

KOMPARASI DAKWAH *BI AL-QALAM* PADA MASA KENABIAN DAN MASA KEKINIAN

Suf Kasman¹, Nirwan Wahyudi AR², Muhammad Yassir Safri³

UIN Alauddin Makassar, STAIN Majene, STAIN Majene

suf.kasman@uin-alauddin.ac.id, nirwanwahyudi.ar@stainmajene.ac.id,
muhammadyassir770@gmail.com

Abstract

This article highlights the comparison between the practice of preaching through writing (bi al-qalam) during the prophetic era and contemporary times. The research methodology used is a descriptive-comparative approach. Historical and contemporary data are analyzed to explore the practice of bi al-qalam preaching in both historical and current contexts. Historically and substantively, bi al-qalam preaching is not a new entity; it has been practiced in the propagation efforts of the Prophet Muhammad (peace be upon him). The similarities in bi al-qalam preaching between the prophetic era and contemporary times lie in the aspects of message, target audience, objectives, and effects. The differences, on the other hand, are found in the aspects of the subject, form, and types of media used. The practice of bi al-qalam preaching from the prophetic era to the present signifies the universality of Islamic preaching, where its target is not limited to Muslims alone but also includes non-believers, and it is not confined to specific forms and media but evolves dynamically with technological advancements, as the teachings of Islam remain relevant in every time and place (salih fī kulli zamān wa makān).

Keywords: *preaching through writing; bi al-qalam preaching; da'wah journalism.*

Abstrak

Artikel ini menyoroti perbandingan antara praktik dakwah melalui tulisan (*bi al-qalam*) pada masa kenabian dengan praktik yang ada pada masa kekinian. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-komparatif. Data historis dan kontemporer dianalisis untuk mengeksplorasi praktik dakwah *bi al-qalam* dalam konteks sejarah dan juga realitas masa kini. Dakwah *bi al-qalam* secara historis dan substansial bukanlah entitas yang baru ada, melainkan sudah dipraktikkan dalam perjuangan dakwah Rasulullah Muhammad saw. Persamaan dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian dan kekinian terletak pada aspek pesan, objek, tujuan, dan efeknya. Sementara perbedaannya terletak pada aspek subjek, bentuk, dan jenis medianya. Praktik dakwah *bi al-qalam* sejak masa kenabian hingga kini menandakan universalitas dakwah Islam, di mana sasarannya tidak terbatas pada kaum muslim saja, namun juga kaum kafir, serta tidak terbatas pada bentuk dan media tertentu, namun berkembang dinamis seiring kemajuan teknologi sebagaimana ajaran Islam yang senantiasa relevan pada setiap zaman dan tempat (*salih fī kulli zamān wa makān*).

Kata Kunci: *dakwah melalui tulisan; dakwah bi al-qalam, jurnalistik dakwah.*

A. Pendahuluan

Jumhur ulama sepakat bahwa berdakwah hukumnya wajib. Terdapat banyak ayat dalam Al-Qur'an yang menjadi pijakan normatif tentang kewajiban berdakwah, antara lain termaktub dalam Q.S. Ali Imran/3: 104:

وَأَتَكُنُّنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemah Kemenag 2019:

Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Dasar hukum lainnya yang menetapkan kewajiban berdakwah adalah berdasarkan hadis Rasulullah saw. berikut:

حَدَّثَنَا أَبُو عَاصِمٍ الضَّحَّاكُ بْنُ مَخْلَدٍ، أَخْبَرَنَا الْأَوْزَاعِيُّ، حَدَّثَنَا حَسَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ، عَنْ أَبِي كَبَيْشَةَ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً... (رواه البخاري)¹

Artinya:

Telah bercerita kepada kami Abu 'Ashim Adh-Dhahhak bin Makhlad, telah mengabarkan kepada kami Al-Awza'iy, telah bercerita kepada kami Hassan bin 'Athiyyah dari Abi Kabsyah dari 'Abdillah bin 'Amr bahwa Nabi saw. bersabda: Sampaikanlah apa yang (kamu terima) dariku, walaupun satu ayat. (H.R. Bukhari).

Kendati mayoritas ulama sepakat akan kewajiban berdakwah, namun terdapat perbedaan pendapat dalam hal berdakwah hukumnya wajib *'ain* (individual) atau wajib kifayah (kolektif). Ulama yang memandang berdakwah hukumnya wajib *'ain* didasarkan pada pemahaman bahwa lafal *min* (مِنْ) pada Q.S. Ali Imran/3: 104 di atas merupakan *li al-bayan* (bersifat penjelasan). Dengan demikian, tugas menyampaikan dakwah harus dipikul oleh seluruh muslim mukalaf sesuai dengan kemampuannya masing-masing.² Sedangkan ulama yang memandang berdakwah hukumnya wajib kifayah, didasarkan pada pemahaman bahwa lafal *min* (مِنْ) pada Q.S. Ali Imran/3: 104 sebagai *li al-tab'idh* (untuk sebagian). Dengan demikian, apabila telah ada sebagian umat muslim yang melaksanakan dakwah (pada suatu daerah), maka kewajiban berdakwah menjadi gugur bagi muslim mukalaf lainnya.³

Terlepas dari selisih pandangan para ulama tersebut, pada prinsipnya dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam karena Islam adalah agama dakwah, yakni agama yang mengajarkan pemeluknya untuk aktif menyebarkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia melalui jalan

¹ Muhammad bin Isma'il Abu Abdullah al-Bukhari al-Ja'fi, *Shahih al-Bukhari* (Juz IV; Beirut: Dar al-Najah, 1422 H), h. 170.

² Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 40.

³ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, h. 41

dakwah. Wahidin Saputra mengistilahkan kewajiban berdakwah tersebut sebagai *conditio sine qua non* yang berarti tidak mungkin dihindarkan dari kehidupan umat Islam.⁴

Dakwah Islam telah diperjuangkan terus-menerus sejak masa kenabian, sahabat, tabiin, dan generasi berikutnya hingga sekarang dan insya Allah akan terus berlanjut hingga akhir masa. Bahkan lahir dan berkembangnya Islam di permukaan bumi ini tidak dapat lepas dari pendekatan dakwah yang realisasinya menempuh berbagai media dan metode secara dinamis seiring perkembangan zaman, termasuk dakwah melalui tulisan.

Dakwah melalui tulisan lazimnya diistilahkan dengan dakwah *bi al-qalam*. Secara historis dan substansial, dakwah *bi al-qalam* sesungguhnya bukanlah sesuatu yang baru, melainkan sudah dipraktikkan oleh Rasulullah Muhammad saw. Demikian pula para ulama terdahulu hingga kini banyak yang menyampaikan dakwah dalam bentuk tulisan. Dakwah melalui tulisan sangat esensial bagi umat Islam. Menulis berarti peduli terhadap peradaban dunia, karena tulisan dapat memengaruhi orang lain, menjadi referensi, dan memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari.⁵ Penulis tertarik mengeksplorasi praktik dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian (Muhammad saw.) dan mengomparasikannya dengan praktik dakwah *bi al-qalam* pada masa kekinian.

B. Metode Penelitian

Pendekatan metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-komparatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara detail praktik dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian dan masa kekinian, sementara pendekatan komparatif digunakan untuk membandingkan perbedaan dan persamaan antara kedua periode tersebut.

Data historis dan kontemporer menjadi fokus analisis guna mengeksplorasi praktik dakwah *bi al-qalam* dalam dua konteks yang berbeda, yaitu sejarah dan realitas masa kini. Data historis memberikan wawasan tentang bagaimana dakwah *bi al-qalam* dilakukan pada masa kenabian, sementara data kontemporer memberikan gambaran tentang bagaimana praktik tersebut berkembang dan diadaptasi dalam konteks modern.

Melalui analisis data historis, penelitian ini akan mencoba memahami konteks, metode, dan dampak dari praktik dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian. Sedangkan dengan menganalisis data kontemporer, penelitian ini akan mengidentifikasi perubahan-perubahan dalam praktik

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 229.

⁵ Uyun Rika Uyuni. *Membudayakan Dakwah bi al-Qalam* (Studi di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikulur Lebak Banten), 2019. Diss. UIN SMH BANTEN, 2019., h. 2.

dakwah *bi al-qalam* yang disebabkan oleh perubahan zaman, teknologi, dan masyarakat.

Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang holistik tentang evolusi praktik dakwah *bi al-qalam* dari masa kenabian hingga masa kekinian, serta memberikan wawasan yang lebih dalam tentang relevansi dan universalitas dakwah Islam dalam berbagai konteks sejarah dan sosial.

C. Hasil dan Pembahasan

Konsep Dasar Dakwah bi al-Qalam

Istilah “dakwah” secara etimologi berasal dari bahasa Arab “*ad-da’wah*” (الدَّعْوَةُ) yang artinya memanggil, mengajak, menyeru, mendorong, dan mendoakan.⁶ Banyak sekali kata-kata dalam bahasa Arab yang erat kaitannya dengan kata dakwah, seperti antara lain: دَعَا إِلَيْهِ (mengajak kepada); دَعَا عَلَيْهِ (mendoakan kejahatan); دَعَا لَهُ (mendoakan kebaikan); إِذَّ عَى الْأَمْرَ (mendakwahkan perkara); دَاعٍ (yang mendoa, menyeru atau memanggil).⁷ Oleh karena kegiatan menyeru atau mengajak merupakan suatu proses penyampaian (tablig) pesan-pesan tertentu, maka pelakunya juga dikenal dengan istilah mubalig, yakni penyampai atau penyeru. Dengan demikian, secara etimologi dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan tertentu berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.⁸

Berdasarkan penelusuran makna kata dakwah dalam Al-Qur’an, Ali Aziz mengemukakan bahwa dakwah memiliki makna: mengajak atau menyeru (QS. Al-Baqarah/1: 221); berdoa (QS. Ali ‘Imran/3: 38); mengadu (QS. Al-Qamar/54: 10); memanggil (QS. Ar-Rum/30: 25); dan mengundang (QS. Al-Qashash/28: 25).⁹

Pemahaman yang dapat ditemukan dari penelusuran tersebut adalah bahwa dakwah bersifat persuasif atau membujuk manusia secara halus. Kekerasan, pemaksaan, intimidasi, ancaman atau teror agar seseorang melaksanakan ajaran Islam tidak bisa dikatakan dakwah. Doa sendiri berarti permohonan dari hamba kepada Tuhannya. Dengan makna ini dapat dipahami pula bahwa dakwah tidak menekankan hasil, tetapi mementingkan tugas dan proses. Muslim hanya berkewajiban menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kesungguhan tanpa dituntut untuk berhasil. Keberhasilan dakwah terkait dengan campur tangan atau hidayah Allah Swt. Sama halnya dengan

⁶Ahmad Warson Munawwir, “*Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia*” dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2012), h. 6.

⁷Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Cet. I; Jakarta: Amzah, 2009), h. 2.

⁸Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 2.

⁹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2012), h. 6-8.

doa yang yang dipanjatkan tiap hari juga belum pasti terkabul sesuai dengan permintaan, tetapi sebagai hamba tetap wajib memohon kepada Allah Swt.¹⁰

Para ahli telah banyak yang mengemukakan definisi dakwah. Meskipun redaksi yang disajikan berbeda, namun maksud dan makna hakikinya sama, antara lain: Syekh Ali Mahfudz, mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan memotivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹¹ Abu Bakar Zakaria memberi definisi dakwah sebagai usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.¹²

Berangkat dari sejumlah pandangan ahli di atas, penulis berkesimpulan bahwa dakwah adalah upaya yang dilakukan oleh orang beriman untuk menyampaikan ajaran agama Islam kepada orang lain dengan menggunakan berbagai macam media dan metode agar mereka menerima, meyakini, dan mengamalkannya.

Pesan dakwah dalam ilmu komunikasi lazimnya diistilahkan dengan *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah* (مَوْضُوع الدَّعْوَةِ). Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah* (مَادَّة الدَّعْوَةِ). Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah.¹³

Pada prinsipnya, pesan dalam bentuk apapun dapat dikatakan sebagai pesan dakwah, selama tidak bertentangan dengan ajaran Islam yang termuat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Bila dakwah melalui lisan umpunya, maka apa yang diucapkan itulah pesan dakwah (*bi al-lisan*). Bila dakwah melalui tulisan, maka isi dari tulisan itulah pesan dakwah (*bi al-qalam*). Demikian bila dakwah melalui perbuatan, maka perbuatan mulia yang dilakukan itulah pesan dakwah (*bi al-hal*).

Dakwah *bi al-qalam* dapat didefinisikan sebagai penyampaian pesan dakwah melalui tulisan dalam berbagai jenis dan media penulisannya. Tulisan dalam bentuk atau genre apapun yang mengandung seruan kepada ajaran Islam, baik secara tersurat maupun tersirat, semuanya termasuk dalam kategori dakwah *bi al-qalam*.

¹⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 10.

¹¹Ali Mahfudz, “*Hidayat al-Mursyidin*” dalam Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 3.

¹²Abu Bakar Zakaria, “*al-Da'wah ila al-Islam*” dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 11.

¹³Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 318.

Potret Dakwah *bi al-Qalam* Rasulullah Muhammad saw.

Literatur yang menjelaskan tentang siapa dan kapan pertama kali frasa “*dakwah bi al-qalam*” digunakan belum ditemukan. Namun, istilah “*bi al-qalam*” menjadi bagian penting dalam Al-Qur'an, bahkan menjadi nama salah satu surah di dalamnya.

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ۝ ١ (القلم/68 : 1)

Terjemah Kemenag 2019:

Nūn. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan.

Allah Swt. pada ayat di atas bersumpah dengan *al-qalam* (pena) dan segala macam yang ditulis dengannya. Suatu sumpah dilakukan bisa dengan dua tujuan. *Pertama*, untuk meyakinkan pendengar atau orang yang diajak berbicara bahwa ucapan atau perkataan yang disampaikan itu adalah benar, tidak diragukan sedikit pun. *Kedua*, untuk mengingatkan orang yang diajak berbicara atau pendengar bahwa yang dipakai untuk bersumpah itu adalah suatu yang mulia, bernilai, bermanfaat, dan berharga.¹⁴ Oleh karena itu, perlu dipikirkan dan direnungkan agar dapat menjadi iktibar dan pengajaran dalam kehidupan dunia yang fana ini.

Sumpah dalam arti atau tujuan kedua tersebut adalah sumpah-sumpah Allah yang terdapat dalam surah lain, seperti *wal-'asr* (demi masa), *was-sama'* (demi langit), *wal-fajr* (demi fajar), dan sebagainya. Seakan-akan dengan sumpah itu, Allah mengingatkan kepada manusia agar memperhatikan masa, langit, fajar, dan sebagainya. Segala sesuatu yang berhubungan dengan yang disebutkan itu perlu diperhatikan karena ada kaitannya dengan hidup dan kehidupan manusia dalam mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹⁵

Penggunaan sumpah dengan kata *qalam* mengisyaratkan bahwa *qalam* termasuk nikmat besar yang dianugerahkan Allah kepada manusia, di samping nikmat pandai berbicara dan menjelaskan sesuatu kepada orang lain. Dengan *qalam*, orang dapat mencatat ajaran agama Allah yang disampaikan kepada para rasul-Nya, dan mencatat pengetahuan-pengetahuan Allah yang baru ditemukannya. Dengan surat yang ditulis dengan *qalam*, orang dapat menyampaikan berita gembira dan berita duka kepada keluarga dan teman akrabnya. Dengan *qalam*, orang dapat mencerdaskan dan mendidik bangsanya, dan banyak lagi nikmat yang diperoleh manusia dengan *qalam* itu.¹⁶

¹⁴ Muhammad Ali As-Shabuni, *Shafwat at-Tafasir*, Juz 3, (Libanon: Dar al-Fikr), h. 401.

¹⁵ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama RI, “Al-Qur'an Kemenag in Microsoft Word” (Jakarta, 2023).

¹⁶ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama RI.

Pada masa Rasulullah saw., masyarakat Arab telah mengenal *qalam* dan kegunaannya, yaitu untuk menulis segala sesuatu yang terasa, yang terpikir, dan yang akan disampaikan kepada orang lain. Pada masa itu, kegunaan *qalam* sebagai sarana menyampaikan agama Allah sangat dirasakan. Dengan *qalam*, ayat-ayat Al-Qur'an ditulis di pelepah-pelepah kurma dan tulang-tulang binatang atas perintah Rasulullah. Rasulullah sangat menghargai orang-orang yang pandai menulis dan membaca. Hal ini tampak pada keputusan Nabi Muhammad saw. pada Perang Badar, di mana seorang kafir yang ditawan kaum Muslimin dapat dibebaskan dengan cara membayar uang tebusan atau mengajar kaum Muslimin menulis dan membaca.¹⁷

Pada sekitar akhir tahun ke-6 Hijriyah, Rasulullah Muhammad saw. mengarahkan dakwahnya keluar jazirah Arab. Langkah pertama yang diambil adalah mengutus duta antara lain ke Romawi, Persia, Syam, Bahrain, dan Yaman, dan masing-masing duta diamanahkan menyampaikan surat dari Rasulullah saw. yang berisi seruan kepada raja dan rakyat negeri tersebut agar memeluk Islam. Duta yang diutus Rasulullah saw. adalah sahabat yang beriman dengan teguh, memahami agama Islam dengan baik, dan memiliki kecerdasan yang tinggi. Tugas mereka bukan hanya menyerahkan surat, namun juga berdialog kepada mereka tentang Islam.¹⁸

Ketika ingin menulis surat-surat tersebut, dikatakan kepada Rasulullah saw. bahwa mereka (yang dituju) tidak mau menerima kecuali surat itu diberi stempel. Maka, Rasulullah saw. pun membuat stempel dari perak bertuliskan "Muhammad Rasul Allah." Tulisan ini terdiri dari tiga baris, "Muhammad" sebaris, "Rasul" sebaris, dan "Allah" sebaris.¹⁹

Hasil dakwah *bi al-qalam* Rasulullah saw. melalui surat-surat kepada raja-raja tersebut bervariasi. Ada raja yang menerima dengan baik, bahkan beriman dan memeluk Islam, yakni Najasyi (Raja Habasyah). Ada yang menolak dengan cara yang baik tetapi tidak masuk Islam, yakni Muqauqis (Raja Mesir). Ada pula yang menolak dengan cara merobek surat dari Rasulullah saw., yakni Khosrau II (Raja Persia).²⁰

Pelajaran yang dapat dipetik dari dakwah *bi al-qalam* Rasulullah saw. tersebut yakni: 1) sebagai bukti bahwa risalah Islam adalah rahmat bagi semesta alam; 2) Rasulullah saw. menggunakan metode dan media dakwah yang variatif; dan 3) dakwah *bi al-qalam* secara praktis telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. dan terbukti efektivitasnya.

¹⁷ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama RI.

¹⁸ Wahyu Ilaahi dan Harjani Hefni Polah, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 63.

¹⁹ Shafiyurrahman Al-Mubarakfuri, *Sirah Nabawiyah* (Yogyakarta: Mutiara Media, 2018), h. 509.

²⁰ Wahyu Ilaahi dan Harjani Hefni Polah, *Pengantar Sejarah Dakwah*, h. 64.

Potret Dakwah *bi al-Qalam* Kontemporer

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi beriringan dengan gelombang globalisasi kian deras dan meluas. Fenomena tersebut dilukiskan oleh McLuhan dengan istilah *global village*, yakni dunia yang dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar.

Eksistensi dakwah makin memiliki posisi penting dan signifikan di tengah-tengah kehidupan masyarakat transisional yang semakin kompleks dan komplikatif.²¹ Oleh karena itu, aktivitas (model, bentuk, dan strategi) dakwah pun harus menyesuaikan dengan dinamika perubahan masyarakat. Inisiasi, kreasi, dan inovasi dakwah menjadi tuntutan atau kebutuhan demi keberlanjutan aktivitas dakwah, termasuk dakwah *bi al-qalam*.

Wujud dakwah *bi al-qalam* yang semakin variatif dewasa ini dapat dibedakan menjadi dua macam berdasarkan medianya, yakni media cetak dan media digital. Bahkan, seiring adanya konvergensi media, media cetak dan media digital pun dapat dipadukan. Misalnya, sebuah buku dipublikasikan dalam bentuk cetak (*printing*) dan dipublikasikan juga dalam bentuk elektronik (*e-book*).

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.²² Menurut survei statista.com, Indonesia masuk dalam 4 besar negara dengan populasi digital terbesar di dunia per Januari 2023 (di bawah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat).²³ Jumlah netizen itu bisa dipandang sebagai ceruk atau objek dakwah (*mad'u*) yang dapat digarap oleh para dai.

Praktik dakwah *bi al-qalam* di era kontemporer ini bersinggungan dengan jurnalistik, sehingga muncul konsep jurnalistik dakwah yang dapat memiliki dua arti: *pertama*, kegiatan mencari, menulis, dan melaporkan atau mempublikasikan fakta-fakta kebenaran agama Islam yang diindra; *kedua*, jurnalistik yang mengusung misi penyebaran dan pengimplementasian nilai-nilai Islam pada setiap proses, aktivitas, dan produk jurnalistiknya.

²¹ Udji Asiyah, *Dakwah Simpatik: Meraih Simpati Audiens di Era Global* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 29. Lihat juga Budi Raharjo, *Memahami Teknologi Informasi: Menyikapi dan Membekali Diri terhadap Peluang dan Tantangan Teknologi Informasi* (Cet. I; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), h. 11.

²² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://t.ly/7T9F> (Diakses 17 Maret 2023)

²³ Statista. <https://t.ly/IJaB> (Diakses 17 Maret 2023).

Jurnalistik dakwah setali tiga uang dengan jurnalisme profetik, suatu konsep jurnalisme yang terinspirasi oleh Kuntowijoyo yang mengemukakan tiga pilar profetik, yakni humanisasi (amar makruf), liberasi (nahi munkar), dan transendensi (iman kepada Allah).²⁴ Baik jurnalistik dakwah maupun jurnalisme profetik, keduanya merupakan penanda progresivitas dakwah *bi al-qalam* sejak masa kenabian hingga kini.

Komparasi Dakwah *bi al-Qalam* Masa Kenabian dan Masa Kekinian

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi beriringan dengan gelombang globalisasi kian deras dan meluas. Fenomena tersebut dilukiskan oleh McLuhan dengan istilah *global village*, yakni dunia yang dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar.²⁵ Dalam konteks ini, dakwah *bi al-qalam* menjadi semakin relevan dan penting. Pada masa kenabian, Rasulullah menyebarkan ajaran Islam melalui surat-surat yang dikirimkan kepada penguasa Arab, yang merupakan bentuk awal dari dakwah tulisan. Dua sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, juga disebarkan melalui tulisan, sehingga memungkinkan generasi ke generasi untuk mempelajari, memahami, mengamalkan, dan mendakwahnya.

Dakwah *bi al-qalam* bertransformasi dan berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Jika pada masa kenabian tulisan tersebar melalui surat atau manuskrip, kini dakwah dapat disampaikan melalui berbagai platform digital. Perbedaan mencolok ini menunjukkan bagaimana teknologi telah memperluas jangkauan dakwah, memungkinkan pesan-pesan Islam untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan beragam dalam waktu singkat.²⁶ Seperti pada masa lalu, menulis tetap menjadi alat yang ampuh untuk menyebarkan ilmu dan memengaruhi peradaban. Namun, dengan kemajuan teknologi informasi, potensi tulisan sebagai sarana dakwah semakin besar, memberikan manfaat yang lebih luas dalam kehidupan sehari-hari di era globalisasi ini.²⁷

²⁴ Abdul Aziz Harahap and Alfiantri Setiawan, "Paradigma Sosial Profetik Dalam Orientasi Dakwah di Indonesia," *Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan* 3, No. 1 (2022): 64-76, <https://doi.org/10.53491/porosonim.v3i1.338>.

²⁵ Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (Kanada: University of Toronto Press, 1962), h. 21.

²⁶ Nirwan Wahyudi AR dkk., "The Digitalization of Da'wah Based on the Local Wisdom of Indonesian Society," *International Conference on Science and Islamic Studies* 9058 (2023): 1167–82, <https://proceedings.uin-alauddin.ac.id/index.php/icosis/icosis2023/paper/view/1080>.

²⁷ Saenal Abidin, Musafir Pababbari, dan Nila Sastrawati, "Relasi Agama dan Teknologi: Strategi Dakwah Kontemporer," *Shoutika* 3, no. 2 (2023): 1–11.

Penelitian komparatif merupakan salah satu metode riset dengan cara menganalisis dua atau lebih variabel untuk mencari dan menemukan persamaan-persamaan serta perbedaan-perbedaannya.²⁸ Dalam konteks tulisan ini, setelah menjabarkan potret dakwah *bi al-qalam* pada masa Rasulullah saw. dan masa kontemporer, penulis komparasikan keduanya berdasarkan aspek subjek/penulis, pesan, bentuk/wujud pesan, jenis media, tujuan, dan efeknya.

Tabel Komparasi Dakwah *bi al-Qalam*
pada Masa Kenabian dan Masa Kekinian

Aspek	Dakwah <i>bi al-Qalam</i> Masa Kenabian	Dakwah <i>bi al-Qalam</i> Masa Kekinian
Subjek/penulis	Rasulullah saw. dan sahabat.	Ulama, cendekiawan, jurnalis, warganet, dan penulis pada umumnya (yang dengan sadar berdakwah melalui tulisannya).
Pesan	Ajaran Islam (yang memuat masalah akidah, syariat, dan akhlak).	
Bentuk/wujud	Penulisan wahyu dan surat-surat Rasulullah saw. kepada raja-raja kafir.	Semua bentuk karya tulis, baik fiksi maupun nonfiksi, ilmiah maupun nonilmiah, termasuk produk-produk jurnalistik.
Jenis media	Pelepah kurma, tulang binatang, dan sebagainya.	Media cetak dan media digital.
Objek/sasaran	Umat manusia (muslim maupun kafir).	
Tujuan	Menyeru agar mengetahui dan mengimani Islam.	
Efek	Kognitif (mengetahui Islam), afektif (menerima Islam), dan konatif (mengamalkan Islam).	

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa ada kesamaan antara dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian dan masa kontemporer dalam hal esensi pesan yang disampaikan, objek dakwah, tujuan yang ingin dicapai, dan dampak yang dihasilkan. Namun, perbedaannya muncul dalam hal siapa yang menjadi subjek dakwah, bentuk atau format tulisan, dan jenis media yang digunakan sebagai sarana penyampaian.

Pengamatan tersebut menegaskan bahwa praktik dakwah melalui tulisan telah menjadi bagian integral dari sejarah Islam sejak zaman Rasulullah Muhammad saw. Hal ini menunjukkan universalitas dakwah Islam, yang tidak hanya membatasi sasarannya pada umat muslim, tetapi juga

²⁸ Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Malang: Intrans Publishing, 2015) h. 21.

menyasar nonmuslim. Selain itu, praktik dakwah ini juga menunjukkan fleksibilitas dalam menggunakan berbagai bentuk dan media, yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi.

Analisis tersebut mengindikasikan bahwa dakwah melalui tulisan (*bi al-qalam*) terus beradaptasi dengan perubahan zaman dan teknologi, namun tetap mempertahankan esensi dan tujuan yang sama dalam menyebarkan ajaran Islam secara luas dan merangkul berbagai lapisan masyarakat, sebagaimana sifat Islam yang senantiasa relevan pada setiap zaman dan tempat (*salih fī kulli zamān wa makān*).

D. Kesimpulan

Dakwah melalui tulisan (*bi al-qalam*) telah menjadi bagian penting dalam sejarah Islam. Keberadaannya bukan merupakan entitas yang baru ada pada masa kini, namun sudah menjadi praktik yang substansial sejak masa Rasulullah Muhammad saw. Berdasarkan analisis komparatif terhadap praktik dakwah *bi al-qalam* pada masa kenabian dengan masa kekinian, dapat disimpulkan bahwa dakwah *bi al-qalam* tetap relevan dan memiliki kedudukan yang penting dalam berbagai konteks waktu dan tempat dalam sejarah Islam.

Kesamaan pokok dalam pesan, objek, tujuan, dan dampak dari dakwah *bi al-qalam* dari masa kenabian hingga saat ini menegaskan keuniversalan dan kekonsistenan dakwah Islam dalam menyebarkan nilai-nilai moral kepada seluruh manusia. Perbedaan dalam aspek subjek dakwah, format penulisan, dan media yang digunakan menunjukkan adaptasi yang dinamis terhadap perubahan zaman dan teknologi. Hal ini menandakan bahwa praktik dakwah *bi al-qalam* terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman, tetapi tetap mempertahankan esensi dan tujuan dalam menyebarkan ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Saenal, Musafir Pababbari, dan Nila Sastrawati. "Relasi Agama dan Teknologi: Strategi Dakwah Kontemporer." *Shoutika* 3, no. 2 (2023): 1–11.
- Al-Ja'fi, Muhammad bin Isma'il Abu Abdullah al-Bukhari. *Shahih al-Bukhari* (Juz IV; Beirut: Dar al-Najah, 1422 H).
- Al-Mubarakfuri, Shafiyurrahman. *Sirah Nabawiyah*. Yogyakarta: Mutiara Media, 2018.
- Amin, Samsul Munir. *Sejarah Dakwah*. Cet. I; Jakarta: Amzah, 2014.
- AS, Enjang., dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009).

Asiyah, Udji. *Dakwah Simpatik: Meraih Simpati Audiens di Era Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://t.ly/7T9F> (Diakses 17 Maret 2023)

Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Cet. III; Jakarta: Kencana, 2012.

Harahap, Abdul Aziz, dan Alfiandri Setiawan. “Paradigma Sosial Profetik dalam Orientasi Dakwah di Indonesia.” *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan* 3, No. 1 (2022): 64–76.
<https://doi.org/10.53491/porosnim.v3i1.338>.

Ilaahi, Wahyu., dan Harjani Hefni Polah. *Pengantar Sejarah Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2007.

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Kementerian Agama RI. “Al-Qur’an Kemenag in Microsoft Word.” Jakarta, 2023.

Mahfudz, Ali. “*Hidayat al-Mursyidin*” dalam Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*. Cet. I; Jakarta: Amzah, 2009.

McLuhan, Marshall. *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Kanada: University of Toronto Press, 1962.

Munawwir, Ahmad Warson. “*Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia*” dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Cet. III; Jakarta: Kencana, 2012.

Pujileksono, Sugeng. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing, 2015.

Raharjo, Budi. *Memahami Teknologi Informasi: Menyikapi dan Membekali Diri terhadap Peluang dan Tantangan Teknologi Informasi*. Cet. I; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.

Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Statista. <https://t.ly/IJaB> (Diakses 17 Maret 2023).

Uyuni, Uyun Rika. *Membudayakan Dakwah Bi al-qalam (Studi di Pondok Pesantren Qothrotul Falah Cikukur Lebak Banten)*, 2019. Diss. UIN SMH Banten, 2019.

Wahyudi AR, Nirwan, Umar Sulaiman, Saenal Abidin, dan Alfiansyah Anwar. “The Digitalization of Da’wah Based on the Local Wisdom of Indonesian Society.” *International Conference on Science and Islamic Studies* 9058 (2023): 1167–82.

Zakaria, Abu Bakar. “*al-Da’wah ila al-Islam*” dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Cet. III; Jakarta: Kencana, 2012.