

# DAKWAH MELALUI *WEBSITE*: STUDI KASUS *http://www.dakwana.com*

Anang Walian\*

## *Abstract*

*The preaching is an activity to communicate the message of Islam extensively to the communicant. In its implementation, preaching can use the sophistication of communications media that relevant to modern era. The website is a service available in the internet network that can also be utilized to communicate the message of Islam to netizens. The preaching by website can be one option in contemporary media. This study takes cases from *www.dakwatuna.com* as one of interesting websites in Indonesia.*

**Kata Kunci:** dakwah, *website*, *netizen*, *modern*, dan *internet*.

## **Pendahuluan**

Perkembangan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) yang sangat pesat dewasa ini merupakan suatu keniscayaan yang tak terelakkan. Komunikasi yang dijalin antar manusia sudah banyak beranjak dari cara-cara klasik dan sederhana, menuju pemanfaatan media komunikasi modern.

David Holmes berpandangan bahwa dalam kurun dasawarsa terakhir teks yang muncul dalam diskursus komunikasi sangat marak tentang komunikasi lewat komputer (*computer mediated communication*), realitas virtual (*virtual reality*), dan jagat maya (*cyberspace*).<sup>1</sup> Hemat penulis tesis tersebut memang tepat, sebab faktanya dapat dibuktikan dalam praktik komunikasi manusia modern dalam kehidupan sehari-hari sekarang ini.

Komunikasi insani yang terdapat pada masyarakat memiliki beberapa unsur dasar di dalamnya, yang selaras dengan unsur dasar komunikasi Islam (dakwah). Oleh sebab itu, wajar saja jika komunikasi dan dakwah dapat diintegrasikan.

Hal demikian dapat dicermati dari formula komunikasi yang dirumuskan oleh Harold D. Lasswell (1948) bahwa “*who says what, through which channel, to whom, with what effect*” (siapa mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, dan dengan efek apa).<sup>2</sup>

Menurut A. Muis, “komunikasi Islam (dakwah) memiliki kesamaan dengan komunikasi manusia pada umumnya dalam hal proses, model, dan pengaruh pesannya, yang membedakannya lebih pada latar belakang filosofinya yaitu Alquran dan hadis

---

\* Penulis adalah Dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu

serta aspek etikanya yang juga didasarkan pada landasan filosofi tersebut.”<sup>3</sup>

Sementara itu, Andi Faisal Bakti berpendapat bahwa “dalam pandangan Islam, komunikasi adalah dakwah, yaitu suatu upaya untuk meyakinkan manusia agar bersikap sesuai dengan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam (memberikan pemaknaan).”<sup>4</sup>

*Website* yang merupakan salah satu situs yang terdapat dalam jaringan internet dapat dimanfaatkan sebagai *medium* dalam mengomunikasikan pesan-pesan Islam (dakwah) kepada netizen. Fenomena pemanfaatan *website* dalam dakwah, khususnya di Indonesia terbilang baru, semaraknya berkisar satu dekade ini, dan diprediksikan akan semakin pesat. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengadakan suatu studi tentang hal tersebut dalam rangka pengembangan dakwah, dan dalam konteks ini mengambil kasus *website* [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) sebab merupakan *website* yang cukup kreatif, *booming*, dan menarik.

### **Sekilas tentang Dakwah**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, dakwah ialah penyiaran agama Islam di kalangan masyarakat berikut seruan untuk mengamalkan ajaran agama, kemudian

istilah ‘berdakwah’ ialah mengajak dan menyerukan untuk mempelajari dan mengamalkan agama.<sup>5</sup>

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a - yad'u - da'watan* yang berarti memanggil, mendorong, mendoakan pada kebaikan, dan mendoakan pada kejelekan. Kata dakwah tersebut memiliki varian makna yang sesuai dengan *idiomnya*: *da'a ila* berarti mendorong atau menyeru, kemudian *da'a lahu* berarti mendoakan pada kebaikan, sedangkan *da'a 'alayhi* berarti mendoakan pada kejelekan.<sup>6</sup>

Sementara itu kata dakwah menurut arti bahasa mempunyai beberapa arti, antara lain: mengharap dan berdoa kepada Allah,<sup>7</sup> memanggil dengan suara lantang,<sup>8</sup> dan mendorong seseorang untuk memeluk suatu keyakinan tertentu.<sup>9</sup> Pada studi ini penulis menggunakan kata *da'a ila* yang berarti memanggil dan mendorong, maksudnya menyerukan agar objek dakwah dapat memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam.

Adapun secara terminologi, banyak tokoh dakwah memberikan pengertian dakwah, di antaranya Tawfiq al-Wa'i, menurutnya “dakwah adalah usaha mengajak manusia melalui perkataan dan perbuatan kepada Islam, penerapan konsepnya, memeluk keyakinannya, serta melaksanakan *shari'ahnya*.”<sup>10</sup>

Kemudian Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni memberikan pengertian dakwah dalam bukunya yang berjudul *Al-Madkhal ila 'ilm al-Da'wah*, bahwa dakwah adalah “menyampaikan Islam kepada manusia, mengajarkannya, serta menerapkannya dalam kehidupan nyata.”<sup>11</sup>

Berikutnya Ahmad Ahmad Ghulusy memahami dakwah “sebagai sebuah pengetahuan yang mencoba untuk mengetahui semua usaha atau seni yang bermacam-macam yang ditujukan untuk menyampaikan Islam kepada manusia baik dari segi *'aqidah, shari'ah*, maupun *akhlak*.”<sup>12</sup>

Aktivitas dakwah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek atau jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah mengubah suatu kondisi hingga menjadi lebih baik, sedangkan tujuan jangka panjang adalah untuk menggapai kebahagiaan di akhirat. Menurut Wardi Bachtiar bahwa “tujuan dakwah adalah mencapai masyarakat yang adil dan makmur serta mendapat ridho Allah.”<sup>13</sup>

Kemudian menurut Arifin bahwa “tujuan dakwah adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama yang dibawakan oleh aparat dakwah atau penerang agama.”<sup>14</sup> Berikutnya menurut Ahmad Ghulusy bahwa “tujuan dakwah adalah agar manusia sampai

pada kesempurnaan kebaikan untuk merealisasikan kebahagiaan dan penyebaran Islam.”<sup>15</sup>

Selanjutnya bahwa secara umum dakwah terdiri dari enam unsur: subjek dakwah (*da'i*), objek dakwah (*mad'u*), materi dakwah (*maddah al-Da'wah*), sarana atau media dakwah (*wasilah al-Da'wah*), metode dakwah (*tariqah al-Da'wah*), serta efek dakwah (*atsar al-Da'wah*).<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa media dakwah (*wasilah al-Da'wah*) merupakan bagian penting yang tidak bisa “disepelekan” dalam proses dakwah. Dakwah yang efektif dan efisien lazimnya menggunakan media dakwah yang sesuai dengan kondisi dan tuntutan komunikasi (*mad'u*) saat itu.

### **Dinamika Dakwah melalui Website**

Internet yang di dalamnya terdapat *website*, dapat dikategorikan sebagai salah satu media massa yang terus digunakan hingga sekarang ini.<sup>17</sup> Dikatakan demikian, sebab media komunikasi ini dapat diakses secara luas oleh netizen tanpa kendala ruang dan waktu.

Menurut Denis McQuail (2000) “media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of*

*reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa tersebut.”<sup>18</sup>

Sejalan dengan McQuail di atas, William L. Rivers, *et.al.* menyatakan bahwa “sistem komunikasi memiliki kekuatan yang sangat besar, kemampuannya menyebarkan pesan ke banyak orang di berbagai tempat sekaligus, menjadikannya sebagai sumber kekuatan, terlepas dari informasi atau gagasan apa yang disebarkannya.”<sup>19</sup>

Lebih lanjut Rivers *et.al.* berpendapat bahwa terdapat tiga macam persuasi yang dapat dilakukan media massa. *Pertama* ialah iklan, yang sering dipadukan dengan teknik-teknik kehumasan. *Kedua* adalah anjuran-anjuran dalam tajuk rencana, kolom opini, dan artikel-artikel interpretatif yang mendorong pembaca untuk mengambil kesimpulan tertentu. *Ketiga* adalah aneka artikel informatif atau hiburan yang secara tersurat mengandung bujukan tersirat.<sup>20</sup>

Mengacu ke ide Rivers tersebut, *website* [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) memiliki iklan dan aneka artikel informatif. Melalui iklan, pihak *website* mendapat *income* dari perusahaan atau produk yang menggunakan jasa periklanan tersebut sehingga bermanfaat bagi eksistensinya, dan juga dengan artikel informatif dapat menjadi suguhan informasi dakwah aktual kepada netizen.

Dakwah melalui *website* [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) ini memang memiliki keistimewaan, sebab informasi-informasi yang disajikan dapat diarsipkan secara sistematis sesuai dengan tanggal yang diinginkan, kemudian netizen dapat menilai kualitas sebuah artikel melalui rentang nilai (*score*) yang disediakan dengan simbol emosi, dan juga dapat mengomentari tulisan-tulisan tersebut, serta artikel yang telah *upload* masih dapat diedit oleh administrasinya, karena bersifat elektronis. Kemudian yang lebih mudah lagi adalah netizen dapat mengirim berbagai artikel ke *website* tersebut, sehingga kontennya tidak hanya dari tim redaksi, dan bisa lebih kaya. Dan yang lebih menarik lagi adalah pengunjung dapat berlangganan informasi melalui email, serta memungkinkan untuk berbagi informasi tersebut (*share*) melalui media sosial seperti: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Line, dan lain-lain.<sup>21</sup>

Namun demikian, dakwah melalui *website* juga memiliki berbagai keterbatasan-untuk tidak mengatakan kekurangan- di dalamnya. *Pertama*, sudah jelas bahwa *website* mesti terkoneksi jaringan internet dengan aneka jenisnya, dan tentunya hal demikian membutuhkan *cost* dalam operasionalnya. *Kedua*, tipe komunikasi (*mad'unya*) adalah masyarakat melek media

(*media literacy*), hal ini dapat dimengerti bahwa untuk dapat mengakses *website* tersebut dibutuhkan alat (*tool*) yang sesuai dengan perkembangan media komunikasi. *Ketiga*, artikel sering terhalangi oleh iklan, ini menjadi konsekuensi dari salah satu kondisi *website* yang memang dapat dimanfaatkan guna mempromosikan suatu produk tertentu. *Keempat*, subjektif, hal ini memang dapat dipahami, sebab pemilik (*owner*) dari suatu perusahaan atau lembaga tentu cenderung terhadap visi dan misi organisasi / kelompoknya, sehingga terkadang informasi yang disajikan tidak selamanya objektif.

Berdasarkan dinamika dakwah menggunakan *website* tersebut, penulis setuju bahwa dakwah dapat menjadi lebih optimal jika menggunakan *website*, karena seperti dijelaskan sebelumnya bahwa guna mengikuti perkembangan kemajuan zaman, dan juga untuk dapat memanfaatkan media dimaksud dalam *frame* “kebaikan.”

#### Rubrikasi [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com).

Situs [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) memiliki 10 rubrik, penamaannya ada yang berbahasa Indonesia, dan ada beberapa yang menggunakan bahasa / *term* Arab.<sup>1</sup>

#### A. Dasar-dasar Islam. Rubrik ini berisikan:

1. Aqidah / keyakinan.

2. Alquran, yang dibagi menjadi dua: Ulumul Quran dan Tafsir Ayat.
3. Hadis, yang dibagi menjadi tiga: *Syarah* Hadis (penjelasan hadis), *Mustolah* Hadis (ilmu-ilmu hadis), serta *Adzkar Ma'tsurah* (zikir-zikir yang berasal dari Rasulullah).
4. Fiqih Islam, yang berisikan: *Ushul* Fiqih (dasar-dasar fikih), *Fiqih Ahkam* (fikih hukum), *Tarikh Tasyri'* (sejarah penerapan hukum), serta Fiqih Kontemporer.
5. *Sirah Nabawiyah* (perjalanan hidup Nabi).
6. Agama dan Kepercayaan.
7. *Tazkiyatun Nufus* (penyucian jiwa).

#### B. Berita. Penyajian rubrik ini berdasarkan *topic* dan *hotnews*. Rubrik ini berisikan:

1. Internasional. Berita ini dibagi berdasarkan benua: Afrika, Amerika, Asia, Australia, serta Eropa.
2. Nasional.
3. Daerah.
4. Wawancara.
5. Profil.
6. Analisa.
7. Perjalanan.
8. Silaturahmi.
9. Agenda Umat.
10. Rilis Pers.

11. Opini.
12. Surat Pembaca.

**C. Narasi Islam.** Rubrik ini berisikan:

1. Politik.
2. Ekonomi.
3. Sosial.
4. Hukum.
5. Sejarah.
6. Wanita.
7. Dakwah.
8. Teknologi.
9. *Life Skill*.
10. Hidayah.
11. Humaniora.
12. Khutbah: Jumat, Idul Fitri, dan Idul Adha.
13. Resensi Buku.
14. Artikel Lepas.

**D. Keluarga.** Rubrik ini berisikan:

1. Pendidikan Keluarga.
2. Pendidikan Anak.
3. Kesehatan.

**E. Pemuda.** Rubrik ini berisikan:

1. Pengetahuan.
2. Essay.
3. Kisah.
4. Cerpen.
5. Mimbar Kampus.

6. Suara Rohis – OSIS.
7. Puisi dan Syair.

**F. Konsultasi.** Rubrik ini berisikan:

1. Konsultasi Agama.
2. Konsultasi Arsitektur.
3. Konsultasi Desain Interior.
4. Konsultasi Ekonomi.
5. Konsultasi Hukum.
6. Konsultasi Keluarga.
7. Konsultasi Kesehatan.
8. Konsultasi Psikologi.
9. Konsultasi Zakat.

**G. Suara Redaksi.** Rubrik ini berisikan:

1. Editorial.
2. Risalah dakwatuna.
3. Kegiatan.

**H. Video.** Rubrik ini berisikan berita dan artikel yang disajikan mela format video.

**I. Berita Foto.** Rubrik ini berisikan berita dan artikel yang dilengkapi dengan foto yang menjadi penguatnya.

**J. Indeks.** Rubrik ini berisikan *database website* yang dibagi menjadi: *Hits*, *Komentar*, serta *Rating*. Informasi dalam rubrik ini disajikan secara *update* berdasarkan tanggal.

## Penutup

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sebuah keniscayaan dewasa ini. Komunikasi insani yang terjadi pada manusia sudah tanpa kendala ruang dan waktu. Munculnya internet menjadi fenomena media komunikasi manusia modern. Prediksi McLuhan pada tahun 1950-an tentang konsep “*global village*” yang dianggap tidak mungkin saat itu, terbukti benar adanya.

Dakwah atau upaya mengomunikasikan pesan-pesan Islam kepada *mad'u*/komunikasikan dapat menggunakan media komunikasi kontemporer seperti *website*. Dengan berbagai dinamikanya, dakwah melalui *website* dapat menjadi salah satu opsi dakwah pada era modern.

Situs [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) sebagai salah satu *website* dakwah yang ada di Indonesia telah menyampaikan dakwah dan informasi dengan beragam kontennya kepada netizen. Berbagai aspek kehidupan dicoba untuk diperhatikan, tidak terbatas pada aspek formal dakwah dan dasar Islam saja, melainkan telah merambah pada aspek arsitektur, desain interior, ekonomi, hukum, psikologi, dan lain sebagainya, yang menjadikannya sebagai alternatif dakwah di era modern.

## Endnotes

<sup>1</sup>David Holmes, *Communication Theory: Media, Technology, and Society*, terj. Teguh Wahyu Utomo (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), v.

<sup>2</sup>Stanley J. Baran, *Introduction to Mass Communication Media Literacy and Culture* (Boston, etc.: Mc Graw Hill, 2004), edisi ke-3, 5. Lihat pula John Vivian, *The Media of Mass Communication*, terj. Tri Wibowo B.S. (Jakarta: Kencana, 2008), edisi ke-8, 455-456. Kemudian lihat juga Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), cet. ke-3, 253. Selanjutnya lihat Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 19.

<sup>3</sup>A. Muis, *Komunikasi Islami* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 34.

<sup>4</sup>Andi Faisal Bakti, *Communication and Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program* (Leiden – Jakarta: INIS, 2004), 83.

<sup>5</sup>Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2002), edisi ke-3, 311.

<sup>6</sup>Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), cet. ke-14, 406.

<sup>7</sup>Contohnya terdapat pada QS: al-Baqarah: 186.

<sup>8</sup>Sebagai contoh, lihat QS: al-Rum: 25.

<sup>9</sup>Contohnya terdapat pada QS: al-Baqarah: 221. Lebih lanjut lihat Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2002), cet. ke-2, 10.

<sup>10</sup>Tawfiq al-Wa'i, *Al-Da'wah ila Allah: Al-Risalah, Al-Wasilah, Al-Hadf* (Mesir: Dar al-Yaqin, 1995), cet. ke-2, 17.

<sup>11</sup>Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, *al-Madkhal ila Ilm al-Da'wah*, 40.

<sup>12</sup>Ahmad Ahmad Ghulush, *al-Da'wah al-Islamiyyah* (Kairo: Dar al-Kitab al-Misri, 1987), cet. ke-2, 9-10.

<sup>13</sup>Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), 37.

<sup>14</sup>Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), 14.

<sup>15</sup>Ahmad Ghulusy, *al-Da'wah al-Islamiyyah*, 29.

<sup>16</sup>M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana 2009), 21-34. Kemudian lihat pula Hasanudin, *Manajemen Dakwah*, 56. Kemudian lihat

pula Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, 33-36.

<sup>17</sup>Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2014), cet. kedua, 479.

<sup>18</sup>Denis McQuail, *Mass Communication Theory* (London: SAGE publication, 2000), 4<sup>th</sup> edition, 4.

<sup>19</sup>William L. Rivers, *et.al.*, *Mass Media and Modern Society*, terj. Haris Munandar dan Dudy Priatna (Jakarta: Kencana, 2012), cet. keempat, 38.

<sup>20</sup>Rivers, *et.al.*, *Mass Media and Modern Society*, 232-3.

<sup>21</sup>Lihat [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com).

<sup>22</sup>Lihat [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com).