carilah ia sampai ketemu, lalu mandikan, bungkuslah dengan kafan, shalatilah dan makamkanlah secara terhormat. Ia benar-benar kekasih-Ku.*”

Musa berjalan menyusuri kampung ke kampung untuk mencari “manusia sampah” itu. Setiap orang memberi julukan yang sama untuk mayit itu: “si jahat.” Nabi Musa a.s meminta ditunjukkan di mana si jahat itu

dibuang. Setelah mayat itu ditemukan tergeletak busuk di tumpukan sampah, Musa a.s berkata, “Wahai Tuhanku, apakah Engkau memerintahkan aku menshalati orang yang sudah dikenal kejahatannya ini?”

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Allah SWT mengatakan, “Wahai Musa, benar, ia memang orang jahat, tapi tahukah kamu bahwa ketika menjelang matinya, ia meminta belas kasih-Ku. Apakah Aku, Tuhan Yang Maha Pengasih tidak mengasihinya? Ketahuilah wahai Musa, menjelang sakaratul maut, ia berkata lirih, “Wahai Tuhanku, Engkau Maha Mengetahui gunung dosa yang telah aku lakukan sepanjang hidupku. Tapi, saya yakin, Engkau Maha Mengetahui isi hatiku. Aku sejatinya berontak setiap kali aku melakukan dosa. Wahai Tuhanku, sekalipun penuh dosa, aku tetap senang dan hormat kepada orang-orang shalih di sekitarku. Jika ada dua panggilan, dari orang jahat dan orang shalih, pastilah aku mendahulukan orang shalih.”

“Wahai Tuhanku, jika Engkau mengampuni aku, pastilah Nabi-Mu tersenyum gembira karena salah satu umatnya terbebas dari neraka. Sebaliknya, musuh-musuh-Mu, yaitu Iblis dan setan akan bersedih. Aku yakin, Engkau lebih menyukai senyuman Nabi-Mu daripada senyum Iblis dan kawan-kawannya. Wahai Tuhanku, ampunilah aku dan kasihanilah aku.” Maka Allah SWT berfirman, “Aku, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Pengampun. Aku akan mengasihi dan mengampuni dia, karena ia telah mengakui dosa-dosanya kepada-Ku. Allah SWT berfirman, “Wahai Musa, segera shalat untuknya sesuai perintah-Ku. Aku akan mengampuninya atas keberkahan orang yang menshalatinya.”

Sekali lagi, bergembiralah, dengan kasih-Nya yang tak terbatas, Allah akan menyelamatkan Anda berbekal ketakwaan meskipun sebesar partikel. Ibnu Athaillah mengatakan, *‘alima wujudad dla’fi minka faqallala a’daadaha, wa’alima ihtiyaajaka ilaa fadl-lihi fakatstsara amdaadaha* (Allah mengetahui kelemahanmu, maka Allah meminimalkan (tuntutan) bilangan (ibadahmu). Allah juga Mengetahui kebutuhanmu akan karunia-Nya, maka Ia melipatgandakan pahala kebaikanmu).

Dua kisah di atas juga bisa menampar muka Anda. Orang yang Anda pandang penuh maksiat, bisa jadi ia kekasih Allah karena setitik debu takwa dalam hatinya yang tidak diketahui siapapun, dan partikel takwa itulah yang mendatangkan ampunan Allah kepadanya. Sedangkan Anda yang merasa lebih suci daripadanya, bisa jadi menurut Allah, ada setitik debu dosa yang Anda lakukan tanpa Anda sadari dan partikel dosa itulah yang membuat Allah SWT murka kepada Anda. Mulai saat ini, hapuslah perasaan bahwa Anda lebih suci daripada orang lain, dan hentikan kebiasaan memandang sinis pelaku dosa di sekitar Anda, sebab bisa jadi ia lebih harum di sisi Allah daripada Anda. *Wallahu alamu bis shawab*.

Referensi: (1) Muhammad bin Abu Bakar Al Usfuri, *Al Mawa'idhul 'Ushfuriyah*, Penerbit Mutiara Ilmu Surabaya, Zeid Husein Al Hamid, 1994: cet II: 4-6; (2) Hamka, *Tafsir Al Azhar*, Panjimas, Jakarta (3) Muhammad 'Awwaamah, *Minas Shihah Al Ahadits Al Qudsiyah. Mi'ah Hadits Qudsi Ma'a Syarhiha (Seratus Syarah Hadis Qudsi)*, Noura Books, Jakarta Selatan 2013, p. 176; (4) Ibnu Atha'illah As-Sakandari, *Al Hikam, (Al Hikam dan Syarahnya)* terj. DA. Pakih Sati LC, Penerbit saufa Yogyakarta, 2015, cet.I

17 Mei 2016

Fikih Reklamasi

Penulis : H. Moh. Mufid, Lc., M.HI

Beberapa minggu yang lalu, KPK berhasil melakukan Operasi Tangkap Tangan (OTT). Kali ini, sasarannya adalah kader Parta Gerinda yang digadang-gadang akan menjadi rival Ahok di Pilkada Ibukota Jakarta 2017 nanti. Adalah M. Sanusi pengusaha sekaligus anggota DPRD DKI Jakarta ini terlibat kasus suap. Ia sebagai tersangka kasus suap PT Agung Podomoro Land terkait mega proyek reklamasi di Teluk Jakarta.

Peristiwa ini, tentu mengagetkan publik. Bagaimana tidak, M. Sanusi yang lagi gencar berkampanye justru tersandung kasus korupsi. Ini sekaligus membuka mata publik, bahwa proyek reklamasi Teluk Jakarta memang masih “bermasalah”. Sementara itu, Ahok sebagai Gubernur tetap ngotot untuk melanjutkan megaprojek tersebut.

Reklamasi adalah proses pembuatan daratan baru dari dasar laut atau dasar sungai. Dengan kata lain, reklamasi berarti “menyulap” lautan menjadi daratan (daratan rekayasa). Di negara-negara maju, reklamasi biasa dilakukan dalam rangka memperluas daratan, misalnya di Singapura, di Uni Emirat Arab, di Korea Selatan, di Rio Jeniro Brazil, di Amerika Serikat dan lainnya.

Di Indonesia, proyek reklamasi yang juga tak kalah kontroversinya adalah reklamasi pantai Losari di Makassar dan Teluk Benoa di Bali. Pertanyaanya, bagaimana proyek reklamasi tersebut dalam perspektif *eco-syariah*?

Eco-Syariah dan Fikih Reklamasi

Secara sederhana, *eco-syariah* adalah norma-norma religius yang pro terhadap lingkungan hidup. *Hifz al-Bi'ah* adalah panduan epistemik dalam

merumuskan fikih antropokosmis. Dalam konteks ini, proyek reklamasi laut tidak terlepas dari sisi negatif dan positif. Dalam bahasa fikih, sisi positif ini sering disebut dengan *maslahat*. Sebaliknya, sisi negatif disebut *mafsadat*. Dalam konteks ini pula minimal ada dua hal yang menjadi sorotan dalam setiap proyek reklamasi, yaitu aspek ekonomi dan aspek ekologi.

Dari segi ekonomi, reklamasi ini akan menjadikan daratan baru sebagai perumahan “kelas elit” dan pusat komersil dengan desain arsitektur medioder yang akan menjadi ikon baru bagi Jakarta sebagai kota metropolitan. Di sisi lain, dari segi ekologi, reklamasi ini akan memberikan pengaruh signifikan terhadap tekanan lingkungan dan gangguan terhadap ekosistem laut.

Untuk menghindari timbulnya mafsadat, yang dalam hal ini, bahaya kerusakan ekosistem laut, maka harus terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan lingkungan (Amdal). Hal ini menjadi niscaya karena lingkungan laut akan mengalami degradasi secara signifikan dan mengganggu bagi keberlanjutan ekosistem laut. Keanekaragaman biota laut akan terancam dengan adanya daratan rekayasa tersebut.

Oleh karena itu, reklamasi bukan hanya bermasalah, tetapi juga lebih menimbulkan dampak negatif. Misalnya, reklamasi tersebut akan menyebabkan naiknya air laut yang akan menambah banjir rob; sumur-sumur penduduk di sekitar pantai menjadi asin; terjadinya kontaminasi secara kimia terhadap air asin yang mengendap membuat bau menyengat; berdampak buruk bagi habitat mangrove. Lebih lanjut, menurut Walhi reklamasi Pulau G yang konsesinya dipegang PT. Muara Wisesa Samudera, akan merusak pipa kabel dan gas bawah laut yang menjadi suplai listrik Ibukota Jakarta.

Dalam kaidah fikih, kondisi dimana adanya pertentangan antara maslahat dan mafsadat maka harus diutamakan untuk menghindari mafsadat. *Dar'u al-mafasid muqaddam ala jalb al-masalih* begitu dalam kaidah. Kaidah ini relevan dalam rangka menyikapi pro-kontra reklamasi Teluk Jakarta. Oleh sebab itu, sudah seharusnya meninjau ulang (moratorium) mega proyek tersebut. Apalagi, reklamasi telah dinyatakan tidak layak dan merusak lingkungan melalui Keputusan Menteri Lingkungan Hidup No. 14 tahun 2003 tentang Ketidaklayakan Rencana Reklamasi dan Revitalisasi Teluk Jakarta.

Lebih dari itu, reklamasi justru akan merampas dan menghilangkan *fishing ground* (wilayah penangkapan) ikan para nelayan. Sebanyak 16.000 kepala keluarga nelayan terancam tergusur dari wilayah hidup dan kehilangan pekerjaannya. Sementara reklamasi hanya akan menguntungkan segelintir “kaum elit” saja, sementara dampaknya dapat dirasakan secara nyata bagi kaum kelas ekonomi menengah ke bawah. Hal ini jelas akan meminggirkan kepentingan kaum “alit” demi memuaskan hasrat para pengembang properti yang berkelas ekonomi elit.

Menuju *Eco-Literacy*

Proyek reklamasi, seharusnya tidak sekadar melihat nilai bisnisnya semata, melainkan aspek ekologis pun harus dipikirkan. Karena ekonomi dan ekologi adalah dua kenyataan dan praksis hidup yang menyatu menjadi sebuah budaya masyarakat karena kenyataan etimologis bahwa keduanya berakar pada kata yang sama *oikos*, rumah tangga, habitat, ekosistem. Inilah yang oleh Fritjof Capra disebut *eco-literacy*, melek/sadar lingkungan.

Itu sebabnya, dalam perspektif bioregionalisme menurut Capra, ekonomi yang dikembangkan adalah ekonomi hijau. Yakni, ekonomi yang menyatu dan didikte oleh ekologi. Karena suatu kegiatan ekonomi yang merusak dan bertentangan dengan ekosistem setempat bukanlah ekonomi. Di sini, ekologi sebagai *guidence* menuntut agar manusia menata hidupnya sebagai bagian yang tidak terpisah jaring kompleks sistem alam semesta. Karena itu, ekologi meniscayakan memilih hidup yang sesuai kehendak dan hukum alam.

Dalam konteks inilah, reklamasi Teluk Jakarta sebenarnya lebih mementingkan aspek ekonomi ketimbang aspek ekologinya. Proyek tersebut, hanya akan menguntungkan segelintir kaum pemilik modal dan meminggirkan kepentingan kaum “alit” para nelayan yang menggantungkan nasibnya sebagai nelayan pesisir. Di sinilah diperlukan kesadaran kolektif masyarakat terhadap lingkungan demi keberlanjutan ekosistem laut.

18 Mei 2016

Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia

Penulis : Dwi Rukma Santi, S.ST., M.Kes

Infeksi dengue atau lebih dikenal dengan Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah merupakan penyakit yang menimbulkan masalah kesehatan masyarakat dengan angka kesakitan (morbiditas) yang cukup tinggi, menyebabkan kejadian luar biasa (KLB), dan kematian (mortalitas) terutama pada anak-anak. Penyebaran infeksi dengue juga telah dilaporkan hampir dari semua negara yang terletak di sekitar garis khatulistiwa, baik Negara tropis maupun sub tropis. World Health Organization (WHO) mencanangkan strategi global dengan sasaran pada tahun 2020 semua negara endemis dengue dapat menurunkan angka mortalitas 50%, menurunkan angka

morbiditas 25% (dari data dasar tahun 2010), dan pada tahun 2015 telah ditentukan *true burden of dengue infection*.

Indonesia termasuk Negara endemis DBD yang telah berhasil menurunkan angka kematian DBD dari 48,6% pada tahun 1968 menjadi 0,9% pada tahun 2013. Perlu diingat juga bahwa pola umur kejadian DBD sejak tahun 2000 telah bergeser pada kelompok umur yang lebih tua (dewasa), namun angka kematian lebih banyak dijumpai pada anak-anak. Beberapa faktor penyebab meningkatnya angka kesakitan akibat DBD, yaitu akibat urbanisasi, perumahan yang padat, banyak rumah kosong yang terlantar, peningkatan transportasi juga akan meningkatkan tempat perindukan dan penyebaran nyamuk.

Upaya mengurangi kepadatan nyamuk telah dilakukan sejak lama dengan cara 3M (menguras, menutup, menimbun), partisipasi masyarakat oleh kader desa melalui program COMBI (*communication for behavioral impact*), kerjasama lintas sektoral, dan masih banyak lagi program yang dilakukan oleh Kemenkes RI. Yang menjadi pokok permasalahan adalah program-program pemerintah tersebut harus dikerjakan secara terus menerus dan berkesinambungan serta tidak boleh lengah. Selama ini yang terjadi masyarakat sering lalai apabila kasus tidak terjadi.

Kematian akibat DBD pada umumnya disebabkan karena syok yang berkepanjangan atau syok berulang dan perdarahan yang seringkali disertai dengan ensefalopati. Diperkirakan 21.000 orang di seluruh dunia meninggal karena infeksi dengue tersebut. Lalu, bagaimana kita dapat menurunkan kesakitan dan kematian pada tahun 2020 dengan strategi yang selama ini dilakukan?

Bagaimana Peran Vaksin Dengue?

Sejarah panjang penelitian tentang vaksin dengue *Chimeric yellow fever dengue-tetravalent dengue vaccine* (CYD-TDV) tampaknya mulai memasuki babak menggembirakan. Vaksin Dengue CYD-TDV bakal dirilis tahun 2017. Prof. Dr.dr. Sri Rezeki Hadinegoro, SpA(K) salah seorang tim peneliti vaksin dengue memaparkan bahwa vaksin dengue ini bisa menekan jumlah kasus DBD sampai 60% pada kelompok usia anak 9 tahun. Serta dapat mengurangi jumlah penderita Dengue Syok Sindrom (DSS) berat stadium 3 hingga 70%. Disamping itu juga mengurangi angka perawatan hingga 70%, yang artinya dapat mengurangi beban biaya pemerintah secara ekonomi.

Penelitian tersebut dilakukan selama 15 tahun sejak tahun 2011 oleh lima Negara, yaitu Vietnam, Malaysia, Thailand, Singapura dan Indonesia. Vaksin ini tidak untuk anak dibawah 9 tahun, namun untuk anak usia 9 – 18

tahun. Saat ini masih menunggu proses surat perijinan dari Badan POM dan masih di uji bahaya serta efektivitasnya.

Harapan ke depan adalah bahwa pada tahun 2017 vaksin tersebut dapat diberikan layaknya imunisasi. Akan tetapi, pencegahan seperti 3M, partisipasi masyarakat oleh kader desa melalui program COMBI (*communication for behavioral impact*), kerjasama lintas sektoral yang sudah diprogramkan pemerintah melalui Kemenkes RI harus tetap jalan dan terintegrasi karena fungsi utama vaksin ini hanya untuk mengurangi angka kesakitan dengue.

Pencegahan lebih baik daripada pengobatan. Imunisasi merupakan program yang efektif untuk mencegah penyakit DBD baik tingkat ringan maupun berat. Vaksin CYD-TDV diindikasikan pada umur 9 tahun atau lebih. Dapat disimpulkan bahwa Indonesia harus berupaya mencapai strategi global dalam penanggulangan infeksi dengue pada tahun 2020 dan vaksin CYD-TDV dapat dimasukkan dalam salah satu komponen upaya pencegahan infeksi dengue di masa yang akan datang.

Sumber :

1. Hadinegoro, Sri Rezeki. *Dengue Vaccine: does it need for Indonesia?*. Jurnal Sari Pediatri. Vol.17.hal:7-12. Oktober 2015. ISSN 0854-7823.
2. Warta PIT-7 IKA. *Vaksin Dengue Dirilis 2017*.Hal: 1, Edisi 4. Rabu 4 November 2015.

27 Mei 2016

Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat

Penulis : Dr. Fahrur Ulum, MEI

Isu ekonomi tahun depan (2017) masih berputar pada persoalan pertumbuhan, pajak dan pembangunan infrastruktur. Pertumbuhan dijadikan indikator kesejahteraan dan solusi bagi setiap krisis ekonomi. Maka tidak mengherankan jika fraksi-fraksi di DPR sibuk memperbincangkan pertumbuhan ekonomi kita pada kisaran 5,3 hingga 5,9 persen pada tahun 2017 (Republika.co.id, 26 Mei 2016).

Pertumbuhan ini biasanya dilihat pada dua dimensi besar yaitu titik tekan pertumbuhan dan pengukuran pertumbuhan. Logika yang dibangun dari titik tekan pertumbuhan adalah asumsi bahwa “*more is better*”. Sedangkan

pengukuran pertumbuhan adalah *per capita GNP*. Jika *per capita income* yang didapatkan dari *total real GNP* yang dibagi dengan jumlah penduduk itu tinggi, maka pertumbuhan ekonomi tinggi dan disinyalir kesejahteraan juga tinggi. Benarkah demikian?

Pertumbuhan versus Pemerataan Kesejahteraan

Dua dimensi pertumbuhan tersebut jelas memiliki kekurangan karena belum tentu lebih banyak itu lebih baik. Bisa saja banyak itu tidak menjadikan lebih baik ketika yang banyak itu tidak menambah kebaikan bagi individu maupun komunitas. Misalnya yang banyak itu adalah barang-barang yang akan merusak moral seperti minuman keras, jasa prostitusi dan sebagainya. Selanjutnya penghitungan *per capita GNP* juga seringkali menipu, karena bisa jadi pertumbuhan ekonomi itu ditopang oleh sekelompok kecil bagian masyarakat.

Selanjutnya tidak diperhatikan pula apakah pertumbuhan ekonomi itu betul-betul nyata sebagai buah dari kegiatan ekonomi riil seperti pengerjaan proyek pembangunan dan jual-beli barang dan jasa, ataukah berasal dari sektor non-riil dan keuangan seperti perbankan, pasar modal, asuransi, reksadana dan lainnya yang cenderung menghasilkan pertumbuhan semu.

Semestinya sektor finansial tidak dimasukkan dalam perhitungan pertumbuhan. Pertumbuhan diakibatkan hanya dari sektor kegiatan ekonomi yang nyata dengan memastikan bahwa uang terus beredar sebagai alat tukar. Uang tidak boleh dijadikan komoditas dengan ditarik bunganya. Uang dilarang sebagai alat judi dan spekulasi, hingga membuat uang hanya bertemu dengan uang, bukan dengan barang dan jasa. Jika demikian, maka pertumbuhan ini nyata dan bisa dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat secara riil. Pertumbuhan alami akan terjadi seiring dengan bertambahnya aktivitas ekonomi secara riil dan seiring dengan perkembangan teknologi untuk menghasilkan barang-barang produksi maupun jasa.

Jadi sebenarnya pertumbuhan ekonomi bukan persoalan utama dalam sistem ekonomi karena sifatnya yang alamiah. Namun persoalan ekonomi terletak pada upaya menciptakan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat.

Menciptakan Kesejahteraan dan Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat

Choudhury (1988) mengusulkan bahwa ekonomi harus didasarkan atas prinsip; *tauhid, brotherhood, work and productivity, distributive equity, cooperation, organization/islamic institution*. Perekonomian dalam konteks ini menekankan pada distribusi yang didukung oleh peran pemerintah agar tercipta pemerataan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat. Syed Haider Naqvi (1985) mengusulkan prinsip *al-adl wa al-ih}san*, yaitu

etika harus secara eksplisit mendominasi ekonomi. Selanjutnya perlu egalitarianisme dan negara tidak hanya berperan sebagai regulator kekuatan pasar dan penyedia kebutuhan dasar, tetapi juga partisipan aktif dalam produksi dan distribusi.

Penciptaan kesejahteraan dan keadilan sosial bisa dilakukan dengan penekanan pada distribusi kekayaan di masyarakat. Mekanisme distribusi kekayaan ini tentu saja tidak bisa berdiri sendiri, namun terkait dengan konsep yang lain yaitu konsep kepemilikan. Oleh karena untuk menciptakan kesejahteraan dan keadilan sosial harus diurai dari persoalan besar dalam sistem ekonomi, meliputi konsep kepemilikan dan pengelolaannya serta distribusi kekayaan di masyarakat.

Pengelolaan kepemilikan harus diikat dengan berbagai hukum yang menyangkut masalah pertanian, jual beli dan aktifitas produksi. Dalam masalah pertanian, misalnya, seseorang harus senantiasa terikat dengan pemanfaatan lahan pertaniannya. Jika lahan tersebut dibiarkan kosong selama tiga tahun, maka ia sudah tidak berhak lagi atas tanah tersebut sesuai dengan pendapat Umar ibn al-Khatthab yang didiamkan oleh sahabat-sahabat yang lain sehingga menjadi *ijma'* sahabat. Umar r.a. menyampaikan;

“Bagi orang yang membiarkan tanahnya, maka tidak ada hak baginya setelah dibiarkan selama tiga tahun.”

Kebijakan ini dengan sendirinya akan menghindari munculnya sistem *zamindari* atau feodalisme yang akan merintangai pemanfaatan tanah yang tepat, mubadzir dan merugikan pemilik dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu ekonomi Islam menawarkan pengelolaan lahan pertanian dengan cara-cara kerjasama seperti *muzara'ah* dan *musaqat*.

Pada persoalan jual beli, seseorang harus menempatkan etika bisnis dengan baik dan menghindari riba. Seorang penjual dan pembeli harus sama-sama ridha. Seorang penjual tidak boleh menyembunyikan cacat, berbuat curang dan melakukan penimbunan. Sedangkan pada persoalan produksi, biasanya seseorang berhadapan dengan faktor produksi yaitu alam (tanah), tenaga, modal dan *skill*. Oleh karena itu seseorang akan senantiasa berhubungan dengan pihak lain, sehingga ia harus terikat dengan berbagai peraturan seperti syari'at *shirkah*, *ijārah* dan jual beli.

Selain pembatasan pengelolaan dan pengembangan kepemilikan melalui hukum-hukum syara', juga dibatasi pula dengan menempatkan manusia sebagai makhluk sosial sehingga harus memperhatikan dan *mensupply* orang-orang yang mempunyai keterbatasan faktor produksi sehingga tercipta keharmonisan di masyarakat, yaitu diatur dengan hukum-hukum *zakat*, *infaq*, *s}adaqah* dan sebagainya. Selain pengelolaan kepemilikan individu, harta benda yang terkategori kepemilikan umum juga

harus dikelola dengan baik. Harta milik umum yang pemanfaatannya mudah, maka siapa saja dapat memanfaatkannya secara langsung, misalnya memanfaatkan sumur, mata air dan sungai yang mengalir, mengambil airnya dan dialirkan untuk (keperluan) hewan serta ternak-ternaknya. Sedangkan harta milik umum yang tidak mudah memanfaatkannya secara langsung, seperti minyak bumi, gas dan barang-barang tambang, maka negara mengambil alih penguasaan eksploitasinya. Negara mewakili rakyat dan mendistribusikannya demi kemaslahatan seluruh warga negara.

Lebih jauh, harus dilarang dengan tegas, diantaranya; perjudian, riba, penipuan (*al-ghabn*), menyembunyikan cacat (*tadlis*), penimbunan (*al-kanzu*), dan pematokan harga (*tas'ir*). Dengan ditetapkannya pengelolaan kepemilikan yang dilarang tersebut, maka akan menghindari perselisihan di masyarakat, menghindari penumpukan kekayaan pada orang-orang tertentu serta menghindari eksploitasi sesama manusia.

Selanjutnya distribusi ekonomi di masyarakat dapat dilakukan dengan mekanisme pasar dan non pasar. Mekanisme pasar pun dibatasi dengan larangan praktik penimbunan barang (*al-ihlikâr*), pematokan harga (*al-tash'ir*), penipuan pada komoditas dan alat pembayarannya (*at-tadlis*), penipuan pada harga (*al-ghabn al-fâh'isy*).

Kendati telah tercipta pasar yang bersih, tetap saja ada orang-orang yang tersingkir dari mekanisme pasar, seperti cacat fisik maupun non-fisik, keterampilan dan keahlian yang kurang, modal yang sedikit, tertimpa musibah, dan sebagainya. Karena itulah harus disediakan mekanisme kedua, yaitu mekanisme nonpasar diantaranya adalah zakat, infak dan sedekah, hibah, hadiah, dan wasiat, termasuk pula pembagian harta waris. Negara juga bisa melakukan *iqthâ'*. Dengan adanya dua mekanisme tersebut, maka dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan primer setiap warga Negara dan sekaligus menciptakan pemerataan ekonomi. Negara berperan besar dalam distribusi kekayaan agar berjalan baik dan rakyat terpenuhi kebutuhan pokok (*al-h'ajat al-asasiyah*), baik kebutuhan dasar individu (sandang, pangan dan perumahan), maupun kebutuhan dasar masyarakat (keamanan, kesehatan dan pendidikan) secara murah dan berkualitas.

Wallahu a'lam

C. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

1. Pengujian Hipotesis

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Pada penelitian ini, peneliti menyatakan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah tentang akidah, syariah dan akhlak. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, hasilnya menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 yaitu tentang akidah, syariah dan akhlak dengan persentase masing-masing kategori sebanyak 5,77%, 67,31%, 26,92%

Dari pemaparan tersebut, maka antara hipotesis dengan hasil analisis data bernilai satu. Pernyataan yang disetujui oleh pengkoding (hakim) dan periset sama.

2. Analisis data

Pada bab sebelumnya (BAB II) telah dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif. Sebelum dilakukan analisis

terhadap artikel yang ada dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 melalui distribusi frekuensi, penelitian melakukan uji reliabilitas dan validitas untuk menguji kategorisasi pesan dakwah yang sudah dibuat oleh peneliti.

Berikut ini merupakan uji reliabilitas, uji validitas dan distribusi frekuensi berdasarkan kategori pesan dakwah.

a. Uji reliabilitas

Untuk mengukur uji reliabilitas, peneliti menggunakan rumus Holsty:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

- CR = *Coeficient Reliability*
- M = Jumlah pernyataan yang
disetujui oleh pengkoding
(hakim) dan periset
- N1, N2 = Jumlah pernyataan yang
diberi kode oleh pengkoding
(hakim) dan periset

Adapun pengkoding (hakim) dalam penelitian ini adalah Drs. Syarifudin Zuhri, M.Si. alasan memilih beliau sebagai pengkoding (hakim), karena beliau merupakan dosen etika jurnalistik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dan dipandang oleh peneliti berkompeten dalam hal ini. selain itu, peneliti dan pengkoding terjalin silaturahmi yang baik, sehingga dalam proses penelitian peneliti tidak merasa canggung.

1) Kategori akidah

Pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan periset = 3

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dan periset = 3

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2(3)}{3 + 3} = \frac{6}{6} = 1$$

2) Kategori Syariah

Pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan periset = 35

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dan periset = 35

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2(35)}{35 + 35} = \frac{70}{70} = 1$$

3) Kategori akhlak

Pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan periset = 14

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dan periset = 14

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2(14)}{14 + 14} = \frac{28}{28} = 1$$

Ambang penerimaan yang sering dipai untuk uji reliabilitas kategori adalah 0,75. Jika persetujuan antara pengkoding (periset dan hakim) tidak mencapai 0,75, maka kategorisasi operasional perlu dirumuskan lebih spesifik lagi. Artinya kategorisasi yang dibuat belum mencapai tingkat keterandalan atau keterpercayaan.

b. Uji validitas

Untuk menguji validitas data penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Scott:

$$pi = \frac{(\% \text{ Observed Agreement} - \% \text{ Expected Agreement})}{1 - \% \text{ Expected Agreement}}$$

Keterangan:

- Pi* = Nilai keterandalan
- Observed agreeement* = Persentase persetujuan yang ditemukan dari pernyataan yang disetujui antarpengkode (yaitu nilai C.R)
- Expected agreement* = Persentase persetujuan yang diharapkan, yaitu proporsisi dari jumlah pesan yang dikuadratkan

1) Kategori akidah

Tabel 4.1

Uji Validitas Kategori Akidah

Kategoriasi	Frekuensi	Proporsi dari Total Berita (X)	Pengkuadratan X
1+	2	0,67	0,4489
1-	0	0	0
2+	0	0	0
2-	0	0	0

3+	0	0	0
3-	0	0	0
4+	1	0,33	0,1089
4-	0	0	0
5+	0	0	0
5-	0	0	0
6+	0	0	0
6-	0	0	0
Jumlah	3	1	0,5578

Tabel di atas terdiri dari enam kategori. Tanda (+) diatas berarti antarpengkode setuju (hakim setuju dengan koding pesan yang ditemukan). Tanda (-) berarti hakim tidak setuju dengan koding pesan yang ditemukan. Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 4 pesan yang disetujui periset dan hakim untuk dimasukkan ke dalam kategori satu. Terdapat 1 pesan yang disetujui periset dan hakim untuk dimasukkan ke kategori 4.

Jadi, perhitungan ke dalam rumus *Scott*:

$$pi = \frac{(\% \text{ Observed Agreement} - \% \text{ Expected Agreement})}{1 - \% \text{ Expected Agreement}}$$
$$= \frac{1 - 0,558}{1 - 0,558} = \frac{0,442}{0,442} = 1$$

2) Kategori syariah

Tabel 4.2

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Uji Validitas Kategori Syariah

Kategoriasi	Frekuensi	Proporsi dari Total Berita (X)	Pengkuadrata n X
7+	3	0,086	0,0074
7-	0	0	0
8+	32	0,914	0,8353
8-	0	0	0
Jumlah	35	1	0,8427

Tabel di atas terdiri dari enam kategori. Tanda (+) diatas berarti antarpegkode setuju (hakim setuju dengan koding pesan yang ditemukan). Tanda (-) berarti hakim tidak setuju dengan koding pesan yang ditemukan. Dari tabel di atas dilihat bahwa digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id terdapat 3 pesan yang disetujui oleh periset dan hakim untuk dimasukkan ke dalam kategori ketujuh. Terdapat 32 pesan yang disetujui oleh periset dan hakim untuk dimasukkan ke dalam kategori delapan.

Jadi, perhitungannya ke dalam rumus *Scott*:

$$pi = \frac{(\% \text{ Observed Agreement} - \% \text{ Expected Agreement})}{1 - \% \text{ Expected Agreement}}$$

$$= \frac{1 - 0,843}{1 - 0,843} = \frac{0,157}{0,157} = 1$$

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3) Kategori akhlak

Tabel 4.3

Uji Validitas Kategori Akhlak

Kategoriasi	Frekuensi	Proporsi dari Total Berita (X)	Pengkuadrata n X
9+	9	0,64	0,4096
9-	0	0	0
10+	5	0,36	0,1296
10	0	0	0
Jumlah	14	1	0,5392

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel di atas terdiri dari enam kategori. Tanda (+) diatas berarti antarpengkode setuju (hakim setuju dengan koding pesan yang ditemukan). Tanda (-) berarti hakim tidak setuju dengan koding pesan yang ditemukan. Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 9 pesan yang disetujui oleh periset dan hakim untuk dimasukkan ke dalam kategori delapan. Terdapat 5 pesan yang disetujui oleh periset dan hakim untuk dimasukkan ke dalam kategori sembilan.

Jadi, perhitungannya ke dalam rumus *Scott*:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

$$pi = \frac{(\% \text{ Observed Agreement} - \% \text{ Expected Agreement})}{1 - \% \text{ Expected Agreement}}$$
$$= \frac{1 - 0,539}{1 - 0,539} = \frac{0,463}{0,463} = 1$$

c. Distribusi frekuensi

1) Kategori akidah

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Kategori Akidah

No	Frekuensi	Persentase
1	2	67%
2	0	0
3	0	0
4	1	33%
5	0	0
6	0	0
Jumlah	3	100%

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari data di atas diperoleh frekuensi total untuk pesan dakwah kategori akidah adalah 3 kali. Penulisan nomor di atas adalah perwakilan dari bentuk pesan dakwah kategori akidah, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- No. 1 adalah iman kepada Allah. Bentuk pesan dakwah ini sebanyak 2 kali dengan persentase 67% dari keseluruhan jumlah pesan dakwah kategori akidah.

Terdapat pada artikel “Debu Takwa Pembebas Derita” paragraf kedelapan.

“Wahai Tuhanku, Engkau Maha Mengetahui gunung dosa yang telah aku lakukan sepanjang hidupku. Tapi, saya yakin, Engkau Maha Mengatahui isi hatiku. Aku sejatinya berontak setiap kali aku melakukan dosa. Wahai Tuhanku, sekalipun penuh dosa, aku tetap senang dan hormat kepada orang-orang shaleh di sekitarku. Jika ada dua panggilan, dari orang jahat dan orang shaleh, pastilah aku mendahulukan orang shaleh.”

Terdapat juga pada paragraf Kesembilan:

“Wahai Tuhanku, jika Engkau mengampuni aku, pastilah Nabi-Mu tersenyum gembira karena salah satu umatnya terbebas dari neraka. Sebaliknya, musuh-musuh-Mu, yaitu Iblis dan setan akan bersedih. Aku yakin, Engkau lebih menyukai senyuman Nabi-Mu daripada senyum Iblis dan kawan-kawannya. Wahai Tuhanku, ampunilah aku dan kasihanilah aku.” Maka Allah SWT berfirman, “Aku, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Pengampun. Aku akan mengasihi dan mengampuni dia, karena ia telah mengakui dosa-dosanya kepada-Ku.”

- No. 2 adalah iman kepada malaikat-Nya. Tidak terdapat pesan dakwah sama sekali.
- No. 3 adalah iman kepada kitab-kitab-Nya. Tidak terdapat pesan dakwah sama sekali.
- No. 4 adalah iman kepada rasul-rasul-Nya. Pesan dakwah ini muncul sebanyak 1 kali dengan persentase 33%.

Terdapat dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita” paragraf ketiga.

...tidak ada satupun orang yang bisa disebut bertakwa selain nabi.

- No. 5 adalah iman kepada hari akhir atau hari kiamat. Tidak terdapat pesan sama sekali yang berkaitan dengan kategori ini.
- No. 6 adalah iman kepada Qadha dan Qadar. Tidak terdapat sama sekali pesan yang berkaitan dengan kategori ini.

2) Kategori Syariah

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Kategori Syariah

No	Frekuensi	Persentase
7	3	9%
8	32	91%
Jumlah	35	100%

Dari data di atas diperoleh frekuensi total untuk pesan dakwah kategori syariah adalah 35 kali. Penulisan nomor di atas adalah perwakilan dari bentuk pesan dakwah kategori akidah, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- No. 7 adalah syariah ibadah. Bentuk pesan dakwah ini muncul

sebanyak 3 kali dengan persentase 9% dari keseluruhan jumlah pesan dakwah kategori syariah. Adapun pesan tersebut adalah:

Paragraf ketujuh artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Wahai Tuhanku, apakah Engkau memerintahkan aku menshalati orang yang sudah dikenal kejahatannya ini?

- Paragraf kesembilan artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Allah SWT berfirman, “Wahai Musa, segera shalat untuknya sesuai perintah-Ku. Aku akan mengampuninya atas keberkahan orang yang menshalatinya.

Paragraf kesepuluh artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Ibnu Athaillah mengatakan, *‘alima wujudad dla’fi minka faqallala a’daadaha, wa’alima ihtiyaaajaka ilaa fadl-lihi fakatstsara amdaadaha (Allah mengetahui kelemahanmu, maka Allah meminimalkan (tuntutan) bilangan (ibadahmu). Allah juga Mengetahui kebutuhanmu akan karunia-Nya, maka Ia melipatgandakan pahala kebaikanmu)*

- No. 8 adalah syariah muamalah. Bentuk pesan dakwah ini

muncul sebanyak 32 kali dengan persentase 91% dari

keseluruhan jumlah pesan dakwah kategori syariah. Adapun pesan tersebut adalah:

Pada paragraf pertama dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Beberapa minggu yang lalu, KPK berhasil melakukan Operasi Tangkap Tangan (OTT). Kali ini, sasarannya adalah kader Parta Gerindra yang digadang-gadang akan menjadi rival Ahok di Pilkada Ibukota Jakarta 2017 nanti. Adalah M. Sanusi pengusaha sekaligus anggota DPRD DKI Jakarta ini terlibat kasus suap. Ia sebagai tersangka kasus suap PT Agung Podomoro Land terkait mega proyek reklamasi di Teluk Jakarta.

Paragraf keempat dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Di Indonesia, proyek reklamasi yang juga tak kalah kontroversinya adalah reklamasi pantai Losari di Makassar dan Teluk Benoa di Bali. Pertanyaanya, bagaimana proyek reklamasi tersebut dalam perspektif *eco-syariah*?

Paragraf kelima dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Secara sederhana, *eco-syariah* adalah norma-norma religius yang pro terhadap lingkungan hidup. *Hifz al-Bi'ah* adalah panduan epistemik dalam merumuskan fikih antropokosmis. Dalam konteks ini, proyek reklamasi laut tidak terlepas dari sisi negatif dan positif. Dalam bahasa fikih, sisi positif ini sering disebut dengan *maslahat*. Sebaliknya, sisi negatif disebut *mafsadat*. Dalam konteks ini pula minimal ada dua hal yang menjadi sorotan dalam setiap proyek reklamasi, yaitu aspek ekonomi dan aspek ekologi.

Paragraf keenam dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Dari segi ekonomi, reklamasi ini akan menjadikan daratan baru sebagai perumahan “kelas elit” dan pusat komersil dengan desain arsitektur medioker yang akan menjadi ikon baru bagi Jakarta sebagai kota metropolitan. Di sisi lain, dari segi ekologi, reklamasi ini akan memberikan pengaruh signifikan terhadap tekanan lingkungan dan gangguan terhadap ekosistem laut.

Paragraf ketujuh dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Untuk menghindari timbulnya mafsadat, yang dalam hal ini, bahaya kerusakan ekosistem laut, maka harus terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan lingkungan (Amdal). Hal ini menjadi niscaya karena lingkungan laut akan mengalami degradasi secara signifikan dan mengganggu bagi keberlanjutan ekosistem laut. Keanekaragaman biota laut akan terancam dengan adanya daratan rekayasa tersebut.

Paragraf kesembilan dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Dalam kaidah fikih, kondisi dimana adanya pertentangan antara *maslahat* dan *mafsadat* maka harus diutamakan untuk menghindari mafsadat. *Dar'u al-mafasid muqaddam ala jalb*

al-masalih begitu dalam kaidah. Kaidah ini relevan dalam rangka menyikapi pro-kontra reklamasi Teluk Jakarta. Oleh sebab itu, sudah seharusnya meninjau ulang (moratorium) mega proyek tersebut. Apalagi reklamasi telah dinyatakan tidak layak dan merusak lingkungan melalui Keputusan Menteri Lingkungan Hidup No. 14 tahun 2003 tentang Ketidaklayakan Rencana Reklamasi dan Revitalisasi Teluk Jakarta.

Paragraf ke-11 dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Proyek reklamasi, seharusnya tidak sekadar melihat nilai bisnisnya semata, melainkan aspek ekologis pun harus dipikirkan. Karena ekonomi dan ekologi adalah dua kenyataan dan praksis hidup yang menyatu menjadi sebuah budaya masyarakat karena kenyataan etimologis bahwa keduanya berakar pada kata yang sama *oikos*, rumah tangga, habitat, ekosistem. Inilah yang oleh Fritjof Capra disebut *eco-literacy*, melek/sadar lingkungan.

Paragraf ke-12 dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Itu sebabnya, dalam perspektif bioregionalisme menurut Capra, ekonomi yang dikembangkan adalah ekonomi hijau. Yakni, ekonomi yang menyatu dan didikte oleh ekologi. Karena suatu kegiatan ekonomi yang merusak dan bertentangan dengan ekosistem setempat bukanlah ekonomi. Di sini, ekologi sebagai *guidence* menuntut agar manusia menata hidupnya sebagai bagian yang tidak terpisah jaring kompleks sistem alam semesta. Karena itu, ekologi meniscayakan memilih hidup yang sesuai kehendak dan hukum alam.

Paragraf ke-13 dalam artikel “Fikih Reklamasi”

Dalam konteks inilah, reklamasi Teluk Jakarta sebenarnya lebih mementingkan aspek ekonomi ketimbang aspek ekologinya. Proyek tersebut, hanya akan menguntungkan segelintir kaum pemilik modal dan meminggirkan kepentingan kaum “alit” para nelayan yang menggantungkan nasibnya sebagai nelayan pesisir. Di sinilah diperlukan kesadaran kolektif masyarakat terhadap lingkungan demi keberlanjutan ekosistem laut.

Paragraf pertama dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Infeksi dengue atau lebih dikenal dengan Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah merupakan penyakit yang menimbulkan masalah kesehatan masyarakat dengan angka kesakitan (morbiditas) yang cukup tinggi, menyebabkan kejadian luar biasa (KLB), dan kematian (mortalitas) terutama pada anak-anak. Penyebaran infeksi dengue juga telah dilaporkan hampir dari semua negara yang terletak di sekitar garis khatulistiwa, baik Negara tropis maupun sub tropis. World Health Organization (WHO) mencanangkan strategi global dengan sasaran pada tahun 2020 semua negara endemis dengue dapat menurunkan angka mortalitas 50%, menurunkan angka morbiditas 25% (dari data dasar tahun 2010), dan pada tahun 2015 telah ditentukan *true burden of dengue infection*.

Paragraf kedua dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Indonesia termasuk Negara endemis DBD yang telah berhasil menurunkan angka kematian DBD dari 48,6% pada tahun 1968 menjadi 0,9% pada tahun 2013. Perlu diingat juga bahwa pola umur kejadian DBD sejak tahun 2000 telah bergeser pada kelompok umur yang lebih tua (dewasa), namun angka kematian lebih banyak dijumpai pada anak-anak. Beberapa faktor penyebab meningkatnya angka kesakitan akibat DBD, yaitu akibat urbanisasi, perumahan yang padat, banyak rumah kosong yang terlantar, peningkatan transportasi juga akan meningkatkan tempat perindukan dan penyebaran nyamuk.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Paragraf ketiga dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Upaya mengurangi kepadatan nyamuk telah dilakukan sejak lama dengan cara 3M (menguras, menutup, menimbun), partisipasi masyarakat oleh kader desa melalui program COMBI (*communication for behavioral impact*), kerjasama lintas sektoral, dan masih banyak lagi program yang dilakukan oleh Kemenkes RI. Yang menjadi pokok permasalahan adalah program-program pemerintah tersebut harus dikerjakan secara

terus menerus dan berkesinambungan serta tidak boleh lengah. Selama ini yang terjadi masyarakat sering lalai apabila kasus tidak terjadi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Paragraf keempat dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Diperkirakan 21.000 orang di seluruh dunia meninggal karena infeksi dengue tersebut. Lalu, bagaimana kita dapat menurunkan kesakitan dan kematian pada tahun 2020 dengan strategi yang selama ini dilakukan?

Paragraf kelima dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Sejarah panjang penelitian tentang vaksin dengue *Chimeric yellow fever dengue-tetravalent dengue vaccine* (CYD-TDV) tampaknya mulai memasuki babak menggembirakan. Vaksin Dengue CYD-TDV bakal dirilis tahun 2017. Prof. Dr.dr. Sri Rezeki Hadinegoro, SpA(K) salah seorang tim peneliti vaksin dengue memaparkan bahwa vaksin dengue ini bisa menekan jumlah kasus DBD sampai 60% pada kelompok usia anak 9 tahun. Serta dapat mengurangi jumlah penderita Dengue Syok Sindrom (DSS) berat stadium 3 hingga 70%. Disamping itu juga mengurangi angka perawatan hingga 70%, yang artinya dapat mengurangi beban biaya pemerintah secara ekonomi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Paragraf keenam dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Vaksin ini tidak untuk anak dibawah 9 tahun, namun untuk anak usia 9 – 18 tahun. Saat ini masih menunggu proses surat perijinan dari Badan POM dan masih di uji bahaya serta efektivitasnya.

Paragraf ketujuh dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Harapan ke depan adalah bahwa pada tahun 2017 vaksin tersebut dapat diberikan layaknya imunisasi. Akan tetapi,

pencegahan seperti 3M, partisipasi masyarakat oleh kader desa melalui program COMBI (*communication for behavioral impact*), kerjasama lintas sektoral yang sudah diprogramkan pemerintah melalui Kemenkes RI harus tetap jalan dan terintegrasi karena fungsi utama vaksin ini hanya untuk mengurangi angka kesakitan dengue.

Paragraf kedelapan dalam artikel “Urgensi Vaksin Dengue Untuk Pencegahan DBD Indonesia”

Pencegahan lebih baik daripada pengobatan. Imunisasi merupakan program yang efektif untuk mencegah penyakit DBD baik tingkat ringan maupun berat. Vaksin CYD-TDV diindikasikan pada umur 9 tahun atau lebih. Dapat disimpulkan bahwa Indonesia harus berupaya mencapai strategi global dalam penanggulangan infeksi dengue pada tahun 2020 dan vaksin CYD-TDV dapat dimasukkan dalam salah satu komponen upaya pencegahan infeksi dengue di masa yang akan datang.

Paragraf pertama dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Isu ekonomi tahun depan (2017) masih berputar pada persoalan pertumbuhan, pajak dan pembangunan infrastruktur. Pertumbuhan dijadikan indikator kesejahteraan dan solusi bagi setiap krisis ekonomi. Maka tidak mengherankan jika fraksi fraksi di DPR sibuk memperbincangkan pertumbuhan ekonomi kita pada kisaran 5,3 hingga 5,9 persen pada tahun 2017.

Paragraf kedua dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Logika yang dibangun dari titik tekan pertumbuhan adalah asumsi bahwa “*more is better*”. Sedangkan pengukuran pertumbuhan adalah *per capita GNP*. Jika *per capita income* yang didapatkan dari *total real GNP* yang dibagi dengan jumlah penduduk itu tinggi, maka pertumbuhan ekonomi tinggi dan disinyalir kesejahteraan juga tinggi.

Paragraf ketiga dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Misalnya yang banyak itu adalah barang-barang yang akan merusak moral seperti minuman keras, jasa prostitusi dan sebagainya. Selanjutnya penghitungan *per capita GNP* juga seringkali menipu, karena bisa jadi pertumbuhan ekonomi itu ditopang oleh sekelompok kecil bagian masyarakat.

Paragraf keempat dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat “

Selanjutnya tidak diperhatikan pula apakah pertumbuhan ekonomi itu betul-betul nyata sebagai buah dari kegiatan ekonomi riil seperti pengerjaan proyek pembangunan dan jual-beli barang dan jasa, ataukah berasal dari sektor non-riil dan keuangan seperti perbankan, pasar modal, asuransi, reksadana dan lainnya yang cenderung menghasilkan pertumbuhan semu.

Paragraf kelima dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Semestinya sektor finansial tidak dimasukkan dalam perhitungan pertumbuhan. Pertumbuhan diakibatkan hanya dari sektor kegiatan ekonomi yang nyata dengan memastikan bahwa uang terus beredar sebagai alat tukar. Uang tidak boleh dijadikan komoditas dengan ditarik bunganya. Uang dilarang sebagai alat judi dan spekulasi, hingga membuat uang hanya bertemu dengan uang, bukan dengan barang dan jasa. Jika demikian, maka pertumbuhan ini nyata dan bisa dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat secara riil. Pertumbuhan alami akan terjadi seiring dengan bertambahnya aktifitas ekonomi secara riil dan seiring dengan perkembangan teknologi untuk menghasilkan barang-barang produksi maupun jasa.

Paragraf keenam dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Jadi sebenarnya pertumbuhan ekonomi bukan persoalan utama dalam sistem ekonomi karena sifatnya yang alamiah.

Namun persoalan ekonomi terletak pada upaya menciptakan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat.

Paragraf ketujuh dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Choudhury (1988) mengusulkan bahwa ekonomi harus didasarkan atas prinsip; tauhid, *brotherhood*, *work and productivity*, *distributive equity*, *cooperation*, *organization/islamic institution*. Perekonomian dalam konteks ini menekankan pada distribusi yang didukung oleh peran pemerintah agar tercipta pemerataan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat. Syed Haider Naqvi (1985) mengusulkan prinsip *al-adl wa al-ih}san*, yaitu etika harus secara eksplisit mendominasi ekonomi. Selanjutnya perlu egalitarianisme dan negara tidak hanya berperan sebagai regulator kekuatan pasar dan penyedia kebutuhan dasar, tetapi juga partisipan aktif dalam produksi dan distribusi.

Paragraf kedelapan dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Penciptaan kesejahteraan dan keadilan sosial bisa dilakukan dengan penekanan pada distribusi kekayaan di masyarakat.

Oleh karena untuk menciptakan kesejahteraan dan keadilan sosial harus diurai dari persoalan besar dalam sistem ekonomi, meliputi konsep kepemilikan dan pengelolaannya serta distribusi kekayaan di masyarakat.

Paragraf kesembilan dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Pengelolaan kepemilikan harus diikat dengan berbagai hukum yang menyangkut masalah pertanian, jual beli dan aktifitas produksi. Dalam masalah pertanian, misalnya, seseorang harus senantiasa terikat dengan pemanfaatan lahan pertaniannya. Jika lahan tersebut dibiarkan kosong selama tiga tahun, maka ia sudah tidak berhak lagi atas tanah tersebut sesuai dengan pendapat Umar ibn al-Khatthab yang didiamkan oleh sahabat-sahabat yang lain sehingga menjadi *ijma’* sahabat. Umar r.a. menyampaikan;

“Bagi orang yang membiarkan tanahnya, maka tidak ada hak baginya setelah dibiarkan selama tiga tahun.”

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Paragraf kesepuluh dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Kebijakan ini dengan sendirinya akan menghindari munculnya sistem *zamindari* atau feodalisme yang akan merintangi pemanfaatan tanah yang tepat, mubadzir dan merugikan pemilik dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu ekonomi Islam menawarkan pengelolaan lahan pertanian dengan cara-cara kerjasama seperti *muzara'ah* dan *musaqat*.

Paragraf ke-11 dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Pada persoalan jual beli, seseorang harus menempatkan etika bisnis dengan baik dan menghindari riba. Seorang penjual dan pembeli harus sama-sama ridha. Seorang penjual tidak boleh menyembunyikan cacat, berbuat curang dan melakukan penimbunan. Sedangkan pada persoalan produksi, biasanya seseorang berhadapan dengan faktor produksi yaitu alam (tanah), tenaga, modal dan *skill*. Oleh karena itu seseorang akan senantiasa berhubungan dengan pihak lain, sehingga ia harus terikat dengan berbagai peraturan seperti syari'at *shirkah*, *ijārah* dan jual beli.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Paragraf ke-12 dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Selain pembatasan pengelolaan dan pengembangan kepemilikan melalui hukum-hukum syara', juga dibatasi pula dengan menempatkan manusia sebagai makhluk sosial sehingga harus memperhatikan dan *mensupply* orang-orang yang mempunyai keterbatasan faktor produksi sehingga tercipta keharmonisan di masyarakat, yaitu diatur dengan hukum-hukum *zakat*, *infaq*, *s}adaqah* dan sebagainya. Selain pengelolaan kepemilikan individu, harta benda yang terkategori kepemilikan umum juga harus dikelola dengan baik. Harta milik umum yang pemanfaatannya mudah, maka siapa saja dapat memanfaatkannya secara langsung, misalnya

memanfaatkan sumur, mata air dan sungai yang mengalir, mengambil airnya dan dialirkan untuk (keperluan) hewan serta ternak-ternaknya. Sedangkan harta milik umum yang tidak mudah memanfaatkannya secara langsung, seperti minyak bumi, gas dan barang-barang tambang, maka negara mengambil alih penguasaan eksploitasinya. Negara mewakili rakyat dan mendistribusikannya demi kemaslahatan seluruh warga negara.

Paragraf ke-13 dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Lebih jauh, harus dilarang dengan tegas, diantaranya; perjudian, riba, penipuan (*al-ghabn*), menyembunyikan cacat (*tadlis*), penimbunan (*al-kanzu*), dan pematokan harga (*tas'ir*). Dengan ditetapkannya pengelolaan kepemilikan yang dilarang tersebut, maka akan menghindari perselisihan di masyarakat, menghindari penumpukan kekayaan pada orang-orang tertentu serta menghindari eksploitasi sesama manusia.

Paragraf ke-14 dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Mekanisme pasar pun dibatasi dengan larangan praktik penimbunan barang (*al-ihikâr*), pematokan harga (*al-tash'ir*), penipuan pada komoditas dan alat pembayarannya (*at-tadlis*), penipuan pada harga (*al-ghabn al-fâh}isy*).

Paragraf ke-15 dalam artikel “Menuju Ekonomi yang Berkeadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat ”

Kendati telah tercipta pasar yang bersih, tetap saja ada orang-orang yang tersingkir dari mekanisme pasar, seperti cacat fisik maupun non-fisik, keterampilan dan keahlian yang kurang, modal yang sedikit, tertimpa musibah, dan sebagainya. Karena itulah harus disediakan mekanisme kedua, yaitu mekanisme nonpasar diantaranya adalah zakat, infak dan sedekah, hibah, hadiah, dan wasiat, termasuk pula pembagian harta waris. Negara juga bisa melakukan *iqthâ'*. Dengan adanya dua mekanisme tersebut, maka dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan primer setiap warga Negara dan sekaligus menciptakan pemerataan ekonomi. Negara berperan

besar dalam distribusi kekayaan agar berjalan baik dan rakyat terpenuhi kebutuhan pokok (*al-h}ajat al-asasiyah*), baik kebutuhan dasar individu (sandang, pangan dan perumahan), maupun kebutuhan dasar masyarakat (keamanan, kesehatan dan pendidikan) secara murah dan berkualitas.

3) Kategori akhlak

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Kategori Akhlak

No	Frekuensi	Persentase
9	9	64%
10	5	36%
Jumlah	14	100%

Dari data di atas diperoleh frekuensi total untuk pesan dakwah kategori akidah adalah 14 kali. Penulisan nomor di atas adalah perwakilan dari bentuk pesan dakwah kategori akidah, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- No. 9 adalah akhlak kepada Allah Swt. Bentuk pesan dakwah ini sebanyak 9 kali dengan persentase 64% dari keseluruhan jumlah pesan dakwah kategori akhlak. Adapun pesan tersebut adalah sebagai berikut:

Paragraf pertama dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Itulah perintah Allah yang diturunkan-Nya kepada kamu, dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia

akan menghapus kesalahan-kesalahannya dan akan melipatgandakan pahala baginya (QS. At Thalaq [65]:5).

Paragraf kedua dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

...keuntungan bagi orang yang bertakwa, yaitu (1) mendapat solusi atas semua masalah hidup (2) memperoleh banyak rizki di luar dugaan, dan (3) kemudahan dalam segala urusan. Selanjutnya pada ayat ini sebagaimana dikutip di atas, Allah SWT menjelaskan keuntungan takwa yang lain, yaitu (4) pengampunan atas segala dosa, dan (5) lipatan pahala atas kebaikan yang pernah dilakukannya.

Paragraf ketiga dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

...takwa adalah menjalankan semua perintah Allah dan menjauhi semua larangan-Nya. Secara lebih praktis, Umar bin Khattab r.a menjelaskan, takwa adalah kehati-hatian dalam setiap langkah, seperti kehati-hatian pejalan kaki di atas jalan yang penuh duri. Kaki baru diinjakkan ke tanah ketika ia yakin bahwa jalan yang diinjak itu benar-benar aman dari tusukan duri.

Tapi, bergembiralah, sebab Allah tetap mengampuni kesalahan Anda berkat ketakwaan Anda meskipun hanya setitik debu. Tidak hanya itu, Allah melipatgandakan pahala sekecil apapun kebaikan kita.

Paragraf keempat dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Nabi SAW pernah bercerita, ada seorang yang hidup sebelum masa kenabiannya. Orang tersebut hidup berlimpah harta dengan anak cucu yang amat menyenangkan. Menjelang mati, ia bertanya kepada anak-anaknya, “Menurut kalian, ayah kalian ini orang yang bagaimana?” Mereka menjawab, “Orang baik.” Selanjutnya sang ayah mengatakan, “Ketahuilah wahai anak-anakku, aku lebih tahu tentang diriku. Aku tidak memiliki sedikitpun kebaikan di sisi Allah. Oleh sebab itu, pasti Allah akan menyiksaku kelak.” Saya wasiatkan kepada kalian, “Jika suatu saat aku mati, bakarlah tubuhku lalu tumbuklah arangnya sampai menjadi abu. Tumbuklah sekali lagi sampai benar-benar lembut. Lalu, pergilah ke laut dan taburkan semua abu itu ketika angin sangat kencang!”

Paragraf kelima dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

“Semua anaknya berjanji untuk melakukan wasiat itu. Demi Tuhanku, mereka benar-benar melakukannya,” kata Nabi SAW. Ketika abu telah ditebar, Allah SWT berfirman, “*Kun (jadilah), maka berdirilah seorang lelaki yang utuh.*” Allah kemudian bertanya, “*Ay 'abdii, maa hamalaka 'ala an fa'alta maa fa'alta? Qaala: makhaafataka / Wahai hamba-Ku, mengapa kamu melakukan semua itu?*” Lelaki itu menjawab, “*Karena takut kepada (siksa-Mu).*” Nabi SAW melanjutkan, “*Maka sejak itu, ia mendapat limpahan rahmat Allah.*” Nabi SAW mengulang sekali lagi, “*Maka sejak itu, ia mendapat limpahan rahmat Allah* (HR. Al Bukhari No. 7.508 dari Abu Said r.a).

Paragraf keenam dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Pada zaman Nabi Musa a.s, ada pria di sebuah kampung yang meninggal dan tak satupun orang bersedia memandikan dan memakamkannya. Mereka bahkan menyeret dan melemparkannya ke pembuangan sampah, karena sepanjang hidupnya ia benar-benar “sampah” yang menyusahkan warga.

Paragraf ketujuh dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Musa berjalan menyusuri kampung ke kampung untuk mencari “manusia sampah” itu. Setiap orang memberi julukan yang sama untuk mayit itu: “si jahat.” Nabi Musa a.s meminta ditunjukkan di mana si jahat itu dibuang. Setelah mayat itu ditemukan tergeletak busuk di tumpukan sampah...

Paragraf kedelapan dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Allah SWT mengatakan, “Wahai Musa, benar, ia memang orang jahat, tapi tahukah kamu bahwa ketika menjelang matinya, ia meminta belas kasih-Ku. Apakah Aku, Tuhan Yang Maha Pengasih tidak mengasihinya? Ketahuilah wahai Musa, menjelang sakaratul maut, ia berkata lirih...

Paragraf ke-11 dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Dua kisah di atas juga bisa menampar muka Anda. Orang yang Anda pandang penuh maksiat, bisa jadi ia kekasih Allah karena setitik debu takwa dalam hatinya yang tidak diketahui siapapun, dan partikel takwa itulah yang mendatangkan ampunan Allah kepadanya. Sedangkan Anda yang merasa lebih suci daripadanya, bisa jadi menurut Allah, ada setitik debu dosa yang Anda lakukan tanpa Anda sadari dan partikel dosa itulah yang membuat Allah SWT murka kepada Anda. Mulai saat ini, hapuslah perasaan bahwa Anda lebih suci daripada orang lain, dan hentikan kebiasaan memandang sinis pelaku dosa di sekitar Anda, sebab bisa jadi ia lebih harum di sisi Allah daripada Anda. *Wallahu alamu bis shawab*

- No. 10 adalah akhlak kepada makhluk. Bentuk pesan dakwah ini sebanyak 7 kali dengan persentase 36% dari keseluruhan jumlah pesan dakwah kategori akhlak. Adapun pesan tersebut adalah sebagai berikut:

Paragraf kedua dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Peristiwa ini, tentu mengagetkan publik. Bagaimana tidak, M. Sanusi yang lagi gencar berkampanye justru tersandung kasus korupsi. Ini sekaligus membuka mata publik, bahwa proyek reklamasi Teluk Jakarta memang masih “bermasalah”. Sementara itu, Ahok sebagai Gubernur tetap ngotot untuk melanjutkan megaprojek tersebut.

Paragraf ketiga dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Reklamasi adalah proses pembuatan daratan baru dari dasar laut atau dasar sungai. Dengan kata lain, reklamasi berarti “menyulap” lautan menjadi daratan (daratan rekayasa). Di negara-negara maju, reklamasi biasa dilakukan dalam rangka memperluas daratan...

Paragraf keenam dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

Di sisi lain, dari segi ekologi, reklamasi ini akan memberikan pengaruh signifikan terhadap tekanan lingkungan dan gangguan terhadap ekosistem laut.

Paragraf kedelapan dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

...reklamasi tersebut akan menyebabkan naiknya air laut yang akan menambah banjir rob; sumur-sumur penduduk di sekitar pantai menjadi asin; terjadinya kontaminasi secara kimia terhadap air asin yang mengendap membuat bau menyengat; berdampak buruk bagi habitat mangrove.

Paragraf kesepuluh dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita”

...reklamasi justru akan merampas dan menghilangkan *fishing ground* (wilayah penangkapan) ikan para nelayan. Sebanyak 16.000 kepala keluarga nelayan terancam tergusur dari wilayah hidup dan kehilangan pekerjaannya. Sementara reklamasi hanya akan menguntungkan segelintir “kaum elit” saja, sementara dampaknya dapat dirasakan secara nyata bagi kaum kelas ekonomi menengah ke bawah. Hal ini jelas akan meminggirkan kepentingan kaum “alit” demi memuaskan hasrat para pengembang properti yang berkelas ekonomi elit.

Secara keseluruhan data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

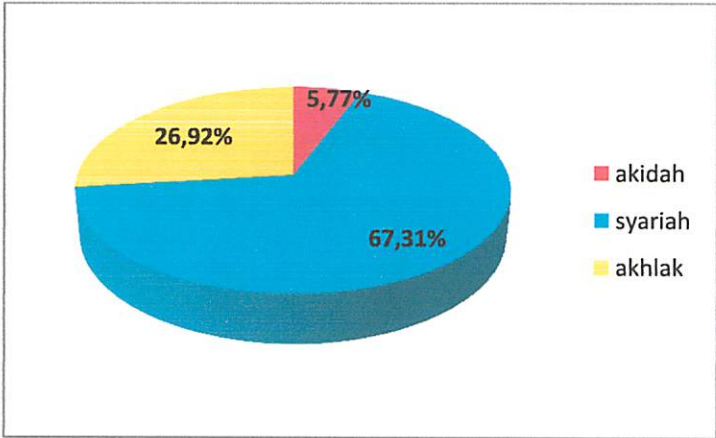
Tabel 4.7
Frekuensi Total

Kategori Pesan Dakwah	Frekuensi Total	Persentase
Akidah	3	5,77%
Syariah	35	67,31%

Akhlak	14	26,92%
Jumlah	52	100%

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Gambar 4.3
Diagram Frekuensi Total



Dari data diatas diperoleh keseluruhan sebanyak 52 kali, dengan 3 kategori pesan dakwah. Frekuensi tertinggi terdapat pada kategori syariah sebanyak 35 kali dengan persentase 67,31%.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Sedangkan kategori akhlak mempunyai frekuensi sebanyak 14 kali dengan persentase 26,92%. Kategori akidah dengan frekuensi sebanyak 3 kali dan persentase 5,77%.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Argumentasi Teoritis Terhadap Hasil Pengujian Hipotesis

Muatan atau pesan dakwah dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016, berdasrkan hasil temuan dalam penelitian ini meliputi pesan dakwah tentang akidah, syariah dan akhlak.

Sedangkan dakwah yang mendominasi dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah kategori syariah. Berdasarkan hipotesis yang diajukan, peneliti juga menyatakan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 yaitu tentang akidah, syariah dan akhlak. Sedangkan pesan dakwah yang mendominasi adalah kategori syariah.

Adapun alasan peneliti mengajukan hipotesis tersebut, karena berdasarkan pengamatan sementara yang dilakukan peneliti terhadap website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 menunjukkan terdapat tulisan-tulisan atau artikel-artikel yang termasuk dalam pesan dakwah kategori akidah, syariah dan akhlak. Akan tetapi, pesan dakwah yang lebih banyak mendominasi dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah syariah.

Salah satu contoh peneliti mengungkapkan hipotesis tersebut, diantaranya terdapat dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita” yaitu “Wahai Tuhanku, jika Engkau mengampuni aku, pastilah Nabi-Mu tersenyum gembira karena salah satu umatnya terbebas dari neraka..” yang termasuk dalam kategori akidah. Terdapat juga tulisan, Allah SWT berfirman, “Wahai Musa, segera shalat untuknya sesuai perintah-Ku..” pesan yang tertulis dalam artikel “Debu Takwa Pembebas Derita” ini masuk ke dalam kategori syariah. Selain itu, terdapat juga pesan dakwah tentang akhlak dalam artikel “Fikih Reklamasi” yakni “M. Sanusi yang lagi gencar berkampanye justru tersandung kasus korupsi...”.

Sedangkan alasan peneliti menyatakan hipotesis bahwa kategori syariah lebih mendominasi dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016 ini. Karena banyaknya tulisan yang pembahasannya menyangkut persoalan ekonomi, hukum yang ada di masyarakat, seperti dalam artikel “Fikih Reklamasi” yang membahas tentang hukum Islam mengenai ekologi atau *eco-syariah*. Pada artikel “Menuju Ekonomi yang berkeadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat” di dalamnya membahas masalah ekonomi yang ada di masyarakat. Dari sini dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini diterima.

Dari hasil temuan yang ada, maka website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA khususnya pada bulan Mei 2016 merupakan media dakwah sebagai alternatif kegiatan dakwah bil qalam. Teori dakwah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mempunyai kesinambungan dan berkaitan erat dengan website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016. Kesinambungan tersebut dilihat dari beberapa hal, antara lain:

1. Dari setiap tulisan atau artikel yang terdapat dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 banyak memuat pesan-pesan dakwah.
2. Tulisan di dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 mengandung unsur-unsur dakwah. Adapun unsur-unsur dakwahnya adalah sebagai berikut:

- a. Penulis dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 berperan sebagai da'i atau pelaku dakwah.
 - b. Artikel atau tulisan yang ada di dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 sebagai materi atau pesan dakwah yang disampaikan.
 - c. Pengguna internet (*netizen*) sebagai mad'u atau mitra dakwah.
 - d. Adapun website UIN Sunan Ampel kolom UINSA sendiri sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.
 - e. Metode yang digunakan adalah dakwah bil qalam yakni menyampaikan ajaran Islam atau pesan dakwah melalui tulisan.
3. Website UIN Sunan Ampel Surabaya kolom UINSA pada bulan Mei 2016 mengandung prinsip-prinsip dakwah. Mengingat dakwah sebagai tabligh, dakwah sebagai ajakan, dakwah sebagai pekerjaan menaman, dan lain sebagainya.

BAB V

PENUTUP

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Kesimpulan

1. Dari uraian dan analisis yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016, antara lain:
 - a. Pesan dakwah tentang masalah keimanan (Akidah)
 - b. Pesan dakwah tentang keislaman (Syariah)
 - c. Pesan dakwah tentang masalah budi pekerti (Akhlak)
2. Prosentase masing-masing kategori pesan dakwah di atas sebanyak 67,31% (syariah); 26,92% (akhlak); 5,77% (akidah). Dari hasil analisis data dengan menggunakan distribusi frekuensi tersebut, ditemukan pesan dakwah yang sering muncul atau dominan dalam website UIN Sunan Ampel Surabaya (www.uinsby.ac.id) kolom UINSA pada bulan Mei 2016 adalah pesan dakwah kategori syariah, dengan sub kategori yang muncul meliputi ibadah dan muamalah, sub kategori yang paling dominan adalah muamalah. Kategori ini mendominasi karena secara umum website www.uinsby.ac.id kolom UINSA pada bulan Mei 2016 berisikan tentang masalah ibadah, hukum dan ekonomi.

B. Saran

1. Kepada website www.uinsby.ac.id, tulisan yang dimuat di kolom UINSA jangan hanya sebatas itu saja, lebih variatif lagi agar para netizen dan akademisi, khususnya civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya agar lebih tertarik untuk membaca artikel yang ada di kolom UINSA. Sehingga dapat menimbulkan pengaruh yang baik bagi para pembacanya.
2. Kepada para pegiat dakwah jangan pantang menyerah dalam menyeru dan mengajak ke jalan kebenaran, semoga Allah selalu memuliakan bagi orang-orang yang menyeru agama-Nya. Bagi pengiat dakwah dapat menggunakan internet sebagai media dakwah atau membaca materi yang bermuatan dakwah di internet yang situsnya dapat dipertanggungjawabkan baik secara hukum, moral dan agama. Bagi lembaga dakwah yang menggunakan media internet atau online dalam melakukan kegiatan dakwah, sebaiknya konten-konten yang disajikan lebih menarik dan sesuai dengan perkembangan. Sehingga masalah keagamaan (Islam) dapat disebarakan dengan baik dan pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak.
3. Sebaiknya para dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi dapat menulis dan mengirimkan tulisannya ke website UIN Sunan Ampel Surabaya pada kolom UINSA. Karena sedikitnya dosen dakwah yang menulis di website UINSA tersebut.

4. Rekomendasi untuk penelitian berikutnya agar dapat diteliti lebih dalam lagi, misalnya masalah yang terkait dengan respon mahasiswa atau civitas akademika tentang website www.uinsby.ac.id sebagai media dakwah atau dapat menggunakan pendekatan isi kualitatif dalam website www.uinsby.ac.id kolom UINSA.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A Hasjmy, 1974, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Jakarta; Bulan Bintang

Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,
Jakarta: PT. Rineka Cipta

Aziz, Moh. Ali, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana

Azwar, Saifuddin, 1997, *Reabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bachtiar, Wardi, 1997, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos
Wacana Ilmu

Bungin, Burhan, 2001, *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University
Press

Departemen Agama RI, 2012, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Tahun 2002*, Jakarta:
CV Darus Sunnah

Eriyanto, 2011, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu
Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana

Ilaihi, M. Munir dan Wahyu, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana

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

Krippendorff, Klaus, 1993, *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, Jakarta:
RajaGrafindo Persada

Kriyantono, Rachmat, 2012, *Teknik Praksits Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada
Media

M. Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia

M. Suparmoko, 1995, *Metode Penelitian Praktis*, Yogyakarta: BPFE

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Mahayana, Dimitri, 1999, *Menjemput Masa Depan: Futuristik dan Rekayasa Masyarakat Menuju Era Global*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin, 2004, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Saputra, Wahidin, 2011, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada

Syukir, Asmuni, 1989, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas

Tambaruka, Apriadi, 2013, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada

Tasmara, Toto, 1997, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama

Tim Penyusun MKD UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013, *Pengantar Studi Islam*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press

Tim Penyusun, 2012, *Panduan Penulisan Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Wahid, Fathul, 2004, *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Internet

Ananda, Darna, Jarot S, Shania, 2009. *Buku Pintar Menguasai Internet*, Jakarta: Mediakita, diakses dari <http://books.google.com>

Yuhefizar, 2008, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya*, Jakarta: Elex Media Komputindo, diakses dari <http://books.google.com>

<http://kbbi.web.id/muatan>

<http://kbbi.web.id/kolom>