

# PERANCANGAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAKWAH

Muhammad Irhamna Putra dan Lilik Hamidah  
UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: [irhamna.putraa@gmail.com](mailto:irhamna.putraa@gmail.com) dan [lilikhamidah89@gmail.com](mailto:lilikhamidah89@gmail.com)

## **Abstract**

Information technology has an impact on the emergence of challenges for Islamic da'wah activists in Indonesia to change their conventional da'wah pattern to information technology-based da'wah or combine conventional da'wah with information technology-based da'wah. As a result, various Islamic organizations are not left behind in creating official websites or even social media as a means of delivering da'wah, in order to answer these challenges.

*Keywords: Information Technology, Communication, Preach*

## **Abstrak**

Teknologi informasi berimbas pada munculnya tantangan bagi aktivis dakwah Islam di Indonesia untuk merubah pola dakwahnya yang bersifat konvensional kepada dakwah yang berbasis teknologi informasi atau mengkombinasikan antara dakwah konvensional dengan dakwah berbasis teknologi informasi. Alhasil, pelbagai ormas Islam pun tidak ketinggalan untuk menciptakan situs-situs resmi atau bahkan media-media sosial sebagai sarana menyampaikandakwah, demi menjawab tantangan tersebut.

*Kata Kunci: Teknologi Informasi, Komunikasi, Dakwah*

## **A. Pendahuluan**

Nabi Besar kita, Nabi Muhammad SAW pada masanya pernah menegaskan suatu hal kepada umatnya pada suatu ketika, yang memiliki seruan sebagai berikut "Sampaikanlah daripadaku walau satu ayat". Sehingga seruan atau ujaran tersebut kemudian ditafsirkan sebagai suatu ajakan bagi para penganut agama Islam agar dapat selalu senantiasa menyempatkan diri melakukan dakwah dan berbagi ilmu pengetahuan bagi sesama kapanpun, di manapun serta dengan menggunakan media apapun. Sejak masa Rasullulah hingga masa kekhalifahan yang diturunkan kepada Umar bin Khatab, dakwah Islam seringkali dilakukan secara lisan. Hingga kemudian menjelang tahun 644 M pada masa Islam dipimpin oleh sahabat Utsman bin Affan, dakwah kemudian mulai dilakukan secara tertulis. Pada saat itu Al-Qur'an sebagai kitab suci umat Islam mulai di transformasi menjadi buku, diperbanyak dan kemudian disebarluaskan ke wilayah - wilayah Islam di penjuru dunia.

Semangat dakwah "walau hanya satu ayat" kemudian menjadi sebuah roh penyemangat yang kemudian melandasi kerja dakwah dalam rangka menegakkan agama Islam. Metode dan media dakwah Islam sejak jaman dulu hingga saat ini tidak pernah berhenti berevolusi. Terbukti pada jaman dahulu, dikatakan bahwa dakwah pada masa lampau lebih sering mengedepankan retorika dan penyampaian pesan Tuhan secara lisan, kemudian melakukan penulisan wahyu yang dituangkan dalam lembaran - lembaran tertulis (seperti pada lempengan batu, kulit pohon daun atau kulit hewan), hingga menggunakan kertas sebagai sarana menulis. Saat ini, media dakwah telah menggunakan medium baru, yakni digital dibantu dengan media Internet. Dakwah dengan media internet inilah yang sekarang menjadi salah satu tren yang mampu membantu penyebar-luasan ajaran Islam secara lebih mudah dan masif.

Lahir dan tumbuh pesatnya media teknologi informasi menjadi tantangan besar bagi para praktisi dakwah untuk dapat berkembang. Disisi lain, hal ini juga menjadi membuka peluang baru yang cukup besar untuk melakukan dan memanfaatkan aktivitas dakwah. Dengan ruang baru yang diciptakan oleh teknologi, yang berarti tidak memiliki batasan baik secara batasan geografis,

perbedaan tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, agama, politik, maupun sosial - budaya. Dengan adanya teknologi Internet, memungkinkan untuk kita dapat membuat ruang gerak baru untuk media dakwah yang awalnya terbatas pada komunitas dan ditentukan oleh letak geografis menjadi lebih luas, terbuka, dan lebih efisien dalam waktu, tenaga, ataupun biaya. Bila pada zaman dahulu aktivitas dakwah dapat menghabiskan sumber daya seperti waktu dan biaya untuk menuju suatu tempat agar dapat melakukan interaksi langsung dan bertemu dengan mad'u-nya / pendengar / audiensnya, kini dakwah bisa dilakukan hanya dengan duduk di depan komputer kemudian melakukan rekaman video lalu menayangkannya ke media internet, atau dapat melakukan dakwah secara online agar dapat bertatap muka dan berinteraksi tanya jawab secara online melalui media internet. Melalui teknologi informasi tersebut, semua orang dapat mengakses bermacam informasi dari berbagai sumber diseluruh dunia. Alhasil dengan media internet dakwah menjadi lebih mudah dan murah, serta dapat diakses oleh semua kalangan.

Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat), pesan seharusnya mempunyai tema atau dapat disebut sebagai inti pesan yang memiliki peran sebagai pengarah dalam upaya mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan ini juga memiliki beberapa sifat seperti informatif, persuasif, dan koersif.<sup>1</sup> Pesan yang bersifat informatif, memiliki artian bahwa dalam memberikan keterangan – keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri dari pesan tersebut. Dalam situasi tertentu, sifat dari pesan informatif ini lebih berhasil jika dibandingkan dengan pesan persuasif, sebagai contoh misalnya pada kalangan cendekiawan. Pesan yang bersifat persuasif atau membujuk, adalah pesan yang memiliki sifat membangkitkan pengertian hingga membuat kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sebab akibat, rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan. Tetapi perubahan yang terjadi itu adalah murni atas kehendak sendiri, sebagai contoh pesan yang memiliki persuasif adalah pembicaraan yang menimbulkan orang berubah atas sendirinya dalam hal ini seperti sales yang berhasil menjual barang kepada

---

<sup>1</sup> Widjaja, A.W. *Komunikasi dan hubungan masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hlm. 61.

konsumen. Konsumen mungkin awalnya tidak memiliki niatan untuk membeli barang tertentu, tetapi karena adanya pesan persuasif dari sales sehingga konsumen tersebut melakukan pembelian. Selain itu, pesan itu bisa bersifat koersif, yakni sifat pesan yang memiliki kesan memaksa dengan menggunakan dalil – dalil seperti pemberian sanksi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan secara ini adalah agitasi dengan penekanan – penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan diantara sesamanya dan pada kalangan publik. Koersif dapat berbentuk perintah, instruksi dan sebagainya. Sebagai contoh, tulisan larangan membuang sampah hingga dikenakan denda jika ketahuan adalah salah satu bentuk dari pesan Koersif.

Kita perlu mengetahui cara agar dapat merumuskan pesan sehingga dapat tersampaikan sesuai tujuan serta harus disampaikan dengan tepat. Sebagai analogi ibarat kita membidik dan menembak, maka peluru yang keluar haruslah sesuai dan tepat kena sasarannya. Agar tersampaikan dengan sempurna atau sesuai keinginan, maka pesan harus direncanakan (dipersiapkan) secara baik, serta sesuai dengan kebutuhan kita. Kemudian pesan juga harus menggunakan bahasa yang tepat dimengerti kedua belah pihak. Dan terakhir, pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.<sup>2</sup>

Berbagai pendapat lain menyatakan bahwa syarat - syarat pesan harus memenuhi syarat – syarat sebagai berikut: 1) bersifat umum, dalam artian pesan haruslah berisikan hal – hal yang umum dan mudah dipahami oleh komunikan / audiens, bukan soal – soal yang cuma berarti atau hanya dapat dipahami oleh seseorang atau kelompok tertentu; 2) jelas dan gamblang, pesan yang disampaikan harus jelas yang mana tidak samar-samar. Jika mengambil perumpamaan hendaklah diusahakan memberikan contoh yang nyata mungkin agar kemudian tidak ditafsirkan menyimpang dari apa yang kita kehendaki; 3) memiliki bahasa yang jelas, sejauh mungkin hindarkanlah menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh si penerima atau pendengar. Gunakanlah bahasa yang jelas dan sederhana yang cocok dengan komunikan, daerah dankondisi dimana kita berkomunikasi, hati - hati pula dengan istilah atakata-kata dari bahasa daerah yang dapat ditafsirkan lain oleh komunikan; 4) positif, secara kodrati manusia

---

<sup>2</sup> *Ibid*

selalu tidak ingin mendengar dan melihat hal-hal yang tidak menyenangkan dirinya. Oleh karena itu setiap pesan agar diusahakan dalam bentuk positif; 5) seimbang, pesan yang disampaikan oleh karena kita membutuhkan selalu yang baik - baik saja atau jelek-jelek saja. Hal ini kadang-kadang berakibatsenjata makan tuan, cenderung ditolak atau tidak diterima oleh komunikan; 6) penyesuaian dengan keinginan komunikan, orang-orang yang menjadi sasaran dari komunikasi yang kita sampaikan selalu mempunyai keinginan - keinginan tertentu, oleh sebab itu pesan - pesan yang disampaikan harus dapat disesuaikan dengan keinginan-keinginan komunikan tersebut<sup>3</sup>

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian memiliki landasan atas filsafat pada filsafat *post positivisme* yang digunakan untuk penelitian atas kondisi objek alamiah. Pada penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna daripada generalisasi.<sup>4</sup> Penelitian kualitatif mencari sebuah fenomena di balik tindakan dan lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil dari suatu kegiatan. Pada penelitian ini, peneliti mengeksplorasi proses penyampaian dakwah melalui media Internet (*website*).

Subjek penelitian ini adalah beberapa *website* atau situs media pada Internet yang memiliki kaitan dengan pesan dakwah yang terdapat dalam objek penelitian.

Sumber data ialah dari mana data itu dapat diperoleh.<sup>5</sup> Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari video konten Husain Basyaiban. Sedangkan data sekunder yakni seperti jurnal, skripsi, internet, dan dokumen-dokumen lainnya yang bisa digunakan sebagai data pelengkap.

---

<sup>3</sup> Widjaja, A.W. *Komunikasi dan hubungan...* Op.,Cit, hlm. 71..

<sup>4</sup> Iwan Hermawan. *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi*, (Karawang: Hidayatul Quran, 2019), hlm. 34.

<sup>5</sup> Johni Dimiyati. *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya pada Pendidikan Anak Usia Dini*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hlm. 55.

### **C. Hasil Dan Pembahasan**

Secara harfiah, dakwah berasal dari kata da'iyad'u da'watan yang memiliki arti sebagai panggilan, seruan atau ajakan. Maksud dari kata ajakan adalah dengan mengajak dan menyeru umat manusia agar mengakui Allah Swt sebagai Tuhan yang benar, lalu menjalankan kehidupan sesuai dengan ketentuan - ketentuan-Nya yang tertuang dalam Al - Quran dan Sunnah.<sup>6</sup>

Dakwah secara definitif dirumuskan dalam teks dan konteks yang sangat variatif oleh para ahli. Diantaranya definisi dakwah yang menekankan proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran Islam) yang digagas oleh Syeikh Ali Mahfudz. Beliau mendefinisikan dakwah adalah "mendorong manusia pada kebaikan dan petunjuk, memerintahkan perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat" <sup>7</sup>

Sementara itu, definisi dakwah lainnya yang menekankan kepada proses penyebaran pesan dakwah dengan mempertimbangkan penggunaan metode, media dan pesan yang sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u digagas oleh Ahmad Ghalwusy yaitu "menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan berbagai metode dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi para penerima pesan dakwah." <sup>8</sup>

Adapun unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, diantaranya: <sup>9</sup>

a. Da 'i (Pengirim Pesan Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok atau melalui lembaga/organisasi.

b. Mad'u (Penerima Pesan Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah, baik secara individu ataupun kelompok. Baik manusia yang beragama Islam

---

<sup>6</sup> Yani, Ahmad. *Bekal menjadi khatib dan mubaligh*, (Jakarta : Al-Qalam, 2018), hlm. 45

<sup>7</sup> Muhiddin, Asep. *Dakwah Prespektif Al -Quran*. (Bandung : Pustaka Setia, 2002), hlm.

<sup>8</sup> Ibid

<sup>9</sup> Munir dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm. 33

atau tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam. Sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam, dakwah bertujuan untuk meningkatkan iman, Islam dan ihsan.

c. Maddah (Materi Dakwah)

Maddah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari al-Quran dan Sunnah.

d. Was Hah (Media Dakwah)

Wasilah adalah media atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media. Hamzah Ya'qub membagiwasilah dakwah ini menjadi lima macam, yaitu; lisan, tulisan, lukisan/gambar, audiovisual dan akhlak.

e. Thariqah (Metode Dakwah) Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode memiliki peranan yang sangat penting. Karena suatu pesan yang isinya baik tetapi disampaikan dengan cara yang tidak benar atau kurang tepat dapat menjadi halangan sampainya pesan tersebut kepada mad'u.

f. Atsar (Efek Dakwah) Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah dan thariqah tertentu, maka akan timbul respon atau efek dari mad'u. Atsar ini sangat besar artinya dalam menentukan langkah-langkah dakwah berikutnya.

Pendekatan kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan pendekatan dakwah ucapan (bi al-qawl), dakwah melalui perbuatan (bi al-'amat) dan melalui tulisan (bi al-kitabah). Dari penjabaran bentuk kegiatan itu lahir empat ragam kegiatan dakwah, diantaranya:<sup>10</sup>

- 1) Tabligh Islam, sebagai upaya penerangan dan penyebaran pesan Islam.

---

<sup>10</sup> Muhiddin, Asep. *Dakwah Prespektif... Op., Cit*, hlm 66

- 2) Irsyad Islam, sebagai upaya penyuluhan dan bimbingan Islam.
- 3) Tadbir Islam, sebagai upaya pemberdayaan umat dalam menjalankan ajaran Islam melalui lembaga-lembaga dakwah.
- 4) Tathwir Islam, sebagai upaya pemberdayaan ekonomi keumatan

Kegiatan tabligh dan ta'lim dilakukan dalam rangka pencerdasan dan pencerahan masyarakat melalui kegiatan pokok: sosialisasi, internalisasi, dan eksternalisasi nilai ajaran islam, dengan menggunakan sarana mimbar dan media massa.

Sementara itu, pendekatan Irsyad dilakukan dalam rangka pemecahan masalah psikologis melalui kegiatan pokok; bimbingan penyuluhan pribadi, dan bimbingan penyuluhan keluarga baik secara preventif maupun kuratif. *Tabligh* dan irsyad ini menyangkut kondisioning pemahaman, persepsi dan sikap.

Upaya *tadbir* dilakukan dalam rangka rekayasa sosial dan pemberdayaan masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik, peningkatan kualitas sumber daya manusia serta pranata sosial keagamaan, menumbuhkanserta mengembangkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat dengan kegiatan pokok; penyusunan kebijakan, perencanaan program, pembagian tugas dan pengorganisasian, pelaksanaan dan monitoring, serta evaluasi pembangunan masyarakat dari aspek perekonomian dan kesejahteraannya. Tadbir menyangkut dakwah melalui pembangunan.

Sedangkan upaya tathwir dilakukan dalam rangka peningkatan sosial budaya masyarakat yang dilakukan dengan kegiatan pokok; transformasi dan pelembagaan nilai - nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan umat yang menyangkut kemanusiaan, seni, budaya, dan kehidupan bermasyarakat, penggalangan ukhuwah islamiyah dan pemeliharaan lingkungan. Dengan kata lain, tathwir ini berkaitan dengan kegiatan dakwah melalui pendekatan sosial budaya.<sup>11</sup>

Bila pesan merupakan setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain, maka pesan dakwah bisa dirumuskan sebagai seruan, ujaran, atau ajakan dalam bentuk lisan

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm 78

maupun tulisan yang berisi nilai-nilai Al - Quran dan Al - Hadits, serta bertujuan membawa penerima pesan menuju ketaatan kepada Allah Swt.

Senada dengan rumusan di atas, praktisi dakwah Toto Tasmara mengartikan pesan dakwah sebagai semua pernyataan yang bersumber dari Al Quran dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tentang hablun min Allah atau mua 'amalah ma 'a Al - Khaliq dan hablun min al-nas atau mua 'malah ma 'a al-khalqi, yakni mengupayakan adanya keseimbangan hubungan (tawazun) antara keduanya.<sup>12</sup>

Model komunikasi Islam yang pesannya bersumber pada Al-Quran dan Al - Hadits Nabi, tentulah pesan itu bersifat imperatif atau wajib hukumnya untuk dilaksanakan, karena merupakan pesan kebenaran berdasarkan firman Allah Swt dan Al-Hadits Nabi. Pesan tidak boleh merupakan sensasi, berita dusta, kefasikan, pelintiran kata-kata dan kebohongan publik (public lies). Meskipun demikian, penyampaian pesan-pesan dakwah harus tetap mengedepankan etika {akhlaq al - karimah) dan upaya yang bersifat persuasif. Berkaitan dengan pesan-pesan yang bersumber pada AI - Quran dan Hadis, dalam dakwah, pesan-pesan itu masuk dalam unsur materi dakwah. Materi dakwah adalah semua ajaran yang datangnya dari Allah SWT yang dibawa oleh Rosulullah SAW untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia yang berada di muka bumi.<sup>13</sup>

Materi dakwah sebagai pesan dakwah merupakan isi ajakan, anjuran dan idea gerakan dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Sebagai isi ajakan dan idea gerakan dimaksudkan agar manusia mau menerima dan memahami serta mengikuti ajaran tersebut, sehingga ajaran Islam ini benar - benar diketahui, difaharni, dihayati dan selanjutnya diamalkan sebagai pedoman hidup dan kehidupannya.

Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang ingin dicapai. Namun secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu : masalah akidah, masalah syari'ah dan masalah budi pekerti (akhlak al-karimah):

a. Bidang Akidah

---

<sup>12</sup> Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), hlm. 102.

<sup>13</sup> Masy'ari, A. *Studi Tentang Ilmu Dakwah*. (Banjarmasin: Citra, 1979), hlm. 91.

Akidah Islam sabagai sistem kepercayaan yang berpokok pangkal atas kepercayaan dan keyakinan yang sungguh - sungguh akan ke-Esaan Allah Swt adalah merupakan materi terpenting dalam kegiatan dakwah. Sebagaimana diketahui bahwa rukun iman itu ada 6 (enam) dimana rukun yang pertama adalah iman kepada Allah swt. Yang merupakan pokok dari rukun iman yang lain; sedangkan rukun iman secara keseluruhan menjadi asas dari ajaran islam secara keseluruhan pula. Dalam hubungan ini Al-Maududi mengatakan:

"Dalam ajaran Muhammad Saw, percaya kepada Allah itu sangat penting dan prinsipil. Itulah yang menjadi pusat urat nadi Islam dan sumber kekuatan. Semua kepercayaan, perintah dan undang-undang Islam berdiri diatas dasar ini, dan semua mempunyai kekuatan dari sumber ini".<sup>14</sup>

Dalam hubungannya dengan iman ini, al-Nawawi mengatakan bahwa iman itu adalah keyakinan ucapan dan perbuatan yang bisa bertambah dan berkurang. Oleh karena itu, penanaman dan pembinaan keimanan bagi penerima dakwah secara terus menerus perlu dilakukan, baik yang masih lemah imannya maupun yang sudah kuat imannya. Selain penanaman dan pendidikan akidah, maka penolakan dan bantahan terhadap faham lain diluar Islam perlu dilakukan, seperti terhadap faham meterialisme, atheisme dan ajaran lain yang tidak sesuai dengan akidah Islam. Lain daripada itu pesan dakwah dalam bidang akidah ini juga berisi panduan menjaga akidah Islam dari segala bentuk penyimpangan.

Materi dakwah yang berkaitan dengan akidah ini meliputi aspek, antara lain kepercayaan kepada Allah, kepercayaan kepada Rasul Allah, kepercayaan kepadakitab-kitab Allah, kepercayaan kepada hari akhir, kepercayaan kepada yang ghaib termasuk percaya kepada Malaikat, Surga, Neraka dan Iain-lain.

#### b. Bidang Syariah

Syariah dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukitm Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya, dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Hal ini dijelaskan dalam sabda Rosulullah saw. yang artinya: "Islam adalah bahwasanya engkau menyembah Allah SWT. Dan

---

<sup>14</sup> Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya : Al-Ikhlis, 1989), hlm. 27.

janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan sesiiatu pun, mengerjakan sembahyang, membayar zakat yang wajib, berpuasa dalam bulan Ramadhan dan menunaikan ibadah haji ke Baitullah". (H.R. Bukhari - Muslim)

Hadis di atas mencerminkan hubungan antara manusia dengan Allah Swt. Artinya perbuatan yang termasuk dalam ranah syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi juga termasuk masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia, seperti hukum jual beli, berumah tangga, warisan kepemimpinan dan amal saleh lainnya. Demikian juga larangan - larangan dari Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam.<sup>15</sup>

c. Budi Pekerti atau Akhlaq al-Karimah

Masalah akhlak dalam pelaksanaan dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun ahlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah ahlak kurang penting dibanding dengan masalah keimanan dan keislaman. Sebab Rasulullah sendiri pernah bersabda:

“Sesungguhnya aku diutus (dengan tujuan) menyempurnakan akhlak.”

Keseluruhan materi dakwah yang tersebut diatas pada dasarnya bersumber dari dua sumber, yaitu:

1) Al-Quran dan Al-Hadits

Agama Islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah yakni Al-Quran dan al-Hadits Rasulullah saw. Yang mana kedua sumber ini merupakan sumber utama ajaran-ajaran Islam.

2) Ra 'yu Ulama (Opini Ulama)

Islam menganjurkan umatnya untuk berpikir, berijtihad menemukan hukumhukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dan takwil Al-Quran dan al-Hadits. Maka dari itu pemikiran dan penelitian para ulama ini dapat pula dijadikan sebagai sumber kedua setelah Al-Quran dan al-Hadits.

Dengan kata lain penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Al-Quran dan al-Hadits dapat pula dijadikan sebagai sumber materi yJL dakwah.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 33

<sup>16</sup> *Ibid*

Di Indonesia Situs-situs Islam mulai bermunculan sekitar awal tahun seperti [www.myquran.com](http://www.myquran.com), [www.al-islam.or.id](http://www.al-islam.or.id), [www.laskarjihad.or.id](http://www.laskarjihad.or.id), [www.kisdi.or.id](http://www.kisdi.or.id), [www.pesantrenvirtual.com](http://www.pesantrenvirtual.com), [www.iiman.co.id](http://www.iiman.co.id), [www.hidayatullah.com](http://www.hidayatullah.com), [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) dan banyak lagi lainnya yang turut menyemarakkan Internet dengan berbagai format sajian.

Prinsip kerja dari internet ialah *graphical system* dimana gambar-gambar yang muncul dalam layar monitor merupakan "terjemahan dari" vektor-vektor dan garis sehingga menimbulkan gerakan-gerakan animasi yang hampir nyata. Meski masih bergerak dalam monitor komputer, tapi tahukah bahwa para pakar internet sekarang tengah berupaya menghasilkan sebuah produk yang ingin memunculkan figur dengan cara lain, tidak dalam kotak monitor seperti sekarang ini. Gambaran mengenai hal ini, misalnya dapat kita lihat dalam -salah satunya- Minority Report yang dibintangi oleh Tom Cruise. Perlu diketahui bahwa teknologi telah tersedia meski masih dalam batas yang minimum.<sup>17</sup>

Sebagai produk teknologi, internet dapat dikatakan tidak bebas nilai karena pada dasarnya teknologi dibuat untuk membantu memecahkan masalah dan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Tetapi, dari sisi pemakai, baik buruknya suatu produk teknologi itu tergantung bagaimana kita melihat dan menggunakannya. Pada akhirnya nilai positif atau negatif suatu produk teknologi tergantung dari niat dan motivasi pengguna yang akan menentukan apakah itu bermanfaat atau sebaliknya. Di sini, perlu pendekatan yang sesuai untuk menjelaskan kepada masyarakat mengenai suatu produk teknologi yang dalam hal ini adalah internet. Utamanya terhadap komunitas-komunitas muslim tradisional yang menjadi center of influence selama berabad-abad. Mengingat, peran komunitas tradisional dan tokoh khansmatik sangat signifikan bagi masyarakat Indonesia sejak zaman para Wali sampai saat ini. Terlepas dari itu semua, para penggerak dakwah diharap mampu bersaing dalam memanfaatkan internet sebagai salah satu media dakwah.

---

#### **D. Penutup**

Manusia di zaman yang serba canggih ini dituntut untuk mampu sesuaikan diri dengan segala kemajuan di berbagai bidang, tak terkecuali di bidang komunikasi dan informasi. Bidang ini membutuhkan media untuk digunakan sebagai sarana pengantar informasi kepada khalayak. Media tersebut bermacam-macam, ada yang bersifat cetak dan elektronik. Media cetak misalnya koran, majalah, tabloid, buku, selebaran dan sebagainya. Sementara media elektronik dapat berupa televisi, radio, telepon, kaset dan lain-lain. Selain media – media yang tersebut diatas dunia telekomunikasi akhir-akhir ini sedang digemparkan dengan hadirnya teknologi informasi keberadaanya disambut luar biasa karean memberikan banyak kemudahan bagi penggunaanya. Teknologi komunikasi digunakan sebagai media komunikasi pesan dakwah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Widjaja, A.W. *Komunikasi dan hubungan masyarakat*, Jakarta : Bumi Aksara, 2002.
- Hermawan, Iwan. *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi*, Karawang: Hidayatul Quran, 2019.
- Dimiyati, Johni. *Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya pada Pendidikan Anak Usia Dini*, Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2013.
- Yani, Ahmad. *Bekal menjadi khatib dan mubaligh*, Jakarta : Al-Qalam, 2018
- Muhiddin, Asep. *Dakwah Prespektif Al -Quran*. Bandung : Pustaka Setia, 2002
- Munir dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2006
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997
- Masy'ari, A. *Studi Tentang Ilmu Dakwah*. Banjarmasin: Citra, 1979.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al-Ikhlas, 1989.