

ABSTRAK

Sultan Azzam Husyahiri. 2024. Wacana Dakwah Islam dalam Pemberitaan Media Online (Analisis Wacana Kritis Artikel Keislaman di Situs www.ayobandung.com Edisi Bulan Ramadhan 1444 H).

Media online (pers) sebagai alat komunikasi massa berbasis internet telah memberikan spirit kreatif dan inovasi baru bagi para praktisi dakwah. Hal itu dapat dilihat dari aktivitas dakwah yang sebelumnya dilakukan secara terbatas (ruang/waktu), kini telah terkonversi dengan jaringan internet sehingga menghasilkan beragam jenis materi, strategi, dan pola pengemasan dakwah yang lebih dinamis serta inovatif. Portal media online www.ayobandung.com pada edisi bulan Ramadhan 1444 H, memproduksi konten-konten (artikel) keislaman (dakwah) yang berkaitan dengan fenomena sosial dan isu problematika keseharian, sehingga pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat doktrinitas (tekstual), melainkan secara kontekstual menyesuaikan dengan minat dan selera pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi wacana dakwah Islam yang terdapat dalam pemberitaan media online www.ayobandung.com edisi bulan Ramadhan 1444 H. Metode yang digunakan yaitu analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk yang terdiri dari analisis teks (struktur teks), kognisi sosial dan konteks sosial (analisis sosial). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif serta paradigma kritis yang bersumber dari data utama berupa dokumen-dokumen artikel yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data berjenis studi dokumentasi serta wawancara mendalam. Adapun informan yang dipilih diantaranya terdiri dari penulis (wartawan), editor dan redaktur media online www.ayobandung.com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi wacana dakwah Islam yang terdapat pada pemberitaan artikel di media online www.ayobandung.com edisi bulan Ramadhan 1444 H, menunjukkan konstruksi (pembangunan) wacana dakwah Islam kontemporer yang adaptif terhadap dinamika zaman dan kebutuhan masyarakat modern. Artikel-artikel tersebut mengangkat isu-isu aktual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, khususnya di bulan Ramadhan. Melalui gaya penyampaian yang sederhana, bahasa kontekstual, serta materi dakwah yang menekankan terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, wacana dakwah yang disajikan juga memberikan solusi atas problematika keumatan baik spiritual, moral, maupun sosial. Sehingga artikel-artikel yang dipublikasikan dalam pemberitaan tersebut menghadirkan wajah dakwah Islam yang relevan dan responsif terhadap tantangan zaman, serta kebutuhan masyarakat modern.

Kata Kunci : Wacana; Dakwah; Media Online.

ABSTRACT

Sultan Azzam Husyahiri. 2024. Islamic Da'wah Discourse in Online Media News (Critical Discourse Analysis of Islamic Articles on Online Media Sites www.ayobandung.com Ramadan Edition 1444 H).

Online media (press) as an internet-based mass communication tool has provided a new creative spirit and innovation for da'wah practitioners. It can be seen from the da'wah activities that were previously carried out in a limited manner (space/time), have now been converted to the internet network so as to produce various types of materials, strategies, and packaging patterns of da'wah that are more dynamic and innovative. The online media portal www.ayobandung.com in the edition of Ramadan 1444 H, produces Islamic content (articles) (da'wah) related to social phenomena and daily problematic issues, so that the da'wah message delivered is not only doctrinal (textual), but contextually adjusts to the interests and tastes of the market.

This study aims to determine the construction of Islamic da'wah discourse contained in the online media www.ayobandung.com edition of Ramadan 1444 H. The method used is critical discourse analysis model of Teun A. Van Dijk which consists of text analysis (text structure), social cognition and social context (social analysis). This research uses a qualitative approach and a critical paradigm sourced from primary data in the form of article documents obtained through data collection techniques of the documentation study type and in-depth interviews. The informants chosen include writers (journalists), editors and editors of online media www.ayobandung.com.

The results showed that the construction of Islamic da'wah discourse contained in the reporting of articles in the online media www.ayobandung.com edition of Ramadan 1444 H reflects the characteristics of contemporary Islamic da'wah discourse that is adaptive to the challenges and changes of the times, and according to the needs of modern society. This can be seen from the results of research through three elements of Teun A. Van Dijk's critical discourse starting from text analysis, which emphasizes aspects of simple, actual and easy-to-understand delivery with the choice of da'wah material that focuses on current issues and societal problems. Social cognition, which is built with the aim of providing answers and solutions to practical questions in society. Both ideologically and economically through the influence of trending topics, author experience, and reader interest. As well as in terms of social analysis (social context) which shows the relationship between the activities, traditions, and worship of Muslims during the month of Ramadan 1444 H so as to influence the production and reproduction of Islamic da'wah discourse in the news on online media www.ayobandung.com.

Keywords: Discourse; Da'wah; Online Media.

المخلص

الدعوة الإسلامية في تغطية وسائل الإعلام عبر الإنترنت (تحليل الخطاب النقدي لمقالات الإسلام في موقع إصدار www.ayobandung.com الإعلام عبر الإنترنت

الجماهيري القائمة على الإنترنت قد منحت روحًا إبداعية وابتكارًا جديدًا لممارسي الدعوة. يمكن رؤية ذلك من خلال نشاط الدعوة الذي كان يُمارس سابقًا بشكل محدود (زمنًا ومكانًا)، وقد تم تحويله الآن إلى شبكة الإنترنت مما أدى إلى إنتاج أنواع مختلفة من المواد والاستراتيجيات وأنماط التعبئة الدعوية التي أصبحت في إصدار شهر رمضان www.ayobandung.com أكثر ديناميكية وابتكارًا. بوابة الإعلام الإلكتروني، ١٤٤٤ هـ، تنتج محتويات (مقالات إسلامية) دعوة (تتعلق بالظواهر الاجتماعية وقضايا المشاكل اليومية بحيث تكون الرسالة الدعوية الموجهة ليست فقط ذات طابع عقائدي (نصي)، بل تتكيف بشكل سياقي مع اهتمامات وأذواق السوق

يهدف هذا البحث إلى معرفة بناء خطاب الدعوة الإسلامية الوارد في أخبار الموقع الإلكتروني خلال شهر رمضان ١٤٤٤ هـ. المنهج المستخدم هو تحليل الخطاب النقدي www.ayobandung.com وفق نموذج تيون أ. فان دايك، والذي يتضمن تحليل النص (هيكل النص، الإدراك الاجتماعي، والسياق الاجتماعي) التحليل الاجتماعي. (يعتمد البحث على المنهج النوعي والمنظور النقدي، معتمداً على البيانات الرئيسية المتمثلة في وثائق المقالات التي تم جمعها من خلال تقنية جمع البيانات من نوع دراسة الوثائق، والمقابلات المعمقة. أما الأشخاص المستهدفون في البحث فهم من بين الكتاب (الصحفيين)، المحررين www.ayobandung.com ورؤساء تحرير الموقع الإلكتروني

وقد أظهرت النتائج أن بناء الخطاب الدعوي الإسلامي الوارد في تقارير المقالات في وسائل الإعلام طبعة رمضان ١٤٤٤ هـ، يعكس خصائص الخطاب الدعوي www.ayobandung.com الإلكترونية الإسلامي المعاصر المتكيف مع تحديات العصر ومتغيراته، ووفق احتياجات المجتمع الحديث. ويمكن ملاحظة ذلك من خلال نتائج البحث من خلال ثلاثة عناصر للخطاب الدعوي النقدي عند تون أ. فان ديك بدءاً من تحليل النص، الذي يؤكد على جوانب التبسيط والتبسيط والتوصيل الفعلي والسهل الفهم مع اختيار المادة الدعوية التي تركز على القضايا والمشكلات المجتمعية الراهنة. الإدراك الاجتماعي، الذي يُبنى بهدف تقديم إجابات وحلول للمشاكل العملية في المجتمع. سواء من الناحية الفكرية أو الاقتصادية من خلال التأثير بالموضوعات الرائجة وخبرة المؤلف واهتمام القارئ. وكذلك من حيث التحليل الاجتماعي (السياق الاجتماعي) الذي يبين العلاقة بين أنشطة المسلمين وتقاليدهم وعباداتهم خلال شهر رمضان 1444 هـ. وذلك للتأثير في إنتاج وإعادة إنتاج الخطاب الدعوي الإسلامي في الأخبار على وسائل الإعلام الإلكتروني www.ayobandung.com.

الكلمات المفتاحية: الخطاب؛ الدعوة؛ الإعلام الإلكتروني