

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam
IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.10712>

Vol. 8 No. 1, 2021

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Pesan Dakwah Inklusif Rubrik Preaching of Peace
(Fridaypope) dalam Media Online peacenews.yipci.org

M. Yakub

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

m.yakub@uinjkt.ac.id

Abstrak

Media *online* sudah menjadi wadah yang dibutuhkan bagi masyarakat dalam mencari informasi. Masyarakat yang majemuk membutuhkan pesan dakwah yang lebih inklusif untuk menumbuhkan semangat dalam beragama. Penelitian ini berkaitan dengan analisis pesan dakwah Inklusif Rubrik *Preaching of Peace (Fridaypope)* dalam media *online peacenews.yipci.org* yang dimiliki oleh komunitas lintas iman *Young Interfaith Peacemaker*. Teknik analisis dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan teknik analisis isi (*Content Analysis*) dengan melihat konstruksi sosial dalam media massa. Konstruksi masyarakat sosial perlu dilihat karena *peacenews* adalah media *online* yang menyampaikan pesan-pesan perdamaian secara universal dan plural. Setelah melihat teori konstruksi sosial, maka dalam tulisan di rubrik *Fridaypope* pada bulan Juni hingga Juli tahun 2020 terdapatlah tujuh artikel yang isinya menyampaikan pesan-pesan dakwah yang inklusif. YIPC sendiri adalah komunitas lintas iman yang di dalamnya ada pemuda-pemuda Islam yang bertujuan menyampaikan perdamaian melalui kreativitas dan inovasi, dan media *online Peacenews* adalah hasil dari pikiran konstruktif *member* YIPC untuk menyampaikan “dakwah”-nya bagi manusia.

Kata Kunci: dakwah, inklusif, media *online*

Pendahuluan

Dakwah adalah sendi yang membuat Islam tetap berkibar di dunia ini. Setiap manusia yang mengaku beragama Islam memiliki kewajiban untuk berdakwah. Dakwah sendiri terbagi menjadi tiga, yaitu *dakwah bil kitabah*, *dakwah bil lisan* dan *dakwah bil hal*. Di tengah-tengah dunia yang telah menjadi *global village* karena pengaruh teknologi informasi yang sangat mengakar di masyarakat, tentunya dakwah dengan sendirinya terinovasi. Apalagi saat ini dunia umumnya sedang menghadapi bencana pandemi tidak terlepas juga di Indonesia. Di tengah degradasi moral dan akhlak, dakwah sangat dibutuhkan demi menjaga keseimbangan. Degradasi moral dan akhlak tentunya yang paling mendominasi adalah kaum muda milenial. Selain menjadi objek dakwah, tidak luput juga masih banyak kaum muda yang memiliki semangat dakwah di media sosial.

Ketika media *online* merebak di kalangan kaum muda, maka di situlah dimulai dakwah *bil kitabah* yang dilakukan oleh kaum muda. Rata-rata pemuda memiliki lebih *open minded* daripada kaum tua. Maka mereka membuat perkumpulan, membuat diskusi, dan membuat wadah untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan yang dilakukan secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*). Maka pada penelitian ini, penulis ingin mengeksplorasi media *online* yang digagas oleh kaum muda yang terwadahi dalam komunitas YIPC atau *Young Interfaith Peacemaker Community*. Kaum muda (mahasiswa) yang berada di komunitas ini adalah mereka yang beragama Islam dan Nasrani (baik Kristen maupun Katolik). Sangat menarik kiranya kaum muda yang berasal dari dua agama ini melakukan pesan-pesan kebaikan di media *online*.

Komunitas ini berdiri sekitar tahun 2012 dan bertahan hingga sekarang, yang digagas oleh mahasiswa-mahasiswa dari dua agama di Yogyakarta. Dalam perkembangannya mereka membentuk sebuah media *online* yang disebut *Peaceneews*. *Peaceneews* ini sendiri sudah berdiri tahun 2016. Dengan berbagai latar belakang, mereka menuliskan keluh kesah mereka terhadap *hate speech*, *hoax* dan pesan-pesan kebencian. Maka *Peaceneews* adalah wadah “dakwah” dari dua agama untuk menyampaikan pesan kebaikan.

Peaceneews memiliki berbagai rubrik, termasuk di dalamnya rubrik *Preaching of Peace*, dalam rubrik tersebut terbagi dalam dua rubrik tulisan yang ditujukan bagi

penulis yang muslim dan Nasrani. Untuk muslim disebut rubrik *Fridaypope*, sedangkan untuk Nasrani disebut *Sundaypope*. Sesuai namanya, *Fridaypope* terbit setiap hari Jumat, sedangkan *Sundaypope* terbit setiap hari Minggu. Nama *Fridaypope* diambil sesuai dengan hari agung umat Islam yaitu Jumat (*Friday*), *pope* sendiri kepanjangan dari *Preaching of Peace* (khutbah perdamaian). Pada rubrik ini memiliki spesifikasi pesan-pesan dakwah kepada umat Islam. Mereka yang menulis pada rubrik ini secara eksklusif adalah anggota (*member*) muslim, tetapi pesan-pesan yang disampaikan bersifat inklusif. Mengingat komunitas ini adalah salah satu komunitas yang ikut menggaungkan universalitas agama khususnya Islam dan Nasrani, juga komunitas ini mengabarkan pesan-pesan pluralisme ditengah-tengah umat Islam. Rubrik *Fridaypope* sendiri terbit pada awal 2019, dan bersanding dengan rubrik *Sundaypope* untuk anggota yang beragama Nasrani.

Melihat latar belakang terbitnya rubrik ini, maka sangat unik kiranya menjadi kajian bagi penulis. Apalagi ini digagas oleh anak-anak muda yang memiliki pemikiran yang bisa dikatakan *out of the box*. Di tengah-tengah budaya eksklusifitas yang mengakar di antara dua agama, anak muda dalam komunitas ini mampu berbaur dan tetap menyampaikan pesan-pesan dakwah tanpa tersekat perbedaan. Dakwah sangat penting bagi umat Islam, dan umat Islam diistimewakan dengan perintah dakwah ini, seperti firman Allah Swt, pada Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 110, yang berarti:

“Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”

Mengenai masalah perbedaan, umat Islam menjunjung tinggi sikap saling menghormati. Karena perbedaan itu adalah sebuah keniscayaan, seperti firman Allah dalam Surah Al-Hujurat ayat 13 yang artinya:

“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Pada persoalan penyampaian kebenaran secara universal maka masing-masing agama memiliki caranya sendiri-sendiri. Maka YIPC dengan media *online Peacenews* berusaha menyampaikan pesan universal tersebut kepada masyarakat. Melihat latar belakang masalah di atas, perlunya melihat dan mengkaji pesan dakwah inklusif yang dilakukan pemuda-pemuda muslim YIPC pada rubrik *Fridaypope*.

Metode

Jenis penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bud (dalam Suprayogo, 2001:71) analisis isi adalah suatu teknik yang tersistematis yang digunakan untuk menganalisis isi suatu pesan dan juga mengolah suatu pesan atau suatu alat dan pesan atau alat tersebut diobservasi dan dianalisis dalam bentuk sebuah dokumen, sedangkan Krippendorf (1991) berpendapat, analisis isi (*content analysis*) berfungsi bukan hanya sekedar menjadikan sebuah isi pesan sebagai *objeknya*, tetapi fungsinya lebih dari itu, yaitu berkaitan dengan konsep-konsep yang baru mengenai gejala-gejala simbolik pada dunia komunikasi. Analisis isi (*content analysis*) dapat dibagi pada beberapa hal antara lain: pertama, ide tentang sebuah pesan (*message*); kedua, ide mengenai saluran (*channel*); ketiga, ide mengenai sistem komunikasi yang berbasis pada kesadaran (kesadaran mengenai ketergantungan interpersonal, relasi, struktur dan juga pelapisan sosial); keempat, ide mengenai sistem komunikasi global dan kompleks (seperti tersebar luasnya penggunaan teknologi komunikasi).

Ada tiga pendekatan dalam sebuah analisis isi yaitu deskripsi, eksplanatif, dan prediktif. Penelitian ini menekankan pada pendekatan deskriptif yang memiliki tujuan memberikan deskripsi pada aspek-aspek ataupun karakter suatu pesan atau teks (Eriyanto, 2011). Fraenkel dan Wallen (2007:483) berpendapat bahwa analisis isi adalah sebuah teknik yang bisa digunakan untuk mengkaji perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis terhadap komunikasi mereka seperti buku teks, esai, koran, novel, artikel majalah, lagu, gambar iklan, dan semua jenis komunikasi yang dapat dianalisis. Kualitatif ialah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data, dan tidak mengutamakan jumlah populasi atau sampling. Penelitian kualitatif berfokus dalamnya data dan bukan banyaknya data yang diperoleh (Kriyantono, 2010, hlm. 56).

Mengingat jenis dan pendekatan penelitian ini menggunakan analisis isi (content analysis) kualitatif, maka metode yang digunakan adalah sebuah metode analisis yang integratif dan konseptual, untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen dalam rangka untuk memahami makna, signifikansi, dan relevansinya (Bungin, 2003, hlm. 147). Analisis isi secara kualitatif membuat peneliti mampu memahami teks melalui kata-kata yang dikelompokkan yang memiliki makna yang sama dalam berbagai kategori, yang pada akhirnya bisa membangun sebuah model atau sistem yang konseptual (Elo dan Kyngas, 2008). Analisis isi yang bersifat kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi berbagai pesan *manifest*, tetapi juga mampu mengidentifikasi *latent messages* dari sebuah dokumen yang diteliti. Hal ini membuat peneliti mampu melihat kecenderungan isi dari sebuah media berdasarkan *context* (situasi sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti), *process* (melihat suatu proses produksi dari media atau isi pesan yang dikreasi secara aktual dan terorganisasi secara bersama), dan *emergence* (makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi yang dibentuk secara gradual ataupun bertahap) dari berbagai dokumen yang diteliti (Bungin, 2003, hlm. 147-148).

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer ialah data utama yaitu artikel-artikel yang ditulis oleh anggota (*member*) YIPC pada media *online Peacenews* di rubrik *Fridaypope* pada bulan Juni dan Juli tahun 2020, sedangkan sumber data sekunder adalah wawancara dengan anggota YIPC, dokumen serta buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Adapun artikel yang ditulis pada rubrik *fridaypope* yang menjadi sumber data utama atau primer pada penelitian ini ialah:

No	Hari / Tanggal Terbit	Judul Artikel	Penulis
1	Kamis, 04 Juni 2020	Sunnah Nabi dalam Melawan Rasisme	Siti Chadijah Boang Manalu
2	Jum'at, 12 Juni 2020	Pertemuan Pengetahuan atau Sebuah Perubahan Pola Pendidikan?	Azan Pranoto
3	Jum'at, 26 Juni 2020	Menerima dan Mencintai Diri	Alannadya Adila
4	Jum'at, 3 Juli 2020	Teguran Al-Quran Kepada Si Muka Masam	Uswatun Hasanah

5	Jum'at, 10 Juli 2020	Memaknai Manusia sebagai Khalifah di Bumi	Fadhlinaa Afiiatul Aarifah
6	Jum'at, 24 Juli 2020	Menghayati Iduladha di Masa Wabah Covid-19	M. Ismail Hasan
7	Jum'at, 31 Juli 2020	Sudahkah Kita Berkurban?	Rahmatullah Al-Barawi

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknis analisis data sebagai berikut.

1. Data direduksi (*Data Reduction*) dapat diartikan sebagai suatu proses mengidentifikasi sebuah data mentah (*raw data*) yang diperoleh dengan melakukan langkah *summary*, pengkodean (*coding*) dan kategorisasi (*categorising*).
2. Data diorganisir (*Organisation*) dapat diartikan sebagai suatu proses pengumpulan atau penyatuan informasi yang dihasilkan dari identifikasi awal (dari proses reduksi data).
3. Data diinterpretasi (*Interpretation*). Langkah akhir dari analisis data adalah menginterpretasikan data. Ini menjadi sangat penting untuk menghasilkan sebuah kesimpulan berdasarkan pertanyaan penelitian (Junaid, 2016, hlm. 65).

Kajian Teori

Analisis Konstruksi Media Massa (Online)

Teori konstruktivisme merupakan sebuah teori yang memandang bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat dari hasil konstruksi sosial dan kebenaran pada suatu realitas sosial bersifat relatif (nisbi). Pada bentuk aslinya, konstruktivisme juga mengacu pada studi yang mengkaji tentang bagaimana struktur mental manusia yang dikonstruksi dari waktu ke waktu dan melihat bagaimana jaringan neural yang sebelumnya dilatih untuk menjalankan tindakan simbolik tertentu untuk menjadi kondisi bagi tindakan yang akan dilakukan selanjutnya (Jhon, 2016, hlm. 216).

Pada awalnya teori konstruksi sosial media massa (*social construction of mass media*) berasal dari teori konstruksi sosial. Peter L. Berger dan Thomas Luckman berpendapat bahwa pada dasarnya realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Beberapa hal yang bisa menjadi asumsi dasar yaitu: pertama, realitas adalah

hasil kreatifitas manusia melalui kekuatan pada konstruksi sosial terhadap dunia sosial yang ada di sekelilingnya; kedua, pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul saling berhubungan satu sama lain, yang bersifat berkembang dan dilembagakan; ketiga, kehidupan masyarakat dikonstruksi secara terus menerus; keempat, perbedaan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas dapat diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam kenyataan yang telah diakui keberadaannya (*being*) yang tidak bergantung pada kehendak manusia itu sendiri, sedangkan pengetahuan dapat didefinisikan sebagai sebuah kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Produk media memiliki kekuatan yang begitu signifikan yang dapat mempengaruhi massa, sangat wajar jika pada teori konstruksi sosial media massa yang menitikberatkan pada aspek *the power of influence* yang terdapat pada prinsip dasar dari *National Association for Media Literacy Education's*, sebagai berikut.

1. Semua pesan media 'dibangun'.
2. Setiap media memiliki karakteristik, kekuatan, dan keunikan 'membangun bahasa' yang berbeda.
3. Pesan media diproduksi untuk suatu tujuan.
4. Semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai.
5. Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media.
6. Media dan pesan media dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, nilai, perilaku, dan proses demokrasi (Tamburaka, 2012, hlm. 84).

Berbicara mengenai berita menurut kaum konstruksionis, berita merupakan hasil dari konstruksi sosial yang akan selalu melibatkan pandangan, ideologi, nilai-nilai, dan wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita, itu adalah hal yang sangat bergantung pada fakta yang dipahami dan dimaknai oleh pekerja media. Proses pemaknaan yang diambil, melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil jika berita adalah pencerminan dari realitas atau fakta yang terjadi (Eriyanto, 2002, hlm. 25-26).

Prinsip media sejatinya adalah pengkonstruksi realitas. Pekerjaan media massa adalah upaya untuk menceritakan rangkaian peristiwa, maka seluruh isi pada media

adalah realitas yang telah dikonstruksikan. Pembuatan berita di media pada dasarnya merupakan realitas-realitas yang disusun sehingga membentuk sebuah cerita. Media dapat dilihat bukan hanya sekadar saluran yang bebas, melainkan juga subjek yang mengkonstruksi realitas itu sendiri.

Eriyanto (2002:24) menambahkan bahwa pada dasarnya media tidak hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, tetapi juga berperan untuk menyusun dan mendefinisikan realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi sehingga menjadi sebuah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Melalui pemberitaan, media dapat membingkai sebuah peristiwa dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya akan menentukan bagaimana masyarakat melihat dan memahami suatu peristiwa dari perspektif tertentu.

Pada konsepsi konstruksionis, berita bisa dikatakan bukan representasi dari realitas. Menurut konsepsi ini berita yang kita baca dan lihat sehari-hari pada dasarnya merupakan hasil dari konstruksi para pekerja jurnalistik dan bukan dari kaidah buku jurnalistik. Dari semua proses yang telah dikonstruksi, dimulai dari memilih fakta, sumber, penggunaan kata, gambar hingga penyuntingan memberikan andil untuk melihat bagaimana realitas tersebut hadir dihadapan masyarakat. Dengan kata lain, berita memiliki sifat yang subjektif atau bisa dikatakan hasil dari konstruksi atau pemaknaan atas sebuah realitas (Eriyanto, 2002, hlm. 28).

Menurut Yatim (dalam Subandy dan Suranto, 1998:134) pada bukunya yang berjudul *Wanita dan Media* mengatakan “bahwa isi media pada hakikatnya adalah hasil dari konstruksi realitas yang menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya, sedangkan bahasa tidak hanya sebagai alat untuk merepresentasikan sebuah realitas, tetapi juga bisa menentukan *relief* seperti apa yang ingin atau akan diciptakan oleh bahasa tentang sebuah realitas tersebut”. Di sisi lain, media menjadi cerminan bagi keadaan di sekelilingnya. Tapi di lain pihak, media juga membentuk realitas sosial itu sendiri. Melalui sikapnya yang selektif dalam memilih hal-hal yang ingin diungkapkannya dan juga melalui caranya dalam menyajikan hal-hal tersebut, media memberi interpretasi, bukan membentuk realitasnya sendiri (Sobur, 2002, hlm. 56).

Coding Data dalam Analisis Isi

Penelitian ini menggunakan *Coding data* sebagai alat untuk menganalisis. *Coding* merupakan sebuah proses penelaahan dan pengujian data mentah yang ada dengan memberikan label dalam bentuk kata-kata, frase atau kalimat. Ada dua tahap dalam langkah *coding*, yaitu pengkodean awal (*initial coding*) atau pengkodean terbuka (*open coding*) dan pengkodean aksial (*axial coding*).

Beberapa penulis mengatakan pentingnya pengkodean selektif dalam melakukan analisis data selain *initial coding* dan *axial coding*. *Initial coding* dapat diartikan sebagai pemberian makna atau label dalam bentuk kata-kata atau frase sesuai dengan data yang ada (misal pada data transkripsi). Untuk *axial coding* diartikan sebagai Langkah atau tahap kelanjutan dari *open coding* dengan cara menciptakan tema-tema atau kategori-kategori yang didasarkan pada kata-kata atau frase yang dihasilkan dari *open coding* (Junaid, 2016, hlm. 66-67).

Media Online (Website)

Perkembangan internet membuat perkembangan media massa juga pesat. Selain media sosial, keberadaan media *online* berita ataupun *website* masih eksis saat ini. Terlihat bagaimana menjamurnya media *online* atau *website* di tengah-tengah masyarakat. Baik *website* khusus berita, kuliner, hiburan, artikel-artikel keagamaan, dan sosial. Sejatinya media *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama (media *mainstream*), tetapi mensubstitusinya. Media *online* bisa dikatakan tipe baru dalam dunia jurnalisme yang memiliki fitur-fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur tersebut unik dan mengemuka, yang mampu menawarkan berbagai kemungkinan yang tidak terbatas dalam proses menyebarkan berita.

Ada lima perbedaan yang signifikan antara media *online* dengan media massa tradisional, dan ini menjadi karakteristik dari media *online*, yaitu pertama, kemampuan internet yang mampu mengkombinasikan berbagai media; kedua, sedikitnya tirani penulis atas pembaca; ketiga, tidak ada yang dapat mengendalikan perhatian khalayak; keempat, media internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung dengan sinambung; kelima, web yang saling berinteraksi; keenam, kecepatannya mampu membuat hal yang menarik sekaligus menakutkan (Septiawan, 2005, hlm. 137).

Menurut beberapa pakar media *online* dipisahkan dari media elektronik, alasannya karena media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang bisa dikatakan personal perorangan (Akbar, 2005, hlm. 13). Rumanti (2002:101) mengemukakan, sebagai media massa, media *online* sejatinya juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik pada sistem kerjanya. Internet sendiri memiliki beberapa karakteristik, yaitu 1) media yang berbasis teknologi, 2) memiliki karakter yang fleksibel, 3) berpotensi interaktif, 4) memiliki fungsi baik secara privat maupun publik, dan 5) memiliki aturan yang tidak kuat ataupun bisa dikatakan rendah dan saling terkoneksi atau terhubung. Media internet juga menciptakan pintu gerbang yang baru bagi lembaga atau organisasi yang dapat diakses secara global di berbagai dunia. Karakteristik yang interaktif dari internet dapat menjadi sebuah sarana yang efektif untuk membangun serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika digunakan secara benar.

Media *online* merupakan media massa “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik. Media *online* adalah produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* dapat disebut *cyber journalism* atau didefinisikan oleh Wikipedia sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan juga didistribusikan melalui jejaring internet. Media *online* secara teknis juga dapat dikatakan media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia (Romli, 2012, hlm. 14).

Media *online* memiliki fungsi utama sebagai *surveillance* dalam memberikan informasi kepada khalayaknya. Selain itu media *online* juga mencakup semua fungsi komunikasi massa. Khalayaknya memiliki sifat-sifat yang ada pada konsep massa. Adapun karakteristik massa pada media *online* ialah seperti khalayak massa yang terdiri dari jumlah yang besar, berada di berbagai tempat, interaktif, heterogen, tidak terorganisir, dan bergerak sendiri (Bungin, 2008, hlm. 75).

Darmawan & Permana, 2013:2) mengemukakan bahwa *World Wide Web* (www) atau yang biasa dikenal dengan *web* ditemukan oleh Sir Timothy John seorang yang berkebangsaan Inggris sekitar tahun 1980-an. Awalnya *web* dibuat hanya dengan tujuan untuk memudahkan tukar-menukar dan memperbarui informasi pada sesama peneliti di tempat ia bekerja, yaitu di *European Laboratory for Particle Physics* (atau yang dikenal dengan CERN) di kota Geneva dekat perbatasan Swiss dan Perancis. Lalu teknologi *web*

ini berkembang dengan semakin banyaknya digunakan sebagai pembuatan *website* hingga *web application*. Juga bermunculan para *developer web* ataupun jasa *website*. *Website* jenis baru dikembangkan untuk *prototype* bagi pengembang lain untuk mengembangkan jenis *website* ini. *Website* saat ini begitu berkembang, banyak orang menggunakan *website* untuk menyampaikan informasi, baik berupa berita, artikel, tips-tips, kajian, dakwah, marketing dan lain sebagainya. Dengan berkembangnya web ini maka ini juga menjadi wadah tersendiri bagi organisasi ataupun individu untuk menyampaikan informasi.

Konstruksi Media Massa dalam Pesan Dakwah Inklusif

Setelah menjelaskan mengenai konstruksi media sosial, maka di sinilah letak fokus kajian teoretisnya. Dengan melihat konstruksi sosial masyarakat Indonesia yang majemuk dan plural maka dibutuhkan penyampaian pesan keagamaan secara inklusif. Pesan dakwah inklusif tentunya pesan yang dapat diterima oleh berbagai kalangan, karena pesan ini tidak terbatas pada *firqah*, *mazhab* bahkan lintas agama sekalipun.

Dengan adanya media massa di tengah-tengah masyarakat, ini tentu saja mampu mempengaruhi pola pikir bahkan perilaku dari masyarakat. Ketika sebuah peristiwa dikonstruksikan media menjadi sebuah tayangan yang memiliki muatan dakwah dan diakses oleh publik yang meliputi umat Islam selaku *mad'u*, tentunya konstruksi media atas sebuah teks ataupun tayangan dalam konstruksi dakwah adalah harapan bagi pengembangan dakwah. Media massa tentunya diyakini dapat memiliki pengaruh yang signifikan. Bungin (2008:38) juga menggunakan pola ini dalam mengamati media sosial terkait dengan iklan televisi.

Media massa *online* yang terintegrasi membuat kegiatan dakwah menjadi semarak. Pada perkembangannya, media massa bisa ataupun mampu melakukan rekonstruksi sosial untuk membentuk opini publik terhadap suatu realitas di tengah-tengah masyarakat. Bungin (2008:13) berpendapat bahwa untuk memahami konstruksi sosial media massa berpijak dari teori dan pendekatan yang konstruktif (konstruktivisme) yang tentunya bermula dari berbagai gagasan yang konstruktif kognitif.

Dakwah tidak bisa dilepaskan dari realitas pada masyarakat tertentu. Secara historis, terdapat dua kemungkinan interaksi Islam terhadap realitas sosio-kultural, yaitu: pertama, dengan adanya dakwah Islam yang mampu memberikan

pengaruh terhadap lingkungan tentunya dapat membentuk realitas sosial yang baru; dan kedua, perubahan eksistensi corak dan arah masyarakat mampu mempengaruhi dakwah Islam. Hal ini bisa dikatakan bahwa aktualitas dakwah ditentukan oleh sistem sosio-kultural. Jika kemungkinan yang kedua ini terjadi, maka dakwah Islam akan lebih bersifat statis atau memiliki dinamika dengan kadar hampir tidak memiliki arti bagi perubahan sosio-kultural (Ahmad, 1983, hlm. 2).

Saat ini dakwah tidak bisa hanya dipusatkan dari masjid ke masjid. Mengingat adanya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang pesat dari tahun ke tahun, dakwah harus mencoba ataupun mencari alternatif lain untuk menyentuh khalayak ramai, tentu saja alternatif yang dapat digunakan bisa dengan media massa atau media *online*. Pengembangan dakwah di luar masjid bisa menggunakan pers atau surat kabar, baik media *online* ataupun *offline*. Pers dalam arti luas bisa menyangkut kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan media cetak, ataupun dengan media elektronik. Masyarakat ataupun pers yang menggunakan media *online* sebagai wadah berdakwah dapat dipandang sebagai bagian dari strategi dakwah, sekaligus dapat dikatakan sebagai instrumen perubahan yang memiliki sifat hikmah, yang memiliki dimensi intelektual, etikal, estetikal dan pragmatikal.

Berbicara mengenai dakwah inklusif, mengemukakan bahwa sangat menarik mengambil argumentasi Nurcholis Madjid mengenai Islam Inklusif. Menurut Madjid (1983:7) Islam dan semangat kemanusiaan yang universal pada hakikatnya saling sejalan. Oleh karena itu, Islam merupakan suatu sistem yang bisa menguntungkan semua orang, termasuk untuk mereka yang tidak beragama Islam, dan oleh karena itu juga Islam bersifat inklusif. Madjid (1983) melihat adanya hubungan antara umat Islam dengan realitas masyarakat yang plural di Indonesia. Watak Islam yang inklusif, merupakan daya perekat yang cukup kuat untuk menjalin kerja sama pada masyarakat yang majemuk ini. Madjid (1987:53) pun menyebut inklusifisme atau keuniversalan Islam ini sebagai fitri ataupun fitrah. Semangat fitrah menurutnya, mencerminkan pengertian bahwa pada diri manusia ada potensi untuk melakukan hal yang benar dan baik. Sifat fitrah yang dimiliki umat Islam harusnya menjadi dasar kerja sama dan berhubungan baik dengan agama lainnya yang ada di Indonesia. Fitrah manusia cenderung pada sikap keadilan yang beradab. Keadilan ini dapat diartikan sikap *fair* atau berimbang atau tidak berat sebelah kepada sesama manusia. Menurutnyanya harus ada pengakuan yang tulus, bahwa manusia beraneka ragam, plural atau majemuk.

Menurutnya lagi bahwa pandangan kemanusiaan yang adil akan melahirkan prinsip pluralisme sosial yang mantap yang dijiwai oleh sikap saling menghargai baik dalam hubungan pribadi maupun anggota kelompok masyarakat (Madjid, 1987, hlm. 53).

Menurut Zuhriyah (2016:226-227) dalam jurnalnya yang berjudul “**Dakwah Inklusif Nurcholish Madjid**” mengemukakan bahwa terdapat tiga hal yang terkait dengan Inklusifisme Islam, yaitu : 1) humanitas dan universalitas, 2) keterbukaan dan menolak eksklusifisme dan absolutisme, serta memberikan apresiasi terhadap pluralisme. 3) memiliki komitmen terhadap sikap-sikap pluralisme. Poin ketiga memandang positif optimis pada kemajemukan, dan menerimanya sebagai sebuah kenyataan dan melakukan tindakan yang baik atas dasar kenyataan tersebut.

Dalam tulisan lainnya, Madjid (1998:113-127) berpendapat bahwa dakwah inklusif dapat dibangun melalui dua pilar yakni: 1) pluralitas harus dipandang sebagai *sunnatullah*. Pluralitas merupakan kenyataan objektif dari umat manusia, bahwa hanya Allah Swt yang tahu dan menjelaskan pertanyaan mengapa manusia berbeda satu dengan yang lain, 2) harus ada titik temu dengan berbagai agama. Islam melalui kitab suci Al-qur’an menyatakan bahwa tidak boleh ada paksaan kepada siapapun untuk memeluk ajaran Islam. Karena, jika Allah Swt ingin dan berkehendak maka semua manusia dijadikannya beriman (Q.S. 2:256, Q.S. 10:99). Islam layaknya agama lain tidak dapat mengelakkan dirinya dari penyebaran misinya yang diyakini memiliki kebenaran eksklusif, tetapi karena dakwah merupakan sebuah panggilan, maka konsekuensinya tidak boleh ada pemaksaan.

Inklusifitas dakwah bisa dikembangkan apabila umat Islam memenuhi konsep pengembangan dakwah secara mendasar bisa dipenuhi, adapun konsep pengembangan dasar tersebut ialah dengan menghormati perbedaan, memperhatikan hubungan antarumat beragama, dan ramah budaya (Mulyadi, 2013, hlm. 65-73). Dakwah inklusif adalah dakwah yang dapat diterima oleh seluruh manusia, dengan berbagai latar suku, budaya maupun agama, karena keuniversalnya. Islam menuntut penganutnya untuk menyebarkan agama ini dengan konsep *rahmatan lil alamin*, bahkan Al-Qur’an sendiri adalah kitab bagi umat manusia, bukan hanya kitab untuk umat Islam. Sebenarnya pada tataran penyampaian dakwah, media *online* sangat tepat melakukan dakwah yang inklusif, karena media *online* menyentuh seluruh lapisan dan agama.

Pembahasan

Pesan Dakwah Inklusif Rubrik Fridaypope pada Media Online peaceneews.yipc.org

Peaceneews adalah media *online* yang digagas oleh *Young Interfaith Peacemaker Community* (YIPC) yang diinisiasi oleh para anggota ataupun para *leader* di komunitas ini. Seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang penelitian ini, bahwa media *online* ini berisikan tulisan-tulisan anak muda atau *member YIPC* untuk menyampaikan pesan-pesan perdamaian yang inklusif dan plural. Pemuda Islam di komunitas ini juga sangat aktif menulis di artikel *Peaceneews* dengan rubrik *Preaching of Peace* yang, untuk pemuda muslim diwadahi rubrik *Fridaypope (Friday Preaching of Peace)*, yang terbit setiap hari Jum'at, ataupun Kamis malam.

YIPC sebagai wadah bagi anak muda muslim dan nasrani, memiliki semangat yang luar biasa dalam menyampaikan pesan-pesan perdamaian, pesan inilah yang bisa disebut pesan dakwah inklusif bagi umat Islam. Semangat menulis bagi anggotanya sangat terlihat dengan aktifnya media *online Peaceneews* ini menerbitkan artikel-artikel di setiap minggunya, yang menjadi unik adalah dakwah ini diwakili oleh anak muda yang berafiliasi pada pergerakan lintas iman.

Analisis Pesan Dakwah Inklusif pada Artikel Fridaypope

a) Pesan Dakwah Inklusif Artikel 01 dan 02

Pada artikel 01 yang berjudul *Sunnah Nabi dalam Melawan Rasisme* karya Siti Chadijah Boang Manalu ini menjelaskan tentang kasus rasisme yang merebak di Amerika pada tahun 2020 silam, kasus ini terjadi setelah oknum polisi Amerika dikatakan membunuh masyarakat kulit hitam yang bernama George Floyd pada saat penangkapannya. Dengan adanya kasus ini maka seluruh dunia mengecam tindakan rasisme di Amerika bahkan terjadi aksi demonstrasi besar-besaran di Amerika. Pesan dakwah Inklusif pada artikel ini menekankan bahwa Islam datang menolak segala bentuk rasisme, karena yang membedakan manusia bagi Allah adalah tingkat ketakwaannya, bukan warna kulit ataupun sukunya. Pesan dakwah inklusif dalam artikel ini menggambarkan bagaimana sosok Rasulullah ketika berdakwah mengajak siapapun untuk menerima Islam, bahkan seorang Bilal bin Rabbah seorang budak kulit

hitam menjadi mulia ketika dimuliakan oleh Islam. Dakwah mengenai penolakan rasisme adalah bentuk dakwah yang mampu diterima seluruh manusia, karena dakwah ini menyentuh pada tataran humanisme dan konsep penghargaan pada manusia dengan apapun latar belakangnya.

Artikel 02 yang berjudul *Pertemuan Pengetahuan atau Sebuah Perubahan Pola Pendidikan* karya Azan Pranoto, menjelaskan mengenai pentingnya pengetahuan. Dakwah inklusif yang disampaikan pada artikel ini ialah mengenai konsep pengetahuan, penggambaran pendidikan sangat penting bagi manusia dan umat Islam. Tulisan ini juga menjelaskan konsep pengenalan Tuhan harus berlandaskan pengetahuan, mereka yang memiliki ilmu pengetahuan dan sadar akan pendidikan akan mengenal nama-nama Allah. Pesan dakwah inklusif yang menonjol pada artikel ini ialah kalimat penulis yang menyatakan “..*sejatinya perjalanan itu sendiri merupakan pengetahuan mengenai hati manusia yang merupakan kunci menuju pengetahuan tentang alam semesta. Hati, sebagai jiwa rasional ketika mencapai kesempurnaan penuhnya, merupakan cita-cita dari penciptaan.*” Kalimat tersebut menggambarkan kedalaman pesan dakwah inklusif, konsep pengetahuan yang dibarengi dengan hati akan menemukan konsep pengetahuan mengenai alam semesta, tentu dalam Islam, pengetahuan sangat penting dan *urgent*. Bahkan ayat pertama yang turun kepada Nabi menjelaskan mengenai pengetahuan, konsep pengetahuan adalah konsep yang diterima oleh semua manusia, maka pada artikel ini telah menjelaskan dakwah yang begitu inklusif.

b) Pesan Dakwah Inklusif Artikel 03 dan 04

Pada artikel 03 yang berjudul *Menerima dan Mencintai Diri* tulisan karya Alannadya Adila, memiliki pesan dakwah inklusif mengenai konsep keyakinan diri dan kepercayaan diri dengan dibarengi keyakinan kepada Allah Swt sebagai Tuhan yang menciptakan manusia sebagai makhluk yang sempurna. Pada artikel ini dijelaskan mengenai pengajakan untuk tidak selalu *insecure* dan membanding-bandingkan diri pribadi dengan orang lain. Pesan inklusif tentang kepercayaan diri, penerimaan diri, memiliki keyakinan bahwa setiap orang memiliki kelebihan masing-masing, juga keyakinan penuh kepada Allah yang menciptakan makhluknya manusia sebagai ciptaan yang sempurna adalah pesan yang dapat diterima oleh semua manusia. Apalagi ditengah-tengah degradasi kepercayaan diri para pemuda mulai merebak. Pesan dakwah inklusif seperti yang tertulis dalam artikel ini salah satunya ialah:

“Setelah kita tahu bahwa sebenarnya kita adalah ciptaan Allah yang sempurna, alangkah lebih baik jika kita bersyukur atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah seperti tubuh yang sehat, kondisi yang baik, ataupun keadaan yang aman.”

Pesan tersebut sesuai dengan ajaran Islam, seperti dalam artikel ini penulis juga memasukkan alquran surah At-Tiin ayat 4 yang artinya: *“Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.”*

Lalu, pada artikel 04 yang berjudul *Teguran Al-Quran Kepada Si Muka Masam, yang ditulis oleh Uswatun Hasanah* menjelaskan tentang teguran Allah Swt kepada Nabi Muhammad saw ketika berpaling kepada seseorang yang hendak meminta nasihat kepada beliau, karena beliau lebih mementingkan kaum kafir Quraisy yang sebenarnya tidak serius mendengarkan Nabi. Pesan dakwah inklusif pada artikel ini ialah setiap orang pasti memiliki kesalahan dan kekhilafan seperti yang dilakukan Nabi Muhammad saw, dan setiap kekhilafan pasti akan Allah tegur, sama seperti Allah menegur sang Nabi di Surah ‘Abasa. Pesan dakwah Inklusif pada artikel ini juga menjelaskan bahwa ketika kita bergaul atau akan berkomunikasi, maka jangan memilih, apakah dia kaya, miskin, dari golongan A atau B, bahkan dengan orang yang lain agama sekalipun. Sikap egaliter dalam berkomunikasi dan memberikan nasihat juga penting, seperti yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw ketika Allah menegurnya, maka Rasulullah tak pernah lagi memandang siapapun ketika berkomunikasi, walaupun sejatinya memang watak sang Nabi suka berkomunikasi kepada siapapun, hanya Rasulullah khilaf ketika itu.

Konsep penerimaan pergaulan kepada siapapun adalah sikap yang positif dalam Islam. Setiap orang adalah teman dan keluarga, jika sesama muslim maka keluarga sesama akidah, jika di luar Islam keluarga sesama manusia. Bersikap baik dan lembut kepada siapapun adalah ciri khas dakwah inklusif yang harusnya dijalankan umat Islam. Pesan dalam artikel ini sangat menggambarkan kasih sayang bagi sesama seperti pesan dakwah yang disampaikan:

“Berusaha mensyukuri apa yang kita punyai saat ini, mensyukuri siapa-siapa yang kita miliki saat ini, yang selalu mendukung kita, menyangi kita. Mensyukuri “hari ini” dan selalu berdoa sambil berusaha memanfaatkan “hari ini” dengan lebih baik, bersyukur lagi, dan

tentunya dengan melebarkan senyum dan keramahan kepada setiap orang.”

c) Pesan Dakwah Inklusif Pada Artikel 05

Pada artikel 05 yang berjudul *Memaknai Manusia sebagai Khalifah di Bumi karya Fadhlinaa Afiifatul Aarifah* ini menjelaskan konsep pemimpin individual manusia dan kaitannya dengan lingkungannya, terkhusus sampah. Salah satu pesan dakwah inklusifnya berbunyi:

“... sebagai seorang pemimpin harus berusaha bertanggung jawab atas apa yang kita lakukan. Misalnya, ketika menghasilkan sampah maka tidak seharusnya membuang dengan sembarangan. Kemudian membuang sesuai jenis sampahnya, tidak membuang sampah plastik pada tong sampah kertas, pun sebaliknya.”

Islam sangat menjunjung tinggi kebersihan diri dan lingkungan. Kebersihan dalam Islam adalah manifestasi keimanan bagi pemeluknya. Pesan dakwah yang mengajak untuk memperhatikan lingkungan adalah pesan dakwah yang pastinya diterima dan didukung oleh semua manusia. Karena setiap manusia pasti menyukai kebersihan, tetapi tidak semua mau memperhatikan kebersihan lingkungan, contohnya mengenai sampah. Tidak banyak orang yang mau mendakwahkan mengenai pentingnya membuang sampah pada tempatnya. Dakwah inklusif mengenai kepemimpinan dan sampah adalah dakwah yang menyentuh semua kalangan dan semua lapisan masyarakat, tanpa memandang sekat-sekat agama dan ras.

d) Pesan Dakwah Inklusif Pada Artikel 06 dan 07

Pesan dakwah inklusif pada artikel 06 dan 07 masing-masing berjudul *“Menghayati Iduladha di Masa Wabah Covid-19”* karya M. Ismail Hasan dan *“Sudahkah Kita Berkurban?”* karya Rahmatullah Al-Barawi, kedua artikel ini sama-sama membahas mengenai kurban. Kedua tulisan ini terbit berkenaan dengan hari raya Idul Adha tahun 1441 H tahun 2020 yang bertepatan pada bulan Juli. Artikel pertama membahas mengenai Idul Adha di masa pandemi dan artikel kedua membahas mengenai konsep kurban, keduanya menceritakan mengenai kisah Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail yang familiar ketika Idul Adha.

Tetapi, dari dua artikel tersebut ada satu pesan dakwah Inklusif yang dapat diambil, yaitu konsep pengorbanan diri. Idul Adha identik dengan kurban ataupun

pemotongan hewan kurban. Hal ini juga menekankan secara esensi manusia harus mampu mengorbankan dirinya dari sikap ego, dengki, rakus, dan tamak. Juga mau rela berkorban untuk menerima segala takdir Allah termasuk takdir Allah mengenai kondisi Covid-19 yang sedang melanda dunia saat ini. Pesan dakwah inklusif yang bisa diambil dari salah satu artikel yang sudah menggeneralisir pesan dari kedua artikel tersebut ialah:

“Karenanya, melalui momentum ibadah kurban ini, mari kita memperkuat solidaritas kemanusiaan, bukan menebalkan sifat kebinatangan. Kita bantu saudara-saudara kita yang membutuhkan sebagai manifestasi dari ta’awun ‘alal birr wat taqwa”

Dakwah inklusif yang disampaikan pada pesan diatas ada dua poin, yaitu pertama, membangkitkan semangat solidaritas kemanusiaan. Sikap humanisme yang ditampilkan pada Idul Adha adalah saling berbagi makanan yaitu saling berbagi daging kurban, baik untuk si miskin ataupun si kaya. Konsep ini bisa menjadi edukasi membangkitkan solidaritas, si miskin bisa merasakan makanan daging yang belum tentu bisa dia beli, sedangkan si kaya menyedekahkan uangnya untuk berkorban. Kedua, menghilangkan sikap kebinatangan. Memotong hewan kurban, bukan hanya memotong “hewan”-nya, tapi juga memotong sikap rakus dan tamak yang ada dalam diri manusia. Maka seharusnya pesan inklusif dari hari raya Idul Adha juga dapat tersampaikan bagi semua kalangan manusia dengan berbagai latar agama agar bisa memahami esensi semangat solidaritas dan menghilangkan sikap kebinatangan agar bisa hidup berdampingan untuk perdamaian.

Simpulan

Dakwah adalah kegiatan mengajak untuk kebaikan yang bersesuaian dengan Al-Qur’an dan sunnah Nabi. Konsep dakwah inklusif adalah dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu dakwah Islam *Rahmatan lil ‘alamin*. Islam dengan nilai universalnya menjadi sangat penting untuk diajarkan dan disebarkan. Konstruksi sosial masyarakat Indonesia yang majemuk dan plural tentunya menuntut dakwah Islam yang inovatif, maka media *online* menjadi salah satu media kreatifitas pemuda Islam dalam berdakwah.

YIPC atau *Young Interfaith Peacemaker* adalah sebuah komunitas lintas iman yang memiliki anggota (*member*) dari latar belakang agama Islam dan Nasrani (baik

Kristen Protestan maupun Katolik). YIPC memiliki *website* ataupun media *online* yang disebut *Peaceneews* atau *peaceneews.yipc.org* yang di dalamnya terdapat tulisan-tulisan mengenai perdamaian dari kedua agama tersebut. Dalam *website Peaceneews* terdapat rubrik *Preaching of Peace* yang dibagi atas dua penulis. Untuk yang muslim, khusus menulis di rubrik *Fridaypope (Friday Preaching of Peace)*, sedangkan untuk yang Nasrani khusus menulis di rubrik *Sundaypope (Sunday Preaching of Peace)*. Dalam melihat dakwah inklusif maka *Fridaypope* kiranya sangat unik bisa dikaji dan diteliti.

Fridaypope berisi tulisan-tulisan dakwah dari pemuda-pemudi muslim *member* YIPC yang bernuansa dakwah Inklusif dan plural. Tulisan-tulisan dakwah ini sangat sesuai dengan konstruk masyarakat Indonesia yang majemuk. Tulisan pada artikel-artikel *fridaypope* telah menjadi salah satu media yang menyampaikan pesan Islam yang sejuk dan dengan suasana yang lebih kekinian bagi anak muda. Pesan dakwah yang ringan tapi sarat ilmu pengetahuan dan konsep berpikir bagi sosial dan agama membuat pesan-pesan dakwah ini menjadi sangat inklusif baik umat Islam.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Amrulloh. (1983). *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: PLP2M.
- Akbar, Ali S.T. (2005). *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung: M2S.
- Bakar, Abu. (2016). Argument Al-Qur'an tentang Eksklusivisme, Inklusivisme dan Pluralisme. *Jurnal Toleransi: Media Komunikasi Umat Beragama*. Vol. 8, No. 1.
- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa, Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Darmawan, Deni dan Deden Hendra Permana. (2013). *Desain Dan Pemrograman Website*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik*. Yogyakarta: Lkis.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group Indonesia.
- Fraenkel, J. R. & Wallen, N. E. (2007). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Singapore: The McGraw-Hill Companies.
- <https://peacenews.yipci.org/memaknai-manusia-sebagai-khalifah-di-bumi/>
- <https://peacenews.yipci.org/menerima-dan-mencintai-diri/>
- <https://peacenews.yipci.org/menghayati-iduladha-di-masa-wabah-covid-19/>
- [https://peacenews.yipci.org/sudahkah-kita-berkurban/](https://peacenews.yipci.org/pertemuan-pengetahuan-atau-sebuah-perubahan-pola-<u>pendidikan/</u></p><p><a href=)
- <https://peacenews.yipci.org/sunnah-nabi-dalam-melawan-rasisme/>
- <https://peacenews.yipci.org/teguran-al-quran-kepada-si-muka-masam/>
- Jhon, Stephen W Little. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Junaid, Ilham. (2016). Analisis Data Kualitatif Dalam Penelitian Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata*. Vol. 10, No. 1.
- K, Septiawan Santana. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Krippendorff, Klaus. (1991). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologis*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Madjid, Nurcholish. (1983). *Cita-Cita Politik Kita, dalam Aspirasi Umat Islam Indonesia*. Jakarta: Leppenas.
- Madjid, Nurcholish. (1987). *Islam, Kemodernan, dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.
- Madjid, Nurcholish. (1998). *Dialog di Antara Ahli Kitab ('Ahl Al-Kitâb): Sebuah Pengantar' dalam Tiga Agama Satu Tuhan, Sebuah Dialog*. Bandung: Mizan.

- Mulyadi. (2013). *Dakwah Inklusif*. Makassar: Alauddin University Press.
- Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial)*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia.
- Rumanti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relation: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sobur, Alex. (2002). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Subandy, Idi dan Hanif Suranto. (1998). *Wanita dan Media Massa: Wanita dan Media*. Bandung: Remaja.
- Suprayogo, Imam. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zuhriyah, Luluk Fikri. (2012). Dakwah Inklusif Nurcholish Madjid. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol. 2, No. 2.