

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Respon

##### a. Pengertian Respon

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, respon adalah tanggapan, reaksi atau jawaban.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Kamus Lengkap Psikologi, respon adalah satu jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan tes atau kuesioner. Respon adalah sebarang tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau lahiriah maupun yang tersembunyi atau tersamar.<sup>14</sup> Menurut Edwin G. Boring respon merupakan tanggapan khas terhadap stimulus, sebagaimana tingkah laku adalah tanggapan khas berkaitan situasi.<sup>15</sup> Pavlov dan B. F. Skinner, sebagaimana menjelaskan bahwa respon adalah reaksi (R) spontan yang ditimbulkan oleh perangsang alamiah yang disebut stimulus (S).

Skinner membedakan adanya dua macam respon, yaitu *responding conditioning* dan *operant conditioning*. *Respondent conditioning* atau *respondent response* adalah respon yang diperoleh dari beberapa stimulus yang teridentifikasi. Stimulus yang teridentifikasi itu menimbulkan respon yang secara relatif tetap. *Operant conditioning* adalah suatu respon terhadap lingkungannya. Respon yang timbul ini diikuti oleh stimulus-stimulus tertentu. Stimulus yang

---

<sup>13</sup>Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h.952

<sup>14</sup>J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.432

<sup>15</sup>Andi Mappiare A.T, *Kamus Istilah Konseling & Terapi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), 282

demikian itu disebut penguatan sebab stimulus-stimulus itu memperkuat respon yang telah dilakukan seseorang.<sup>16</sup>

Sementara itu di dalam teori *clasiccal conditioning* Pavlov, ada empat komponen yang membangun untuk mengembangkan respon. Pertama, US (*unconditioned stimulus*) merupakan stimulus netral atau asli. Stimulus ini tidak dikondisikan yaitu stimulus yang langsung menimbulkan respon. Kedua, UR (*unconditioned respons*) yang disebut perilaku responden (*respondent behaviour*) respon tak bersyarat, yaitu respon yang muncul dengan hadirnya US. Ketiga, CS (*conditioning stimulus*) merupakan stimulus bersyarat, yaitu stimulus yang tidak dapat langsung menimbulkan respon. Agar dapat menimbulkan respon perlu dipasangkan dengan US secara terus menerus agar menimbulkan respon. Keempat, CR (*conditioning respons*) merupakan respon bersyarat, yaitu respon yang muncul dengan hadirnya CS.<sup>17</sup>

Di dalam masyarakat massa, prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara bersamaan pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah individu, bukan ditunjukkan orang per orang. Kemudian individu-individu ini akan merespons pesan informasi itu.<sup>18</sup>

Respon atau umpan balik dari seorang penerima pesan yang diterimanya dari sumber pemberi pesan dapat berupa kata-kata atau hanya sekedar menyimpannya di dalam pikirannya.

<sup>16</sup> <https://inoerofik.files.wordpress.com/2014/11/teori-skinner.pdf>, diakses pada tanggal 18 Februari 2018

<sup>17</sup> <http://fkip.unusa.ac.id/teori-belajar-pavlov-2/>, diakses pada tanggal 18 Februari 2018

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 277

Di dalam hubungan interpersonal, untuk meneguhkan sebuah hubungan maka ada empat faktor penting untuk memelihara hubungan tersebut, salah satunya adalah ketepatan respon. Artinya respon penerima pesan harus sesuai dengan respon pemberi pesan.<sup>19</sup>

### **b. Macam-macam Respon**

Mengutip dari laporan Faizah, terdapat macam-macam bentuk respon yang ada pada manusia, dibagi bagi ke dalam tiga bentuk:

1. Respon syaraf simpatetik, yakni pernyataan lisan tentang afek, ini terkait dengan afektif seseorang.
2. Respon perseptual, yakni pernyataan lisan tentang keyakinan sangat terkait dengan kognisi seseorang.
3. Respon tindakan yang tampak, yakni berupa pernyataan lisan mengenai perilaku, ini sudah dalam bentuk perilaku yang nyata.<sup>20</sup>

### **B. Media**

Media sangat terkait dengan pendidikan dan komunikasi. Media adalah alat atau sarana yang dijadikan sebagai penghubung atau perantara. Pada umumnya jika kita mendengar kata media, maka media yang dimaksud adalah media komunikasi massa atau media pembelajaran. Namun disini kita tidak akan membahas mengenai media pembelajaran, akan tetapi beberapa media dalam komunikasi massa. Adapun beberapa media massa secara garis besar, yaitu:

1. Media cetak, seperti surat kabar, majalah, atau tabloid.
2. Media elektronik, seperti televisi dan radio.

<sup>19</sup>Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 127

<sup>20</sup>Faizah Binti Awad, *Respon Masyarakat terhadap Pelaksanaan Da'wah Desa Binaan P3M STAIN SLT. Qaimuddin di Kel. Lapulu Kec. Abeli*, Kendari, 2006, h.10

3. Media siber atau media online, seperti website, blog, portal media, dan media sosial.<sup>21</sup>

## C. Media Online dan Dakwah Online

### 1. Pengertian Media Online

Dalam konteks komunikasi massa, media online adalah media massa atau media jurnalistik media pers yang tersaji di internet secara online, khususnya situs berita (*new site*) atau portal berita (*news portal*). Media online disebut juga media siber (*cyber media*). Media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Secara teknis atau fisik media online yang juga disebut digital media adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Yang termasuk kategori media online adalah portal, website, situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.<sup>22</sup>

Media online adalah segala jenis media yang hanya bisa diakses melalui internet yang berupa teks, foto, video, dan suara. Dapat pula dimaknai sebagai alat komunikasi secara online.

Media online dapat dimaknai sebagai media massa yang menyajikan berita atau informasi secara online yang tersedia di website/situs berita. Pada awalnya media online dibuat oleh redaktur media massa cetak untuk memindahkan isi pemberitaan ke website. Media online pertama kali adalah Chicago Online yang

<sup>21</sup><http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-massa-pengertian-dan-jenis.html>, diakses tanggal 21 Februari 2018

<sup>22</sup><http://romeltea.com/media-online-pengertian-dan-karakteristik/>, diakses pada tanggal 28 Desember 2017

diluncurkan oleh Chicago Tribune di Amerika yang tayang perdana pada Mei 1992 sehingga dijuluki The First Newspaper Service on America Online. Sedangkan di Indonesia sendiri pertama kali diluncurkan oleh Republika.co.id pada 17 Agustus 1995, disusul Kompas.com., Tempointeraktif.com., Detik.com. Media online tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Menurut Alexa.com, media online Islam pada 2012 yang paling populer di Indonesia pada urutan kedelapan adalah Republika Online, yang lainnya adalah media online konvensional.<sup>23</sup>

Karakteristik dan keunggulan media online jika dibandingkan dengan media konvensional atau media arus utama antara lain:

1. Kapasitas yang luas. Halaman web bisa menampung naskah yang sangat panjang.
2. Memposting dan mengedit naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
4. Cepat. Setelah satu berita diposting, maka saat itu pula postingan tersebut dapat diakses oleh semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dan sebagainya.

---

<sup>23</sup>Moh. Rosyid, *Mengevaluasi Jurnalisme Online sebagai Media Dakwah*, At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2013, h. 134

9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di bank data sebagai arsip dan dapat ditemukan melalui link tulisan terkait.
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.<sup>24</sup>

## 2. Manfaat Media Online

Adapun manfaat media online antara lain:

- 1) Memberikan informasi dengan cepat.
- 2) Lebih efisien.
- 3) Lebih mudah diakses oleh khalayak kapan saja dan di mana saja dengan syarat terkoneksi dengan internet.
- 4) Harga yang lebih murah.
- 5) Lebih mudah dan praktis.
- 6) Sangat berguna bagi khalayak yang menjalankan bisnis dengan menggunakan media online.
- 7) Promosi usaha lewat media online lebih mudah dan cepat diketahui banyak orang.
- 8) Khalayak dapat menemukan informasi apa saja yang dibutuhkan.
- 9) Terjangkau oleh khalayak yang terkoneksi dengan internet.
- 10) Bisa mengetahui harga pasar usaha dan kondisi pasar serta informasi yang sedang hangat dibicarakan masyarakat.<sup>25</sup>

<sup>24</sup><http://romeltea.com/media-online-pengertian-dan-karakteristik/>, diakses pada tanggal 28 Desember 2017

<sup>25</sup><https://www.kompasiana.com/www.radencyoprabowo.blogspot.com/manfaat-media-online-media-baru-new-media-dalam-era-modernisasi-dan-digitalisasi>, diakses pada tanggal 21 Februari 2018



### 3. Dakwah Online

Terkait dengan situs-situs media dakwah online, telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama Timur Tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Situs seorang ulama bernama Salma 'Awdah yang menjadi direktur situs dakwah Islam ([www.islamtoday.com](http://www.islamtoday.com)) dengan empat bahasa, Inggris, Arab, Perancis dan Mandarin. Selain itu, ada pula mualaf yang bernama Yusuf Estes yang terkenal dengan [youtubeIslam.com](http://youtubeIslam.com)-nya (sekarang [IslamTube.com](http://IslamTube.com)) sebuah situs youtube yang dikelola secara Islami. Di Indonesia sendiri ada beberapa situs dakwah online seperti, [muslim.or.id](http://muslim.or.id), [muslimah.or.id](http://muslimah.or.id), [hidayatullah.com](http://hidayatullah.com), dan banyak lagi.<sup>26</sup>

Istilah dakwah online, yang menggabungkan istilah dakwah dan online, menyiratkan bahwa dakwah dilakukan dengan media internet yang membedakannya dengan media arus utama lainnya. Dengan dakwah online ini, maka interaksi antara mubaligh dan audiensnya terjadi secara interaktif, bahkan tanpa bertemu secara langsung.<sup>27</sup>

Melalui jaringan internet ini, dakwah akan dapat efektif dan potensial karena, pertama, mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya yang relatif murah. Kedua, melalui internet masyarakat bebas memilih materi dakwah yang diminati. Ketiga, cara penyampaiannya bervariasi, sehingga dakwah bisa menjangkau segmen yang luas.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup>Rusli, *Peran Teknologi Informasi dalam Aktivitas Dakwah: Menelusuri Signifikan Dakwah Online*, Jurnal al-Misbah, vol.9, no.1, Januari-Juni 2013: 077-088, h.82-83

<sup>27</sup>*Ibid*, h.83-84

<sup>28</sup>Dian Mursyidah & Agus Salim, *Dakwah melalui Media Siber: Analisis Pesan Dakwah dalam Website Dakwahtuna.com*, Media Akademika, Vol.27, No.4, Oktober 2012, h. 571

Namun, di sisi lain keterbukaan internet dapat mengakibatkan krisis otoritas kebenaran agama itu sendiri. Manusia mengenal bahwa kebenaran agama dapat dilihat dari orang yang dikenal memiliki pengetahuan keagamaan yang luas dan keshalehan sosial yang baik, sebagaimana didukung oleh teori dakwah yang menjadi syarat kriteria da'i sukses, memiliki akhlak mulia dan menguasai disiplin ilmu agama. Tetapi dalam dunia maya siapa pun berhak menyampaikan pesan-pesan agama. Dengan demikian tidak ada aturan yang mengikat untuk mencantumkan identitas penulis demikian pula pesan yang boleh ditulis atau tidak. Dengan demikian tergambar bahwa terdapat ketidakjelasan identitas di dunia maya merupakan keniscayaan yang tak terelakan.<sup>29</sup>

Dari hal ini kita bisa melihat bahwa yang memegang otoritas kebenaran atas pesan dakwah yang ada di internet atau situs dakwah itu sendiri adalah para pembaca atau mad'u. Oleh karena itu, pembaca dalam hal ini sebagai mad'u, harus jeli dan aktif dalam melihat kebenaran situs-situs dakwah yang dikunjunginya.

Salah satu situs dakwah online adalah Muslim.or.id. situs ini dikelola oleh mahasiswa dan alumni di Yogyakarta dan sekitarnya. Muslim.or.id berusaha menyebarkan dakwah Islamiyyah Ahlu Sunnah wa Jama'ah di jagad dunia maya. Moto mereka adalah "Memurnikan Aqidah, Menebarkan Sunnah". Sejak tahun 2005 mereka telah melakukan dakwah melalui situs ini melalui tulisan-tulisan mereka. Setiap harinya mereka memberikan artikel-artikel Islami yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah dengan pemahaman Salafus Shalih. Beberapa

---

<sup>29</sup>*Ibid*, h.571-572



kategori artikel, diantaranya, Aqidah, Akhlak, Fiqih dan Muamalah, Manhaj, Sejarah Islam, Al-Qur'an dan Hadits, Keluarga, Muslimah, Biografi Ulama, Do'a dan Dzikir, Info Kajian dan lain-lain.

Tidak hanya itu, muslim.or.id juga telah memiliki akun-akun media sosial yang tentu juga semakin mempermudah dan memperluas jangkauan dakwah yang dilakukan. Terlebih lagi saat ini masyarakat, khususnya mahasiswa lebih memilih menggunakan internet untuk kebutuhan informasi mereka.

#### **D. Hakikat Dakwah**

##### **1. Pengertian dakwah**

Secara bahasa dakwah dapat berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah merupakan bentuk mashdar dari kata kerja *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.<sup>30</sup>

Dalam bukunya *Komunikasi Dakwah, Wahyu Ilahi mengutip beberapa pendapat para ahli mengenai dakwah*. Sayyid Qutb memberi batasan dengan mengajak atau menyeru kepada orang lain ke dalam sabil Allah SWT bukan untuk mengikuti da'i atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli memberikan penjelasan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *ummah*. Sedangkan Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal, pelaksana dakwah, perseorangan, dan organisasi. Sementara Ismail al-Faruqi, mengungkapkan bahwa

---

<sup>30</sup>Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan para Da'i*, (Jakarta: AMZAH, 2008), h.17

hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Dan kebebasan inilah yang menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal.<sup>31</sup>

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang kemajuan sebuah proses terus-menerus menuju kepada hal yang baik ataupun lebih baik untuk mewujudkan tujuan dakwah. Dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Dan dalam prakteknya, dakwah merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.<sup>32</sup>

Di dalam ayat Al-Qur'an telah dijelaskan beberapa ayat yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia *fisabilillah*, terdapat pula perintah agar sekelompok kaum muslimin agar menyeru manusia untuk berbuat kebajikan, melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Serta perintah kepada Rasul SAW menyampaikan wahyu yang telah diwahyukan kepadanya.<sup>33</sup>

Di dalam hadits Rasul SAW pula terdapat beberapa hadits yang memerintahkan kaum muslimin untuk melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Dalam hadits yang diriwayatkan Ibnu Majah ditemukan perintah Rasul kepada kaum muslimin agar memberitakan dan menyampaikan pesan Rasul SAW walaupun hanya satu ayat.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.14

<sup>32</sup>*Ibid*, h.17

<sup>33</sup>Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.11

<sup>34</sup>*Ibid*, h.10-11

Dari ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits-hadits Rasul, kita dapat memahami bahwa di dalam pengertian dakwah terdapat ada dua istilah, yaitu dakwah Islamiyah atau *da'iyah* Islam dan dakwah. Dakwah Islamiyah atau *da'iyah Islam* mengacu pada seruan Islam, panggilan Islam, dan ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan al-Hadits yaitu, *sabilillah*. Sedangkan dakwah mengandung arti kewajiban bagi setiap kaum muslimin untuk menyerukan ajaran Islam kepada umat manusia.<sup>35</sup>

Titik tolak untuk mendasari hukum dakwah adalah Al-Qur'an dan as-Sunnah. Dari dasar inilah dakwah menjadi suatu kewajiban bagi setiap manusia yang mengaku dirinya telah Islam. Banyak ayat dan hadits yang telah menyebutkan tentang dakwah. Diantaranya adalah Q.S Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, mereka adalah orang-orang yang beruntung”.<sup>36</sup>

Kemudian di dalam Q.S Ali Imran ayat 110:

<sup>35</sup>*Ibid*, h.11-12

<sup>36</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002) h. 64

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ  
وَأَكْثَرُهُمْ فَاسِقُونَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahnya:

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik”<sup>37</sup>

Serta di dalam Q.S An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ  
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”<sup>38</sup>

Adapun dalam hadits, salah satunya adalah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim.

مَنْ دَعَا إِلَى سَبِيلِ الْهُدَى فَلَهُ أَجْرُهُ وَأَجْرُ مَنْ عَمِلَ بِهِ - رواه مسلم -

<sup>37</sup>Ibid, h. 65

<sup>38</sup>Ibid, h.282

Artinya:

“Barangsiapa yang berdakwah ke jalan petunjuk (Tuhan) adalah baginya pahala seperti pahala orang-orang yang mengikutinya”. (HR. Muslim)

Dakwah adalah seruan atau ajakan keinsafan, atau usaha mengubah situasi kepada suatu situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat. Sukses untuk mengajak kepada perubahan bukan diukur dari gelak tawa atau tepuk tangan dan riuh pendengarnya serta ratap tangis mereka, tetapi diukur dari bekas di dalam jiwa, yang nampak dalam perubahan tingkah laku mereka kepada yang lebih baik.<sup>39</sup>

Isyarat penggunaan kosakata dakwah dalam Al-Qur'an yang lebih banyak diekspresikan dalam bentuk kata kerja, memberikan dorongan bahwa upaya kegiatan dakwah perlu dikerjakan secara dinamis, serius, sistematis, profesional, dan proposional. Proses dari kegiatan dakwah secara akademis akan melibatkan unsur dari fungsi manajemen, yakni perencanaan, penanganan atau perorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Hal itu diarahkan dalam rangka mencapai kualitas hidup dan kehidupan, yakni terpenuhinya kebutuhan dasar (primer) manusia yang seimbang, baik kebutuhan fisik, kebutuhan mental-spiritual, dan kebutuhan sosial.<sup>40</sup>

Secara bebas, dakwah adalah suatu proses penyampaian/penyeruan informasi ilahiah kepada para hamba manusia yang merupakan bagian integral dari hidup dan kehidupan setiap individu muslim. Dakwah adalah rekayasa dan

---

<sup>39</sup>Suharto, *Komunikasi Dakwah: Interaksi dan Integrasi Media Sosial*, Jurnal al-Misbah, vol.9, no.1, Januari-Juni 2013: 089-100, h.95

<sup>40</sup>H. Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h.40-41

rekadaya untuk mengubah segala bentuk penyembahan kepada selain Allah menuju kepada keyakinan tauhid.<sup>41</sup>

Dakwah dalam pandangan Arifin adalah sebagai suatu bentuk ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana sebagai usaha mempengaruhi agar timbul dalam diri seseorang suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan dan pengalaman terhadap ajaran agama.<sup>42</sup>

Hakikat dakwah dapat dirumuskan sebagai kewajiban mengajak manusia ke jalan Tuhan dengan cara bijak, tegas, dan benar, pelajaran yang baik dan bantahan yang lebih baik. Adapun respon manusia terhadap ajakan ke jalan yang Tuhan tadi dapat berupa respon positif maupun sebaliknya, respons negatif.<sup>43</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah pada dasarnya merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar dan disengaja oleh da'i untuk memberikan motivasi kepada individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah dengan metode dan media tertentu untuk mencapai tujuan dakwah, yaitu bahagia di dunia dan akhirat.<sup>44</sup>

## 2. Unsur-unsur Dakwah

### a. Da'i

Kata lain dari da'i adalah subjek dakwah. Biasa juga disebut pelaku aktivitas dakwah. Seorang da'i hendaknya mengikuti cara yang telah

<sup>41</sup>Mansur, dkk., *Problematika Dakwah Kontemporer*, (Makassar: Membumi Publishing, 2009), h.91

<sup>42</sup>Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bina Aksara, 1994), h. 6

<sup>43</sup>H. Asep Muhiddin, *op.cit*, h. 41

<sup>44</sup>*Ibid*, h.93



ditempuh oleh Rasulullah, sehingga hasilnya dapat mendekati kesuksesan dakwah yang diperoleh oleh Rasulullah SAW.<sup>45</sup>

b. Mad'u

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau objek dakwah, baik secara individu maupun kelompok, yang beragama Islam maupun bukan beragama Islam. Dengan kata lain manusia secara keseluruhan.<sup>46</sup>

c. Maddah (materi) dakwah

Pada dasarnya materi dakwah adalah Al-Qur'an dan as-Sunnah. Al-Qur'an merupakan sumber utamanya, ia merupakan materi pokok yang harus disampaikan dalam dakwah dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh masyarakat atau mad'u. Al-Qur'an merupakan wahyu Allah yang mutlak kebenarannya dan dijaga sendiri oleh Allah keutuhannya, keaslian dan keakuratannya. Sebagai pedoman hidup Al-Qur'an telah terkandung lengkap petunjuk, pedoman, hukum, sejarah serta prinsip-prinsip baik yang menyangkut masalah keyakinan, peribadatan, pergaulan, akhlak, politik, ilmu pengetahuan, teknologi dan segala aspek kehidupan manusia.<sup>47</sup>

As-Sunnah sebagai sumber kedua materi dalam dakwah tentunya memiliki perbedaan dengan Al-Qur'an. Pada Al-Qur'an seluruh isinya mesti dijadikan pedoman hidup, karena dalam as-Sunnah masih dikenal adanya *sunnah tasyri'*, *ghairu tasyri'*, *shahih* dan ada yang *dha'if*.

<sup>45</sup>Aminuddin, *Media Dakwah*, Jurnal Al-Munzir Vol.9, No. 2, hal.358

<sup>46</sup>*Ibid*, h.359

<sup>47</sup>Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Da'wah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1994), h. 45

Kedudukan as-Sunnah terhadap Al-Qur'an adalah *bayan tafsir*, ialah menerangkan ayat-ayat yang sangat umum, *mujmal dan musytarak*. *Bayan takrir* ialah memperkokoh dan memperkuat pernyataan Al-Qur'an. Serta *bayan taudikh*, ialah penjelas maksud dan tujuan suatu ayat Al-Qur'an.<sup>48</sup>

d. Thariqah (metode) dakwah

1) Metode dalam Al-Qur'an

a) Bi al-hikmah

Hikmah merupakan perhitungan yang cermat, perkiraan yang tepat serta langkah-langkah yang benar yang diambil oleh mencapai keberhasilan di dalam pelaksanaan dakwah.<sup>49</sup>

b) Al-mau'izah al-hasanah

Sayyid Quthub, seperti yang dikutip oleh Nurdin di dalam buku *Problematika Dakwah Kontemporer*, mengatakan bahwa al-mau'izah al-hasanah yaitu memberikan pelajaran dengan lemah lembut dengan pendekatan psikologis, karena dengan cara itu dapat membuka hati yang keras dan dapat mendatangkan hasil yang lebih baik apabila dibandingkan dengan melalui kekerasan dan ancaman.<sup>50</sup>

c) Mujadalah

Mujadalah adalah bertukar fikiran dengan cara yang baik dalam arti tidak menolak atau menyalahkan pendapat atau paham seseorang. Akan tetapi tetap berusaha untuk mengungkapkan

<sup>48</sup>*Ibid*, h.48

<sup>49</sup>Mansur, dkk., *Problematika Dakwah Kontemporer*, (Makassar: Membumi Publishing, 2009), h.163

<sup>50</sup>*Ibid*, h.163

kebenaran Islam berdasarkan argumen-argumen akliyah yang disertai dengan dalil nakli, bukan dengan cara berdebat untuk saling menyalahkan dan menjatuhkan.<sup>51</sup>

d) Tabsyir

Tabsyir adalah menggembirakan seseorang dengan imbalan pahala dan kenikmatan hidup bagi mereka yang melakukan amal shaleh atau kebajikan (ma'ruf) sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasul-Nya.<sup>52</sup>

e) Tanzir

Adalah berita siksaan dan ancaman, yaitu menjelaskan akibat-akibat perbuatan buruk, kejahatan, kekufuran dan kedzaliman yang diperbuat seseorang.<sup>53</sup>

2) Metode Rasulullah

Adapun dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah yang pertama adalah dakwah secara sembunyi-sembunyi. Pada masa dakwah ini, Rasulullah menyeru untuk masuk Islam kepada orang-orang terdekatnya atau lingkungan keluarganya serta kerabat dan sahabat dekatnya. Yang kedua adalah dakwah secara terang-terangan. Masa ini dimulai sejak tahun keempat dari kenabian beliau, setelah turunnya ayat yang berisi tentang perintah Allah SWT untuk melaksanakan dakwah secara terang-terangan. Dan dakwah ini dilakukan secara bertahap.

e. Atsar (efek) dakwah

Sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak menjadi perhatian para da'i.

<sup>51</sup>*Ibid*, h.164

<sup>52</sup>*Ibid*, h.164-165

<sup>53</sup>*Ibid*, h.165

Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.<sup>54</sup>

### 3. Wasilah (Media) Dakwah

Wasilah atau media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mempermudah atau mengefektifkan serta menjadi perantara proses penyampaian pesan dakwah atau ajaran Islam kepada khalayak atau sasaran dakwah. Macam-macam media dakwah:

1) Media massa yang dapat digunakan yaitu, surat kabar, radio, televisi, dan film.

2) Media non-massa

Lisan, tulisan, lukisan, audio visual, akhlak.

Secara umum pula, media yang dapat digunakan sebagai media dakwah terdiri dari:

- a) Media visual, seperti gambar dan foto.
- b) Media Audio, seperti radio.
- c) Media audio-visual, seperti televisi, film dan internet.
- d) Media cetak, seperti buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain.

Meski media bukanlah salah satu unsur penentu utama bagi proses penyampaian dakwah, namun media ikut memberikan andil yang besar untuk suksesnya sebuah dakwah. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila dapat disesuaikan dengan pendakwah, pesan dan sasaran dakwah, serta unsur-unsur dakwah lainnya.<sup>55</sup>

<sup>54</sup>Aminuddin, *Media Dakwah*, Jurnal Al-Munzir Vol.9, No. 2, hal.361

<sup>55</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* edisi revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h.428

Kita bisa mengambil sisi positif dari berkembangnya peradaban informasi saat ini yang merupakan suatu peluang dakwah, salah satunya adalah dapat dijadikan sebagai sarana atau media dakwah, oleh para da'i untuk dijadikan sebagai pendukung dalam mengembangkan ajaran agama Islam.

Dakwah di era saat ini perlu dikemas sesuai perkembangan zaman. Dakwah perlu dirumuskan kembali agar dapat memanfaatkan media yang bersifat massif. Dakwah membutuhkan kemampuan menggali dan mendorong imaji khalayak agar terbangun kesadaran untuk memenuhi tuntunan agama. Dakwah juga dituntut mampu memberikan motivasi dan inspirasi khalayak, agar dakwah tidak hanya menjadi tontonan. Oleh karena itu, dibutuhkan da'i yang andal yang berwawasan luas dalam konteks kekinian. Pemanfaatan media sebagai sarana dakwah juga amat penting. Media sebagai salah satu pilar sosial memberikan ruang bagi agama untuk membentuk struktur sosial yang berbasis agama. Tanpa proses strukturasi, nilai-nilai agama hanya menjadi nyanyian tidur belaka. Agama hanya menjadi alat penenang dan sarana untuk meninabobokan khalayak. Untuk itu strukturasi agama menjadi lagu wajib dalam berdakwah, dan media menjadi sarana efektif proses strukturasi agama tersebut.<sup>56</sup>

Mengingat bahwa media memiliki peranan dan pengaruh yang besar, baik itu pengaruh baik maupun pengaruh buruk terhadap perkembangan media, maka dalam hal ini umat Islam perlu berusaha untuk menaklukkan media itu sendiri. Media dakwah Islam harus bersifat proaktif, interaktif, informatif, kompetitif, kontemporer dalam menyampaikan dakwah, dan dapat menjangkau seluruh

---

<sup>56</sup>Ropongi el Ishaq, *Dakwah Di Tengah Industrialisasi Media*, Jurnal Komunikasi Islam, ISBN 2088-6314, Volume 03, Nomor 01, Juni 2013, h.150

lapisan masyarakat, serta menembus ruang dan waktu, sehingga media dakwah tersebut dapat menjadi rujukan bagi masyarakat.

Dengan mengetahui karakteristik media, seorang da'i dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mitra dakwahnya. Sebetulnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektivitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Dengan demikian, untuk memilih media dakwah perlu mempertimbangkan setidaknya ada empat aspek yaitu, efektivitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaian dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika Islam.<sup>57</sup>

Rajab mengutip bahwa, ketika ajaran agama akan ditransmisikan kepada masyarakat yang menjadi objeknya, media sangat berperan penting, meskipun tetap tidak dapat menafikan faktor-faktor yang lainnya. Hal ini berangkat dari pemikiran bahwa media apapun yang digunakan dalam proses dakwah mempunyai peran dan dampak tersendiri terhadap materi yang disampaikan oleh da'i. Olehnya itu, seorang da'i dituntut untuk memilih dan memilah media yang dipandang tepat untuk menyampaikan pesan dakwah. Sebab bisa jadi materi yang akan disampaikan da'i sudah dipersiapkan dengan baik, namun media yang digunakannya tidak tepat sehingga menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai.<sup>58</sup>

Terkait dengan transmisi ajaran agama kepada masyarakat di era informasi saat ini, dakwah diperhadapkan dengan tantangan yang tangguh dan kompleks.

---

<sup>57</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* edisi revisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), h.429-430

<sup>58</sup>Muhammad Rajab, *Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Informasi*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 1, Juni 2014: 69-90, h. 82



Tantangan tersebut bukan saja pada minimnya pemilikan umat Islam atas media komunikasi yang dapat dijadikan media untuk mentransmisikan ajaran agama, akan tetapi juga pada kurangnya kemampuan pengelolaan dan pemanfaatan media informasi yang ada, yang memberikan terpaan terhadap corak kehidupan manusia yang Islami di samping gambaran budaya Barat melalui berbagai media berebut dengan semangat heroik mempengaruhi masyarakat konsumennya. Inilah yang dianggap tantangan tangguh yang membutuhkan daya saing dari da'i dalam mentransmisikan ajaran agama dengan menentukan pilihan yang tepat melalui penguasaan dan penentuan media yang tepat serta materi yang tepat, akurat dan sesuai dengan situasi dan kondisi obyek yang dihadapi.<sup>59</sup>

#### **E. Penelitian yang Relevan**

Setelah melakukan observasi terhadap penelitian yang relevan dengan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan, hasil temuannya dapat dijadikan referensi dalam penyusunan skripsi.

Adapun penelitian yang relevan dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan Erna Kurniawati, NIM 13030101007. Mahasiswa S1 Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Kendari, dengan judul Respon Mahasiswa terhadap Jurnalisme Dakwah Online. Menunjukkan bahwa, respon mahasiswa terhadap jurnalisme online sangat penting sebagai tambahan dalam mengetahui wawasan keislaman. Meski ada beberapa kendala yang ditemukan dalam memahami jurnalisme online tersebut.

---

<sup>59</sup>*Ibid*, h.82-83

Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada respon dan objek dalam penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Erna Kurniawati lebih terfokus kepada jurnalistik atau kegiatan dakwah yang dilakukan, serta objek penelitiannya lebih kepada media sosial. Sementara itu pada penelitian yang akan saya lakukan adalah terfokus kepada salah satu media yaitu muslim.or.id.

Yang selanjutnya adalah sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dian Mursyidah dan Agus Salim, mahasiswa Fakultas Ushuluddin IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, yang berjudul Dakwah Melalui Media Siber: Analisis Pesan Dakwah dalam Website Dakwatuna.com. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran dakwah yang dilakukan dakwahtuna.com yaitu, pertama, menyampaikan Islam secara internal maupun eksternal. Kedua, berperan mengembangkan kesadaran Islam kepada seluruh umat terhadap tanggungjawab setiap individu untuk tetap mengaktualisasikan keislaman dan keimanannya. Ketiga, mengarahkan potensi yang dimiliki umat untuk dapat berkontribusi terhadap kehidupan nyata. Keempat, membimbing potensi yang dimiliki umat untuk dapat diberdayakan dalam memecahkan permasalahan kekinian. Kelima, memelihara dan menjaga eksistensi dan keberlangsungan kegiatan dakwah Islam. Dakwahtuna.com merupakan salah satu website pilihan umat dengan jumlah pengunjung yang tidak mengecewakan. Dengan perubahan sistem komunikasi ini, maka umat Islam dituntut untuk dapat berperan aktif memanfaatkan dan menguasai teknologi komunikasi untuk menyampaikan pesan atau ajaran Islam ke seluruh penjuru dunia.

Pada penelitian ini menggunakan analisis yang menjadi pembeda dengan penelitian yang akan saya lakukan. Persamaannya adalah penelitian sebelumnya juga menjadikan salah satu situs website dakwah sebagai objek penelitiannya.

