

PERKEMBANGAN MEDIA SEBAGAI SARANA DAKWAH

Istina Rakhmawati
SMP 1 Undaan Kudus
Istina.rakhmawati@gmail.com

Abstrak

Media adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima, dari da'i ke mad'u. Untuk itu berdakwah melalui media merupakan penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan sarana media untuk meneruskan pesan kepada audien yang jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Lebih jauh lagi perkembangan media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan atau informasi kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah yang ingin menyampaikan pesan dakwahnya diterima mad'u di seluruh lapisan masyarakat maka dibutuhkan materi dakwah dengan mengikuti perkembangan media sekarang ini diantaranya menggunakan media radio, televisi, internet, facebook, media cetak maupun elektronik. Jika pesan dakwahnya ingin didengar, didengar, dibaca tentunya juga harus menggunakan fasilitas media untuk memudahkan misi dakwah kita, contoh misal teks ayat-ayat al-Quran yang diketip dapat dibaca serta ekspresi wajahnya bisa dilihat oleh semua pemirsa, maka ia harus menggunakan media televisi. Jika ingin pesan dakwahnya dibaca orang, maka seorang dai harus menggunakan media cetak, dan bila pesannya bisa di dengar oleh orang lain maka dibutuhkan media audio (radio) Secara umum berdakwah merupakan kegiatan mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permobonan dan permintaan. Istilah dakwah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah tabligh, amar-ma'ruf dan nabi mungkar, mau'idzhoib hasanah, tabsyir, indzar, washiyah, tarbiyah, ta'lim dan khotbah. Oleh karena itu, secara terminologis pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan

dan keselamatan dunia akhirat. Teknologi di era globalisasi ini telah mengalami kemajuan yang begitu pesatnya, beragam macam media komunikasi bersaing dalam memberikan informasi yang tanpa batas. Dunia kini telah dan sedang berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi yang melahirkan peradaban baru sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta Meningkatkan mobilitas sosial. Kehadiran media ditengah-tengah kita, seperti surat kabar, radio, televisi dan internet, sebagai sarana dakwah di abad modern telah berpengaruh luas. Suatu pesan atau berita dapat dengan mudah di terima oleh masyarakat dalam waktu yang relatif singkat.

Kata Kunci: *Perkembangan Media, Dakwah Islam*

A. Pendahuluan

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *dakwatan*, yang berarti memanggil, mengundang atau mengajak. Sedangkan Secara terminologi, dakwah adalah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar. Dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk merubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap perikehidupan yang Islami (Taufik, 2003: 27).

Suatu proses yang berkesinambungan adalah suatu proses yang bukan incidental atau kebetulan, melainkan benar-benar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi secara terus menerus oleh para pengemban dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah dirumuskan (Hafiduddin, 1998: 7).

Secara bahasa, kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media diartikan perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media adalah media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan

dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat.

Media adalah suatu proses penyampai pesan melalui alat-alat elektronik baik yang berbentuk audio, audio visual dan lain-lain. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebagai apapun metode, materi dan kapasitas seorang da'i tanpa didukung dengan sebuah media yang tepat seringkali hasilnya kurang efektif.

Perkembangan tatanan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat sebagai dampak kemajuan ilmu dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya pertimbangan pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.

Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian murah dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau dunia entertainment berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara live atau recorded, cetak atau elektronik. Oleh karena itu, tugas kita semakin berat, bukan saja siaran itu dapat membimbing umat Islam dalam pengamalan agama, tetapi juga memberikan motivasi kepada umat dan berupaya menggerakkannya agar meningkatkan partisipasinya secara maksimal dalam mensukseskan program-program pembinaan keagamaan.

Oleh sebab itu, para pelaku dan pemilik program siaran keagamaan harus terlebih dahulu mengetahui strategi dan sasarannya, serta juga harus mengetahui bagaimana melaksanakan program dengan sebaik-baiknya? Tentu saja harus mengetahui pula dengan baik kelompok-kelompok yang menjadi sasarannya dan menguasai dengan baik materi-materi siaran agama yang disampaikan. Kemudian, pengelola siaran agama, baik dipusat maupun didaerah, seharusnya menguasai medan dengan baik,

sehingga dengan demikian mereka dapat menyusun program-program siaran agama yang sesuai dengan kenyataan, problem dan sasaran yang tepat.

Agama Islam, adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat yang ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Agama dapat memberi bentuk kepada arti dan kualitas hidup, sebab kalau tidak demikian, maka kita akan kehilangan tujuan, keindahan dan keberkahan hidup. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik (Zulkifli, 2003:35).

Untuk penentuan pendekatan dalam pesan dakwah ini didasarkan atas situasi dan kondisi sasaran dakwah yang melingkupinya. Jika para dai atau mubalig ingin memanfaatkan teknologi informasi modern sebagai media dakwah, maka para dai atau mubaligharus mampu memahami dan sekaligus memengaruhi kebijakan pers, radio dan televisi yang dijabarkan dalam bentuk “politik redaksi” (*redactional policy*) dan agenda masing-masing pers, radio dan televisi itu, agar selalu memperhatikan moral, etika dan nilai-nilai agama. Hal ini merupakan tantangan bagi para dai atau mubalig, karena di negara demokrasi, dengan perkembangan media ke arah bisnis, biasanya media lebih mandiri dan otonom, sehingga sukar dikendalikan atau dikontrol dari pihak luar dirinya. Bahkan sebaliknya pemilik media lah yang dapat mengontrol kegiatan para dai atau mubalig itu (Arifin, 2011: 117).

B. Pembahasan

1. Macam-Macam Media dalam Dakwah

Di era modern, dakwah dihadapkan pada permasalahan sosial yang berkaitan dengan perkembangan pengetahuan dan pola hidup modern. Budaya modern berkembang menjadi persoalan hidup yang mewarnai kehidupan masyarakat, terutama masyarakat yang kurang atau belum dekat dengan nilai keislaman

yang pada gilirannya berlanjut pada budaya yang merembes pada dinamika sosial kehidupan umat Islam. Maka terjadilah pola hidup modern yang tidak seimbang dan menjadi bagian tak terpisahkan dari persoalan dakwah. Tentu, modernitas ekonomi, social, budaya tidak semata-mata sebagai permasalahan yang menghalangi dakwah islamiyah, tetapi juga bisa menjadi penopang dakwah.

Salah satu era globalisasi adalah ditandainya kemajuan di bidang teknologi informasi. Adanya teknologi informasi segalanya menjadi mudah. Kalau dulu seseorang yang ingin menyampaikan pesan ke seseorang yang berada di tempat yang jauh selalu menggunakan surat secara tertulis, namun dengan kemajuan teknologi informasi pesan dalam sekejap saja dapat sampai ke penerima pesan. Semisal melalui telepon, handphone, maupun menggunakan media internet, maupun media tulis dalam hal ini adalah media surat kabar. Disinilah urgensinya teknologi informasi modern dapat digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dapat digunakan sebagai penyampai pesan-pesan dakwah.

Maraknya media sebagai sarana komunikasi massa dan alat pembentuk opini publik di era informasi sekarang ini para mubaligh, aktivis dakwah dan umat islam terkena kewajiban secara syar'i melakukan dakwah bil al-lisan bil al-hal, dan bil al-qalam, para juru dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang ada untuk mengembangkan informasi dakwah. Melihat keinginan yang dimiliki oleh media massa dalam dunia komunikasi, menurut juru dakwah yang mengerti dan memahami bidang media agar menggunakan kesempatan ini dengan kemampuan yang dimiliki untuk mentransformasikan ajaran islam kepada seluruh umat manusia di muka bumi ini (Amin, 2009: 255).

Dakwah dimasa mendatang diperlukan pola-pola penyampaian dakwah Islam yang tidak lagi menuntut kehadiran masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui bantuan teknologi informasi modern. Media teknologi informasi kemudian yang akan mengantarkan pesan-pesan hingga menyentuh para jemaah dalam beragam

nuansa dan suasana. Dengan begitu, dakwah dapat berjalan terus meskipun kesempatan mereka telah tersita seluruhnya. Dakwah yang disampaikan melalui media teknologi informasi akan tetap datang mengunjungi mereka yang sedang istirahat di rumah masing-masing. Mereka tetap dapat menikmati sajian dakwah Islam, tanpa harus meninggalkan pertemuan keluarga selepas makan malam (Muhtadi, 2012: 5).

Salah satu keberhasilan dakwah adalah adanya media yang mampu untuk kelangsungan berdakwah dan media tersebut akan mempermudah dakwah agar bisa sampai kepada mad'u. Ada beberapa macam yang harus diperhatikan oleh para juru dakwah agar informasi dakwah tersebut menghasilkan hasil yang diharapkan, diantaranya :

Pertama, Media Tatap Muka Sebagai Media Komunikasi. Media tatap muka merupakan media komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan, karena media dapat menghasilkan respon secara langsung dan dalam pertemuan ada makna tertentu yang tidak dimiliki oleh media komunikasi lainnya, maka media ceramah, diskusi perkuliahan yang bersifat langsung merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan atau tabligh serta paling mampu melahirkan respon dari publik. Bila kita cermati bersama media ini sebetulnya merupakan salah satu media yang cukup murah, praktis dan strategis. Murah karena tidak memerlukan biaya yang mahal, kita hanya datang, bertemu kemudian apa yang kita inginkan atau kita sampaikan bisa langsung sampai pada yang bersangkutan dan apabila kurang adanya kejelasan kita langsung bisa bertanya dan saat itu juga suasana bisa terselesaikan karena ada kesepahaman dengan apa yang kita inginkan. Praktis karena media ini tanpa mengenal basa-basi bahkan layaknya kita menjalin hubungan silaturahmi, panjang umur, banyak rizki dan banyak saudara karena kita bertemu langsung dengan kita bertemu lewat telepon tentunya auranya adalah berbeda. Strategis, media ini mampu membangkitkan gairah dan pertemanan yang luar biasa disaat kita tidak pernah bertemu kemudian saat ini kita bisa bertemu langsung pasti kerinduan yang selama ini terpendam akan terasa lega dan bahagia.

Kedua, Media audio visual. Media yang berupa audio visual seperti *teater*, *film*, dan *televisi*. Media ini dapat dipakai untuk menerangkan idea atau pesan dengan metode modern seperti cerita atau kisah yang dibacakan; bisa juga berupa pagelaran drama. media ini harus benar-benar mendapat perhatian, karena kelebihannya yang dapat menggapai sasaran sampai ke rumah-rumah dan bisa dibawa ke mana saja dan kapan saja. Eksistensi dan keberadaan media dalam hal ini media dakwah melalui teater, film dan televisi merupakan wasilah media dakwah yang amat besar manfaatnya, sebab ia termasuk dari beberapa media sebagai pembentuk opini masyarakat hampir bisa dikatakan sebagai menu yang istimewa. Masyarakat saat ini mendambakan informasi actual dan selalu dapat mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui media film dan televisi ini dapat membentuk informasi dakwah islam, semisal penulisan artikel-artikel tentang keislaman, maupun kisah-kisah sejarah islam yang dikemas dengan gaya bahasa yang sangat bagus melalui media audi visual sehingga menarik untuk kita kaji (Aziz, 2004: 150).

Sementara itu problem yang muncul terkait dengan upaya membangun kesadaran beragama tersebut adalah *Pertama*, perkembangan teknologi media film secara perlahan menggeser kecenderungan masyarakat dari budaya tulis ke budaya dengar maupun budaya penglihatan. Masyarakat tidak lagi tertarik untuk mendengarkan sebuah cerita, terutama cerita keagamaan yang monoton, akan tetapi masyarakat sudah cenderung beralih menyaksikan teks-teks agama dan dalam hal ini media massa sangat membantu dan masyarakat cenderung menikmati sajian melalui media film. *Kedua*, kecenderungan masyarakat untuk menggali informasi dan pengetahuan agama secara formal telah berkurang dan berganti dengan kecenderungan untuk menggali informasi dan obyek yang memberikan penyegaran. Dalam hal ini, materi-materi bisa disajikan dalam bentuk media film yang diburu oleh khalayak luas. Alhasil, tradisi-tradisi agama yang pada awalnya memberikan penyegaran secara ruhani, secara perlahan ditinggalkan karena dianggap tidak memberikan pengaruh psikologis dan bahkan dakwah keagamaan menjadi rutinitas dan ritual keagamaan yang menjemukan.

Ketiga, Media visual. Media visual saja juga dapat digunakan; seperti peta foto-foto kejadian-seperti bencana alam, foto puing-puing dan kehancuran akibat perang, serta gambar-gambar lain yang merupakan akibat kejaliman. Seperti sejarah islam masuk ke nusantara, sejarah berdirinya kerajaan samudra pasai, kerajaan Demak Bintoro, kerajaan mataram yang kesmu itu tidak terlepas dari beberapa cerita dakwah yang bisa dikomunikasikan melalui media visual. Media tersebut sangatlah membantu untuk mengenalkan sejarah masa lampau kepada anak keturunan kita berikutnya. Kejadian fenomena alam yang pernah terjadi saat adanya gelombang sunami di daerah aceh yang merusak sarana dan prasarana, gedung-gedung banyak yang roboh, rumah-rumah penduduk yang hancur rata dengan tanah bahkan banyak yang meninggal akibat terjangan gelombang sunami dan masih banyak lagi. kemudian lagi dengan ada adanya bantuan gambar peta banyak orang yang terbantuan dengan media tersebut, tidak terkecuali dakwah juga mengalami proses yang sama terbantu oleh peta dakwah yang kita buat sehingga dakwah bisa sampai kepada masyarakat atau mad'u dan masih banyak lagi.

Keempat, Media individual. Media individual seperti siaran radio, kaset-kaset khutbah atau pelajaran, baik berupa kaset ataupun CD yang pada masa sekarang ini banyak tersedia di mana-mana. Masing-masing media tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda serta memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Seperti contoh radio memiliki kelebihan dapat didengar dimanapun tempatnya bahkan di seluruh penjuru dunia melalui *streaming*, harganya pun terjangkau.

Kesemua media dakwah ini apabila digunakan secara maksimal untuk kepentingan dakwah, maka diharapkan memberikan pengaruh yang positif bagi mitra dakwah. Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana kita menggunakan media dakwah tersebut dengan tepat dan sesuai dengan kebutuhan mitra dakwah sehingga penyampaian dakwah menjadi efektif. Perkembangan teknologi komunikasi mendorong lahirnya institusi social dalam dinamika social. Institusi tersebut adalah

intituti yang bergerak di bidang media komunikasi seperti Radio, koran, majalah, televisi, internet, serta handphone. Semuanya terbentuk melalui perkembangan teknologi komunikasi. Semuanya hadir sebagai keunggulan institusi komunikasi dan sarana dalam kehidupan manusia. Semuanya hadir dan diatur secara legal dalam negara kita tercinta. Institusi tersebut juga diatur sebagai media informasi, media pendidikan, media hiburan, serta sebagai alat kontrol sosial masyarakat.

Pada perkembangan Literasi Media, Keunggulan teknologi industri dalam hal ini telah mencapai pada titik efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian mudahnya dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau media industri radio berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara *live atau recorded* (Tamburaka, 2013: 71).

Kelima, Media dakwah melalui lisan. Sebagai media dakwah dan media pembinaan umat, mauidzah hasanah, atau dengan materi khutbah harus dipersiapkan dengan baik. Apalagi jika diperhatikan, khutbah jumat merupakan salah satu pembinaan yang bersifat indroktiner, yang harus didengar dengan baik dan tekun oleh para jamaah, diam dan mendengarkan hukumnya wajib (Hafiduddin, 1998: 85).

Melalui khutbah jumat, pembinaan umat bisa dilaksanakan secara rutin dengan tema yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Media komunikasi melalui mauidzah hasanah juga merupakan alternatif dakwah melalui media komunikasi yang bersifat pembinaan akhlak, moral maupun spiritual agar senantiasa bisa dimanfaatkan oleh mad'u dimanapun mereka berada. Adanya media dakwah ini diharapkan memberi kontribusi yang baik kepada perkembangan media saat ini.

Keenam, Media elektronik. Agama Islam adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat

yang ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Agama dapat memberi bentuk kepada arti dan kualitas hidup, sebab kalau tidak demikian, maka kita akan kehilangan tujuan, keindahan dan keberkahan hidup. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik.

Selanjutnya Hamzah Yaqub juga membagi lagi soal media sebagai sarana dakwah menjadi media tradisional dan mode rn. Media dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film, radio, dan televisi. Dari semua itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, aural, dan audiovisual. Untuk mendapatkan sasaran dalam berdakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah yang akan disampaikan serta teknik dakwah yang akan digunakan (baca Yaqub, 1992).

Adapun Media Elektronik saat ini juga menjadi bagian terpenting dalam membantu terwujudnya perkembangan media sebagai sarana dakwah, diantaranya adalah Sebagai Penunjang Dakwah :

Pertama, Media Internet. Internet merupakan jaringan komputer luas yang menghubungkan pemakai komputer satu komputer dengan computer lainnya dan dapat berhubungan dengan komputer dari suatu Negara ke Negara di seluruh dunia , dimana kita dapat melakukan *browsing*, *surfing* *chatting* dan lain-lain. Dibandingkan media dakwah yang lain, Internet memiliki tiga keunggulan :. 1). Karena sifatnya yang *never turn-off* tidak pernah dimatikan dan *unlimited access* dapat diakses tanpa batas. Internet memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun. 2). Media Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya. 3). Sebagian orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi sering kali mendapat kesulitan guna mengatasi dahaga spiritual

mereka. Padahal mereka ingin sekali berdiskusi dan mendapat bimbingan dari para ulama. Sementara itu ada sebagian orang yang ingin bertanya atau siap berdebat dengan para ulama untuk mencari kebenaran namun kondisi sering tidak memungkinkan. Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia. Para ulama seharusnya dapat menggunakan internet sebagai media efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya (Taufik, 2003:113).

Ada dua komponen penerapan dakwah lewat internet bisa digunakan, yakni lewat *mailing list* atau *email* dan penyaluran informasi melalui *web-site*. Namun saat ini yang paling optimal adalah melalui email. Karena kita tahu, email tidak terlalu membutuhkan teknologi tinggi. Dan dari segi statistik pun, populasi pengguna email sudah sangat banyak. Sedangkan bila kita menggunakan *web-site* atau situs-situs, kebalikannya dengan email, yakni membutuhkan proses yang lebih panjang dan rumit kendati dari segi tampilan mungkin menarik.

Internet adalah media dan sumber informasi yang paling canggih saat ini sebab teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, kecepatan, ketepatan akses dan kemampuan menyediakan berbagai kebutuhan informasi setiap orang, kapan saja, dimana saja dan pada tingkat apa saja. Berbagai informasi yang dapat diperoleh melalui Internet antara lain lapangan pekerjaan, olahraga, seni, belanja, perjalanan, kesehatan, permainan, berita, komunikasi lewat *email*, *mailing list*, dan *chatting*, bahkan artikel-artikel ilmiah dalam berbagai disiplin ilmu, dan lain sebagainya. Hampir semua bidang tugas manusia, apapun jenisnya, dapat dicari melalui Internet. Internet sebagai sumber informasi memungkinkan semua orang untuk terus belajar seumur hidup, kapan dan dimanapun serta untuk keperluan apapun. Dan untuk kebutuhan belajar bagi setiap individu, Internet tidak hanya menyediakan fasilitas penelusuran informasi tetapi juga komunikasi.

Berdakwah merupakan kewajiban setiap manusia, setiap orang dalam berbagai profesi bisa melaksanakan da'wah. Sebab berda'wah dapat dilakukan dalam multidimensi kehidupan. Sebagaimana telah diketahui bahwa dakwah Islam tidak hanya

bi al-lisan (dengan ungkapan atau kata-kata), melainkan juga *bi al-kitab* (sengan tulis-menulis), *bi at-tadbir* (manajemen atau pengorganisasian) dan *bi al-hal* (aksi sosial). Seorang dai atau muballigh yang baik tidak hanya menguasai materi dakwah, melainkan juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal itu akan mempermudah dai dalam memilih kata dan menemukan metode apa yang harus digunakan. Sesuai dengan sabda Rasulullah SAW yang artinya: “*Berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka.*” (HR. Muslim).

Sejauh ini memang belum ada penelitian mengenai efektivitas pemanfaatan internet bagi kepentingan dakwah Islam. Tapi yang pasti, di kalangan akademisi telah memanfaatkan sarana internet secara optimal bagi pengembangan syiar agama. Hal tersebut misalnya ditandai dengan banyak bermunculan situs baru bernuansakan Islam. Sebab itu, bisa dikatakan dakwah melalui internet ini sangat efektif karena didukung oleh sifat internet yang tidak terbatas ruang dan waktu. Materi keislaman dan dakwah bisa disebar dengan cepat dan efisien. Dari segi biaya pun menjadi sangat murah. Informasi yang disebar lewat internet, dapat menjangkau siapapun dan di manapun asalkan yang bersangkutan mengakses internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain.

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.

Sebuah langkah yang baik telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Langkah-langkah untuk berdakwah melalui internet dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan

tentang Islam, diantaranya: cybermuslim atau cyberdakwah, Situs Dakwah Islam, YoutubeIslam atau IslamTube, Website, Blog dan Jaringan sosial seperti: Facebook dan twitter. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya (Safei, 2002).

Kedua, Media Televisi. Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar.

Kelebihan televisi sebagai media dakwah jika dibandingkan dengan media yang lainya adalah:

- a. Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.
- b. Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu kharakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.
- c. Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
- d. Media televisi bersifat audio visual. Hal ini memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.

Adapun Kelemahan televisi sebagai media dakwah, secara umum Kelemahan-Kelemahan itu antara lain:

- a. Cost yang terlalu tinggi untuk membuat sebuah acara Islami di televisi
- b. Terkadang terjadi percampuran antara yang haq dan yang bathil dalam acara-acara televisi
- c. Dunia pertelevisian yang cenderung kapitalistik dan profit oriented
- d. Adanya tuduhan menjual ayat-ayat Qur'an ketika berdakwah di televisi
- e. Keikhlasan seorang da'i yang terkadang masih diragukan
- f. Terjadinya mad'u yang mengambang
- g. Kurangnya keteladanan yang di perankan oleh para artis karena perbedaan karakter ketika berada didalam dan di luar panggung.

Namun disisi lain, televisi merupakan salah satu kebutuhan manusia di zaman modern ini. Televisi juga merupakan salah satu sarana dan media yang sangat efektif dalam segala hal termasuk berdakwah. Televisi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat sekarang ini. Jadi, dakwah melalui media televisi merupakan masukan bagus untuk menambah wacana dan wawasan masyarakat pada umumnya. Dakwah masa kini banyak melalui media massa dan televisi ini salah satu sarannya. Kita lihat berapa banyak keberhasilan para da'i melalui media televisi. Walaupun mereka bukan dari latar belakang ustadz dan ustadzah, tapi dari berbagai profesi bisa dijalankan melalui media televisi. Saat ini media penyiaran televisi dihebohkan dengan polemik perubahan siaran televisi digital atau analog. Televisi digital dikenal sebagai High Defenition Television yang memiliki layar yang lebih lebar. Sedangkan televisi analog dikenal sebagai *Standard Defenition Television* merupakan jenis jenis televisi yang paling banyak digunakan dimana televisi analog ini menerima sinyal yang dikirimkan dalam bentuk gelombang analog bervariasi yang berkelanjutan. Kedua televisi ini sangat banyak membantu demi mempermudah dakwah islam saat ini (Tamburaka, 2013: 68).

Ketiga, Media Radio. Pengertian Radio menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan

pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi. artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Beberapa kelebihan sebagai media dakwah, yaitu :

- a. Cepat dan Langsung. Radio adalah sarana tercepat, lebih cepat daripada Koran dan Televisi dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu yang banyak seperti siaran Televisi atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.
- b. Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemilikinya. Kita jarang sekali duduk dalam satu grup dalam mendengarkan radio, tetapi biasanya mendengarkannya dilakukan sendirian, seperti di mobil, di kamar tidur, dan sebagainya.
- c. Dekat. Suara penyiar radio hadir di rumah dan sangat dekat dengan pendengar. Pembicaraan langsung menyentuh aspek pribadi.
- d. Hangat. Paduan kata-kata, efek suara dan musik dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atau memperoleh kehangatan dari suara penyiar, dan pendengar seringkali berfikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.
- e. Sederhana. Proses siaran radio tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola atau pendengar.
- f. Tanpa Batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, SARA (Suku, Agama, Ras, antar golongan), dan kelas sosial. Hanya Tunarungu yang tidak mampu mengonsumsi dan menikmati siaran radio.
- g. Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau membeli alat televisi, pesawat radio relatif lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut biaya sepeserpun untuk mendengarkan radio.

- h. Fleksibel. Siaran radio dapat dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, dan lainnya.

Sementara kelebihan-kelebihan media radio yang sudah diuraikan diatas tentunya juga mempunyai beberapa Kelemah-kelemahan yang dimiliki oleh media Radio tersebut, diantaranya kelemahan radio sebagai media dakwah adalah :

- a. Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti membaca Koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisannya.
- b. Global. Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karena angka-angka dibulatkan. Misalkan penyiar akan menyebutkan Seribu orang lebih, untuk angka 1.053 orang.
- c. Batasan Waktu. Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dnegan surat kabar yang mampu menambah jumlah halaman dengan bebas.
- d. Beralur Linier. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Berbeda dengan membaca, dapat langsung menuju halaman akhir, awal atau tengah.
- e. Mengandung Gangguan. Seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis.

Radio merupakan salah satu sarana berdakwah yang efektif. Apalagi di segala penjuru bisa menjangkau dakwah dengan adanya radio. Bagi masyarakat pada umumnya yang kurang mampu, pasti mengerti dan memahami radio dan fungsinya. Salah satu fungsi radio itu jika dimasukan untuk berdakwah pun sangat bermanfaat dan efektif. Radio pada zaman sekarang ini sudah hampir tertinggal dengan media lain. Namun, radio masih sangat efektif dan tepat untuk berdakwah bagi masyarakat yang kurang mampu. Karena radio bisa dijangkau oleh segala kalangan.

Dakwah melalui radio pun bisa dilakukan pada zaman sekarang ini, karena semodern apapun zaman sekarang ini

masih ada masyarakat yang terbelakang dan belum menjangkau media-media elektronik yang canggih. Dan radio salah satu cara berdakwah yang bisa dilakukan para Da'i. Adapun program siaran keagamaan melalui media radio dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta dapat menembus ruang dan waktu tanpa batas, ini perlu dikemas dengan baik bagaimana suatu siaran keagamaan atau dakwah menjadi panutan dan diterima masyarakat secara lugas dan menyenangkan, memiliki daya tarik dan berhasil guna bagi audiens.

Selanjutnya ada beberapa program tayangan media yang jelas-jelas memasukkan agama ke dalam daftar acara media diantaranya adalah berdakwah Melalui Film atau sinetron. Sebagaimana kita ketahui bersama, perkembangan agama dan televisi paling mencolok pasca reformasi adalah maraknya film dan sinetron islami. Selain film layar lebar yang bertema islam yang disadur dari novel seperti Perempuan berkalung Sorban, Ayat-ayat Cinta, Negeri Lima Matahari, ketika cinta bertasbih dan banyak lagi. Sejumlah besar sinetron bertema serupa juga membanjiri televisi Indonesia. Beberapa diantaranya adalah : Para Pencari Tuhan, Rahasia Ilahi, Hidayah, Astaghfirullah, Takdir Ilahi dan sebagainya. Dari segi tema sinetron ini kesemuanya menundukkan atau kepasrahan pada kehendak Allah, kesabaran dan kemurahan hati dalam menerima tekanan (Sofjan, 2013:45).

Ini membuktikan bahwa dakwah melalui media sangat membantu dalam hal dakwah islam, dimana dakwahtainment tersebut memadukan alur cerita yang dikemas secara islami sesuai dengan misi dakwah islam. Hal ini membuktikan bahwa dakwah islam sebetulnya juga bisa disampaikan melalui beberapa cara termasuk diantaranya menggunakan jasa layanan media. Salah satu unsure yang mudah kita saksikan adalah cara mereka berpakaian, cara mereka bertutur kata, cara mereka menyampaikan ajakan yang dikenalkan para actor dan aktrisnya selalu mencerminkan nuansa islami. Salah satu unsure yang mudah kita saksikan adalah cara mereka berpakaian, cara mereka bertutur kata, cara mereka menyampaikan ajakan yang dikenalkan para actor dan aktrisnya selalu mencerminkan nuansa islami.

Keempat, Media Cetak. Media cetak atau media Surat Kabar dapat diartikan sebagai lembaran cetak yang bersifat umum, akan tetapi isinya selalu actual. Mengenai apa yang terjadi di sekitar kita bahkan di penjuru dunia semua mengandung nilai untuk disimak sebagai sarana informasi. Secara leksikal, surat kabar juga bisa diartikan suatu lembaran kertas yang bertuliskan kabar atau berita dan sebagainya.

Kemudian surat kabar juga merupakan bagian dari penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita, karangan-karangan bahkan iklan yang dicetak dan diterbitkan secara tetap atau periodik dan hal ini bisa sebagai sarana informasi. Selain hal tersebut ada beberapa ciri yang terdapat dalam surat kabar diantaranya : Pertama, terekam artinya berita yang dimuat tersusun secara sistematis. Kedua, menimbulkan perangkat mental secara aktif. Ketiga, pesannya menyangkut kebutuhan khalayak. Keempat, efeknya sesuai dengan tujuan dan masih banyak lagi.

Berkaitan dengan pesan dakwah tersebut, menurut pandangan Tasmara (1997: 43), merupakan cara yang dilakukan juru dakwah untuk menyampaikan isi pesan yang disampaikan madu. Ketika menyampaikan suatu pesan dakwah, maka isi pesan tersebut sangatlah penting peranannya. Walaupun pesan tersebut baik tetapi disampaikan dengan cara yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Untuk itu kejelian dan kebijakan juru dakwah dalam menyampaikan pesan dibutuhkan keahlian agar dapat tercapai tujuan. Pesan dakwah yang tepat pada dasarnya dapat membimbing manusia menuju moralitas yang baik. Disini juru dakwah dituntut untuk selalu memahami situasi dan kondisi masyarakat yang setiap saat mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial-keagamaan

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam setiap keberhasilan dakwah diantaranya adalah unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah :

1. *Da'i* (pelaku dakwah), orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan atau perbuatan baik secara individu maupun kelompok.
2. *Mad'u* (mitra dakwah), orang yang menjadi sasaran dakwah

- baik sebagai individu maupun kelompok.
3. *Maddah* (materi dakwah), masalah ini pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u.
 4. *Wasilah* (media dakwah), merupakan alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.
 5. Thariqah (metode dakwah), metode yang akan digunakan artinya cara untuk menyampaikan sesuatu, atau dengan kata lain cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja.
 6. Astar (efek dakwah), *feed back* (umpan balik), ini digunakan untuk menganalisis keberhasilan atau kegagalan dalam strategi dakwah contoh, apabila ada kesalahan tidak terulang kembali (Aziz, 2009:137).

Untuk penentuan pendekatan dalam pesan dakwah ini didasarkan atas situasi dan kondisi sasaran dakwah yang melingkupinya. Misalnya masyarakat yang membutuhkan pencerahan agama Islam umpamanya, tentunya dakwah dengan pendekatan komunikasi penyiaran Islam akan lebih tepat sasaran. Jika para dai atau mubalig ingin memanfaatkan teknologi informasi modern sebagai media dakwah, maka para dai atau mubalig harus mampu memahami dan sekaligus memengaruhi kebijakan pers, radio dan televisi yang dijabarkan dalam bentuk "politik redaksi" (*redactional policy*) dan agenda masing-masing pers, radio dan televisi itu, agar selalu memperhatikan moral, etika dan nilai-nilai agama. Hal ini merupakan tantangan bagi para dai atau mubalig, karena di negara demokrasi, dengan perkembangan media ke arah bisnis, biasanya media lebih mandiri dan otonom, sehingga sukar dikendalikan atau dikontrol dari pihak luar dirinya. Bahkan sebaliknya pemilik media lah yang dapat mengontrol kegiatan para dai atau mubalig itu (Arifin, 2011: 117)

C. Simpulan

Media adalah suatu proses penyampai pesan melalui alat-alat elektronik baik yang berbentuk video, audio, audio visual, media cetak dan media elektronik lainnya. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Perkembangan

dakwah terdapat pada sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam suatu sistem. Macam-macam media sebagai penunjang demi perkembangan media dakwah diantaranya, media audio visual, media visual, media individual, media cetak, dan media elektronik. Sedangkan media lainnya yang bersifat elektronik juga sebagai penunjang dakwah diantaranya media internet, televisi, dan radio.

Berkaitan dengan informasi pesan dakwah tersebut, maka perkembangan dakwah saat ini merupakan cara yang dilakukan juru dakwah untuk menyampaikan isi pesan yang disampaikan mad'u. Ketika menyampaikan suatu pesan dakwah, maka isi pesan tersebut sangatlah penting peranannya. Walaupun pesan tersebut baik tetapi disampaikan dengan cara yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Untuk itu kejelian dan kebijakan juru dakwah dalam menyampaikan pesan dibutuhkan keahlian agar dapat tercapai tujuan. Pesan dakwah yang tepat pada dasarnya dapat membimbing manusia menuju moralitas yang baik. Disini juru dakwah dituntut untuk selalu memahami situasi dan kondisi masyarakat yang setiap saat mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial-keagamaan.

Daftar Pustaka

- Abdul Zulkipli, *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*, Ghani, Jakarta, hlm 34-35
- Asep Saeful Muhtadi, 2012, *Komunikasi Dakwah : Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Anwar Arifin, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei, 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*, Pustaka Setia, Bandung.
- Apriadi Tamburaka, 2013, *Literasi Media*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Didin Hafighuddin, *Dakwah Aktual*, Gema Insani, Jakarta, 1998
- Dicky Sohjan, 2013, *Agama dan Televisi di Indonesia Seputar Dakwahainment*, Yogyakarta, Globethics.net
- Hamzah Ya'qub, 1992, *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*, Bandung: CV. Diponegoro.
- James P. Chaplin, 1997, *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Moh. Ali Aziz, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rohandi Abdul fatah dan M. Tata Taufik, *Manajememen Dakwah di era global sebuah pendekatan metodologi*, Amisisco, Jakarta, 2003, hlm, 113
- Samsul Munir Amin, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: AMZAH.
- Wahyu Ilaihi, 2010, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Halaman ini bukan sengaja dikosongkan