

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media massa menjadi salah satu instrumen penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi. Perkembangan teknologi yang canggih di era modern telah berhasil menciptakan beragam platform baru yang kini banyak diakses oleh masyarakat. Sebab selain menjadi alat untuk menyerap informasi, media massa juga memiliki fungsi vital dalam berbagai segmentasi kehidupan manusia mulai dari fungsi pendidikan, pengawasan, transmisi nilai, hiburan dan lain sebagainya.

Dalam fungsi pendidikan, media massa dijadikan sebagai alat untuk mempermudah interaksi antara guru (pengajar) dan murid serta sarana untuk menyerap ilmu pengetahuan melalui konten-konten yang disediakan. Dalam aspek hiburan, media massa dijadikan sebagai alat rekreasi untuk memenuhi kebahagiaan masyarakat. Pada aspek ekonomi, media massa dijadikan sebagai alat untuk mencari keuntungan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam aspek politik, media massa digunakan sebagai sumber sosialisasi dan pendidikan politik. Sedangkan dalam aspek agama, media massa digunakan sebagai instrument penyebar pesan dan ajaran kepada khalayak dengan cakupan yang sangat luas.

Perkembangan teknologi komunikasi tidak bisa terlepas dari kehadiran internet atau media online. Komunikasi massa yang dilakukan dengan internet menyediakan informasi secara lebih luas, terjangkau dan mudah diakses kapanpun tanpa terbatas ruang dan waktu. Sehingga di era globalisasi, masyarakat tidak perlu lagi membeli produk media massa berupa cetak dan elektronik.

Sebab hanya dengan menggunakan komputer atau handphone yang terhubung dengan jaringan internet, seluruh kebutuhan informasi yang diinginkan dapat dipenuhi. Hal ini karena media online memiliki keunggulan tersendiri dibanding media elektronik maupun cetak. Salah satunya mampu mempublikasikan informasi

secara lebih cepat dan *up to date* (terbaru), tanpa perlu menunggu esok hari layaknya media cetak ¹.

Dalam beberapa aspek tertentu, media online bisa memberi sejumlah kelebihan dari apa yang bisa diberikan oleh media konvensional baik cetak maupun elektronik pada umumnya². Sehingga tidak heran bila kini masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi sudah beralih fungsi dari media konvensional ke media online. Bahkan bila merujuk dari data hasil survei Literasi Digital Kominfo dan KIC di tahun 2021 lalu, media atau berita online menduduki peringkat ketiga setelah media sosial dan Televisi sebagai media informasi yang paling banyak diakses oleh public³.

Sehingga dari berbagai keunggulan dan data sebagaimana yang dipaparkan sebelumnya, kehadiran media online harus bisa dikaji secara kritis dan dimanfaatkan oleh kalangan praktisi maupun akademisi dakwah. Salah satunya dengan cara terus menyebarluaskan pesan ajaran islam sekaligus melakukan inovasi terhadap konten-konten dakwah yang dipublikasikan melalui media online (berita). Menyesuaikan dengan karakter dan isi pesan dakwah yang dibutuhkan oleh masyarakat (*Mad'u*). Mengingat perkembangan media informasi yang semakin canggih, menjadikan masyarakat lebih memilih jenis sumber (instrumen/alat) media informasi yang lebih praktis.

Melalui media online, masyarakat tidak perlu lagi mencari seorang Dai (tatap muka) yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan akan informasi menyoal keIslaman. Sebab media massa dalam bentuk online telah memberikan akses dan informasi kepada seluruh masyarakat tanpa terbatas ruang dan waktu. Hanya membutuhkan handpone dan jaringan internet, masyarakat sudah bisa mengakses

¹ Haryatmoko, *Etika Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 19.

² Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi Dan Teori Sosial Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 87.

³ Fatiya Rumi Humaira. 2022. *Kata Data Media Network*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/media-informasi-yang-paling-sering-diakses-masyarakat>

informasi seputar wacana yang berkaitan dengan pesan yang mengandung ajaran islam.

Bukan hanya lebih praktis dalam menerima informasi keislaman, namun para mad'u yang menggunakan media online sebagai sumber untuk menerima pesan dakwah juga dapat memilih dan memilah materi yang disajikan dengan mudah. Menyesuaikan dengan kebutuhan dan selera (materi) yang di inginkan oleh pengaksesnya (pembaca). Terkhusus mengenai materi-materi yang bersentuhan langsung dengan aktivitas keseharian mulai dari materi-materi (*Maudhu*) yang bertemakan *Akidah, Syariat, Muamalah* hingga materi-materi tentang *Akhlak*⁴.

Selain lebih praktis, dakwah yang dilakukan melalui media online juga mampu dijadikan sebagai solusi pembanding dari arus informasi yang sering kali mencitrakan agama atau umat islam secara negatif. Sebab di era globalisasi modern yang menitiktekanan terhadap kebebasan berekpresi dengan dalih Hak Asasi Manusi (HAM), telah melahirkan wajah baru dan bahkan memunculkan istilah teori pers liberal yang mengedepankan asumsi bahwa setiap orang memiliki kebebasan untuk mengungkapkan pendapat, pikiran, gagasan maupun ide-idenya. Asumsi mendasar mengenai kebebasan itu baginya (teori pers liberal) merupakan mutlak bagian dari hak asasi manusia⁵.

Konsep pers liberal lahir dan berkembang secara masif di negara-negara barat yang mayoritas negaranya menganut sistem demokrasi liberal yang mengedepankan prinsip serta nilai-nilai keyakinan berupa keunggulan individu (individualistis melahirkan kapitalis), akal sehat, kebenaran dan kemajuan. Meskipun pada dasarnya teori pers liberal merupakan konsep paling ideal bila diterapkan dalam aktivitas kejournalistikan (pers), namun pada realitasnya dapat kita lihat bahwa aplikasi dari kebebasan tersebut masih jauh dari apa yang diharapkan.

⁴ Tata Sukayat. *Ilmu Dakwah : Perspektif Mabadi Asyarah* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), 26-27.

⁵ Venezia Indra Ghassani, Praptining Sukowati, *Bentuk Hubungan Pers dan Pemerintah Terkait Dengan Media Sebagai Kontrol Sosial*, Vol. 1, No. 2, Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 2016, hal 171-181.

Sehingga dalam hal ini berita-berita khususnya yang berkaitan dengan agama atau umat islam sering kali ditentukan berdasarkan kebutuhan/motif serta ideologi media yang berpegang kepada prinsip kebebasan itu sendiri. Tidak jarang islam dikonotasikan dengan label-label yang bernuansa negatif seperti islam radikal, fundamentalis, islamophobia, teroris dan lain sebagainya. karena media pers memiliki kebebasan dalam menyampaikan pendapat, ide, gagasan dan pikiran kepada khalayak public. Meskipun ide atau gagasan tersebut menyudutkan atau memarginalkan kelompok tertentu.

Padahal sudah jelas bahwa informasi yang disampaikan oleh media mampu membentuk pendapat dan mengiring opini public. Maka dalam konteks ini pemilik atau penguasa media sangat berpengaruh dalam menentukan dan membangun opini masyarakat. Selaras dengan istilah yang mengatakan “siapa yang mampu menguasai media massa, merupakan penguasa dunia”⁶

Dari berbagai situs dan portal berita online yang sering ditemukan informasi-informasi menyoal keIslaman di Indonesia, salah satunya dapat dilihat dalam website www.ayobandung.com. Portal berita media online www.ayobandung.com adalah perusahaan multimedia yang populer di Bandung. Perusahaan multimedia ini merupakan salah satu anak dari jaringan PT. Ayo Media Network yang sudah berdiri cukup lama, memiliki trafic yang tinggi untuk skala local, serta belum ada penelitian-penelitian terkait sejenis yang berkaitan dengan aktivitas dakwah.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan, situs www.ayobandung.com sering kali memproduksi dan mempublikasikan konten-konten seputar wacana keIslaman khususnya di bulan Ramadhan. Pada momen tersebut, banyak masyarakat yang cenderung mencari informasi seputar wacana keIslaman. Mulai dari fikih, akhlak, hingga amalan-amalan lainnya.

Meski begitu, uniknya beberapa artikel dakwah yang terkandung dalam portal berita [www.ayobandung](http://www.ayobandung.com) tidak melulu hanya membahas seputar doktrin atau materi-

⁶ Iman Taofik Al-Khotob, *Pers dan Jurnalistik Dakwah Dalam Membangun Opini Public*, Vol. 3, No. 1, Jurnal Da'wah, 2020.

materi dakwah secara tekstual. Tetapi juga memproduksi konten-konten dakwah secara kontekstual sebagai solusi untuk menjawab berbagai macam problematika dari fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Seperti contohnya mengenai isu sepakbola yang meloloskan tim nasional israel dalam Piala Dunia U-20 yang cukup menuai beragam kontroversi dikalangan umat islam. Baik yang mendukung maupun yang menolak kehadiran tim nasional israel dalam piala dunia U-20 yang pada awalnya akan digelar di Indonesia tahun 2023.

Disisi lain, Ayo Bandung sebagai media informasi yang bukan berstatus pers Islam sebetulnya jarang menulis konten-konten keislaman seperti website-website pers Islam umumnya (tekstual). Namun lebih kepada produksi konten-konten (berita) keislaman menyesuaikan dengan kebutuhan pembaca/selera pasar khususnya yang berkaitan dengan beragam isu-isu sosial (kontekstual). Sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan lebih efektif dan efisien serta dapat menjangkau khalayak dengan kategori dan lokus tertentu yang membutuhkan materi dakwah terkait pada saat itu.

Pada momentum bulan Ramadhan misalnya, tidak sedikit masyarakat yang masih kebingungan dan membutuhkan materi keislaman yang membahas seputar fiqh dan amalan-amalan di bulan Ramadhan seperti hukum melaksanakan shalat jumat yang bertepatan pada hari raya idul fitri, sikat gigi saat menjalani ibadah puasa, melaksanakan shalat sunah lain setelah shalat witir, bacaan bacaan doa, tips saran serta berbagai persoalan yang menyangkut problematika keumatan.

Maka dari ulasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, menarik untuk dikaji tentang bagaimana kontruksi wacana dakwah islam yang diproduksi oleh portal media online www.ayobandung.com. Khususnya artikel keIslaman pada edisi bulan Ramadhan 1444 H. Agar kedepanya dakwah yang dilakukan melalui media online bisa terus dikembangkan secara utuh, efektif serta tidak hanya dijadikan sebagai doktrin.

Namun bisa menjadi solusi dalam menjawab berbagai problematika keumatan dan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Sebab di era perkembangan

teknologi dan informasi yang semakin canggih (internet) telah memberikan keistimewaan kepada penggunanya menjadi konsumen dan produsen sekaligus telah melahirkan fenomena yang memposisikan masyarakat (pengguna internet) bukan hanya sebagai penikmat informasi keagamaan (Mad'u), namun ikut memproduksi dan menyebarkan informasi tersebut (Mad'u)⁷.

Aktivitas dakwah yang dilakukan melalui media online bisa menjadi solusi untuk menjawab berbagai persoalan yang timbul di masyarakat. Karena pada hakikatnya, penggunaan media online sebagai sarana berdakwah merupakan wujud integrasi antara Islam dengan teknologi informasi yang semakin berkembang. Sebab bila dakwah melalui media massa (online) berhasil diterapkan, seluruh masyarakat di dunia akan mengetahui bagaimana ajaran Islam sesungguhnya.

Disisi lain dakwah yang dilakukan melalui media online merupakan bentuk kebangkitan umat Islam di bidang teknologi yang nantinya akan berdampak terhadap sektor-sektor lain. Sehingga dakwah dengan memanfaatkan media massa/online harus tetap digalakan dan terus dikembangkan supaya proses penyebaran paham ajaran Islam (*Maudhu*) bisa terus berjalan lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini dilakukan karena memiliki keselarasan dengan peta wilayah kajian Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berupa Kitabah yang menekankan pada aspek kegiatan penyiaran Islam melalui tulisan. Dalam hal ini kajian Kitabah nantinya akan menganalisis aspek-aspek pesan Tabligh yang dikemas, dirumuskan dan disampaikan melalui media online (portal berita) www.ayobandung.com edisi bulan Ramadhan 1444 H.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka pada umumnya fokus penelitian yang dikaji meliputi deskripsi tentang wacana dakwah islam yang terkandung dalam portal berita media online www.ayobandung.com

⁷ Moch Fakhruroji dan Enjang Muhaemin, *Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah*, Vol. 16, No. 1, Jurnal Sosioteknologi, 2017, hal. 82-93.

edisi bulan Ramadhan 1444 H. Adapun secara khusus, untuk memperjelas fokus penelitian yang dikaji diuraikan lewat kalimat pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana konstruksi wacana dakwah Islam yang terdapat pada artikel di media online www.ayobandung.com ditinjau melalui struktur teks?
2. Bagaimana konstruksi wacana dakwah Islam yang terdapat pada artikel di media online www.ayobandung.com ditinjau melalui kongnisi sosial?
3. Bagaimana konstruksi wacana dakwah Islam yang terdapat pada artikel di media online www.ayobandung.com ditinjau melalui konteks sosial?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian yakni untuk mengetahui bagaimana gambaran bagaimana dakwah islam dikonstruksikan dalam portal berita www.ayobandung.com pada edisi bulan Ramadhan 1444 H. Agar lebih jelas, tujuan penelitian secara khusus dapat dilihat dalam poin-poin yang diuraikan sebagaimana berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana wacana dakwah Islam dikonstruksikan pada artikel yang dipublikasikan oleh portal berita www.ayobandung.com ditinjau melalui struktur teks.
2. Untuk mengetahui bagaimana wacana dakwah Islam dikonstruksikan pada artikel yang dipublikasikan oleh situs www.ayobandung.com ditinjau melalui kongnisi sosial.
3. Untuk mengetahui bagaimana wacana dakwah Islam dikonstruksikan pada artikel yang dipublikasikan oleh situs www.ayobandung.com ditinjau melalui konteks sosial.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini pada umumnya adalah untuk memberikan manfaat serta nilai tentang dakwah dalam kajian komunikasi melalui sudut pandang media massa dan teori *critical discourse analysis* (CDA). Manfaat tersebut secara spesifik bermuatan dua aspek yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Secara Akademis/Teoritis

Pertama, Penelitian ini bisa berkontribusi dalam memperluas wawasan akademis mengenai analisis wacana kritis di media online, khususnya yang berkaitan dengan pemberitaan keislaman. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam kajian komunikasi Islam dan studi media, terutama untuk memahami bagaimana media digital membentuk narasi keagamaan dalam konteks tertentu, seperti bulan Ramadhan.

Penelitian ini juga membantu mahasiswa dan akademisi memahami penerapan metode analisis wacana kritis secara konkret, sehingga dapat dijadikan panduan dalam penelitian serupa yang berfokus pada hubungan antara agama dan media di era digital.

Kedua, Penelitian ini juga dapat memperkuat pemahaman yang berkaitan dengan studi peran media lokal dalam memengaruhi cara masyarakat memahami nilai-nilai dan budaya Islam. Dengan menunjukkan bahwa portal berita lokal seperti www.ayobandung.com tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga dapat dijadikan sebagai agen budaya yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk wacana sosial dan keagamaan di tingkat lokal. Sehingga penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai peran media lokal dalam menginterpretasikan nilai-nilai agama sesuai dengan konteks sosial dan kultural.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kesadaran terhadap masyarakat terkait dengan perkembangan dakwah melalui aktivitas jurnalistik di media online. Agar terus menyebarluaskan ajaran Islam kepada Mad'u ditengah-tengah perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih. Sebab pada era ini, seluruh masyarakat sudah bisa menjadi dai hanya dengan menyebarluaskan tulisan-tulisan yang berisikan pesan dakwah melalui berbagai macam portal media online.

Selain itu, bagi masyarakat umum penelitian ini diharapkan mampu membuka cakrawala pengetahuan tentang keIslaman (maudhu) yang hari ini

bisa dijumpai lewat berbagai media online seperti salah satunya pada situs www.ayobandung.com.

Terakhir, bagi pemilik dan pekerja (jurnalis) di portal berita www.ayobandung.com. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi sekaligus motivasi agar bisa terus memperbanyak dan berinovasi dalam memproduksi konten-konten keislaman (Dakwah) yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga memiliki nilai kebermanfaatannya baik dalam menaikkan rating maupun melakukan perubahan sosial.

E. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran digunakan untuk menguraikan teori dan konsep tentang tinjauan yang berhubungan dengan fokus penelitian yang akan dikaji. Sehingga nantinya bisa dijadikan sebagai pedoman dalam proses menjawab fokus penelitian yang sudah disajikan sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, landasan pemikiran mengacu pada kerangka teoritis atau filosofis yang menjadi dasar untuk melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif mencakup pandangan-pandangan tentang realitas, pengetahuan, dan metode penelitian yang membimbing proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data.

Agar lebih jelas dan dapat dipahami secara lebih mendalam, pembahasan mengenai landasan pemikiran yang dikonsepsikan dalam wujud teoritis dapat dilihat dalam ulasan berikut ini :

1. Landasan Teoritis

Dalam penelitian kualitatif, landasan teoritis digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian yang dikaji sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan. Adapun yang menjadi landasan teoritis dalam penelitian ini yaitu berupa teori wacana. Dalam hal ini Webster mengartikan wacana sebagai komunikasi pikiran yang dilakukan melalui kata-kata, penuangan gagasan, atau konversi⁸.

Lebih dari itu, J.S Badudu mengungkapkan dua definisi yang berkaitan dengan wacana diantaranya *pertama*, rentetan kalimat yang berkaitan, yang

⁸ Wildan Nafi'i, *Makna Dalam Wacana*, Vol. 7, No. 1, Jurnal Pendidikan Bahasa Arab, 2015, hal 4.

menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu. *kedua*, kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar diatas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis⁹.

Maka sebagai satuan bahasa yang lengkap, dalam wacana tersebut terdapat sebuah konsep, gagasan, atau sebuah ide yang bersifat utuh dan mudah dipahami oleh pembaca atau pendengar tanpa keraguan. Selain itu, sebagai satuan gramatikal tertinggi atau terbesar, artinya sebuah wacana dikonstruksikan melalui kalimat atau kalimat-kalimat yang memenuhi persyaratan gramatikal serta prasyarat wacana yang lainnya.

Selain itu, Wacana dapat diartikan sebagai sarana komunikasi verbal yang melibatkan interaksi antara penyapa dan pesapa. Wacana mencakup seluruh gagasan dan ide serta keutuhan gramatikalnya yang terkait dengan konteks, yang meliputi ucapan atau bentuk konkret dari komunikasi tersebut.

Wacana sebagai satuan bahasa yang lebih luas, mencerminkan kerumitan dan kekayaan dalam penggunaan bahasa dalam berbagai konteks sosial. Kajian wacana berfokus pada pemahaman bagaimana bahasa digunakan untuk menyampaikan pesan, membangun identitas sosial, membentuk hubungan kekuasaan, dan memengaruhi tindakan sosial. Dengan mempelajari wacana, kita dapat memahami bagaimana struktur bahasa tidak hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana yang membentuk dinamika sosial dalam masyarakat.

Dalam studi wacana, bahasa dilihat sebagai entitas yang aktif, yang bukan hanya menggambarkan kenyataan tetapi juga membentuk realitas sosial melalui interaksi dan hubungan kekuasaan. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk menggali bagaimana wacana berperan dalam membangun pandangan dunia

⁹ Eriyanto, *Analisis Wacana Kritis : Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKIS, 2009), 2.

tertentu, memengaruhi pola pikir individu atau kelompok, dan memperkuat atau bahkan meruntuhkan struktur sosial yang ada.

Namun pada intinya digunakanya teori wacana dalam penelitian ini karena teori tersebut mengkaji tentang cara bahasa digunakan dalam konteks komunikasi tertentu, sehingga teori ini akan membantu peneliti dalam memahami bagaimana dakwah islam disampaikan melalui artikel keislaman di media online. Ini mencakup analisis struktur teks, penggunaan bahasa, dan bagaimana pesan dakwah dibentuk dan dipahami oleh pembaca.

Selain itu, adanya kesesuaian antara teori wacana dengan fokus kajian yang akan diteliti berupa wacana sehingga dapat memberikan dasar konseptual untuk menganalisis sebuah teks dan konteks komunikasi dalam artikel keislaman yang dipublikasikan oleh portal media online www.ayobandung.com edisi bulan Ramadhan 1444 H.

Selain wacana, landasan teoritis utama yang digunakan dalam penelitian kali ini berupa Critical Discourse Analysis (CDA) atau analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Analisis wacana kritis merupakan salah satu bidang studi yang mengkaji tentang suatu wacana baik yang berupa teks maupun lisan. Namun dalam hal ini, Van Dijk beranggapan analisis wacana kritis bukan semata-mata dipahami dalam aspek kebahasaan (teks). Tetapi mengabungkan dengan konteks.

Konteks disini berarti wacana digunakan dalam berbagai praktik dan tujuan tertentu, termasuk didalamnya praktik kekuasaan¹⁰. Lebih lanjut, analisis wacana kritis model Teun Van Dijk juga mengkaji suatu wacana dalam kongnisi atau pikiran penulis (jurnalis) yang secara sadar mempengaruhi terhadap proses produksi wacana yang dipublikasikan kepada masyarakat.

Sehingga pada intinya, model Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk mengabungkan antara ketiga elemen wacana sebagai objek analisis berupa teks (wacana), kongnisi sosial (pikiran/psikologi) dan konteks sosial. Dalam elemen

¹⁰ Eriyanto, Analisis Wacana, 221.

teks, akan dikaji bagaimana strategi dan struktur teks dalam menegaskan suatu tema tertentu.

Sedangkan dalam level kongnisi sosial, akan di kaji kongnisi penulis (individu) dalam proses memproduksi wacana (berita/teks). Serta dalam level konteks sosial, akan mengkaji bangunan wacana yang berkembang di masyarakat tentang suatu isu yang mempengaruhi kongnisi sosial (pikiran/psikologi penulis)¹¹.

Maka dalam hal ini, Teun A. Van Dijk menyebut bahwa ketiga elemen tersebut merupakan satu kesatuan utuh yang tidak dapat dipisahkan, dalam konteks memahami suatu wacana yang berkembang atau dipublikasikan terhadap para pembacanya. Sehingga dalam konteks ini analisis wacana kritis digunakan karena yang menjadi objek inti pembahasan dalam penelitian kali ini yaitu berupa wacana artikel keIslaman (dakwah) yang terdapat dalam portal media online di situs www.ayobandung.com edisi bulan Ramadhan 1444 Hijriah.

2. Landasan Konseptual

a. Dakwah

Dalam pendekatan Qurani melalui salah satu ayat qurat surat an-Nahl (16): 125. Dakwah dipahami sebagai kegiatan mengajak atau mengarahkan orang-orang agar menata kehidupannya di jalan tuhan Melalui pendekatan *hikmah*, *mauizatul hasanah* dan *ahsan al-mujadalah*. Yang berbasis kebebasan kemanusiaan, tidak bermuatan tekanan dan paksaan menempuh jalan tuhan merupakan panggilan jiwa keikhlasan serta tanggung jawab¹².

Dakwah sebagai kegiatan menyampaikan pesan yang mengandung nilai-nilai Islam kepada seluruh umat manusia agar senantiasa menjalankan ajaran Islam dengan penuh kesadaran. Sehingga dalam prosesnya seorang

¹¹ Eriyanto, *Analisis Wacana*, 224.

¹² Chatib Saefullah. *Kompilasi Hadis Dakwah* (Bandung : Simbiosis Rektama Media, 2018), 2.

Da'i harus mampu menyesuaikan dengan Zaman dan Problem keumatan yang dihadapi pada setiap masanya.

Tetapi bila ditinjau berdasarkan pendekatan fenomena sosial, dakwah dapat dipahami sebagai suatu istilah yang digunakan oleh masyarakat sekitar dalam menunjukkan suatu perilaku keberagaman yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi dengan berbagai aktivitas. Mulai dari ceramah keagamaan, khotbah, pengajian di majlis taklim atau masjid. Gerakan pendamping sosial, pembimbingan dan konseling, pengelolaan organisasi, hingga perkembangan keilmuan dakwah¹³.

Sehingga dengan demikian, para ahli dapat menyimpulkan bahwa dakwah yakni adalah upaya menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia dengan tujuan akhir untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Proses dakwah ini mencakup berbagai aspek kehidupan, dengan berlandaskan al-Qur'an dan Hadis sebagai rujukan utama dalam menyampaikan pesan-pesan Islam¹⁴.

Aktivitas dakwah bisa dilakukan oleh individu atau kelompok yang memiliki pemahaman tentang ajaran Islam dan tahu cara efektif untuk menyampaikan pesan tersebut. Cara penyampaian dakwah bisa bermacam-macam, mulai dari memberikan ceramah, menulis buku dan artikel, menggunakan media sosial, mengadakan diskusi kelompok, hingga melakukan kegiatan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam.

Selain itu, dakwah juga dapat dilakukan oleh berbagai kalangan termasuk ulama, dai, aktivis Islam, atau bahkan individu biasa yang memiliki pengetahuan dan perhatian terhadap ajaran Islam. Tujuan dakwah bisa ditujukan kepada individu, keluarga, masyarakat setempat, atau bahkan pada tingkat yang lebih luas, seperti nasional atau internasional.

¹³ Saefullah, *Kompilasi Hadis*, 4.

¹⁴ Fahrurrozi, *et.al.*, *Ilmu Dakwah* (Mataram: Prenadamedia Group, 2019) 18.

Dari sekian banyaknya media penyampai pesan dakwah, penyebaran pesan agama Islam salah satunya bisa digunakan melalui media online sebagai upaya untuk menyampaikan dakwah dengan memanfaatkan platform digital seperti situs web, media sosial, podcast, video, dan lainnya. Di era digital saat ini, media online telah menjadi sarana yang efektif dalam mencapai khalayak yang lebih luas.

Dalam dakwah melalui media online, pesan-pesan agama Islam disampaikan dengan cara yang kreatif dan informatif menggunakan berbagai jenis konten. Situs web dan blog yang berfokus pada Islam menyediakan artikel, tulisan, dan informasi yang mendalam mengenai ajaran agama, praktik keagamaan, serta isu-isu sosial dan moral yang relevan. Konten-konten ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai Islam, memperbaiki pemahaman yang salah, dan memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai agama ini.

Selain itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam dakwah online. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, para dai dan umat Islam dapat berbagi ceramah, kuliah singkat, kajian, dan nasihat agama dalam berbagai format. Konten-konten ini bisa berupa teks, gambar, audio, atau video yang menarik dan mudah diakses oleh pengguna media sosial. Melalui media sosial, pesan dakwah dapat mencapai lebih banyak orang, termasuk mereka yang mungkin tidak memiliki akses langsung ke sumber dakwah lainnya.

Dakwah melalui media online juga memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam mengonsumsi konten. Pengguna dapat mengakses materi dakwah kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kenyamanan mereka. Selain itu, media online juga memungkinkan interaksi dua arah antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pengguna dapat memberikan tanggapan, bertanya, dan berbagi pemikiran mereka melalui komentar, pesan pribadi, atau obrolan langsung. Ini memungkinkan terjalinnya dialog

dan komunitas online yang lebih kuat di antara mereka yang berpartisipasi dalam dakwah.

Dalam kesimpulannya, dakwah melalui media online memberikan kesempatan untuk menyebarkan pesan agama Islam kepada audiens yang lebih luas dengan cara yang kreatif dan informatif. Dengan memanfaatkan platform digital seperti situs web, media sosial, podcast, dan video, dakwah online dapat mencapai lebih banyak orang, memperbaiki pemahaman agama, dan membentuk komunitas online yang berpartisipasi aktif dalam pembelajaran dan dialog keagamaan.

b. Wacana

Bila diartikan lewat bahasa Inggris, wacana disebut sebagai “*Discourse*” sedangkan awal mula definisi wacana pertama kali muncul dari bahasa sansakerta “wac/wak/vak” yang artinya “berkata, berucap”. sedangkan secara sederhana wacana dapat diartikan sebagai perkataan atau tuturan. Seperti yang diulas sebelumnya, wacana dapat diistilahkan sebagai satuan bahasa yang terlengkap diatas kalimat dan satuan gramatikal yang tertinggi dalam hierarki gramatikal¹⁵.

Maka sebagai satuan bahasa terlengkap, didalamnya memuat suatu gagasan, konsep maupun ide-ide yang dapat dipahami oleh pembaca maupun pendengar. Selain itu sebagai satuan gramatikal tertinggi, wacana dibentuk dari sebuah kalimat-kalimat yang memenuhi prasyarat gramatikal dan prasyarat wacana lainnya. prasyarat gramatikal yakni harus kohesif dan koheren. Kohesif artinya terdapat sebuah keserasian mengenai unsur-unsur yang terdapat dalam wacana, sedangkan koheren artinya wacana tersebut terpadu sehingga mengandung pengertian yang apik dan benar.

Selain itu, Michel Foucault mengartikan wacana sebagai rangkaian ujaran yang utuh pada suatu tindakan komunikasi yang teratur dan

¹⁵ Sarma Pangabea, *Pengantar Wacana* (Universitas HKBP Nommensen: Pematang Siar, 2020), 5.

sistematis yang mengandung gagasan, konsep, atau efek yang terbentuk pada konteks tertentu. Hanya saja dalam hal ini wacana tidak hanya dipahami sebagai serangkaian kata atau proposisi dalam teks, tetapi sesuatu yang memproduksi yang lain. Karena menurutnya wacana dapat diidentifikasi sebab secara sistematis suatu ide, opini, konsep, dan pandangan hidup dibentuk dalam suatu konteks tertentu sehingga mempengaruhi cara berfikir dan bertindak tertentu¹⁶.

Bukan hanya sekedar tindakan komunikasi, Foucault mendefinisikan wacana sebagai elemen strategis yang berfungsi dalam hubungan kekuasaan. Antara wacana dan kekuasaan terdapat hubungan saling memengaruhi, di mana wacana dapat digunakan sebagai sarana untuk mendukung kekuasaan, dominasi budaya, maupun perkembangan ilmu pengetahuan.

Meski demikian, definisi maupun batasan mengenai wacana pada hakikatnya muncul melalui beragam jenis menyesuaikan dengan referensi serta disiplin ilmu yang dipakai oleh setiap ahli dalam mendefinisikan istilah tersebut. Dalam perspektif sosiologi, wacana merujuk pada suatu hubungan antara konteks sosial dari pemakaian bahasa. Sedangkan dalam pengertian linguistik, wacana diartikan sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat.

Sehingga dalam pendekatan linguistik formal, analisis wacana lebih mengarah kepada reaksi dari bentuk linguistik formal yang lebih memperhatikan pada unit kata, frase, atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan di antara unsur tersebut. Sebaliknya dari analisis wacana pendekatan linguistik formal lebih memfokuskan pada level yang lebih besar seperti hubungan gramatikal yang terkonstruks lewat level yang lebih besar dari kalimat.

¹⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana*, 65.

c. Media Online

Mengutip pernyataan Suryawati, media online adalah media komunikasi yang pemanfaatnya menggunakan internet¹⁷. Media online memiliki sifat khas, terletak pada aspek penggunaannya berupa komputer di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita. Media online merujuk pada media baru (new media) yang memakai metode yang berbeda dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan media konvensional seperti cetak dan elektronik.

Media online adalah bentuk media yang disampaikan melalui internet atau jaringan komputer. Ini mencakup berbagai platform dan format, termasuk situs web, blog, portal berita, jejaring sosial, podcast, video streaming, dan lainnya. Media online memberikan akses cepat dan luas kepada informasi, hiburan, dan konten lainnya kepada pengguna di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan media online merupakan salah satu produk jurnalistik online (*Cyber Journalism*) yang bertugas untuk memproduksi dan mendistribusikan suatu informasi/peristiwa melalui jaringan internet¹⁸.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian media baru (new media). Media online juga dikenal sebagai Cyber media karena penggunaannya yang selalu melibatkan internet (komputer). Dengan menggunakan media internet, pengguna dapat langsung mengakses dan menikmati konten yang disajikan tanpa terbatas oleh batasan ruang dan waktu, serta prosedur resmi dari lembaga penyiaran. Bahkan, informasi dapat diakses oleh khalayak saat peristiwa sedang berlangsung.

Untuk mengakses informasi di media online, diperlukan sebuah perangkat berbasis komputer dan koneksi internet. Dalam konteks internet yang tak terbatas, setiap pengguna memiliki kebebasan dalam berinteraksi

¹⁷ Mesi Indriyani, *et. al.*, *Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.Id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng*. Vol. 2, Jurnal Studi Jurnalistik, 2020, hal. 157-167.

¹⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), 30.

dengan media. Istilah "media online" sering kali dikaitkan dengan situs berita atau praktik jurnalistik tertulis yang dipublikasikan melalui internet.

Namun Ashadi Siregar menyatakan bahwa media online mencakup berbagai bentuk media yang menggunakan teknologi telekomunikasi dan multimedia seperti komputer dan internet. Termasuk di dalamnya itu portal berita, situs web, radio online, TV online, pers online, surat kabar online, dan sejenisnya yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda tergantung pada fasilitas yang tersedia untuk digunakan oleh pengguna atau konsumen¹⁹.

Namun dalam perkembangannya, media massa tumbuh menjadi industri. Ada pasar yang signifikan dalam industri media yang saat ini dijuluki sebagai "era informasi". Permintaan masyarakat terhadap informasi sangat tinggi. Fenomena ini muncul karena dipengaruhi oleh berbagai hal salah satunya motif ekonomi yang kuat dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat mengarah pada pertumbuhan media dalam pola yang didasarkan pada kapitalisme²⁰.

Dalam situasi ini, dai memiliki peran yang sangat krusial dalam menyeimbangkan arus informasi yang sering kali didorong oleh kepentingan ekonomi dan kapitalisme. Mereka harus hadir sebagai penuntun moral yang dapat menyaring serta menyampaikan pemahaman yang benar atas informasi yang beredar di masyarakat.

Dai juga bisa memanfaatkan media massa sebagai sarana dakwah yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman yang sesuai dengan kebutuhan era modern. Selain itu, penting bagi para dai untuk mengikuti perkembangan teknologi dan media, termasuk platform digital, agar pesan dakwah mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien.

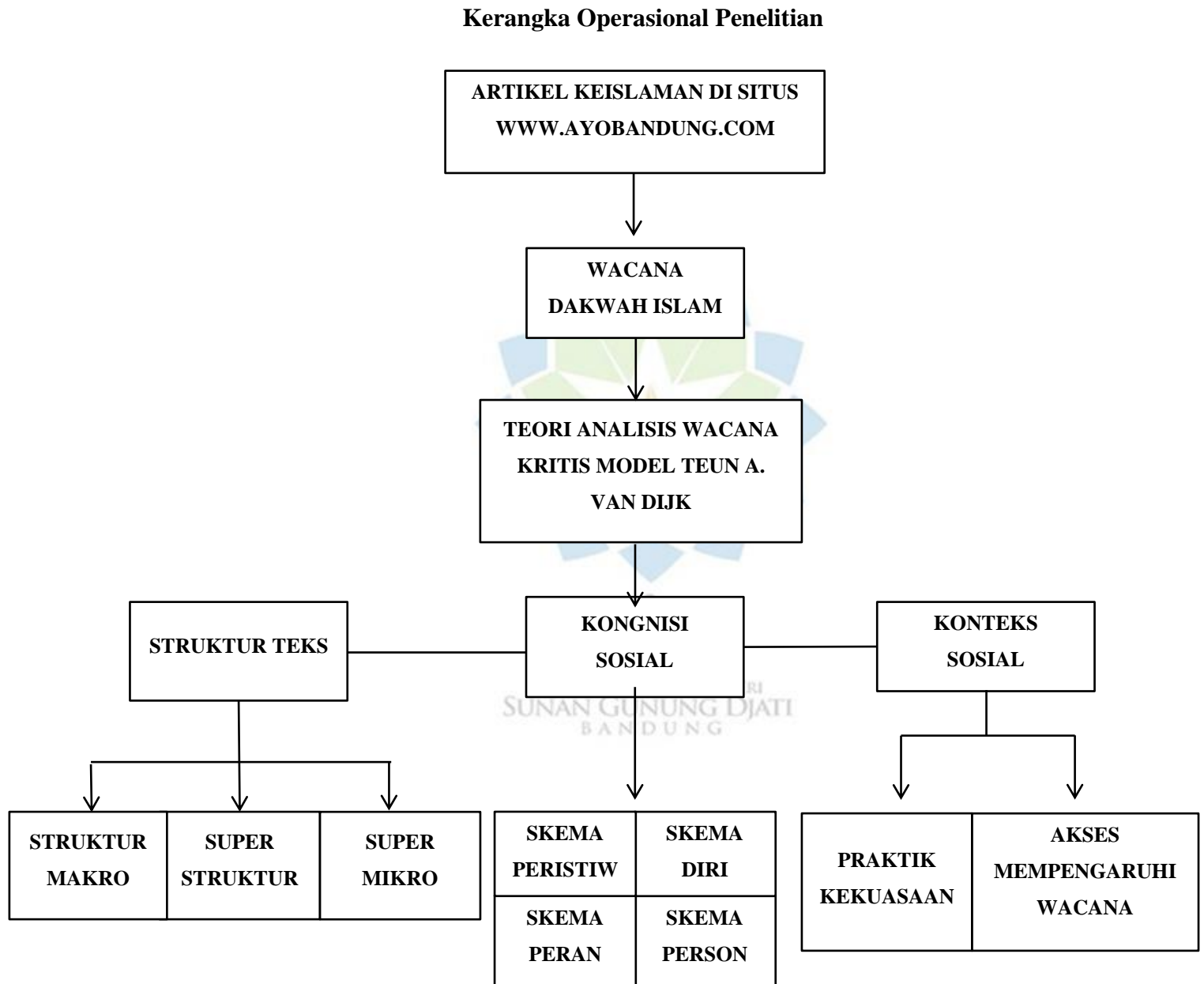
¹⁹ Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Pembaharuan, 2005), 20.

²⁰ Weni Yetifa Sari, *Kompetisi Media Radio Lokal Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengiklan*, Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2011, hal. 1.

Dengan demikian, dai tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mampu menghadirkan keseimbangan antara kebutuhan informasi dan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan masyarakat modern. Melalui media online, dai dapat memaksimalkan dakwahnya dengan menjangkau khalayak yang lebih luas, memberikan alternatif informasi yang bermuatan nilai spiritual, dan menciptakan ruang diskusi yang relevan dengan tantangan zaman.



3. Landasan Operasional Penelitian



Gambar 1. 1. Kerangka Operasional Penelitian