

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam ajaran agama Islam, berdakwah merupakan kegiatan umat Islam yang tergolong sangat penting dilakukan. Kepentingan untuk berdakwah ini akan dirasakan jika disadari dengan hadis Nabi yang menyatakan bahwa “*sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat* (HR. Bukhari). Berdakwah dapat dikatakan sebagai sebuah kewajiban tersendiri yang tak dapat dihindari oleh umat Islam. Kewajiban berdakwah ini lebih jauh merupakan kenyataan manusia semenjak ia mengakui dirinya sebagai umat Islam. Dari sini dapat dipahami bahwa pada dasarnya berdakwah adalah jati diri umat Islam itu sendiri (Amin, 2009: 7).

Secara umum berdakwah dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan oleh umat Islam dalam menyeru, mengajak, atau memerintahkan umat Islam lainnya secara khusus, dan umat manusia secara umum, untuk menuju ke jalan Allah SWT, yang dalam hal ini berdasarkan ajaran agama Islam (Sukayat, 2015: 7). Bahkan jika ditinjau dari segi sejarahnya, berdakwah pada dasarnya telah dilakukan oleh Nabi Muhammad itu sendiri, Thomas W. Arnold menyebutkan bahwa Nabi Muhammad merupakan sosok pendiri agama Islam yang sekaligus bertindak sebagai peletak dasar dakwah Islam (Arnold, 1979: 10).

Dalam al-Qur'an, kata dakwah dengan berbagai bentuk derivasinya, yang kemudian melahirkan makna yang beragam, mulai yang bermakna penamaan (QS. al-Isra ayat 110), Ibadah (QS. Maryam ayat 48), pertanyaan (QS. al-Baqarah ayat 186), penisbatan (QS. Maryam ayat 91), permintaan bantuan dan pertolongan (QS. al-Baqarah ayat 23), dan panggilan atau seruan (QS. al-Ma'arij ayat 17; QS. Ali Imran ayat 104, dan Al-Nahl ayat 125). Adanya perbedaan makna yang terkandung dalam ayat-ayat dakwah tersebut menurut Rosyid Ridla (2017: 6-7) disebabkan oleh perbedaan *uslub* atau gaya bahasa yang digunakan oleh al-Qur'an. Lebih jauh, banyaknya penyebutan kata dakwah dalam al-Qur'an menunjukkan bahwa sangat pentingnya dakwah bagi kehidupan manusia, khususnya umat Islam.

Pada prinsipnya, berdakwah berarti mendialogkan ajaran Islam dengan kehidupan manusia, dengan memberi informasi tentang *amar ma'ruf nahi munkar* serta melaksanakan ketentuan Allah (Suhandang, 2013:12). Disebabkan berdakwah melibatkan orang lain, sehingga dilakukan dengan metode yang tepat. Dalam hal ini, al-Qur'an memberi metode dakwah, sebagaimana yang tergambar dalam QS. al-Nahl: 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَمِنَ الْعِزَّةِ أَلْ حَسَنَةً ۗ

وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ

وَهُوَ أَعْلَمُ بِالَّذِينَ تَدِينُ

Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (QS. al-Nahl: 125).

Dari ayat di atas terdapat tiga metode dakwah, yakni *al-Hikmah*, *al-Mau'idha al-Hasanah*, dan *al-Mujadalah bi-al-lati, Hiya Ahsan*. Berdakwah dengan *al-Hikmah* berarti kemampuan dan ketepatan pendakwah dalam mendialogkan ajaran Islam dengan keadaan objek dakwah (*mad'u*) (Munir, 2003: 11). Berdakwah dengan *mauidzatul hasanah* berarti menyampaikan isi dakwah dengan penuh kasih sayang dan kelembutan, sehingga dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan mudah dan baik. Adapun berdakwah dengan *al-Mujadalah* berarti dialog atau tukar pendapat yang dilakukan dengan baik sehingga tidak menimbulkan permusuhan antara kedua pihak, serta saling menerima argumen atau pendapat dengan bukti yang kuat (Munir, 2003:7-9).

Selanjutnya, berdakwah dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan, maupun perbuatan (Tajiri, 2015:16). Berdakwah secara lisan berarti menyampaikan dakwah langsung kepada pendengar (*mad'u*) secara lisan. Berdakwah secara tulisan berarti menyampaikan ide dakwah secara tertulis. Berdakwah secara perbuatan yaitu dengan memberi contoh atau teladan yang baik agar dalam kehidupan. Adapun media yang dapat ditempuh dalam berdakwah, Samsul Munir Amin membaginya menjadi dua, yakni *non media massa* dan *media massa*. Yang masuk dalam non media massa yaitu manusa

(utusan, kurir, dan lain-lain) dan benda (telepon, surat, dan lain-lain). Sementara yang masuk dalam media massa yaitu (a) *Media massa manusia* (*Pertemuan, rapat umum, dan sebagainya*), (b) *media massa benda* (*Spanduk, buku, selebaran, dan sebagainya*), (c) *media massa periodik – cetak dan elektronik* (*visual, audio, dan audio visual* (Amin, 2009: 114). Dilihat dari perkembangan zaman, media massa berbasis elektronik menjadi salah satu media dakwah yang terhitung paling berpengaruh, dan relatif mudah digunakan. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Mark Slouka (dalam Raditya, 2014:218), bahwa media massa elektronik senantiasa memengaruhi kehidupan manusia.

Media elektronik merupakan media yang muncul setelah media cetak. ditemukan pada tahun 1929 (Iriantara dan Sriati, 2014:3;25). Walaupun muncul belakangan setelah media cetak, media elektronik merupakan media yang dinamis dan cukup populer di khalayak. Ketika berbicara tentang media elektronik tentu tidak lepas dari alat komunikasi seperti *televisi, radio, telepon, gadget* dan alat komunikasi lainnya. Di mana alat tersebut adalah media untuk mengakses informasi baik itu berupa *audio* (dapat didengar), *visual* (dapat disaksikan), *audiovisual* (dapat didengar dan disaksikan). Dulu media penyebaran informasi dengan media elektronik tersebut masih memiliki beberapa keterbatasan dalam mengakses sebuah informasi, namun kini meluas dengan hadirnya internet. Yang mana internet tersebut memaksimalkan fungsi salah satu dari media elektronik yaitu gawai.

Tidak dapat dipungkiri, belakangan ini semakin lama internet semakin diminati banyak khalayak, selain mudah dan murah untuk diakses, kehadiran internet tersebut juga menjadi peluang bisnis yang terbilang laku di pasaran. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya penjualan atau jasa penyedia internet. Hasil survei penetrasi dan pengguna internet dari tahun 2018 sampai saat ini yang diterbitkan oleh APJII mencapai 64,8%, yakni 171,17 juta pengguna dari populasi 264,16 juta jiwa (APJII, 2019). Hasil survey tersebut meningkat hingga 10,12% dari hasil survey tahun 2017 yaitu mencapai 54,68% atau bisa dikatakan 143,26 juta jiwa dari populasi 262 juta jiwa. (APJII, 2016).

Konsekuensi dari meningkatnya peminat dari teknologi internet tersebut, mendorong para praktisi media massa untuk mendirikan media pemberitaan berbasis daring. Hal ini tentunya sangat memudahkan bagi khalayak untuk mengakses berita yang *urgent* maupun sesuatu yang sedang *trend*. Munculnya inovasi dalam menyebar informasi tersebut menjadi tantangan bagi para praktisi media online. Tentunya dalam memberikan informasi, diharapkan dapat menyuguhkan kecepatan serta konten yang menarik dan mengikuti *trend*. Kecepatan yang berkaitan dengan waktu dan tempat merupakan unsur utama bagaimana berita dan institusi media massa bersaing satu sama lain (Nasrullah, 2016:157). Namun tidak hanya itu, dalam menyuguhkan berita juga perlu dilihat kebenaran dan sumbernya yang valid, sehingga dapat meyakinkan khalayak. Sebagaimana yang tertera dalam buku *Hukum Media Massa* bahwa kewajiban media pada khalayak adalah,

memberikan standar yang tinggi atau profesional tentang keinformasian, kebenaran, objektivitas, dan keseimbangan (Frida dan Nurudin, 2014: 2.19).

Dari berbagai media *online* yang bermunculan ada beberapa pendatang baru yang cukup populer. Salah satunya adalah Mojok.co. Mojok.co merupakan media pemberitaan yang menyampaikan atau menyuguhkan berita dengan gaya bahasa santai. Tujuan dari media ini untuk memberikan berita informasi yang bisa menyenangkan hati baik untuk penulis, maupun untuk pembaca. Mojok.co merupakan media alternatif yang mana kontennya berisi bacaan yang segar dan menghibur, juga wadah untuk para penulis dalam tim redaksi maupun dari luar tim redaksi untuk menuangkan tulisan-tulisan yang mempunyai nilai kreativitas yang tinggi (Mojok.co, 2019).

Dalam dunia dakwah Mojok.co sendiri memiliki sebuah rubrik yang menampung tulisan yang bernuansa Islam yaitu “*Khutbah*”. Dalam rubrik ini, tersedia beberapa tulisan yang ditulis oleh penulis yang kebanyakan penulisnya tidak begitu populer dalam dunia Dakwah Islam. Sebagian besar hanya membahas tentang kegelisahan penulis yang kemudian disangkutpautkan dengan dalil-dalil seperti Alquran dan juga hadits. Dan tentunya sesuai dengan konten-konten lainnya, rubrik khutbah tersebut ditulis dengan gaya penulisan yang sangat santai yang kadang tidak memerhatikan kaidah penulisan baku.

Selain Mojok.co, media lainnya yang populer saat ini adalah Tirto.id. Tirto.id merupakan situs *web* yang telah terdaftar dalam Dewan Pers

Indonesia berisi tulisan-tulisan jurnalistik seperti berita, artikel, opini yang dilengkapi dengan infografik (Tirto.id, 2016). Berbeda dengan Mojok.co, Tirto.id hadir menyuguhkan berita dengan gaya yang lebih serius dan memiliki penulisan bahasa yang baku juga ilmiah.

Banyak media yang kemudian hadir dengan berbagai keunggulan masing-masing, namun peneliti memilih untuk menjadikan Tirto.id sebagai objek penelitian. Hal ini karena peneliti merasa bahwa Tirto.id mampu memberikan informasi yang aktual dan terpercaya, yang mana dalam dunia dakwah hal yang utama dalam memberikan informasi adalah kebenaran serta sumber yang valid dari informasi itu sendiri .

Hal tersebut terbukti dengan dinyatakan Tirto.id sebagai media pertama yang lolos dalam verifikasi pada 12 Januari 2018 oleh Jaringan Periksa Fakta Internasional atau *International Fact-Checking Network* (IFCN). IFCN adalah jejaring media bertaraf Internasional yang mana berkomitmen mengurangi adanya berita atau informasi yang keliru atau palsu dan tidak benar. Pemeriksaan data tersebut dilaksanakan dengan melalui berbagai penilaian juga pemeriksaan fakta dan penjelasan secara rinci yang tentunya di seleksi dengan ketat (Liputan6.com, 2018).

Tirto.id memilih melaju di rel jurnalisme presisi (*precision journalism*) dengan didampingi oleh beberapa tokoh yang berpengalaman dan terampil dalam bidang ilmu sosial, penulisan jurnalistik, riset, dan olah statistik (Tirto.id, 2016). Dapat dilihat dalam salah satu rubrik dakwah yang disediakan oleh Tirto.id yakni “Kultum Quraish Shihab”. Dalam rubrik

tersebut berisi tulisan-tulisan dakwah yang dinukilkan langsung dari tulisan salah satu ulama besar Indonesia yang sangat populer dalam dunia dakwah Islam, khususnya di Indonesia yaitu M. Quraish Shihab.

Tidak bisa di pungkiri bahwa tulisan-tulisan M. Quraish Shihab senantiasa memberikan jawaban atas isu-isu yang sedang terjadi dikhalayak khususnya pada ruang lingkup media *online*. Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat tulisan “*Tabayun*” yang di muat dalam situs *web* Tirto.id, yang merupakan jawaban dari masalah *hoax* yang sedang banyak didapati belakangan ini.

Dari berbagai pernyataan di atas meyakinkan penulis untuk meneliti tulisan-tulisan yang bernuansa dakwah pada salah satu rubrik Tirto.id yakni “Kultum Quraish Shihab”. Rubrik tersebut berisi tulisan-tulisan yang di nukilkan kembali dari buku-buku M.Quraish Shihab yang diselenggarakan setiap hari pada bulan Ramadhan Tahun 2017-2018. Dalam hal ini Tirto.id bekerja sama dengan penerbit buku-buku tersebut yakni Lentera Hati dan juga bekerjasama dengan Pusat Studi Qur’an.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah:

1.2.1 Bagaimana kandungan isi pesan dakwah Islam dalam Rubrik kultum Quraish Shihab pada web Tirto.id?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1** Untuk mengetahui kandungan isi pesan dakwah Islam dalam Rubrik kulturem Quraish Shihab pada web Tirto.id.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan teori yang terkait dengan keilmuan atau referensi mengenai isi pesan dakwah dalam media khususnya media berbasis *online*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membangun spirit berdakwah yang berbasis media *online*, sebagaimana yang dilakukan oleh Tirto.id. Selanjutnya penelitian ini dapat bermanfaat bagi lembaga-lembaga islam khususnya di Indonesia ini agar dapat meningkatkan kualitas dakwah dengan memperhatikan isi pesan dakwah yang akan disampaikan.