

## **Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website: Studi Kasus pada WWW. Assajidin. Com**

**Anang Walian**

[anangwalian\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:anangwalian_uin@radenfatah.ac.id)

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang**

**Abstract:** *This study uses the theory of Diffusion of Innovation in the discipline of Communication Sciences whose basic assumption is how to spread an innovation to other parties. This study uses qualitative data with data collection techniques through: interviews, observation, and documentation. The data were analyzed interactively by the Miles and Huberman models: Data Reduction, Data Display, and Verification Conclusion. The results of the study indicate that this website was established to carry out Islamic da'wah and also efforts to deal with secularistic thoughts. Some of the efforts that can be made to advance this website are: participating in information technology exhibition, expanding networking with other agencies, expanding criminal report, increasing advertising, product integration, expanding social media networks, and expanding rubric. Then the obstacles faced were the lack of HR in the IT field, the lack of advertising, the small number of contributors to articles by academics, new experiences, and the lack of special journalists on the website. However, there are several factors that support the advancement of this website are: the increasing number of internet users every day, the amount of public interest in da'wah through the website, and the existence of Assajidin Tv which can complement its audio visual coverage.*

**Keywords:** development, contemporary, website.

**Abstrak:** *Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi dalam disiplin Ilmu Komunikasi yang asumsi dasarnya adalah bagaimana penyebaran sebuah inovasi kepada pihak lainnya. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui: wawancara, observasi, serta dokumentasi. Data tersebut dianalisis interaktif model Miles dan Huberman: Reduksi Data, Display Data, serta Verifikasi Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website ini didirikan untuk melaksanakan dakwah Islamiyah dan juga upaya menghadapi pemikiran-pemikiran sekularistik. Adapun beberapa upaya yang dapat dilakukan guna memajukan website ini ialah: mengikuti pameran information technology, perluasan jejaring kerjasama dengan instansi lain, perluasan indept report kriminalitas, perbanyak iklan, integrasi produk, perluas jejaring media sosial, serta perluas rubrikasi. Kemudian kendala yang dihadapi ialah minimnya SDM bidang IT, minimnya iklan, sedikitnya kontributor artikel oleh para akademisi, pengalaman masih baru, serta kurangnya wartawan khusus website. Namun demikian, terdapat beberapa faktor pendukung majunya website ini adalah: meningkatnya jumlah pengguna internet setiap hari, besarnya animo masyarakat terhadap dakwah melalui website, serta adanya Assajidin Tv yang dapat melengkapi pemberitaan audio visualnya.*

**Kata Kunci:** pengembangan, kontemporer, website.

## **Pendahuluan**

Perkembangan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) yang sangat pesat di era kontemporer ini adalah suatu keniscayaan yang tak terelakkan. Oleh sebab itu komunikasi yang terjalin antar manusia (komunikasi insani) sudah marak beralih dari cara-cara klasik dan manual, menuju optimalisasi media komunikasi modern.

Kehadiran teknologi internet telah benar-benar mengubah wajah dunia. Beberapa dekade lalu, ketika internet belum lahir atau masih menjadi makhluk asing bagi sebagian besar penduduk bumi membincangkan bagaimana manusia dapat saling terhubung tanpa harus saling bertemu muka, selalu menjadi hal yang mengerikan.

Hanya saja internet tidak menghamparkan realitas tunggal. Tidak dapat dipungkiri, internet memberi kita banyak hal baik, akan tetapi internet pun memuat konten yang membayakan moralitas mereka yang mengaksesnya. Internet dapat pula disalahgunakan untuk melakukan tindak kejahatan. Namun itu semua bergantung kepada penggunanya, jika internet digunakan untuk kebaikan, maka hal-hal bergunalah yang akan didapat, sebaliknya jika internet digunakan untuk keburukan, hal-hal buruk pula yang akan diperoleh.

David Holmes berpandangan bahwa “Dalam kurun dasawarsa terakhir realitas 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> Tesis/ pernyataan tersebut memang tepat, sebab realitanya dapat dibuktikan dari praktik komunikasi manusia modern dalam kehidupan sehari-hari sekarang ini, komunikasi yang dijalin mayoritas menggunakan media elektronik.

Mengenai media komunikasi massa, Menurut Denis McQuail “Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu

---

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

memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa tersebut.”<sup>2</sup>

Sejalan dengan gagasan McQuail tersebut, 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>3</sup>

Lebih lanjut Rivers berpendapat bahwa terdapat tiga macam persuasi yang dapat dilakukan oleh media massa, termasuk *website*. *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>4</sup> Pengaruh luas media massa tersebut, diistilahkan oleh Marshal MacLuhan sebagai *global village* / (desa global) dimana masyarakat modern seperti memiliki ruang maya bersama yang dapat diakses secara umum dengan mudah dan cepat.<sup>5</sup>

Internet yang menjadi gaya hidup (*life style*) manusia modern dewasa ini, kemunculannya terbilang baru, berkisar di pertengahan 1990-an. Sebagai salah satu jenis media massa, Internet yang *contentnya* terdapat *website*, dapat dikategorikan sebagai salah satu media massa yang senantiasa digunakan hingga sekarang ini.<sup>6</sup> Dinyatakan demikian, sebab jaringan media komunikasi ini dapat diakses secara luas oleh para netizen tanpa kendala ruang dan waktu.

*World wide web* (www) atau dikenal juga dengan istilah *website* atau situs ialah struktur kode-kode yang mengizinkan pertukaran bukan hanya antarteks, tetapi juga grafis, video, dan audio. Kode-kode *website* mudah dipahami oleh orang “*awam*”, yang bahkan tidak perlu tahu kode itu untuk masuk ke isi *website*

---

<sup>2</sup>Denis McQuail, *Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> edition* (London: SAGE Publication, 2000), h. 4.

<sup>3</sup>William L. Rivers, *et.al., Mass Media and Modern Society, cet. keempat*, terj. Haris Munandar dan Dudy Priatna (Jakarta: Kencana, 2012) h. 38.

<sup>4</sup>Rivers, *et.al., Mass Media and Modern Society*, h. 232-233.

<sup>5</sup>Seperti dikutip Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi cet. ketiga*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 118-119.

<sup>6</sup>Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, cet kedua.*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 479.

tersebut, dasar-dasar kode *website* diterima secara universal, yang memungkinkan semua orang yang memiliki komputer, modem, *wifi*, dan koneksi Internet lainnya untuk masuk ke dalam *website* di manapun ia berada.<sup>7</sup>

Sementara itu dakwah merupakan bentuk komunikasi khas yang dimiliki Islam, dan merupakan bagian dari komunikasi secara luas. Pernyataan demikian dapat dipahami, sebab unsur-unsur dakwah selaras dengan unsur-unsur komunikasi pada umumnya.

Upaya dakwah merupakan aktivitas mengomunikasikan pesan-pesan Islam secara luas kepada *mad'u* (komunikan). Dalam implementasinya dakwah dapat memanfaatkan kecanggihan media komunikasi kontemporer yang sesuai dengan tuntutan perkembangan kemajuan zaman.

*Website* merupakan salah satu fitur yang tersedia dalam jaringan Internet juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam (dakwah) kepada para netizen yang mengaksesnya. Dengan berbagai dinamikanya, dakwah melalui *website* dapat menjadi pilihan cerdas bagi para da'i kontemporer guna mengikuti tantangan kemajuan zaman.

Kita bisa mendapatkan banyak hal baik dari internet, seperti mengakses informasi dengan cepat, mendistribusikan pesan kepada orang lain yang jauh hanya dengan sekali klik, memperluas jaringan, melakukan belanja online, serta bisnis online. Kebaikan lain yang dapat diperoleh dari internet adalah bisa menyebarkan kebaikan atau mendapatkan ilmu melalui dakwah secara online via internet. Saat ini situs, web, blog, atau sosial media yang memuat konten dakwah sangat banyak. Hal ini tentu saja sangat bermanfaat. Dengan dakwah online ini umat Islam bisa lebih mudah untuk memperdalam pemahaman ilmu tentang ajaran Islam, dan bisa mendapatkan beragam topik bahasan hanya dengan mencarinya melalui mesin pencarian. Dakwah online memudahkan umat Islam mendapatkan jawaban atas masalah yang mereka hadapi. Misalnya, ketika ada orang yang belum mengerti hukum suatu persoalan atau masih ragu, ia dapat

---

<sup>7</sup>John Vivian, *The Media of Mass Communication*, cet. kedua, terj. Tri Wibowo BS. (Jakarta: Kencana, 2015), h. 263-264.

mencari dalilnya melalui internet sehingga dapat mengambil tindakan yang benar.<sup>8</sup>

Salah satu di antara *website* dakwah Islam terbesar dan ternama di Sumatera Selatan ialah [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) karena memiliki laman yang semakin pesat grafik pengunjungnya dari waktu ke waktu. Kondisi masyarakat yang semakin dinamis dewasa ini yang mengonstruksi kesan “*kudet*” (kurang update) jika tidak mengakses *website*, menjadi tantangan tersendiri bagi para penggiat dakwah (*du’at*) untuk berinovasi menerapkan dakwah meramabah dunia *website*.

Peneliti menilai bahwa dakwah melalui *website* belum terlalu sukses secara masif, mungkin karena ditujukan kepada segmentasi objek (*mad’u*) tertentu saja seperti kaum muda dan kelompok terdidik dari kaum muslim, karena mereka sering mengakses Internet, sedangkan secara luas masyarakat masih belum semua mengaksesnya. Padahal dakwah memanfaatkan media ini perlu dikembangkan, agar masyarakat muslim turut maju dan terdepan bahkan dapat menjadi aktor perkembangan zaman yang dapat bersaing di pentas dunia. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian ilmiah tentang tema ini guna menjawab kegelisahan akademik peneliti selama ini terkait pengembangan media dakwah kontemporer berbasis *website* mengambil kasus [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com).

Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations*) dalam studi ilmu komunikasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers. Asumsi dasar teori ini adalah bagaimana individu menerima informasi (gagasan, inovasi baru) dan meneruskan kepada yang lainnya, sedangkan proses difusi berkonsentrasi pada langkah terakhir berupa adopsi atau penolakan terhadap sebuah inovasi.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Manfaat Dakwah secara Online via Internet, “[renunganislami.net](http://renunganislami.net). diakses 29 Agustus 2018.

<sup>9</sup>Werner J. Severindan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*, cet. keenam, terj. Sugeng Hariyanto (Jakarta: Kencana, 2014), h. 247.

## Pembahasan

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* masing-masing, *da'a ila* berarti mendorong atau menyeru, kemudian *da'a lahu* berarti mendoakan pada kebaikan, sedangkan *da'a 'alayhi* berarti mendoakan pada kejelekan.<sup>10</sup>

Adapun secara terminologi, banyak tokoh dakwah yang 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 *syari'ah-Nya*.”<sup>11</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>12</sup>

Pengertian berikutnya Ahmad Ahmad Ghulush 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, syari'ah, maupun akhlak*.”<sup>13</sup>

Selanjutnya Abu Bakr Zakariyya dalam bukunya *al-Da'wah ila al-Islam*<sup>14</sup> memberikan pengertian dakwah “Sebagai kegiatan para *'ulama'* dengan mengajarkan manusia apa yang baik bagi mereka dalam kehidupan dunia dan akhirat menurut kemampuan mereka.”

Sementara itu, menurut M. Quraish Shihab dakwah adalah “Seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih

---

<sup>10</sup>Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), cet. ke-14, 406.

<sup>11</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>12</sup>Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, *al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*, 40.

<sup>13</sup>Ahmad Ahmad Ghulush, *al-Da'wah al-Islamiyyah* (Kairo: Dar al-Kitab al-Misri, 1987), cet. ke-2, 9-10.

<sup>14</sup>Abu Bakr Zakariyya, *al-Da'wah ila al-Islam* (Kairo: Maktabah Dar al-'Arubah, 1962), 8.

baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat, perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas.”<sup>15</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat tentang pengertian dakwah yang diberikan oleh para tokoh dakwah tersebut, penulis melihat terdapat perbedaan pendapat di antara mereka, tetapi tidak terlalu signifikan.<sup>16</sup> Dari berbagai pendapat tersebut, penulis memahami dakwah sebagai sebuah upaya mengomunikasikan pesan-pesan Islam agar objek dakwah mengetahui pesan tersebut, dan mengamalkan kandungannya, serta mengubah situasi ke arah yang lebih baik lagi.

### **Media Komunikasi Kontemporer**

Komunikasi kontemporer berasal dari 2 suku kata, yaitu komunikasi dan kontemporer. Secara etimologi, komunikasi berasal dari 2 bahasa Latin “*communis*” yaitu membangun kebersamaan antara 2 orang atau lebih. Secara ilmiah, komunikasi berasal dari kata “*to communicate*” berarti upaya untuk membuat pendapat, menyatakan perasaan, menyampaikan informasi, agar dipahami oleh orang lain. Mendefinisikan komunikasi merupakan hal yang cukup sulit, karena banyak disiplin ilmu yang turut berkontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi, seperti psikologi, sosiologi, politik, linguistik, antropologi, matematika dan lain sebagainya. Terkadang antara satu definisi dengan lainnya kontradiktif. Dalam konteks ini penulis mengacu kepada salah satu dari teori tersebut. Secara etimologi komunikasi menurut Cherry seperti dikutip Hafied Changara bahwa komunikasi berasal dari bahasa Latin *communico* yang artinya membagi, atau *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.<sup>17</sup>

Adapun secara terminologi menurut Julia T. Wood bahwa komunikasi adalah “proses sistemik di mana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol-

---

<sup>15</sup>M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 1994), 194.

<sup>16</sup>Hal ini boleh jadi disebabkan oleh berbedanya *background* keilmuan, dan sudut pandang dalam mendefinisikan dakwah.

<sup>17</sup>Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 18.

simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna.”<sup>18</sup> Sementara itu, menurut Richard West dan Lynn H. Turner bahwa komunikasi merupakan “proses sosial di mana individu menggunakan simbol-simbol untuk membangun dan menafsirkan makna di lingkungan mereka.”<sup>19</sup>

Sementara itu kata kontemporer berasal dari kata “*co*” yang berarti bersama dan “*tempo*” yaitu waktu. Jadi dapat disimpulkan bahwa kontemporer ialah waktu yang bersamaan. Secara umum, kontemporer artinya, kekinian, modern, atau lebih tepatnya adalah sesuatu yang sama dengan kondisi waktu yang sama atau saat ini. Jadi, komunikasi kontemporer adalah perkembangan komunikasi yang terpengaruh oleh dampak modernisasi.

Komunikasi kontemporer sering diidentikkan dengan komunikasi virtual , yaitu proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui internet atau *cyberspace*. Komunikasi yang dipahami sebagai *virtual reality* pada ruang lingkup alam maya dengan menggunakan internet. Komunikasi kontemporer ini sebenarnya dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat diskrit. Internet merupakan media komunikasi yang sangat efektif bagi umat manusia di dunia.

### **Urgensi Dakwah Melalui Website**

Salah satu unsur terpenting yang mesti ada dalam upaya menyampaikan dakwah ialah: *wasilah* (media) dakwah. Al-Bayanuni dan ‘Abd al-Karim Zaydan berpendapat, bahwa yang dimaksud dengan media dakwah adalah segala sesuatu yang membantu *da’i* dalam menyampaikan dakwah.<sup>20</sup> Lebih spesifik lagi bahwa *wasilah* madiyah adalah media yang bersifat material, yaitu segala bentuk alat yang bisa diindra dan dapat membantu para *da’i* dalam menyampaikan dakwah kepada mad’unya.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Julia T. Wood, *Communication in Our Lives, edisi ke-5* (Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2006), 3.

<sup>19</sup>Richard West and Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, edisi ke-3* (Boston: McGrawHill, 2007), 5.

<sup>20</sup>Al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila ‘Ilm al-Da’wah*, 282. Lihat pula ‘Abd al-Karim Zaydan, *Ushul al-Da’wah*, 447.

<sup>21</sup>Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 52.



Media elektronik seperti televisi, radio, *handphone*, telpon, internet dan lain sebagainya<sup>22</sup>, tentunya dapat dimanfaatkan untuk dakwah secara luas, sesuai dengan keadaan kemajuan zaman dewasa ini, sehingga jangkauan dakwah dapat lebih luas cakupannya.

Abdullah menegaskan bahwa di era teknologi informasi saat ini, peranan *new media* dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet sudah sangat akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui *handphone*. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitas kesehariannya, mereka tidak terlalu banyak waktu menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi.<sup>23</sup>

Lanjut Abdullah, bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet dari bangun tidur hingga tidur lagi. Dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi da'i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, da'i juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat dari ruang dan waktu.<sup>24</sup>

Era milenial ini sistem informasi administrasi di berbagai perkantoran modern semuanya telah menggunakan *website* sebagai sistem informasinya. Kantor yang belum memiliki *website* pun, sedang berupaya untuk menerapkannya sebagai akses pintu gerbang sebuah instansi.<sup>25</sup>

Banyak para penggiat dakwah dari berbagai corak keislaman, baik modernis maupun tradisional semuanya memanfaatkan *website* sebagai media dakwahnya, seperti website: [www.eramuslim.com](http://www.eramuslim.com), [www.republika.com](http://www.republika.com), [www.suaraislam.com](http://www.suaraislam.com), [www.sapaislam.com](http://www.sapaislam.com), [www.pusatkajianhadis.com](http://www.pusatkajianhadis.com), [www.harunyahyativ.com](http://www.harunyahyativ.com), [www.muslimah.or.id](http://www.muslimah.or.id), [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com), dan lain-lain.

---

<sup>22</sup>Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta: Rajawali Press, 2012), 234.

<sup>23</sup>Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Depok: Rajawali Press, 2018), 160.

<sup>24</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, 160.

<sup>25</sup>Observasi peneliti di berbagai instansi misalnya di Kota Palembang, Juli – September 2018.

Oleh sebab itu dakwah melalui *website* mesti digalakkan dengan beberapa pertimbangan berikut: 1) pertimbangan kemajuan zaman. Jika praktik dakwah tidak mengambil opsi di sini, tentunya dakwah akan mengalami degradasi / kemunduran zaman, 2) pertimbangan sistem informasi. Pesan dakwah yang disampaikan di *website* terdokumentasikan sesuai indexnya masing-masing dengan baik, 3) mudah diakses. Dengan bermodalkan paket data internet dan *wifi* *website* dapat dengan mudahnya diakses, 4) proses editing lebih mudah. Edit berita menjadi lebih mudah, karena cukup dengan mengedit di bagian draft, maka berita yang belum/ telah dikirim dapat diedit sesuai kebutuhan.<sup>26</sup>

Namun demikian dakwah melalui *website* juga memiliki beberapa keterbatasan berikut: 1) segmentasi pengguna. Segmentasi pengguna *website* mayoritas oleh masyarakat yang derdomisili di perkotaan, sedangkan masyarakat di pedesaan, apalagi di daerah terpencil masih sangat minim yang mengetahui *website* dakwah ini. 2) akses baca. Masyarakat yang pendidikannya lebih rendah, biasanya tidak tahu dan tertarik untuk membaca berita-berita dakwah yang disajikan di *website*. Mereka biasanya menggunakan media dakwah televisi, radio, surat kabar, dan ceramah-ceramah di masjid.<sup>27</sup>

Karenanya hemat penulis bahwa dakwah melalui *website* ini memiliki segmentasi khusus-untuk tidak mengatakan memiliki kelebihan dan kekurangan. Realitanya adalah tidak ada sebuah media satu pun yang dapat mengakomodir seluruh objek dakwah (*mad'u*) yang sangat pluralistik, yang ada ialah bahwa satu media dapat sesuai dengan fragmentasinya tersendiri.

### **Motivasi Pendirian Website [WWW.ASSAJIDIN.COM](http://WWW.ASSAJIDIN.COM).**

Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) didirikan dengan beberapa motivasi. *Pertama*, untuk dakwah Islamiyah. Dakwah Islamiyah menjadi motivasi utama pendirian *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) ini.<sup>28</sup> Website ini memang mengusung *tagline* “Menebar Ilmu Meraih Hikmah” berusaha menebar dakwah yang berpegang kepada firman Allah dalam Alquran dan Hadits Rasulullah SAW serta

<sup>26</sup> Observasi peneliti di berbagai *website* pada bulan Juni – September 2018.

<sup>27</sup> Observasi peneliti di berbagai *website* pada bulan Juni – September 2018.

<sup>28</sup> Wawancara kepada pimpinan Redaksi [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) Bangun Lubis, 28 September 2018.

meraih hikmah-hikmah dalam kehidupan dengan berbagai kisah inspiratif, yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Dakwah melalui website di era milineal ini sudah menjadi keharusan yang mesti diimplementasikan oleh para penggiat dakwah, sebab dari aspek media memang sudah mendukung terselenggaranya dakwah tersebut, kemudian pada aspek objek dakwah (*mad'unya*) juga semakin bertambah jumlah netter yang siap mengakses dakwah *bilqalam* (dengan tulisan) yang diserukan oleh para da'i media, sebab tentunya dakwah dengan media memiliki akses kecepatan informasi yang *update*, aktual, dan faktual, serta akses informasi yang disampaikan juga semakin luas, tidak hanya seperti selama ini dakwah dengan metode ceramah, hanya dapat didengarkan ketika ada ceramahnya baik di masjid, di kantor, di radio, dan televisi.<sup>29</sup>

*Kedua*, untuk mengcounter pemikiran-pemikiran sekularistik. Dapat dipahami bahwa dewasa ini pemikiran-pemikiran sekularistik mengalir dengan derasnya mengikuti arus perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi. Pemikiran sekularistik (pemisahan urusan agama dengan politik) begitu cepat merambah ke pemikiran umat Islam melalui berbagai media, di antara internet. Oleh sebab itu, dakwah melalui internet, dalam hal ini melalui website dapat menjadi upaya untuk menyaingi pemikiran-pemikiran tersebut, dan sebagai penawar solusi wasilah dakwah di era *milineal* ini.<sup>30</sup>

### **Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website di [WWW.ASSAJIDIN.COM](http://WWW.ASSAJIDIN.COM).**

Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) tentunya memiliki berbagai upaya yang dilakukan untuk keberlangsungan/eksistensinya di dunia maya (*cyber space*), berikut beberapa upaya yang dilakukan:<sup>31</sup> *Pertama*, melalui pameran IT. Pameran *Information Technology* (IT) di berbagai *event* akan menjadi kesempatan emas bagi pihak redaksi untuk mempromosikan *website* kepada para pengunjung yang hadir atau menyaksikan sehingga website [www.Assajidin](http://www.Assajidin.com) dapat dikenal luas oleh

---

<sup>29</sup>Wawancara terhadap Wilda Awwaliyah, humas website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) di kantor redaksi pada 27 Agustus 2018.

<sup>30</sup>Wawancara kepada pimpinan Redaksi [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) Bangun Lubis, 28 September 2018.

<sup>31</sup>Hasil wawancara terhadap Pimpinan Redaksi [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) Bangun Lubis di kantor redaksi pada 29 Agustus 2018.

netizen tidak hanya lokal, tapi internasional. Pameran / bazar menjadi daya tarik tersendiri guna mempromosikan suatu produk, terutama produk / *website* yang baru berusia 2 tahun ini. Pihak redaksi dapat mengikuti berbagai pameran yang diselenggarakan di luar kota.

*Kedua*, Perluasan jejaring kerjasama dengan institusi lain. berbagai instansi baik pemerintahan, media pers, maupun institusi swasta lainnya perlu diperbanyak guna menopang kemajuan *website*. Pihak redaksi perlu memperkuat kerjasama ke berbagai pihak terkait sehingga dapat memajukan *website*. Pihak redaksi sesungguhnya dapat menjalin kerjasama terhadap pihak media yang lebih awal munculnya seperti: [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com), [www.erasuslim.com](http://www.erasuslim.com), muslimmedianews, arrahmah, co.id dan lain sebagainya guna mendapatkan pengalaman-pengalaman yang sangat berharga bagi pihak redaksi, seperti tips mengisi kolom kontributor, penggunaan bahasa asing, rubrikasi yang luas, dan mencari pemasang iklan.<sup>32</sup> Selain itu terhadap Pemerintah Kota Palembang dan Pemerintah Propinsi Sumatera Selatan perlu diupayakan *Memorandum of Understandingnya* (MoU) yang dapat memajukan *website* ini, sebab banyak kebijakan dan program kerja yang ada di Dinas Pemerintahan tersebut yang dapat dijadikan kegiatan bersama seperti peliputan berita, periklanan, serta kebijakan-kebijakan strategis lainnya. Kemudian terhadap pihak swasta juga penting mengadakan MoU dalam berbagai hal seperti peliputan berita, periklanan, pameran, *sponsorship* dan lainnya sehingga *website* dapat lebih maju dan dikenal luas oleh masyarakat.

*Ketiga*, perluasan berita laporan mendalam (*indept report*) pada sektor kriminalitas. Berita tersebut akan diperluas lagi sehingga dapat lebih intens dalam memberitakannya dan juga tentunya dengan memuat berita yang dinilai sesuai dengan kode etik pemberitaan. Sebab berita-berita yang sudah ada di *website* ini terbilang cukup sedikit, baru 20 % sisanya artikel-artikel dakwah, dan itu pun berita yang dimuat hanya berita-berita pilihan seputar pendidikan, pemerintahan, ekonomi, humaniora. Adapun berita-berita kriminal belum dirambah, padahal menurut observasi penulis, ada jenis pembaca / penonton berita yang cukup

---

<sup>32</sup> Observasi penulis terhadap beberapa *website* dakwah di Indonesia.

tertarik dengan berita-berita kriminalitas terutama yang terkait dengan aspek *proximity* (kedekatan) dengan daerahnya.

*Pertama*, Perbanyak iklan. Di *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com), iklan masih sedikit dan belum sesuai target, padahal iklan sangat berpengaruh terhadap eksistensi sebuah media. Selanjutnya sosialisasi tentang iklan akan lebih disemarakkan lagi, terutama pada perusahaan-perusahaan yang belum pernah memasang iklan di *website* ini.

*Kedua*, integrasi produk. Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) pada operasionalnya sebagai pelengkap dari majalah Assajidin versi cetak, yang telah terbit dua tahun sebelumnya (2014), dan menjadi pelengkap antara satu versi dengan lainnya. Sinergisitas pengelola cetak dan *online* sangat diperlukan dalam upaya komunikasi organisasi di internal Assajidin. Integrasi ini sebagai bentuk simbiosis mutualisme satu sama lain di internal Assajidin. Melalui versi online, Assajidin cetak dapat disosialisasikan dengan efektif dan efisien, dan kemudian sebaliknya, melalui versi cetak, Assajidin online dapat dipromosikan juga dalam kontennya.<sup>33</sup>

*Ketiga*, perluas jejaring media sosial (medsos). Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) telah memiliki berbagai media sosial seperti: Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram yang bernama Assajidin, dan masih terus berupaya memperluas jejaring medsos lainnya. Beberapa media sosial tersebut, perlu betul-betul dioptimalkan fungsinya, seperti wawancara penulis terhadap netizen yang sering mengakses internet, tapi ternyata belum pernah sekalipun mengunjungi website ini karena menurut mereka sosialisasi *website* ini masih sangat kurang, perlu optimalisasi penggunaan sosial media seperti Instagram yang sedang populer belakangan ini.<sup>34</sup>

*Keempat*, Perluasan rubrikasi. Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) masih memiliki sedikit rubrik / kanal beritanya. Website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) dapat merambah kepada konten-konten yang belum termuat di dalam website tersebut.

---

<sup>33</sup>Observasi penulis terhadap [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) pada 15 September 2018.

<sup>34</sup>Wawancara terhadap Ricky Dwi Pangestu dan Robbuna 23 September 2018.

## **Kendala Dakwah Kontemporer Berbasis Website di [WWW.ASSAJIDIN.COM](http://WWW.ASSAJIDIN.COM).**

Lazimnya aktivitas dakwah lainnya, dakwah melalui *website*, khususnya di [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) tentunya menghadapi berbagai kendala dalam realitanya, apalagi *website* ini terbilang baru didirikan, tepatnya diluncurkan pada Sabtu 22 Rajab 1437 H. bertepatan dengan 30 April 2016 di Palembang.<sup>35</sup>

Pada operasionalnya berbagai kendala yang dihadapi *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) ialah sebagai berikut. *Pertama*, Aspek Informasi Teknologi (IT) SDM-nya kurang mampu menjabarkan keinginan khalayak pers, tenaga IT yang ada baru mampu mengoperasikan program, padahal tuntutan dalam persaingan dunia pers sangat ketat dan cepat, sehingga mesti cekatan dalam menjabarkan keinginan masyarakat kontemporer yang cukup kritis dan dinamis. SDM di bidang IT ini merupakan syarat penting majunya suatu jurnalistik online, sebab mereka sebagai subjek utama dalam mengelola pemberitaan di media ini. SDM yang *expert* di bidang IT suatu keniscayaan yang mesti ada.

*Kedua*, aspek periklanan belum bisa *support*. *Advertisement* merupakan salah satu poin penting dalam menopang eksistensi pers, termasuk juga *website* ini. Minimnya iklan yang baru tersedia, tentu berdampak pada *income* perusahaan yang kecil. Pihak redaksi diharapkan lebih proaktif dalam mencari pemasang iklan dari berbagai instansi dan perusahaan. Pemasang iklan tentunya mempertimbangkan terlebih dahulu media yang akan mempromosikan produk / jasanya atau tentunya mereka meneliti terlebih dahulu (*probability study*) sebelum memasang iklannya. Kondisi di *website* ini iklan masih sedikit, karena *website* ini masih baru 2 tahun berdirinya. Selain itu juga sosialisasi pemasangan iklan masih relatif sedikit, belum terlalu marak dilakukan.

*Ketiga*, aspek kontributor penulis. Menurut pihak redaksi *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) bahwa sekarang ini kontributor penulis dari akademisi baik dari mahasiswa dan dosen mengalami penurunan. Mereka jarang / berkurang minatnya untuk mengirim artikel-artikel tulisan ke media-media pers, termasuk juga *website* ini. Dan pada prinsipnya *website* ini menerima kontribusi ilmiah

---

<sup>35</sup>Dokumentasi redaksi [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com), 27 September 2018.

berupa berita dan tulisan dari para kontributor tentunya dengan diadakan pengecekan kualitas berita / artikel yang ditulis, apakah telah sesuai dengan *tagline website*, berupa dakwah, atau tidak.

*Keempat*, aspek waktu. Disadari oleh pihak redaksi bahwa lama waktu sebuah *website*, turut memberikan pengaruh terhadap eksisnya sebuah *website*. Usia dua tahun dinilai belum cukup untuk sejajar dengan *website-website* dakwah besar lainnya.<sup>36</sup> Walaupun Assajidin.com diawali dengan versi cetak, dan sekarang masih eksis, Assajidin online tentu tetap membutuhkan adaptasi untuk merambah di dunia maya ini baik dari aspek periklanan, kontributor penulis, dan juga SDM IT nya. Waktu yang ideal agar website bisa eksis adalah lima tahun, dengan waktu demikian, redaksi website telah memiliki banyak pengalaman dalam pengelolaan website pada berbagai aspeknya: *advertising*, SDM, kontributor, jejaring kerjasama, financial, dan lain sebagainya.

*Kelima*, kurangnya wartawan. *Website* ini masih kurang wartawan yang fokus meliput berita untuk *dipublish* di *website*. Wartawan yang ada di website ini masih ada yang merangkap sebagai wartawan Assajidin versi cetak.<sup>37</sup> Padahal idealnya tentu dipisah antara wartawan media cetak dan *online*-nya supaya lebih optimal, profesional dan fokus dalam peliputan berita, sebab lazimnya ciri profesionalitas adalah ditandai dengan indikatornya tidak rangkap tugas / jabatan. Idealnya wartawan untuk *website* dakwah yang terbilang baru ini ialah 5 orang, tapi realitanya baru ada 3 orang. Seiring dengan eksistensi website, maka perlu penambahan-penambahan wartawan tetap dan berbagai wartawan kontributor (*springer*) yang berada di daerah / kabupaten lain di Sumatera Selatan. Para wartawan tersebut semestinya diposisikan sesuai bidangnya seperti ekonomi, pendidikan, dakwah, kriminalitas, humaniora dan lainnya.

---

<sup>36</sup>Hasil wawancara terhadap Pimpinan Redaksi [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) Bangun Lubis di kantor redaksi pada 29 Agustus 2018.

<sup>37</sup>Wawancara terhadap Nisria Afuani Rasyid dan Wilda Awwaliyah, wartawan Assajidin, 28 September 2018.

### **Faktor Pendukung Berkembangnya Website [WWW.ASSAJIDIN.COM](http://WWW.ASSAJIDIN.COM).**

Selain beberapa kendala yang dihadapi pihak website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) dalam operasionalnya, terdapat juga beberapa faktor pendukung (peluang) yang dapat menjadikan *website* ini eksis di *cyber space*. Berikut beberapa faktornya:

*Pertama*, bertambahnya pengguna internet setiap harinya. Seperti dilansir oleh Kementerian Informatika bahwa pengguna internet (*netter*) secara internasional, Indonesia menempati ranking pertama dunia yang paling banyak penggunanya. Pada 2017 *e-Marketer* memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015, tiga tahun setelahnya (2018) diperkirakan sebanyak 3.6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap bulan. Ponsel dan koneksi *broadband mobile* terjangkau mendorong pertumbuhan akses internet di negara-negara yang tidak bisa mengandalkan *fixed line*, mungkin karena masalah infrastruktur atau biaya, menurut analis senior eMarketer Monica Peart. Peart menyebutkan bahwa negara berkembang seperti Indonesia dan India masih memiliki ruang pertumbuhan jumlah pengguna internet yang besarnya bisa mencapai dua digit setiap tahun. Di atas Indonesia saat ini lima besar negara pengguna internet di dunia secara berurutan diduduki oleh Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil, dan Jepang.<sup>38</sup> Berdasarkan data tersebut, tentunya akses *website* di Indonesia berpotensi besar semakin marak dan bertambah luas.

*Kedua*, tingginya animo masyarakat terhadap dakwah melalui *website*. Banyak masyarakat yang mencari referensi untuk bahan dakwah dan pembelajaran seperti khutbah Jumat, 2 hari raya, serta menyampaikan materi-materi keislaman dengan mengacu kepada *website-website* Islam yang telah besar, seperti website [www.dakwatuna.com](http://www.dakwatuna.com) dan [www.eramuslim.com](http://www.eramuslim.com). Dan website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) berpotensi untuk dijadikan referensi / dirujuk oleh netizen muslim juga. Tentunya dengan berbenah diri terlebih dahulu, dan

---

<sup>38</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia." Diakses 26 September 2018.



mempersiapkannya dengan matang, misalnya terkait dengan konten, kontributor, rubrikasi, *advertising*, dan lainnya.

Animo masyarakat Teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet berkembang begitu pesat sehingga apa yang disajikan medium virtual internet begitu inovatif dan kreatif. Hal ini mengisyaratkan perlunya perhatian dan pemahaman yang lebih dalam dari semua pihak untuk mengantisipasi sejumlah fenomena yang mungkin terjadi dalam masyarakat. Fenomena perkembangan situs Islam dengan berbagai nuansanya telah membawa “angin baru” bagi perkembangan dakwah dan diseminasi informasi Islam yang telah memasuki babak baru yang tidak hanya mengarah kepada *e-commerce*, *e-government*, *e-school*, dan seterusnya.

Di luar itu sudah semakin menyebar dan hampir tak terhindarkan *e-syariah*, *e-fatwa*, *e-dakwah*. Karena itu, para aktivis dakwah paling tidak perlu mencermati secara khusus perkembangan *e-dakwah* untuk melahirkan da'i virtual yang mampu membawa suara Islam dalam konteks multi dimensi dan zaman sesuai konsep *Al Islamu Shalih Likulli Zamaan Wa Makaan* (Islam adalah ajaran yang selalu sesuai dengan kondisi zaman dan tempat).

Dari kajian yang dilakukan, dari sejumlah situs Islam yang ada di Indonesia yang melakukan konflik komunikasi bahkan mengarah kepada konflik ideologi atau memberi informasi berimbang tentang Islam lebih didominasi oleh sejumlah situs Islam yang berlatarbelakang pendekatan radikal. Situs Islam yang lain masih bersifat umum seperti memberi panduan terkait tata cara ibadah yang baik atau cara bermuamalat yang baik. Jadi lebih banyak terfokus pada persoalan fiqh (tata cara ibadah) dan mumalat (perniagaan dan aktivitas keseharian manusia). Sementara terkait penyebaran informasi yang berimbang belum dilakukan secara maksimal..

Adanya Assajidin Tv. Media ini dapat dioptimalkan menjadi melengkapi pemberitaan di website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com). dengan adanya berita berbentuk audio dan visual, menjadi sisi *interesting* yang dapat menarik minat pengunjung. media audio-visual memiliki beberapa kelebihan atau kegunaan, antara lain: *Pertama*, Memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistik (dalam bentuk kata-kata, tertulis atau lisan). *Kedua*, mengatasi keterbatasan ruang,

waktu dan daya indera, seperti: objek yang terlalu besar digantikan dengan realitas, gambar, film bingkai, film atau model. *Ketiga*, media audio-visual bisa berperan dalam pembelajaran tutorial.<sup>39</sup>

## **Simpulan**

Setelah dilaksanakannya penelitian tentang pengembangan media dakwah kontemporer berbasis website: studi kasus terhadap *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) dapat disimpulkan sebagai berikut: *Pertama*, motivasi pendirian website [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) ialah untuk dijadikan sebagai media dakwah Islamiyah, terutama dakwah yang berbasis *online*. Kemudian, untuk menghadapi tantangan (*mengcounter*) pemikiran-pemikiran sekular yang menjauhkan masyarakat muslim terhadap nilai-nilai Islam, menjadi mendekatkannya melalui *website* ini. *Kedua*, Pengembangan media dakwah kontemporer berbasis *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) dapat diupayakan melalui pameran *Information Technology* (IT) di berbagai *event* terkait, sehingga dapat mempromosikan *website* tersebut kepada khalayak secara luas. Kemudian perluasan jejaring kerjasama terhadap instansi lain, seperti instansi pemerintahan, media pers, *website-website* dakwah lainnya, serta pihak swasta sehingga dapat memajukan *website* Assajidin. Selanjutnya, perluasan berita laporan mendalam (*indept report*) pada sektor kriminalitas. Redaksi Assajidin.com belum fokus ke bidang tersebut. Padahal kriminalitas menjadi berita menarik yang juga sering dibaca oleh masyarakat apalagi berita terkait dengan kedekatan dengan wilayah pembaca (*proximity*), tentunya berita yang dipublikasikan sudah dipilih hanya yang sesuai dengan *tagline website* saja.

Selanjutnya, perbanyak iklan. Tentu iklan sangat berpengaruh terhadap *survivenya* industri pers. Oleh sebab itu *advertising* di *website* ini perlu digalakkan lagi, sehingga banyak perusahaan ataupun individual yang tertarik memasang iklan di *website* ini. Terakhir, perluasan jejaring media sosial

---

<sup>39</sup> Sri Yutmini, Joni Purwono, dkk. Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan. Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran Vol.2, No.2, hal 127 – 144, Edisi April 2014 <https://media.neliti.com/media/publications/142050-ID-penggunaan-media-audio-visual-pada-mata.pdf>

(medsos). *Website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) telah memiliki pelbagai media sosial seperti: Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram. Sosmed tersebut perlu dioptimalisasi penggunaannya, sehingga sebagai *tools* untuk mempromosikan *website*.

Kendala dakwah kontemporer berbasis *website* di [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com) .  
*Pertama*, sumber Daya Manusia (SDM) di bidang IT yang masih sedikit dan kurang handal di bidangnya. *Kedua*, *advertiser* (pemasang iklan) yang masih minim. Tentu berdampak serius terhadap eksistensi dan *income website* ini. *Ketiga*, minimnya kontributor / penulis yang dapat menuangkan sumbangsih akademiknya terhadap *website*. *Ketiga*, usia *website* yang masih 2 tahun terbilang muda dan belum banyak pengalaman di bidang jurnalistik *online*. Keempat, kurangnya wartawan peliput berita.

Faktor pendukung berkembangnya *website* [www.Assajidin.com](http://www.Assajidin.com). *Pertama*, bertambahnya jumlah *netter* setiap harinya yang dapat mengakses *website* ini. *Kedua*, tingginya animo masyarakat terhadap dakwah melalui *website*. *Ketiga*, adanya Assajidin tv yang dapat melengkapi pemberitaan *website* Assajidin pada aspek audio visualnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Abu Bakr Zakariyya. *al-Da'wah ila al-Islam*. Kairo: Maktabah Dar al-'Arubah. 1962.
- Ahmad Ahmad Ghulush. *al-Da'wah al-Islamiyyah*. Kairo: Dar al-Kitab al-Misri. 1987.
- Ahmad Warson Munawwir. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progressif. 1997.
- David Holmes. *Communication Theory: Media, Technology, and Society*, terj. Teguh Wahyu Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2012.
- Denis McQuail. *Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> edition*. London: SAGE Publication, 2000.
- Hafied Changara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press. 2009.
- John Vivian. *The Media of Mass Communication*, cet. kedua, terj. Tri Wibowo BS. Jakarta: Kencana. 2015.
- Julia T. Wood. *Communication in Our Lives, edisi ke-5*. Boston: Wadsworth Cengage Learning. 2006.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, "Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia." Diakses 26 September 2018.
- M. Quraish Shihab. *Membumikan Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan. 1994.
- Manfaat Dakwah secara Online via Internet, "renunganislami.net. diakses 29 Agustus 2018.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, cet kedua. Jakarta: Kencana. 2014.
- Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* cet. ketiga. Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni. *al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*.
- Richard West and Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Boston: McGrawHill. 2007.

Sri Yutmini, Joni Purwono, dkk. Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran* Vol.2, No.2, hal 127 – 144, Edisi April 2014  
<https://media.neliti.com/media/publications/142050-ID-penggunaan-media-audio-visual-pada-mata.pdf>

Tata Sukayat. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009.

Tawfiq al-Wa'i. *Al-Da'wah ila Allah: Al-Risalah, Al-Wasilah, Al-Hadf*. Mesir: Dar al-Yaqin, 1995.

Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press. 2012.

Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods, & Uses in the Mass Media*, cet. keenam, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana. 2014.

William L. Rivers, *et.al., Mass Media and Modern Society*, cet. keempat, terj. Haris Munandar dan Dudy Priatna. Jakarta: Kencana. 2012.