

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang begitu pesat, informasi saat ini menjadi komoditas penting yang sangat dibutuhkan oleh orang banyak. Meskipun tidak jarang berubah menjadi sosok yang sangat ditakutkan, akan tetapi informasi yang muncul juga bisa menjadi suatu hal yang sangat disukai oleh masyarakat. Hal itu disebabkan karena informasi bisa membuat sesuatu yang ambigu menjadi jelas. Dari alasan tersebut juga tidak heran apabila peradaban hari ini bisa disebut sebagai peradaban masyarakat informasi yang berangkat dari revolusi komunikasi.

Beredarnya informasi atau pesan melalui teknologi hari ini sangat membantu masyarakat, hingga menyebarkannya dalam waktu yang singkat. Saidulkarnain mengemukakan bahwa aplikasi internet dewasa ini memberi kemudahan dalam segala aspek, terutama dalam upaya menyebarluaskan informasi¹. Internet saat ini telah menjadi konsumsi primer masyarakat, terutama untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi secara aktual, faktual dan cepat. Dengan hadirnya internet ditengah-tengah kehidupan masyarakat hari ini, semua orang baik yang muda atau pun tua, laki-laki dan juga perempuan, semua bisa mencari informasi tentang apapun secara cepat. Selain itu, hadirnya internet juga dapat memudahkan orang-orang untuk membuat dan

¹ Ishak Saidulkarnain, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2015), 76.

menyebarkan informasi tersebut untuk di konsumsi oleh orang lain, termasuk juga orang yang memiliki aktifitas berdakwah atau dalam hal ini yakni dai. Dalam melakukan penyebaran dakwahnya, para dai juga bisa menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh para pengguna internet tersebut dalam hal keagamaan, dan cara yang tepat untuk menyediakan informasi tersebut adalah dengan menggunakan media massa yang terhubung kepada internet sebagai media dakwah.

Berkembang pesatnya teknologi, tentu diiringi dengan berbagai macam problematika, termasuk dalam hal menyampaikan pesan dakwah. Dalam hal ini, problematika dakwah Islam misalnya, semakin kompleks baik pada bidang ekonomi, sosial, politik, budaya, dan yang lainnya². Tentu, dalam bidang keagamaan sendiri sebagai yang terdampak dari kemajuan tersebut juga merasakan problem yang juga tidaklah mudah. Kemajuan teknologi informasi dapat dijadikan penyebaran dakwah Islamiyah, khususnya teknologi informasi seperti internet.

Munculnya media baru yang mudah diakses melalui internet, yang disebut media online, dapat berupa website atau aplikasi. Dengan berkembangnya media online, banyak bermunculan media online baru di Indonesia, pada tahun 2019, ada sekitar 47.000 media online³. Saat ini, media massa menjadi alat yang efektif dalam mempublikasikan dakwah, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

² Pardianto. "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media." Jurnal Komunikasi Islam Vol. 3, (2013).

³ Asosiasi Media Siber Indonesia, "Dari 47 Ribu, Baru 2.700 Media Online Terverifikasi Dewan Pers," *Www.Amsi.or.Id*, last modified 2019, <https://www.amsi.or.id/dari-47-ribu-baru-2-700-media-online-terverifikasi-dewan-pers/>. Diakses Pada 10 Maret 2023

Eriyanto berpendapat bahwa teks adalah salah satu bentuk praktek ideologi, bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan membawa makna ideologi tertentu dalam taraf menenangkan dukungan publik⁴. Sehingga adanya produksi teks dalam sebuah media tentang wacana dakwah islam perlu dianalisis untuk mengetahui wacana apa saja yang dominan muncul dalam media massa tersebut.

Sobur menjelaskan bahwa analisis wacana terhadap suatu teks media diperlukan untuk mengetahui bagaimana isi teks tersebut dan pesan yang disampaikan⁵. Berbeda dengan analisis kuantitatif yang lebih menekankan pada pertanyaan apa, analisis wacana lebih melihat pada bagaimana dari pesan atau teks komunikasi.⁶

“Upaya menyampaikan pesan (dakwah) melalui media yang berkembang saat ini, termasuk internet akan bisa menarik perhatian masyarakat manakala disajikan dengan bahasa yang menyejukkan. Bahkan bisa bernilai efektif jika pendakwah menyuguhkan pesannya dengan bahasa yang sedang trend di kalangan masyarakat masa kini”.

Hadirnya media yang terhubung ke internet menyediakan berbagai macam pilihan kepada masyarakat untuk melakukan interaksi tentunya juga mendorong setiap orang untuk mampu membuka peluang dalam rangka membuat suatu perubahan melalui gerakan sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Robert Misel, ia menyebutkan bahwa

⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKIS, 2011), 13.

⁵ Sobur Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 68.

⁶ Sobur Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing*, 77

gerakan sosial adalah seperangkat keyakinan dan tindakan yang tidak terlembaga yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk memajukan atau menghalangi perubahan dalam masyarakat⁷. Sehingga dakwah melalui media massa yang terhubung kepada jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan beberapa alasan, diantaranya mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan energi yang relatif terjangkau.

Jika dilihat dari sejarahnya, adanya hubungan antara agama dengan media pertama kali menjadi perhatian pada sarjana sejak pertengahan abad kedua puluh, Ketika mereka memfokuskan perhatian pada munculnya fenomena penyiaran keagamaan yang tidak lagi menjadi otoritas kalangan agamawan. Isu ini menjadi semakin menarik pada 1970an ketika fenomena baru lain muncul yakni saat gerakan televangelism muncul dalam media sehingga melahirkan perdebatan mengenai cakupan media atas nama agama. Bahkan, pada saat itu agama memiliki peran yang lebih penting dibandingkan urusan domestik dan politik internasional⁸.

Analisis wacana atas isi teks menurut Van djik dalam Sobur juga menekankan bahwa wacana adalah salah satu interaksi, sebuah wacana dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan (*assertion*), pertanyaan (*question*), tuduhan (*accusation*), atau ancaman (*threat*). Bahkan, wacana juga dapat digunakan untuk mendiskriminasi atau

⁷ Rina Sari Kusuma, Nur Azizah. “Melawan Radikalisme Melalui Website.” Jurnal ASPIKOM Vol. 3, No (2018)

⁸ Schofield Clark dkk Stewart, M Hoover dan Lynn, *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture* (New York: Columbia University Press, 2002), 1.

mempersuasi orang lain untuk diskriminasi⁹. Menurut Nurudin bahwa penyampaian teks melalui saluran komunikasi massa mempunyai efek yang berwujud pada tiga hal, yaitu efek kognitif (pengetahuan), afektif (emosional dan perasaan), dan behavioral (perubahan pada tingkah laku) ¹⁰.

Selain itu, muncul juga efek lain yang melatarbelakangi seperti individu yang bertolak dari gejala psikologi dan faktor sosial. Dari efek ini muncul opini publik, yang biasanya tidak terorganisir serta menyebar pada berbagai tempat dan disatukan oleh isu tertentu dengan mengadakan kontak satu sama lain melalui media massa.

Pesatnya perkembangan internet telah memudahkan masyarakat untuk mengakses media online melalui handphone dan gadget. Media cetak berada di bawah tekanan yang meningkat, dan pembaca setia media cetak dapat beralih ke media online.

Dilansir dari laman bps.go.id, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Nasional dari hasil pendataan Survei Susenas 2021, terdapat 62,10 persen populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah seandainya internet digunakan sebagai media penyampai pesan dakwah tersebut.¹¹

Konsep tabligh atau dengan istilah lain transmisi ajaran islam dengan berbagai metode dan media merupakan salah satu manifestasi pada dimensi kerisalahan. Dari

⁹ Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing*, 68.

¹⁰ Nurudin, *Komunikasi Massa* (Malang: Cespur, 2003), 214–223.

¹¹ <https://www.bps.go.id/> Diakses Pada 10 Maret 2023

sinilah kepentingan dakwah dalam media, terlebih pada masyarakat yang telah menjalankan kultur media (*media culture*) yang dideskripsikan oleh Bennet sebagai *media saturated culture*, yakni kebudayaan yang dijejali media¹². Penjelasan tersebut juga bisa diartikan bahwa hampir di berbagai aspek kehidupan manusia erat berhubungan dengan media yang memiliki sifat teknologis yang dalam term media studies sering disebut dengan istilah mediasi.

Dalam hal ini, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu¹³. Dengan demikian, wacana dakwah adalah representasi budaya agama, yang terpetakan dalam teks-teks dakwah dalam rangka merespon kondisi-kondisi sosial yang dihadapi seseorang atau sekelompok orang, baik dalam bentuk menyetujui, mendebat, menantang, mengkonter atau memberikan solusi permasalahan sosial, politik, ekonomi, budaya yang dihadapi masyarakat¹⁴.

Menurut M. Natsir dakwah merupakan upaya untuk mengungkapkan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang

¹² Bennett Andy, *Culture and Everyday Life* (London: Sage Publications, 2005), 75.

¹³ Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1986), 2.

¹⁴ Noer Laela Faizah, "Analisis Wacana Kritis Dalam Studi Teks Dakwah," *Ilmu Dakwah* II No 1 (2005): 91.

pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini harus dilakukan dengan berbagai cara dan media yang diizinkan oleh moralitas, dan yang meliputi amal makruf dan nahyi mungkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan ahklak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan yang memotivasi orang untuk berbuat kebaikan, mengikuti petunjuk, perintah yang baik, mencegah kejahatan, dan bahagia di dunia dan akhirat ¹⁵.

Dakwah dalam islam adalah mengajak manusia dengan hikmat kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya ¹⁶. Al Maududi juga mengatakan bahwa dakwah adalah panggilan, tetapi panggilan bukan sekedar panggilan. Dakwah adalah panggilan Allah dan Rasul-Nya, dan panggilan adab mengajak manusia untuk menjadi suci dan bernilai besar ¹⁷.

Hal senada dikemukakan pula oleh Helmy yang mengatakan bahwa dakwah adalah untuk mendorong dan membujuk orang untuk mengikuti ajaran Allah (Islam), untuk menerapkan Islam secara luas dalam kehidupan mereka, dan untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat ¹⁸.

Dakwah juga diartikan sebagai segala kegiatan dan usaha untuk mengubah keadaan menjadi lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Namun, dalam upaya untuk memulai

¹⁵ Munir Syamsul, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 5.

¹⁶ Ya'kub Hamzah, *Publisistik Islam: Teknik Dakwah Dan Leadership* (Bandung: Diponegoro, 1992), 7.

¹⁷ Al- Maududi, *Pokok-Pokok Pandangan Hidup Muslim* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 1.

¹⁸ Helmy, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan* (Semarang: Thaha Putera, 1973), 1.

pengalaman mereka, berteriak kepada individu dan umat secara keseluruhan tentang pandangan dan tujuan manusia di dunia ini, termasuk konsep Islam, perbuatan baik dalam berbagai media dan cara yang dapat diterima dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan perorangan, kehidupan keluarga kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bernegara¹⁹. Selain mendorong atau menegakkan perilaku yang adil dan memberantas perilaku yang salah, dakwah memperjuangkan perilaku Ma'ruf dan menyapu perilaku munkar dari pusat kehidupan manusia (masyarakat)²⁰.

Operasionalisasi wilayah kajian ilmu dakwah yang menjadi medan aplikasi epistemologis adalah formatisasi ontologi atau hakikat dakwah ilmu dakwah itu sendiri. Objek ilmu dakwah dapat dibedakan kedalam objek material dakwah yaitu perilaku keislaman dalam berislam, dan objek formalnya berupa perilaku keislaman dalam melakukan *Tabligh* (transmisi dan penyebarluasan), *Irsyad* (internalisasi dan bimbingan), *Tadbir* (rekayasa sumber daya manusia), dan *Tathwir* (pengembangan kehidupan muslim). Dengan demikian, format ontologi ilmu dakwah ini dapat menjadi pokok-pokok wilayah kajian ilmu dakwah²¹.

Terdapat tiga aktivitas penalaran yang dilakukan dalam memformulasikan teori terhadap objek formal dan material ilmu dakwah, yaitu: metode *istinbath*, merupakan proses penalaran dan pemahaman kajian dakwah yang tercantum dalam al-Quran

¹⁹ H. Endang Saifuddin Anshari M.A., *Wawasan Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), 87.

²⁰ Sanusi KH Shalahuddin, *Integrasi Umat Islam* (Bandung: Iqmatuddin, 1987), 11.

²¹ Sambas Syukriadi, *Pokok-Pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah: Ilmu Dakwah Kajian Berbagai Aspek* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 134–135.

sebagai kitab dakwah dan al-Sunah sebagai oprasional yang menjadi penjelas hingga kemudian produknya menjadi sebuah teori utama dakwah (*grand theory*); metode *iqtibas*, merupakan proses penalaran dalam memahami dakwah Islam dengan melengkapi dan menggunakan berbagai teori yang dicetuskan oleh manusia dalam mengkaji perilaku manusia itu sendiri, produknya menjadi teori menengah dakwah (*midle theory*), yang meliputi Sosiologi, Komunikasi, Psikologi, Sejarah, Antropologi, Ekonomi, Ilmu Politik, dan lain sebagainya; metode *istiqra*, adalah proses penalaran dalam memahami dakwah Islam melalui proses penelitian dengan menerapkan teori dari *grand theory* dan *midle theory* dalam tataran empirik²².

Dalam hal memahami suatu teks, pesan, atau wacana, setiap individu mempunyai pemahaman yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Van Djik dengan analisis wacananya memberikan jalan untuk memahami isi pesan suatu wacana, karena Van Djik memberikan suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang disebut kognisi sosial. Kognisi sosial tersebut mempunyai dua arti, disatu sisi menunjukkan bagaimana proses teks tersebut di produksi oleh media/ wartawan, di sisi lain, ia menggambarkan nilai-nilai masyarakat yang patrisial itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakan untuk membuat teks berita²³.

²² Sambas Syukriadi, *Pokok-Pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah: Ilmu Dakwah Kajian Berbagai Aspek*, 155.

²³ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, 222.

Komunikasi yang disampaikan melalui teks, pesan atau wacana lebih mengutamakan “bagaimana” (*how*) dari isi teks, pesan, atau wacana tersebut. Dengan analisis wacana selain mengetahui teks tersebut, kita juga bisa memahami pesan yang terkandung dalam suatu teks, pesan, atau wacana tersebut. Surat kabar adalah wadah atau baki penyajian karya jurnalistik yang berupa informasi aktual, hiburan, keterangan atau penerangan dalam bentuk berita, tajuk, kritik, ulasan, ataupun artikel-artikel dengan menggunakan mediasi kertas dan sebagainya²⁴.

Dengan memanfaatkan kecanggihan internet sebagai media dakwah banyak para juru dakwah yang menggunakan fasilitas internet untuk menyebarkan syiar Islamnya. Aktivitas dakwah semakin meluas menyentuh hampir semua pojok kehidupan. Pada media massa yang terhubung melalui jaringan internet (media siber) selain media sosial yang dapat digunakan sebagai media untuk berdakwah ada pula jenis media siber yang telah lama ada, yaitu blog dan situs web atau lebih dikenal dengan website.

Nahdlatul Ulama atau yang lebih dikenal dengan sebutan NU merupakan salah satu organisasi masyarakat (Ormas) keagamaan terbesar di dunia. Organisasi yang berdiri pada 31 Januari 1926 tersebut bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, sosial, dan ekonomi. Nahdlatul Ulama mempunyai tujuan menegakkan ajaran Islam menurut paham Ahlussunnah wal Jamaah ditengah beragamnya kehidupan masyarakat yang terdapat di dalam lingkungan Negara Kesatuan Republik Indonesia²⁵. Bahkan hingga

²⁴ Saeful Muhtadi Asep, *Jurnalistik Pendekatan Teori Dan Praktek* (Jakarta: Logos, 1991), 88.

²⁵ Ahmad Baso, *Agama NU Untuk NKRI* (Jakarta: Pustaka Afid, 2013), 73.

saat ini, NU memiliki peran yang sangat penting terhadap pembangunan budaya dan moral di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Peran NU dalam melakukan aktifitas dakwah Islamiyah sudah tidak diragukan lagi, sebab ormas Islam tersebut mampu memberikan sumbangsih berupa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan umat manusia. Sebagai ormas keagamaan, tentu NU tidak terlepas dari perannya dalam mendakwahkan nilai-nilai yang diyakininya yaitu Islam Ahlussunnah wal Jamaah agar bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam penyebaran nilai tersebut, NU perlu terus mencari pola untuk bisa berkembang dalam menyebarkan nilai-nilai Islam *Ahlussunnah wal Jamaah* dengan cara-cara yang inovatif, tidak hanya dengan berdakwah dari panggung ke panggung, masjid ke masjid, ataupun dari satu majelis taklim ke majelis taklim yang lain.

Sebagai *jam'iyah*, tentu Nahdlatul Ulama memandang dakwah sebagai bagian yang integral serta sebagai perekat dikalangan jamaahnya. Dalam berdakwah, NU juga memiliki kultur yang kuat dan pada sebuah tradisinya pun sangatlah lekat. Bahkan, dalam beberapa tradisi lain khususnya di Indonesia dijadikan sebagai sebuah sarana dakwah, termasuk dakwah bil qalam atau dalam hal ini dakwah melalui website.

Laman jabar.nu.or.id merupakan salah satu media massa berbasis internet yang menyajikan berbagai informasi mengenai berita dan artikel yang berkaitan dengan

Nahdlatul Ulama (NU) yang ada di lingkungan Jawa Barat, mulai dari artikel kegiatan Pengurus Ranting (PR) pada tingkat Desa, Majelis Wakil Cabang (MWC) pada tingkat Kecamatan, Pengurus Cabang (PC) pada tingkat Kota atau Kabupaten dan Pengurus Wilayah (PW) pada tingkat provinsi. Bahkan, website tersebut juga tidak jarang mempublikasikan kegiatan yang ada ditataran Pengurus Besar (PB) yaitu dalam skala nasional.

Selain menulis kegiatan, website yang dikenal dengan nama NU Online Jabar tersebut juga menyediakan berbagai macam rubrik, diantaranya yakni rubrik Taushiyah yang dimana dalam rubrik tersebut menarasikan seputar taushiyah yang dituliskan oleh para kiai Nahdlatul Ulama. Dalam hal ini, teks dakwah yang muncul di website NU Online Jabar menjadi sebuah wacana dakwah yang menjadi pokok utama penelitian kali ini. Hal ini menjadi sebuah gambaran bahwa proses dakwah identik dengan proses produksi dan reproduksi wacana agama yang tidak lepas dari sosio budaya yang melingkupinya.

Dalam praktek jurnalismenya, NU Jabar Online berupaya menyajikan berita kepada khalayak harus mempunyai nilai berita yang tinggi, yaitu nilai berita yang menjadi pertimbangan utama apakah isu atau peristiwa yang akan dimuat pada surat kabat tersebut layak diangkat atau tidak kepada khalayak. Redaksi NU Jabar Online berkantor di Jl. Terusan Galunggung No.9, Kota Bandung, dipimpin oleh seorang direktur atau pemimpin umum yang membawahi bagian redaksi, tata usaha, personalia, umum dan riset (penelitian dan pengembangan).

Adapun untuk kebutuhan penelitian kali ini mengambil sebuah media elektronik lokal daerah terbitan Jawa Barat yaitu NU Online Jabar. Dari berbagai media online yang ada di Jawa Barat, NU Online Jabar merupakan salah satu media online keislaman yang cukup eksis pada usianya yang cukup muda yaitu menginjak usia ke tiga tahun pada Agustus 2023 ini. Media keislaman Organisasi Masyarakat (Ormas) Nahdlatul Ulama (NU) di tingkat provinsi Jawa Barat ini secara prinsip kerja NU Jabar Online mengikuti NU Online (pusat) yang telah berdiri sejak 2003. Sebagai media NU di Jawa Barat yang banyak mengangkat tausiyah para kiai, penulisan ini ingin mencari tahu seperti apa pesan yang terkandung dalam kemasan dakwah digital yang dipublikasikan oleh NU Online Jabar pada rubrik Tausiyah.

Tausiyah merupakan salah satu dari berbagai macam rubrik yang menarik untuk diteliti. Sebab, dalam rubrik tersebut terdapat berbagai macam tulisan sejumlah kiai di Jawa Barat seputar tauhid, fikih, tasawuf, sosial, amalan- amalan, hukum Islam, hadits, keutaman dan lain sebagainya dengan melihat fenomena disekitar, dan bagaimana pandangan menurut Islam, apakah ada sumber hukumnya dan dalil yang sesuai dengan fenomena tersebut ini dikupas dalam rubrik tausiyah.

Hadirnya rubrik taushiyah di NU Online Jabar yang dikemas secara menarik juga memberikan informasi dan pemahaman kepada pembaca untuk menilik lebih jauh implementasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari- hari. Artikelnya pun sepadan dengan apa yang sedang trend atau bahan pembicaraan orang banyak lalu menilai dari segi keIslaman. Dilihat dengan bingkai fenomena tertentu agar tidak salah kaprah

dalam menyikapi sesuatu karena telah tercantum sumber atau dalil yang telah dipaparkan dalam rubrik ini.

Rubrik Tausiyah ini akan menjadi objek penelitian, karena pada rubrik tersebut mengangkat bahasan tentang masalah keislaman. Artikelnya menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh masyarakat dan mengupas masalah yang kini tengah menjadi center atau pusat perhatian masyarakat, dimana khalayak yang membaca artikel tersebut bisa mengambil pelajaran atau hikmah dari suatu peristiwa yang terjadi baik secara individu maupun sosial. Hal ini menarik penulis untuk mengkaji lebih jauh tentang pesan- pesan dakwah dalam rubrik Tausiyah yang ada di NU Online Jabar.

Sebagai media lokal yang populer, NU Online Jabar tetap menyajikan beragam narasumber maupun penulis baik yang dikalangan akademis maupun aktivis, sehingga secara keilmuan tentang keislaman beragam. Dari pemaparan tersebut, mengenai konteks dakwah dalam media, maka penulis menggunakan analisis wacana. Oleh karena itu, penulis ingin memahami lebih lanjut mengenai **Pesan Dakwah Pada Rubrik Taushiyah Dalam Website NU Online Jabar 2022-2023**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Analisis Teks pesan dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Online Jabar tahun 2022-2023?
- 2) Bagaimana Kognisi Sosial dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Online Jabar 2022-2023?
- 3) Bagaimana Konteks Sosial yang terkandung dalam teks dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Online Jabar 2022-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui Analisis Teks pesan dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Jabar Online.
- 2) Mengetahui bagaimana Kognisi Sosial pesan dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Jabar Online.
- 3) Mengetahui penjelasan mengenai bagaimana Konteks Sosial pesan dakwah pada Rubrik Tausiyah di Media NU Jabar Online.

1.4 Kegunaan penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memetik dari dua aspek yaitu:

- 1) Kegunaan teoritis, dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi Islam terutama wacana dakwah.
- 2) Kegunaan Praktis
 - a. Menambah wawasan peneliti tentang aplikasi metode Analisis Wacana;

- b. Memberi informasi ilmiah mengenai aplikasi analisis wacana model Van Dijk terhadap teks wacana dakwah Rubrik Tausiyah kepada para praktisi media, peneliti pers, para peminat studi mengenai media dan para da'i yang berdakwah atau para komunikator yang menyampaikan pesan dakwah melalui media massa.

1.5 Kerangka Pemikiran

Wilayah atau lapangan dakwah meliputi segala aktivitas manusia secara individu sebagai hamba Tuhan, sebagai anggota masyarakat, bahkan sebagai warga alam semesta. Oleh karena itu, ranah dakwah potensial bersinggungan dengan berbagai aspek kehidupan, politik, sosial, ekonomi dan budaya. Dengan kata lain, wilayah dakwah terletak di persimpangan berbagai kepentingan manusia, masing-masing berjuang untuk versinya sendiri. Wilayah dakwah juga merupakan medan pertempuran berbagai ideologi yang masing-masing mengklaim kebenarannya. Oleh karena itu, proses pembangkitan dan reproduksi wacana dakwah tidak berada dalam ruang hampa yang tidak terpengaruh oleh ideologi lain ²⁶.

Dakwah adalah segala upaya untuk menyampaikan ajaran Islam dalam menanggapi situasi dan masalah sosial, politik, ekonomi dan budaya. Oleh karena itu, ketika memahami dan menafsirkan teks, asumsi-asumsi dari keprihatinan ini sangat

²⁶ Faizah, "Analisis Wacana Kritis Dalam Studi Teks Dakwah," 79.

berpengaruh sehingga peneliti perlu secara kritis menjauhkan dan menguraikannya untuk sampai pada kebenaran objektif²⁷.

Dakwah adalah proses pengorganisasian suatu usaha atau kegiatan yang secara sadar dilakukan dan direncanakan untuk mempengaruhi pihak lain agar pemahaman, kesadaran, dan pengamalan mereka terhadap ajarannya. Lisan, tulisan, gambar, contoh perilaku, dan lain sebagainya, serta sebagai orang-orang yang secara pribadi, organisasi, atau institusi menyimpang dari ajaran Tuhan untuk percaya dan taat kepada Tuhan.

Upaya tersebut dilakukan dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi oleh Allah Swt, namun bidang dakwah begitu luas sehingga mencakup seluruh aktivitas manusia secara utuh (ilahi), anggota masyarakat (warga negara) dan bahkan warga alam semesta²⁸. Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk mendorong manusia agar secara arif memeluk agama Islam berdasarkan ajarannya, sejahtera di masa sekarang (dunia), dan mencapai kebahagiaan di kemudian hari (di akhirat).²⁹

Pesan dakwah adalah penafsiran seorang Dai atau pemuka agama (komunikator) terhadap pokok-pokok ajaran agama (Al-Quran dan Al-Hadits) dalam rangka memecahkan masalah sosial, kerukunan dan kerukunan yang dihadapi masyarakat,

²⁷ Hidayat Komarudin, *Menafsirkan Kehendak Tuhan* (Bandung: Teraju, 2004), 22.

²⁸ Faizah, "Analisis Wacana Kritis Dalam Studi Teks Dakwah," 88.

²⁹ Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al- Amin Press, 1997), 10.

juga untuk menjaga ketentraman anggota masyarakat. Hasil pemikiran dan perilaku budaya yang berkaitan dengan agama disebut budaya religius. Menurut Trenholm dan Jensen, pemahaman budaya ini memandu bagaimana kita memandang dunia, menetapkan tujuan, dan mencapainya. Di sisi lain, menurut Mulyana, budaya memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan. Apa yang kita katakan, apa yang kita lihat, apa yang kita perhatikan, bagaimana kita berpikir dan apa yang kita pikirkan dipengaruhi oleh budaya.³⁰

Abdul Munir Mulkhan memaknai hakikat dakwah sebagai upaya mengubah satu keadaan menjadi lebih baik, mengikuti standar Islam sebagai ajaran dan keyakinan Islam. Pengkondisian yang terkait dengan perubahan ini menyiratkan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kekuatan tujuan dakwah. Oleh karena itu, menurutnya, dakwah Islam harus memiliki makna pemecahan masalah dan kebutuhan hidup.

Semua praktik komunikasi pada dasarnya adalah ekspresi budaya, atau peta realitas (budaya) yang sangat kompleks. Seperti yang dikatakan Edward T. Hall, “Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya.” Komunikasi dan budaya adalah dua entitas yang tidak dapat dipisahkan.³¹

Bahasa, dalam pandangan Roger Fowler, adalah peta yang menggambarkan budaya, wacana, dan komunikasi verbal atau tertulis dalam kaitannya dengan

³⁰ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif, Perspektif Komunikasi antar Budaya*, (Bandung: Rosdakarya, 2004). 15-16

³¹ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: SIPRESS, 1996) 14

keyakinan, nilai, dan kategori yang berlaku padanya. Menurut Shadily karya Kustadi Sahandan, tentang dakwah di media massa.

Dengan demikian, jurnalisme dapat dibagi menjadi dua kelompok. Pertama, fasilitas yang meliputi media cetak dan elektronik. Kedua, bidang pekerjaan, termasuk domestik, internasional, olahraga, sains, dan lain sebagainya. Dalam kaitannya dengan dakwah, media disebut juga wasilah dan memiliki arti yang sama dengan media, yaitu alat yang objektif, unsur yang penting, dan merupakan urat nadi dalam dakwah yang kehadirannya sangat penting dalam menentukan perjalanan Dakwah.

Menurut Moh. Ali Aziz, jenis media yang digunakan dalam khutbah dibagi menjadi dua jenis, yaitu media tradisional (tidak menggunakan teknologi komunikasi) dan media modern (menggunakan teknologi komunikasi). Media tradisional (dalam khotbah) selalu menggunakan media yang berhubungan dengan budaya. Hal ini disebabkan komunikasi yang berkembang dalam pergaulan tradisional. Media yang digunakan terbatas pada tujuan yang paling populer dalam seni seperti: penggunaan kendang, rebana, kendang, sitter, suling, wayang, dapat menarik perhatian banyak orang. Media modern dapat dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan jenis dan sifatnya. Media pendengaran awal termasuk telepon, radio, dan tape recorder. Kedua, media visual, baik tertulis maupun cetak, seperti koran, buku, majalah, pamflet, dan booklet. Ketiga adalah media audiovisual seperti televisi, video dan internet.³²

³² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 407

Dari penggambaran di atas, kita dapat melihat bahwa wacana dakwah merupakan ekspresi budaya keagamaan yang tergambar dalam teks-teks dakwah untuk merespon situasi sosial yang dihadapi individu atau kelompok masyarakat. Menolak atau menanggapi dan memberikan solusi atas permasalahan sosial, ekonomi politik dan budaya yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, proses dakwah identik dengan pembangkitan, reproduksi, dan reproduksi wacana, yang tidak dapat dipisahkan dari konteks sosiokultural yang melingkupi wacana tersebut. Akibatnya, media seringkali meliputi fungsi sosial keagamaan yang sebelumnya dilakukan oleh lembaga keagamaan. Media melayani fungsi budaya dengan tidak hanya menengahi komunikasi tetapi juga dengan menciptakan dan memelihara komunitas.³³

Maka benar paparan di atas, karena berdekatan dengan paparan Dedy Mulyana mengambil dari pendapat Peter D.Moss, dan menurkannya di buku Eryanto bahwa wacana media massa, termasuk berita dan artikel surat kabar, merupakan konstruksi budaya yang dihasilkan secara ideologis. Ini karena berita surat kabar, produk media massa, menggunakan kerangka kerja khusus untuk memahami realitas sosial.

Tulisan tangan media cetak, surat kabar, majalah atau tabloid merupakan peran jurnalis untuk menjelaskan situasi dalam bentuk kalimat, beserta konsep jurnalistik dalam buku *jurnalistik Indonesia, penulisan berita dan feature*.³⁴

³³ J. Carey, *Communication as Culture, Essays on Media and Society*, (London: Routledge, 1992), 45

³⁴ Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), 3.

Jurnalisme adalah kegiatan mempersiapkan, mengambil, mengumpulkan, mengolah, menyajikan berita dan menyebarkannya kepada khalayak seluas-luasnya melalui media berkala secepat-cepatnya. Sebelum menulis sebuah artikel atau item berita, seorang jurnalis media cetak terlebih dahulu terjun langsung ke TKP untuk melihat dan memahami apa yang membuat berita. Setelah menerima pesan melalui media cetak, jurnalis mengkategorikan dan memilih berbagai halaman yang menarik atau layak diterbitkan, menggunakan foto, komentar dari sumber, atau karikatur untuk menargetkan laporan mereka.

Tulisan dari media cetak, merupakan gambar media itu sendiri dengan pesan atau informasi sehingga pembaca mengerti dan setuju dengan gambar yang disampaikan oleh media cetak. Pemahaman pembaca tergantung pada media penyampaian informasi, tergantung pada pengulangan pesan atau informasi, karakter, penggunaan kata, kalimat, frasa, dan frasa dari informasi yang dilaporkan. Oleh karena itu, setiap kata yang ditulis oleh seorang jurnalis dibentuk oleh bahasa dalam bentuk wacana. Bahasa yang digunakan dalam media cetak mencerminkan tujuan, visi dan misi media cetak dan harus diketahui dan dipahami oleh masyarakat umum. Artinya ada hubungan yang erat antara bahasa dan wacana. Hal ini karena wacana dapat digambarkan sebagai kombinasi bahasa-bahasa penyusun dengan kapasitas untuk mengekspresikan berbagai bentuk sosiokultural melalui analisis wacana. Ideologi merupakan bagian tak terelakkan dari aktivitas komunikasi. Karena selalu hadir dalam setiap pesan produksi yang disampaikan.

Menurut Aart van Zoest, Teks tidak dapat dipisahkan dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca ke arah itu. Di sisi lain, dalam analisis wacananya, Eliant menghadirkan ideologi sebagai konsep sentral analisis wacana kritis. Sebab, menurutnya, teks, wacana, dan lain-lain merupakan bentuk praktik ideologis atau cerminan dari ideologi tertentu.³⁵

Faktor persepsi sosial dan tingkat sosial menjadi salah satu alasan penelitian analisis wacana ini, khususnya yang berkaitan dengan rubrik Tausiyah NU Jabar Online. Pendekatan konstruktivis digunakan sesuai dengan judul penelitian yaitu, “Wacana Pesan Dakwah Pada Rubrik Taushiyah di Website NU Online Jabar”. Pendekatan ini dengan demikian mengacu pada teori Van Djik, yang hanya berfokus pada narasumber sebagai komunikator dalam kaitannya dengan bagaimana pesan ditampilkan dan keadaan penerima pesan saat pesan diterima.

Faktor level kognisi sosial dan level sosial menjadi salah satu alasan penelitian ini dengan menggunakan analisis wacana, terlebih berkaitan dengan Rubrik Tausiyah di Media NU Online Jabar. Sejalan dengan judul penelitian yaitu Wacana Pesan Dakwah Pada Rubrik Taushiyah di Website NU Online Jabar, maka digunakan pendekatan konstruksionis. Jadi pendekatan ini, menunjuk pada teori Van Djik yang hanya memfokuskan narasumber sebagai komunikator dari sisi pembedaan pesan ditampilkan, dan bagaimana kondisi penerima pesan ketika menerima pesan tersebut.

³⁵ Eryanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: Lkis 2011) 13

Pernyataan di atas didukung oleh Sobur yang menyatakan ketika menganalisis artikel, analisis wacana melampaui konsep teks, menyatakan bahwa itu juga konteks teks dan proses produksi dan konsumsi. Wacana tidak hanya mengacu pada penggunaan bahasa tulis dan lisan dalam kaitannya dengan bahasa, tetapi juga bagaimana bahasa diproduksi dan ideologi di baliknya. Melihat bahasa dengan cara ini berarti melihat bahasa sebagai bentuk praktik sosial. Alex juga menambahkan bahwa berita tidak boleh dianggap sebagai "cermin realitas" yang menyajikan kebenaran suatu peristiwa atau membuat pernyataan tertentu. Seorang komunikator dengan realitas yang ada menyajikan fakta-fakta tertentu kepada publik, memberi makna pada peristiwa-peristiwa dalam konteks pengalaman dan pengetahuannya sendiri.³⁶

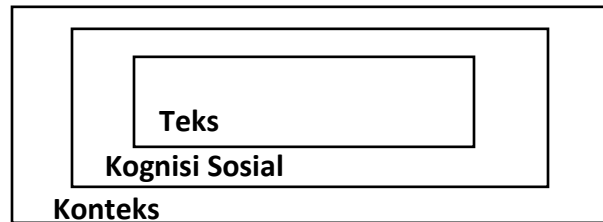
Jadi yang paling tepat untuk penelitian ini menjadikan teori Teun Van Dijk sebagai pegangan penelitian, karena teori ini dapat mengaborsikan elemen-elemen wacana sehingga bisa diaplikasikan secara praktis.

Faktor yang paling menunjang pada teori ini adalah kognisi sosial, Eryanto menyebutkan bahwa istilah kognisi sosial sebenarnya dipinjam dari pendekatan bidang psikologi sosial, yang secara khusus menggambarkan struktur dan proses pembentukan teks. Sebenarnya pendekatan jenis ini tidak dapat dipisahkan dari ciri-ciri pendekatan yang diperkenalkan oleh Van Dijk. Menurut Van Dijk, penelitian wacana tidak cukup hanya mengandalkan analisis teks, karena teks hanyalah hasil praktik produksi yang

³⁶ Alex Sobur *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006) 72

harus diperhitungkan. Analisis Van Dijk menggabungkan analisis teks yang berfokus pada teks dengan analisis komprehensif tentang bagaimana teks berita diproduksi, baik dalam kaitannya dengan jurnalis individu maupun masyarakat.³⁷

Berikut adalah gambaran model analisis Van Dijk:



Gambar 1. 1Gambaran Model Analisis Van Dijk

Dari gambar di atas memperlihatkan bahwa teks berpengaruh pada suatu pemberitaan, artinya teks menggambarkan seorang wartawan dalam memberikan informasinya tergantung dari sudut pandang wartawan itu sendiri dalam memandang suatu persoalan atau peristiwa. Kemudian suatu teks berita mewakili keadaan sosial secara umum, dan kognisi massa atas suatu persoalan.

Jadi skema penelitian dan metode dalam kerangka Van Dijk adalah sebagai berikut:

Tabel Kerangka Analisis Van Dijk

Struktur	Metode
<p>Teks</p> <p>Menganalisis bagaimana strategi wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu.</p>	<p><i>Critical linguistics</i></p>

³⁷ Eryanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: Lkis 2011) hlm. 199

Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk menyingkirkan atau memarjinalikan suatu kelompok, gagasan atau peristiwa.	
Kognisi Sosial Menganalisis bagaimana kognisi wartawan dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang akan ditulis.	Wawancara Mendalam
Analisis Sosial Menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa digambarkan.	Studi Pustaka, Penelusuran sejarah

Tabel 1. 1 Kerangka Analisis Van Dijk

Sementara Van Dijk melihat suatu wacana terdiri dari beberapa tingkatan, yaitu :

- 1) Struktur makro, merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
- 2) Supersrtuktur, kerangka suatu teks bagaimana srtuktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
- 3) Sturktur mikro, adalah makna yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraf prase yang dipakai dan sebagainya.