

KELEBIHAN DAN KELEMAHAN MEDIA DAKWAH DI ERA GLOBALISASI

Alim Puspianto
STAI Luqman al-Hakim Surabaya
alimpuspianto@gmail.com

Abstrak

Kemajuan zaman menuntut agar aktivitas dakwah mampu mengikuti perkembangan kemajuan dan kecanggihan teknologi. Maksudnya adalah bahwa aktivitas dakwah harus ikut hadir dan mewarnai dalam kehidupan dunia media modern seperti media televisi, radio, media cetak maupun kecanggihan internet dan serba serbi di dalamnya. Sudah menjadi keniscayaan bahwa di era yang serba canggih seperti sekarang ini, untuk mencapai dakwah yang efektif maka diperlukan media. Dimana hal ini merupakan salah satu wujud dari strategi dan metode dakwah di era keterbukaan informasi.

Adapun fokus penelitian ini adalah bagaimana perkembangan khususnya kelebihan dan kelemahan media dakwah di era globalisasi. Tujuan penelitian adalah untuk menepoh perkembangan, kelebihan dan kelemahan media dakwah di era global. Dalam penelitian ini juga dipaparkan dengan jelas kondisi media dakwah sebelum era global yang serba canggih. Dimana relata media dakwah saat itu bisa dibilang sangat sederhana bila dibandingkan dengan kondisi sekarang ini.

Hasil simpulan dari penelitian ini adalah dakwah sebagai salah satu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada kemajuan yang semakin canggih dan tidak terlepas dari adaptasi terhadap kemajuan. Artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada ceramah-ceramah di masjid atau tabligh akbar. Saat ini, dakwah harus dikemas lebih menarik sebagai bagian dari mengikuti perkembangan kemajuan dan kecanggihan zaman. Begitu pula realita media dakwah baik itu berupa media cetak maupun elektronik masing masing dijabarkan dengan jelas baik itu kelebihan maupun kelemahannya.

Kata kunci: *Media dakwah dan era globalisasi*

A. Pendahuluan

Sudah saatnya aktivitas dakwah tidak hanya dilakukan sebatas pemberian ceramah di masjid atau mushalla, kantor-kantor, sekolah dan lembaga atau di acara formal dan non formal lainnya. Tetapi seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah Islamiyah bisa dilakukan melalui media teknologi, seperti media televisi, radio, media cetak maupun internet (medsos). Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media. Merembaknya media saat ini seperti media cetak dan online merupakan salah satu wujud dari era reformasi

dan keterbukaan informasi. Fungsi media itu sendiri adalah memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.¹

Menjadi sebuah keniscayaan bahwa seorang dai harus juga menguasai media dakwah. Penguasaan terhadap media merupakan terobosan terhadap efisiensi dan efektifitas dakwah, karena hal ini berhubungan erat dengan transformasi pemikiran, terutama dikalangan *educated middle class* (pendidikan kelas menengah) sebagai elemen strategis dari unsur perubahan masyarakat. Kalangan ini selalu mencari tatanan terbaik yang akan meningkatkan kualitas masyarakat di masa depan. Faktanya, mereka adalah kalangan yang paling intens berinteraksi dengan media, baik televisi, radio bahkan dalam dunia *cyber* (internet).²

Realitanya kemajuan teknologi dan informasi membuat cara berdakwah pun mengalami perkembangan. Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana, tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi agar pesan dakwah lebih meluas dan bisa dilakukan secara efektif. Karena jika kegiatan atau aktivitas dakwah dilakukan secara massal maka penerima pesan dakwah tidak hanya dikalangan tertentu saja. Kalangan yang dijangkau bisa luas begitu pula dampak yang ditimbulkannya. Mengingat sekarang sudah ada media yang mampu menjangkau masyarakat secara luas maka kegiatan dakwah akan lebih maksimal jika menggunakan atau memanfaatkan media tersebut. tentinya dengan tidak meninggalkan asas manfaat dari tujuan yang akan dicapai oleh kegiatan dakwah adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah SWT dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga tercipta makhluk yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik, keluarga yang sakinah atau harmonis, komunitas yang tangguh serta masyarakat madani yang pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju.³

Kemajuan dan kecanggihan teknologi salah satunya ditandai dengan kemudahan masyarakat dalam melakukan aktivitas dan memperoleh informasi. Hal itu selaras dengan definisi globalisasi, dimana globalisasi adalah sebuah fenomena ketika informasi dapat diperoleh dengan mudah melalui media massa, seperti radio, televisi, surat kabar dan internet. Dalam buku *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, karangan A. Qodry Azizy seperti yang dikutip dari Akbar S Ahmed dan Hansting Donnan menyebutkan globalisasi sebagai perkembangan-

¹ Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam*. (Jakarta: Harakah, 2002). hlm. 64

² Dian Mursyidah dan Agus Salim. Dalam *Media Akademika*, Vol. 27, No.4, Oktober 2012

³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 9

perkembangan yang cepat didalam teknologi komunikasi, transformasi, informasi yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh (menjadi hal-hal) yang bisa dijangkau dengan mudah.⁴

Tidak bisa dipungkiri bahwa realitanya dakwah Islam itu tidak bebas dari berbagai kendala dan tantangan. Realitas dakwah Islam menjadi problem keagamaan yang krusial dan terkadang dilematis. Terlebih lagi, bila di amati dakwah Islam di era teknologi dan informasi seperti sekarang ini, maka tantangan dan kendalanya akan semakin kompleks. Dewasa ini, setidaknya tantangan dakwah Islam tersebut berkaitan dengan ekses globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Kemajuan pesat iptek telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi. Berbagai masalah yang timbul karena pengaruh era teknologi dan informasi, diantaranya:

1. Budaya dan gaya hidup serba seragam dengan tanpa mempertimbangkan urgensinya, seperti pada menu makan, mode pakaian dan kesenangan hiburan.
2. Infiltrasi budaya dan tata nilai asing yang lebih intens dan masif yang banyak bertentangan dengan identitas kepribadian bangsa dan moral agama, seperti melalui televisi dan film.
3. Merebaknya konsumtivisme yang menggiring umat manusia kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik.⁵

Di era globalisasi dan abad informasi dewasa ini, dakwah tidak bisa harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti surat kabar, radio, televisi, film, internet, dan sebagainya. Penggunaan media massa sebagai penyampai pesan, karena media massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau memang terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang

⁴ A. Qodri Azizy, *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2004). hlm. 74

⁵ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi*. Dalam Jurnal At- Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 1, nomor 1, Januari-Juni 2013.

disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, film, internet, dan yang sejenis.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Sedangkan menurut sifatnya, media dakwah ada empat macam, yaitu:

- a. Media cetak, yaitu segala sesuatu yang dicetak seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dan lain-lain.
- b. Media visual, yaitu media yang dapat dilihat seperti pameran, lukisan, foto, slide, dan lain-lain.
- c. Media audio, yaitu media yang dapat didengar seperti radio, tape recorder, gramofon, telephon, dan lain-lain.
- d. Media audio-visual, yaitu media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus seperti, televisi, video, VCD, film, dan lain-lain.

Kehadiran media dakwah tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pesan kepada orang-orang yang berada jauh dari kita. Belum lagi ditambah dengan hadirnya teknologi internet dan serba serbi didalamnya. Mulai dari Facebook, Instagram, Youtube, Web, Tiktok dan semisalnya. Kehadiran media baru tersebut sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat. Tak terelakan juga dengan dunia dakwah, mau tidak mau aktivitas dakwah harus masuk dan mewarnai kehidupan di alam maya tersebut. Karena jika dunia dakwah hanya “bermain” di wilayah tradisional saja maka sudah barang tentu pesan pesan Islam tidak akan maksimal tersampaikan kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, penulis memilih judul dan memfokuskan perhatian terhadap realita dunia dakwah di era global. Dengan harapan akan terpetakan dengan jelas terkait dengan urgensi media dalam keberlangsungan dakwah Islam. Karena relitanya bahwa media dakwah mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan dan menunjang dakwah di era globalisasi seperti sekarang ini. Karena dampak atau efek yang ditimbulkan oleh media sangat luar biasa. Sekali pesan dakwah dimuat oleh media seketika itu pularibuan bahkan jutaan manusia bisa mengaksesnya.

Realitanya bahwa sudah banyak kajian sebelumnya yang membahas tentang persoalan

dakwah dan media. Lebih adalah media modern dengan kecanggihannya yang menyertainya. Namun, dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pembahasannya tentang “Kelebihan dan kelemahan media dakwah di Era Globalisasi”. Dalam kajiannya, peneliti secara fokus mengkaji di aspek kelebihan dan kelemahan media dakwah agar nantinya bisa menjadi pijakan dalam menentukan strategi dan metode dakwah yang efektif dan efisien. Artinya, dalam kajian ini lebih melihat rasionalitas kondisi pendakwah di era modern serta bagaimana mewujudkan dakwah melalui media yang baik dan tepat sasaran.

B. Media Dakwah

Media dakwah adalah dua kata yang sangat familiar dan tidak terlalu sulit untuk kemudian kita mengartikannya. Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.⁶ Secara etimologi berarti alat perantara. Media dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.⁷ Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.⁸ Dengan saran inilah nantinya akan memudahkan sesuatu yang tadinya sulit.

Adapun secara etimologis sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan.⁹ Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.¹⁰ Wilbur Schramm dalam bukunya *Big media Little Media*, tahun 1977, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.¹¹ Secara bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wuslah at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud.¹²

⁶ Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996). Hal 35

⁷ Wahyu Ila'hi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 9

⁸ Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006). hlm. 100

⁹ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990). hlm, 784

¹⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), hlm. 131

¹¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), hlm. 113

¹² Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung,: Widya Padjajaran, 2009) , hlm. 93

Setelah kita memperhatikan pemaparan diatas maka bisa kita simpulkan bahwa media dakwah yaitu segala sesuatu yang dipergunakan atau menjadi penunjang berlangsungnya pesan dari komunikan (da'i) kepada khalayak. Atau dengan kata lain bahwa segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang/alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak).

1. Jenis jenis media dakwah

Dunia dihadapkan dengan sebuah realita bahwa perkembangan informasi dan teknologi begitu cepatnya. Sesuatu yang sebelumnya sulit dengan cepat berubah menjadi mudah. Sesuatu yang dulunya dikerjakan dengan durasi yang cukup lama, seketika menjadi sangat cepat. Sehingga pemanfaatan alat-alat elektronika sebagai media penyampai informasi kepada masyarakat merupakan bagian dari kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan khalayak. Keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus juga dapat dimanfaatkan untuk penyabaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam. Pelaksanaan aktivitas dakwah bagi muslim bukan hanya sebatas memberikan nasehat di atas panggung semata. Tetapi proses dakwah tersebut juga dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media yang ada. Bisa dengan harta benda yang dimiliki, bisa dengan perintah atau larangan bagi orang yang mempunyai kekuasaan, bahkan juga bisa hanya dengan memakai senyuman saja. Banyak media yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah, misalnya lewat koran, radio, televisi, bulletin dan lain sebagainya.

Namun ada juga sarana yang dianggap cukup efektif, dapat tersebar luas, tahan lama hingga dapat disimpan dalam waktu lama, selalu dapat didiskusikan untuk penyempurnaannya, dan banyak lagi keunggulan yang dimiliki, walaupun memang tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Sebagai akibatnya buku dapat dijadikan sebagai alternatif yang cukup representatif sebagai sarana dakwah.¹³ Penggunaan media komunikasi modern adalah sebuah keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaanya untuk kepentingan menyampaikan ajaran Islam atau dakwah Islam. Setidaknya harus dikemas dalam beraneka macam cara dan sarana dengan satu tujuan dapat berlangsung lebih efektif.

Aktivitas dakwah bisa diartikan merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam

¹³ Yunus Hasyim Syam, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007). hlm 41

rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk pemberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).¹⁴ Begitu juga halnya dengan seorang da'i. dimana da'i ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen dakwah secara baik dan tepat. Komponen yang harus dilihat dalam berdakwah antara lain:

- Non Media Massa, biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal,¹⁵ seperti manusia atau benda yang berarti utusan, telepon, surat dan lain-lain.
- Media Massa, yaitu yang digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah,¹⁶ seperti manusia dan benda yang berarti bisa dilakukan pada acara pertemuan, rapat umum, sekolah, spanduk, buku, selebaran, poster serta media massa periodic- cetak dan elektronik, visual, audio dan audio visual.

Selanjutnya, peranan media dakwah adalah sebagai alat bantu yang berarti memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah.¹⁷ Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih media dakwah, yaitu: 1) Tujuan dakwah yang hendak dicapai. 2) Materi dakwah. 3) Sasaran dakwah. 4) Kemampuan da'i. 5) ketersediaan media. 6) kualitas media.

Tidak hanya itu, jenis media dakwah juga bisa dilihat dari sisi penyampaiannya yang digolongkan ke dalam lima bagian, yaitu:¹⁸

¹⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983). hlm 49

¹⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 106

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (bandung: remaja rosdakarya, 2010). hlm. 105

¹⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 164

¹⁸ Ya'qub Hamzah, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedomam Ilmu Jaya, 1992). hlm. 47-48. Bisa jua dilihat pada buku karangan Mohd. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004). hlm. 120.

1. Lisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan lidah atau suara. Termasuk dalam bentuk ini adalah khutbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, pidato-pidato radio, ramah tamah dalam anjang sana, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan, dan lain sebagainya.
 2. Tulisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan misalnya: buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk, dan sebagainya.
 3. Lukisan yaitu gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, dan lain sebagainya. Bentuk terlukis ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, seperti komik-komik bergambar.
 4. Audio visual yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk itu dilaksanakan dalam televisi, sandiwara, ketoprak wayang dan lain sebagainya.
 5. Akhlak yaitu suatu cara penyampaian langsung ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata misalnya: menjenguk orang sakit, bersilaturahmi ke rumah, pembangunan masjid dan sekolah, poliklinik, kebersihan, pertanian, peternakan, dan lain sebagainya.
2. Bentuk bentuk media dakwah
- Banyak referensi yang mencoba mengklasifikasikan jenis media dakwah. Namun secara umum bisa kita simpulkan jenis media dakwah dapat digolongkan ke dalam dua bagian, yaitu:
- a) Media tradisional (tanpa teknologi komunikasi), merupakan berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan didepan umum terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, lenong dan sebagainya.
 - b) Media modern atau media elektronika (dengan teknologi komunikasi) adalah media yang dilahirkan dari teknologi, seperti televisi, radio, pers dan sebagainya.¹⁹

¹⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (bandung: remaja rosdakarya, 2010). hlm. 107

3. Prinsip-Prinsip Media Dakwah.

Perkembangan dakwah Islam terasa begitu pesat dan menyebar keseluruh penjuru dunia. Hal inilah yang semakin menyakinkan kita bahwa Islam adalah suatu agama yang universal dan menjadi rahmat bagi sekalian alam. Karena bersifat universal itulah, ajaran Islam akan selalu relevan dan kontekstual pada setiap zaman dan tempat. Sehingga bisa mengayomi kehidupan seluruh umat manusia. Ajarannya penuh dengan kesejukan dan sungguh tidak menghendaki penganutnya dalam suatu kesulitan. Allah SWT tidak menghendaki kehidupan manusia berada dalam kesempitan akibat adanya pembebanan yang ada di luar kemampuan hamba Nya.

Hadirnya Islam di tengah tangan masyarakat bisa menjadi penyejuk dan pemersatu umat manusia. Adapun di dalam kita melakukan kegiatan dakwah hendaknya tetap mengacu dan berpegang teguh pada prinsip prinsip dalam berdakwah. Hakikatnya, dakwah itu untuk mengajak masyarakat agar mau menjalankan amar makruf nahi munkar. Adapun prinsip-prinsip dakwah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Iman (percaya) kepada apa yang ia dakwahkan.
- b. *Qudwah* (keteladanan) yang baik.
- c. Istiqamah (konsisten).
- d. Sabar menghadapi berbagai kendala dan penderitaan.
- e. Lapang dada dan lembut (santun).
- f. Tawadhu (merendah diri).
- g. Zuhud dan tekun beribadah.
- h. Tekun dan kuat beribadah.
- i. Ikhlas (tanpa pamrih).
- j. Tanggap dan mengerti tentang kondisi lingkungan di sekitarnya.²⁰

4. Fungsi Media Dakwah

Kalau kita telaah secara mendalam media adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi. Dengan adanya media, kita dapat menggunakannya sebagai sarana

²⁰ Muhammad Sayyid Al-Wakil, *Prinsip Dan Kode Etik Dakwah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2002), hlm. 107

komunikasi dan juga sebagai sarana mendapatkan informasi yang aktual. Adapun fungsi media dakwah yaitu²¹:

- a. Fungsi menjelaskan, merupakan fungsi utama dari media komunikasi.
- b. Fungsi menjual gagasan.
- c. Fungsi pembelajaran.
- d. Fungsi administratif.

Perkembangan dunia dakwah telah memancing dan menarik pemerhati untuk dikaji. Lebih lebib para akademisi dan peneliti di berbagai lembaga atau institusi. Meskipun demikian dakwah sebagai kegiatan dan fenomena sosial dapat juga ditelaah dan dikaji melalui studi komunikasi yang sudah berkembang secara internasional. Media dakwah dan komunikasi memiliki kaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Media dakwah salah satu bentuk komunikasi antar manusia. Selain media komunikasi yang banyak melayani khalayak ramai, seperti pers, film, radio, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial. Bahkan penggunaan media bisa dimanfaatkan untuk alat perjuangan politik, alat perjuangan ekonomi, alat perjuangan *la khayr amar ma'ruf* dan *nahy mungkar* (dakwah), baik dalam arti universal maupun dalam arti khusus. Selanjutnya, di era globalisasi saat ini sangat banyak fungsi media yang bisa diperankan untuk berdakwah. Hal ini untuk menjaga agar media dakwah selalu mengabarkan kepada hal kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal. Fungsi dakwah yang bersifat universal dari media massa telah melekat secara inheren dalam pelaksanaan kode etiknya dan konsisten menjaga dan membina moral dan etika masyarakat.²²

5. Manfaat media dakwah

Secara umum, manfaat media dakwah yaitu:

- a. Penyampaian informasi dapat diseragamkan.
- b. Menjadi lebih interaktif.
- c. Efisiensi dalam waktu dan tenaga.
- d. Media memungkinkan proses belajar dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- e. Media dapat menumbuhkan sikap positif.
- f. Merubah peran ke arah yang lebih positif dan produktif.

Selain beberapa manfaat media tersebut, tentu saja masih dapat menemukan banyak manfaat-manfaat praktis yang lain, diantaranya:

²¹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). hlm. 48

²² Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 37

- a. Media dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil.
- b. Media dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak sehingga dapat menimbulkan motivasi, interaksi dengan siapa saja.
- c. Media dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang dan waktu.

Media dapat memberikan kesamaan pengalaman tentang peristiwa-peristiwa di lingkungan mereka serta memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan siapa saja.

C. Era Global

Perkembangan dunia terasa sangat cepat dan seakan kita gagap untuk menerima kenyataannya. Perkembangan ini terjadi tidak hanya didaerah atau negara tertentu, namun perubahan dan perkembangan tersebut terjadi di seluruh penjuru dunia. Istilah globalisasi berasal dari kata *globe* (peta dunia yang berbentuk bola). Dari kata *globe* selanjutnya lahir istilah *global* (yang artinya meliputi seluruh dunia). Dari kata *global* lahirlah istilah *globalisasi*, yang bermakna sebuah proses mendunia. Globalisasi adalah suatu proses dibentuknya suatu tatanan, aturan, dan sistem yang berlaku bagi bangsa-bangsa di seluruh dunia. Globalisasi tidak mengenal adanya batas-batas wilayah bahkan tidak mengenal aturan lokal, regional, kebijakan negara yang dapat mengurangi ruang gerak masuknya nilai, ide, pikiran atau gagasan yang dianggap sudah merupakan kemauan masyarakat dunia harus dihilangkan. Globalisasi berlaku di semua bidang kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya.

Kalau kita telisik lebih jauh globalisasi terjadi ketika ditetapkan formasi sosial global baru dengan ditandai oleh diberlakukannya secara global suatu mekanisme perdagangan melalui penciptaan kebijakan *free-trade*, yakni berhasil ditanda tangannya kesepakatan internasional tentang perdagangan pada bulan April tahun 1994 di Maroko. Kesepakatan ini merupakan suatu perjanjian internasional, perdagangan yang dikenal dengan *General Agreement On Tariff and Trade* (GATT). GATT merupakan suatu kumpulan aturan internasional yang mengatur perilaku perdagangan antar pemerintah. GATT juga merupakan forum negosiasi perdagangan antar pemerintah, serta juga merupakan pengadilan untuk menyelesaikan jika terjadi perselisihan dagang antar bangsa. Tentunya hal itu dimaksudkan untuk kebaikan

bersama.

Setelah melakukan pertemuan tentunya kemudian akan melahirkan sebuah kesepakatan. Hasil kesepakatan ini dibangun diatas asumsi bahwa sistem dagang yang terbuka lebih efisien dari pada system proteksionis, dan dibangun diatas keyakinan bahwa persaingan bebas akan menguntungkan bagi negara-negara yang menganut prinsip-prinsip efektifitas dan efisiensi. Pada tahun 1995, suatu organisasi pengawasan perdagangan dan kontrol perdagangan. Kontrol dunia yang dikenal sebagai *World Trade Organization* (WTO) didirikan. Organisasi global ini sejak didirikan mengambil alih GATT. WTO dirancang bukan sebagai organisasi monitoring bagi Negara-negara yang tidak mematuhi GATT, melainkan akan bertindak berdasar komplin yang diajukan oleh anggotanya. Dengan demikian WTO merupakan salah satu actor dan forum perundingan antar perdagangan dari mekanisme globalisasi yang terpenting.²³

Sebenarnya perkembangan dunia yang terjadi merupakan sebuah kepastian. Lebih jauh globalisasi sebagai proses bukanlah suatu fenomena baru karena proses globalisasi sebenarnya telah ada sejak berabad-abad lamanya. Di akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 arus globalisasi semakin berkembang pesat di berbagai negara ketika mulai ditemukan teknologi komunikasi, informasi, dan transportasi. Loncatan teknologi yang semakin canggih pada pertengahan abad ke-20 yaitu internet dan sekarang ini telah menjamur telepon genggam (*handphone*) dengan segala fasilitasnya. Bagi bangsa Indonesia, proses globalisasi telah begitu terasa sekali sejak awal dilaksanakan pembangunan. Dengan kembalinya tenaga ahli Indonesia yang menjalankan studi di luar negeri dan datangnya tenaga ahli (konsultan) dari negara asing, proses globalisasi yang berupa pemikiran atau sistem nilai kehidupan mulai diadopsi dan dilaksanakan sesuai dengan kondisi di Indonesia. Globalisasi secara fisik ditandai dengan perkembangan kota-kota yang menjadi bagian dari jaringan kota dunia. Hal ini dapat dilihat dari infrastruktur telekomunikasi, jaringan transportasi, perusahaan-perusahaan berskala internasional serta cabang-cabangnya.

Ciri-Ciri Era Globalisasi

Berikut adalah beberapa ciri ciri globalisasi:²⁴

²³ Rudy, May T (2003) *Hubungan Internasional Kontemporer dan Masalah Masalah Global*, Rafika Aditama, (Bandung: Rafika Aditama, 2001), hlm. 47

²⁴ Robert Lauer, *Prespektif Tentang Perubahan Sosial*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2001), hal 73

- a) Adanya perkembangan berita dan interaksi kultural lewat informasi berita disurat kabar, media masa, majalah, koran , televisi, melalui buku buku yang didalam penerapannya mengalami keberagaman cara.
- b) Adanya konflik dan masalah bersama dalam masyarakat luas dan bisa meluas menjadi persoalan dunia yang harus sama sama segera diselesaikan, yaitu berhubungan dengan adanya kerusakan lingkungan alam berupa pencemaran limbah industri pada laut,atau pemanasan global yang mempunyai dampak buruk bagi seluruh kehidupan makhluk di bumi agar tidak menjadi penyebab terjadinya tindakan penyalahgunaan kewenangan.
- c) Adanya aktifitas interaksi dan pertukaran budaya antar satu negar dengan negara lain tanpa kita sadari.
- d) Adanya perubahan perkembangan ekonomi global diseluruh dunia termasuk perdangan dan ekspor impor
- e) Perubahan kemajuan dan perkembangan teknologi disegala aspek yang tidak mengenal ruang dan waktu serta tanpa bisa dicegah siapapun

4. Dampak Era Global

Tentu setiap perubahan pasti memiliki dampak, baik itu dampak yang baik maupun dampak yang buruk. begitu juga dengan kemajuan di era globalisasi pun terdapat dampak positif dan negatifnya bagi kehidupan manusia. Adapun dampak tersebut meliputi²⁵.

1. Dampak Positif.

- a) Perubahan Tata Nilai dan Sikap. Adanya modernisasi dan globalisasi dalam budaya menyebabkan pergeseran nilai dan sikap masyarakat yang semua irasional menjadi rasional.
- b) Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi masyarakat menjadi lebih mudah dalam beraktivitas dan mendorong untuk berpikir lebih maju.
- c) Tingkat Kehidupan yang lebih Baik. Dibukanya industri yang memproduksi alat-

²⁵ Pendidikan Nasional, *Globalisasi dan Pengembangan Kesenian Rakyat Suatu Penghampiran Awal*. Diakses di internet pada tanggal 24 November 2023 dari situs: Depdiknas.go.id

alat komunikasi dan transportasi yang canggih merupakan salah satu usaha mengurangi penggangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

2. Dampak Negatif.

Dampak negatif modernisasi dan globalisasi adalah sebagai berikut.

- a) Pola Hidup Konsumtif. Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang kebutuhan masyarakat melimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada.
- b) Sikap Individualistik. Masyarakat merasa dimudahkan dengan teknologi maju membuat mereka merasa tidak lagi membutuhkan orang lain dalam beraktivitasnya. Kadang mereka lupa bahwa mereka adalah makhluk sosial.
- c) Gaya Hidup Kebarat-baratan. Tidak semua budaya Barat baik dan cocok diterapkan di Indonesia. Budaya negatif yang mulai menggeser budaya asli adalah anak tidak lagi hormat kepada orang tua, kehidupan bebas remaja, dan lain-lain.
- d) Kesenjangan Sosial. Apabila dalam suatu komunitas masyarakat hanya ada beberapa individu yang dapat mengikuti arus modernisasi dan globalisasi maka akan memperdalam jurang pemisah antara individu dengan individu lain yang stagnan. Hal ini menimbulkan kesenjangan sosial.

D. Perkembangan Media Dakwah.

Perkembangan dunia dakwah di awal awal kemunculannya sungguh mampu membelalakkan mata. Betapa tidak, ajaran Islam yang bermula dari Arab tersebut mampu tersebar keeluruh penjuru dunia dalam waktu singkat. Agar meudahkan dalam pemetakan maka pada kesempatan kali ini peneliti bahas dakwah yang dilakukan pada zaman Rasulullah SAW, baik periode Mekkah maupun Madinah.

1. Dakwah periode Mekkah.

Sebagaimana tercatat dibanyak literatur bahwa objek dakwah Rasulullah SAW pada awal kenabian adalah masyarakat ArabJahiliyah, atau masyarakat yang masih berada dalam kebodohan. Dalam bidang agama, umumnya masyarakat Arab waktu itu sudah menyimpang jauh dari ajaran agama tauhid, yang telah diajarkan oleh para rasul terdahulu, seperti Nabi Adam A.S. Mereka umumnya beragama watsani atau agama penyembah berhala. Berhala-

berhala yang mereka puja itu mereka letakkan di Ka'bah. Di antara berhala-berhala yang termahsyur bernama *Ma'abi, Hubai, Khuz'a'ah, Lata, Uzza* dan *Manar*.

Selain itu ada pula sebagian masyarakat Arab Jahiliyah yang menyembah binatang dan arwah arwah leluhur. Begitulah kondisi objektif masyarakat Arab saat Nabi Muhammad SAW diutus, semua masyarakat hampir tenggelam dalam perilaku jahiliyah mereka. Kepercayaan jahiliyah begitu kuat sehingga merambah hampir semua lapisan masyarakat. Dalam berdakwah, Rasulullah SAW memberikan materi dakwah apa yang disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti tentang tauhid, iman kepada hari kiamat, pembersih jiwa dengan menjauhi segala kemungkaran dan kekejian yang menimbulkan akibat buruk, dan dengan melakukan hal-hal yang baik dan utama. Strategi yang dilakukan Rasulullah SAW pada saat itu adalah dakwah secara rahasia. Hal tersebut dilakukan kira kira sekitar tiga tahun lamanya. Tentunya media dakwah yang digunakan di era dakwah sembunyi sembunyi ini juga masih sangat sederhana yaitu dengan penyalipan pesan dari julut ke mulut atau mout to mouth. Barulah setelah kondisi dirasa sudah aman dan kaum muslim sudah kuat kegiatan dakwah dilakukan secara terang-terangan.

2. Dakwah periode Madinah.

Dalam periode Madinah ini, kegiatan dakwah sudah dilakukan dengan terbuka dan ada rasa takut terhadap intimidasi dari kaum kafir Qurais. Materi pengembangan dakwah Islam lebih ditekankan pada dasar-dasar pendidikan masyarakat dan pendidikan sosial kemasyarakatan. Oleh karena itu, Nabi kemudian meletakkan dasar-dasar masyarakat Madinah, sebagai berikut:

- a. Mendirikan Masjid.
- b. Mempersatukan dan mempersaudarakan antara kaum Anshar dan Muhajirin.
- c. Perjanjian saling membantu antara sesama kaum muslimin dan bukan muslimin.
- d. Meletakkan dasar-dasar politik, ekonomi, dan sosial untuk masyarakat baru

Pada masa periode Madinah ini kegiatan atau aktivitas dakwah berbanding terbalik dengan masa sebelumnya. Kalau di era Mekah kegiatan dakwah dilakukan secara sembunyi sembunyi, di era Madinah ini kegiatan dakwah sudah dilakukan dengan terbuka. Tentunya itu bukan tanpa alasan, melainkan karena kondisi umat Islam yang sudah lebih kuat dan jumlahnya pun sudah bertambah banyak. Aktivitas masyarakat sudah dihadapkan dengan situasi

dan kondisi dimana mereka harus saling berinteraksi dengan manusia lainnya secara normal, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Begitu juga realita kegiatan dakwah Islam, di masa Madinah ini dakwah terlihat semakin semarak dan ramai. Umat muslim tidak lagi merasa was was dalam menyampaikan pesan pesan Islam.

3. Dakwah periode era global

Perkembangan media teknologi informasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan e-life, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan e- seperti e-commerce, e-government, e-education, e- library, e-journal, e-medicine, e-laboratory, e-biodiversitiy, dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika.

Bahkan, media dalam berdakwah pun sangat banyak digunakan melalui alat- alat elektronik. Cuma sedikit da'i yang melakukan dakwah dengan menggunakan sistem tradisional. Di Indonesia, media yang digunakan dalam berdakwah, baik secara lisan maupun tulisan misalnya, Televisi, radio, telepon, handphone dan internet. Di Indonesia, jumlah pengguna Internet menurut sangat luar biasa, hampir 80% masyarakat Indonesia sudah menikmati kecanggihan dari internet. Angka tersebut sangatlah fantastik. Tentunya hal ini salah satunya disebabkan beberapa tahun kemarin saat Covid menyerang negara kita ini. hampir semua kegiatan baik yang formal maupun non formal dilakukan lewat online. Bahkan kantor kantor dan lembaga pemerintahan juga memberlakukan WFH (Work From Home). Secara detail berdasarkan data yang didapat dari APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Inonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jemlah tersebut meningkat dibandingkan dengan periode sebelumnya yang hanya sebanyak 210,03 juta pengguna. Dimana total masyarakat indoensia mencapai 275,77 juta jiwa.

Dari data diatas setidaknya bisa dijadikan pijakan bahwa sudah menjadi keniscayaan kegiatan dakwah harus masuk dan merambah ke media khsuusnya internet dan serba serbi yang ada di dalamnya. Hal inilah saat ini sangat urgen agar pesan pesan dakwah mampu tersampaikan secara lebih luar dan bisa dinikmati oleh semua lapisan masyarakat kapanpun dan dimanapun berada. Selanjutnya, dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, dunia dihadapkan kepada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan

alat-alat teknologi sebagai media penyampai informasi kepada khalayak, seperti ini tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam. Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak cukup dengan media tradisional, seperti melalui ceramah dan pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran.

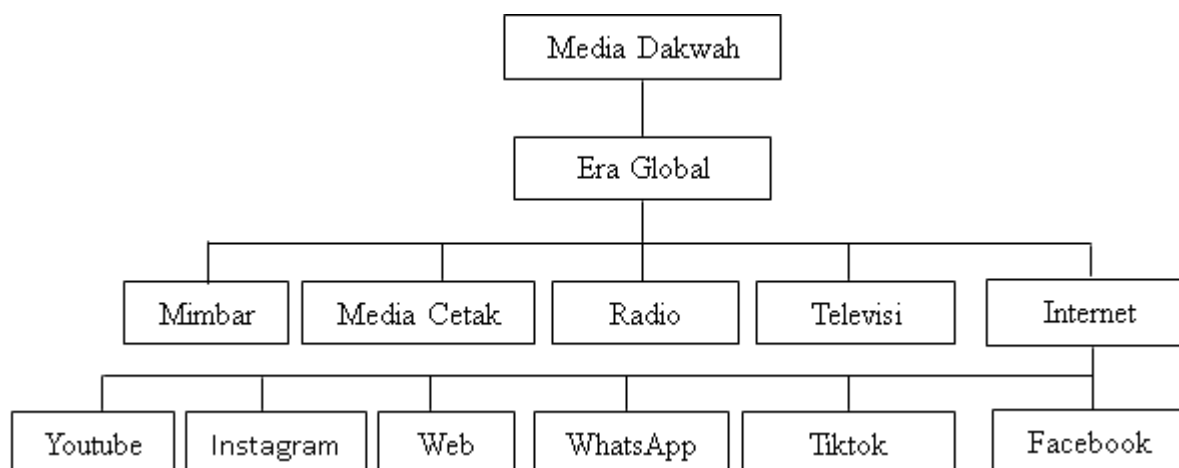
Secara umum dakwah adalah aktivitas mengajak kepada Islam. Lebih jauh dakwah pada dasarnya merupakan suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya. Dalam era informasi ini, banyak para ahli dan pakar penelitian menganggap di era informasi dakwah mesti melibatkan media masa modern sebagai media dakwah. Tanpa ini, maka keberhasilan dakwah akan sulit di capai pendapat demikian didasarkan pada alasan bahwa masyarakat di era informasi memiliki tingkat kesibukan yang insentif. Sehingga tidak memiliki waktu untuk hadir di masjid maupun di majelis ta'lim untuk memperdalam dan mengkaji ajaran keislaman. Waktu senggang sering digunakan untuk menyimak program atau acara yang ditayangkan dan di siarkan di media modern. Hal demikian dapat di maklumi, mengingat media modern telah memanjakan mereka tanpa harus keluar rumah. Maka mereka dapat menyimak dan mendengarkan siaran ceramah tanpa ke masjid maupun ke majelis ta'lim. Mereka cukup duduk manis dan memainkan "kotak ajaib"nya saja, maka hampir semua kebutuhannya akan terpenuhi.

Perkembangan zaman menuntut aktivitas dakwah Islam untuk merambah ke berbagai media dan metode, tidak seperti dulu yang hanya penyebarannya sangat tradisional melalui mulut ke mulut saja. Agama Islam memang agama yang sangat menghargai ilmu pengetahuan, karena wahyu yang pertama turun merupakan perintah untuk membaca. Bukan hanya terbatas pada membaca tulisan saja tetapi membaca tanda tanda kebesaran Allah SWT di dunia. Pada hakikatnya aktifitas dakwah merupakan hal yang fleksibel dan dapat dilakukan dengan berbagai cara atau metode serta direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan dasar keridhaan Allah SWT.²⁶

Itulah relaitan perkembangan kemajuan yang ada di masyarakat saat ini. Perubahan

²⁶ Taufiq Abdullah, *Sejarah Umat Islam Indonesia*. (Jakarta: MUI, 2003). hlm. 62-63

masyarakat yang fenomenal tersebut seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa memecah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Secara umum jika kita tampilkan dalam bentuk bagan maka media dakwah di era cyber ini dapat dituliskan sebagai berikut.



Kemajuan dan kecanggihan teknologi secara tidak langsung juga membawa angin segar perubahan dalam dunia dakwah. Khususnya terkait media dakwah semakin canggih juga. Kegiatan dakwah tidak hanya menyampaikan pesan-pesan Islam melalui mulut ke mulut, mimbar atau pada tempat-tempat tertentu. Saat ini, perkembangan media dakwah cukup baik, karena didukung elektronik, seperti alat komunikasi dan media televisi. Alat media tersebut bisa digunakan dalam berdakwah, dimana alat ini bisa menyampaikan pesan-pesan keislaman serta dapat mewujudkan generasi yang baik dalam berdakwah. Begitu juga sejarah perkembangan media dalam berdakwah, dimana pada masa Rasulullah dan sahabat masih menggunakan metode dakwah sembunyi-sembunyi. Baru kemudian karena kondisi sudah memungkinkan kegiatan dakwah dilakukan secara terbuka. Setelah era Rasulullah dan dilanjutkan oleh para sahabat,

tabi'in dan berlanjut ke para ulama kegoatan dakwah semakin kuat dan jangkauan wilayahnyapun semakin luas. Apalagi ditambah dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih menjadikan media dakwah semakin bervariasi. Hal ini wajar saja karena ketika kita masuk di era globalisasi, dimana era ini sudah mempunyai berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, seperti radio, surat kabar, televisi maupun handphone maka menjadi sebuah keniscayaan pesan pesan dakwah juga harus masuk dan mewarnai media media tersebut.

E. Kelebihan dan Kekurangan Media Dakwah di Era Global

1. Media Cetak

Setiap aktivitas apalagi yang kaitanya dengan urusan keumatan pasti membutuhkan keseriusan dan keahlian tertentu. Begitu juga dengan dakwah menggunakan sarana media cetak memerlukan bakat mengarang karena media cetak merupakan sarana komunikasi tulisan. Banyak da'i yang mampu berbicara didepan mimbar tetapi tidak mampu menuangkannya dalam sebuah karangan. Jadi, frekuensinya *dakwah bil lisan* jauh lebih besar daripada *dakwah bil qalam*. Selain itu, ada juga da'i yang hebat di mimbar dan mahir dalam menuangkan pemikiran melalui tulisan-tulisan dakwah, seperti Buya Hamka dan Muhammad Nastir. Dalam Islam, faktor tulisan dan menulis ini merupakan media awal yang sama usianya dengan media tatap muka.²⁷

Walaupun sekarang perkembangan teknologi komunikasi sangat canggih dan serba online namun teknologi terhadap kepenulisan merupakan tahapan yang tidak akan pernah hilang. Masyarakat dengan mudah memilih jenis media yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya dan mudah untuk menjangkaunya. Termasuk di dalamnya informasi-informasi yang bersifat kerohanian atau keagamaan.²⁸ Melalui media cetak, baik itu berupa buku, surat kabar maupun majalah. Ada beberapa tujuan yang ingin diharapkan, yaitu:

- a. Memotivasi tingkat perhatian atau perilaku seseorang.
- b. Menyampaikan informasi.

²⁷ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008). hlm. 195-196

²⁸ Yunus Hasyim Syam, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007). hlm. 37

c. Memberikan intruksi

Di samping media cetak yang telah disebutkan di atas, juga terdapat media cetak lain yang dapat digunakan sebagai media dakwah, seperti brosur, bulletin dan lain-lain yang mempunyai fungsi sama yaitu menyebarkan informasi melalui media cetak.²⁹

Adapun Kelebihan Media Cetak Adalah:

1. Biasanya relatif tidak mahal.
2. *Fleksibel* (lebih luwes dalam menentukan jadwal publikasi iklan dan surat kabar yang mempublikasikan (apakah lokal, regional atau nasional) berkaitan dengan khalayak yang dijadikan sasaran iklan).
3. Dapat di nikmati lebih lama.
4. *Market coverage* yakni surat kabar mampu menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan wilayahnya.
5. *Comparison shooping* yakni surat kabar sering digunakan sebagai bahan acuan atau referensi konsumen dalam membeli barang atau jasa.
6. *Positive consumer attitude* yakni aktualitas informasi yang disampaikan digunakan juga sebagai acuan pembaca.
7. *Repeatable*, dapat dibaca berkali-kali dengan cara menyimpannya.
8. Harganya lebih terjangkau maupun dalam distribusinya.
9. Lebih mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks atau rigid
10. Analisa lebih tajam, dapat membuat orang benar-benar mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan.³⁰

Sedangkan kekurangan yang dimiliki media cetak, diantaranya:

1. Dari segi waktu media cetak lambat dalam memberikan informasi. Karena media cetak tidak dapat menyebarkan langsung berita yang terjadi pada masyarakat dan harus menunggu turun cetak.
2. Media cetak hanya dapat berupa tulisan dan media cetak hanya dapat memberikan visual

²⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 123

³⁰ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 27

berupa gambar yang mewakili keseluruhan isi berita.

3. Biaya produksi yang cukup mahal karena media cetak harus mencetak dan mengirimkannya sebelum dapat dinikmati masyarakat.
4. Jika sudah lewat hari mudah diabaikan dan cepat basi yakni *Short life span*; meski jangkauannya luas serta dapat didokumentasikan, pembaca surat kabar hanya butuh waktu kurang lebih 15 menit hingga 30 menit untuk membacanya serta umumnya hanya sekali saja membacanya. Selain itu usia informasinya hanya 24 jam setelah itu sudah dianggap basi.
5. *Clutter* yakni Jika isi dan tata letaknya kacau akan mempengaruhi pemaknaan dan pemahaman isi pesan iklan oleh pembacanya.
6. *Limited coverage of certains group* yakni beberapa kelompok tertentu tidak bisa dijangkau oleh surat kabar, misalnya kelompok masyarakat menengah ke bawah atau masyarakat usia di bawah 15 tahun.
7. Dan Jenis bahan yang digunakan biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap.
8. Media cetak sering kali hanya memuat berita yang telah disebarluaskan oleh media lainnya.³¹

2. Media Elektronik.

Kecanggihan media massa sungguh sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat secara luas. Lebih lebih dalam dunia dakwah, da'i yang mempergunakan media massa sebagai sarana dakwahnya harus menyadari bahwa apa yang dilakukannya sedang dibaca, ditonton, didengar oleh ribuan bahkan jutaan orang. Sehingga aktivitas dakwah lewat media massa harus benar benar dilakukan dengan serius dan penuh ketelitian. Karena komunikasi media massa ditunjukkan kepada masyarakat yang luas, heterogen dan anonym. Lebih luas daripada komunikasi tatap muka dalam kelompok besar. Khalayak disebut luas apabila komunikasi disampaikan kepada sekumpulan individu yang beragam dalam tingkat pendidikan ,beragam

³¹ *Ibid*, hlm. 27-28

status sosial ekonominya, dan beragam tempat tinggal.³²

Dalam buku “Dinamika Komunikasi” yang dikarang oleh Efendi disebutkan, media ini sangat penting dijadikan media dakwah, sebab media ini memiliki beberapa kelebihan,³³ yaitu:

1. Bersifat langsung. Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui pers, majalah, dan sebagainya.
2. Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Faktor lain yang tidak mengenal jarak dan rintangan, termasuk daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah.
3. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik, kata-kata, dan efek suara.
4. Biayanya relatif murah. Banyak negara di dunia ketiga asia, afrika, dan amerika latin, radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin.
5. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil. Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungkan tempat-tempat terpencil.
6. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis.³⁴

Adapun kelebihan menyampaikan pesan dakwah menggunakan internet adalah:

1. Jangkauan dakwah lebih luas tanpa terhalang batas kultural dan geografis.
2. Informasi/ pesan dakwah dapat sampai pada *mad'u* dengan cepat.
3. Siapapun dapat mengakses internet, tidak terbatas pada umat Islam saja.
4. Tidak terbatas ruang dan waktu.
5. Dakwah melalui Internet dapat membuka peluang atau kesempatan melakukan hubungan komunikasi keagamaan secara langsung.

³² Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008).hlm. 186

³³ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986). hlm. 173

³⁴ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 411- 412.

Di samping kelebihan dengan menggunakan media dakwah melalui internet, *cyber dakwah* ini juga bertujuan untuk mengetahui:

- a) Daya jangkauan dakwah.
- b) Seberapa besar keterkaitan publik terhadap program dakwah yang dikembangkan.
- c) Seberapa besar nilai, efek, dan pengaruh dakwah yang dilakukan.
- d) Kategorisasi target group secara tidak langsung.
- e) Proses pengakuan dan penerimaan public terhadap dakwah

Kekuatan media ini, tentu, akan sangat efektif jika dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Namun tentu ditengan kemudahan dan kecanggihan yang disajikan tentu ada beberapa catatan yang menyertainya. Kemudahan dan kecanggihan media elektronik dengan serba serbi didalamnya secara tidak langsung menjadi tantangan terseniri bagi dunia dakwah. Sebagai realitanya kita saksikan bahwa ceramah-ceramah keagamaan tidak lagi menarik untuk disimak kecuali hanya sebagai penghibur. Sehingga ceramah keagamaan yang tidak lucu tidak diterima karena tidak menghibur layaknya tontonan yang memberikan aspek relaksasi.

Disinilah salah satu tantangan dakwah lewat media leketronik atau internet. Selain itu berdakwah lewat media internet juga dimanfaatkan oleh pihak pihak yang mengaku paling Islam untuk menyebarkan ajaran ajaran yang menyimpang. Mereka dengan bebas menyampaikan “pesan pesan dakwah” tanpa ada yang langsung melarang. Hal itu dengan sangat mudah kita saksikan bermunculannya situs situs yang dinilai sesat bak jamur yang muncul di musim hujan. Pada akhirnya pemahaman pemahaman yang membungkus dirinya dengan cover Islam tersebut dengan mudah diterima dan mempengaruhi masyarakat luas.

Selain itu berdakwah lewat media juga memerlukan keahlian khusus. Karena banyak kita saksikan bahwa orang yang biasa berdakwah menggunakan metode tradisional akan terasa gagap

bahkan tidak bisa jika disuruh berdakwah lewat media modern. Selain itu berdakwah lewat media modern juga membutuhkan ilmu teknis dunia permediaan. Kegiatan dakwah perlu keseriusan agar mampu bersaing dengan media media maintrem lainnya. Artinya bahwa kegiatan dakwah lewat media harus dikemas dan didesain semenarik mungkin. Sehingga masyarakat modern tertarik dan menerima pesan pesan dakwah dengan tanpa merasa ketinggalan zaman. Bahkan lebih dari itu masyarakat akan merasa bangga menerima pesan dakwah.

F. Simpulan

Menjadi sebuah keniscayaan bahwa pesan pesan dakwah harus masuk dan ikut mewarnai hiruk pikuk kehidupan media di era global. Hal tersebut menjadikan munculnya berbagai media dakwah yang konsisten menyuarakan Islam. Kemasan dakwahpun menjadi sangat bervariasi agar mampu menarik perhatian audiennya. Karena metode dakwah yang klasik atau tradisional dianggap terlalu monoton. Saat ini, dakwah harus dikemas dengan kondisi zaman dan peminat para pendengar serta melalui media massa dakwah merupakan sebuah alternatif yang cukup efektif. Dakwah dapat menggunakan media-media yang digunakan sebagai media komunikasi, seperti surat kabar, radio, televisi, Internet beserta medsos dan serba serbi yang ada didalamnya.

Keberadaan media sangat berpengaruh terhadap isi dakwah yang disampaikan pada masyarakat. Media dapat membentuk opini bahkan mengubah perilaku masyarakat. Seiring dengan itu, kehadiran media membawa nilai positif juga negatif. Tentunya dakwah melalui media diarahkan pada pembentukan perilaku yang baik bagi masyarakat. Sehingga media mampu memberi kontribusi dalam menyukseskan kegiatan dakwah di masyarakat. Hal itu terbukti dengan betapa dampak media begitu luar biasa. segala sesuatu yang ditampilkan di media seakan akan mampu membius masyarakat dengan seketika. Begitu juga dengan pesan dakwah yang disampaikan lewat media, baik media cetak maupun elektronik pengaruhnya sangat terasa sekali. Apalagi pesan pesan dakwah tersebut disampaikan lewat media media modern yang sedang digandrungi oleh semua lapisan masyarakat seperti Youtube, Facebook, Intragram, Tik tok dan lain sebagainya. Sudah tentu pesan pesan dakwah tersebut semakin

akrab dan familiar sehingga mampu mewarnai hidup dan kehidupan masyarakat modern.

Ditengah kelebihan dan kecanggihan media yang sangat luar biasa tersebut tentunya keberadaan media, baik media cetak maupun elektronik pasti mempunyai kelemahan. Hal inilah yang harus menjadi perhatian bagi para pegiat dakwah agar di dalam menentukan media dakwah harus tepat. Adakalanya dakwah lewat media cetak itu sangat efektif, ada kalanya juga dakwah menggunakan media elektronik bisa lebih sukses. Begitu juga tidak menutup kemungkinan kadang dakwah dengan media klasik akan sangat lebih bisa diterima oleh mad'unya. Karena kesuksesan kegiatan dakwah juga tidak semata mata ditentukan medianya tetapi kita juga harus melihat siapa mad'u yang menjadi target dakwhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maliki, Muhammad Alwi. *Kiat Sukses Dalam Berdakwah*, (Jakarta: Amzah, 2016).
- Al- Nazir, Muhammad Sayyid, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013).
- Al-Qardhawi Yusuf, *Islam dan Globalisasi Dunia*, (Jakarta: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2001).
- Amar Ahmad, *Dinamika Komunikasi Islami di media Online*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi , Vol. 11, Nomor 1, Januari-April 2013.
- Amin, Samsul Munir, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2018).
- Anwar, Arifin, *Prinsip Dan Kode Etik Dakwah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2012).
- Arikunto, Suharsimi, *Metodelogi Penelitian*. (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006). Sugiyono, *Metode*
- AS Enjang, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009)
- Asep, Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2002).
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009).
- Azis, Moh. Ali, *Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Global dan Revitalisasi Fakultas Dakwah*. (Jakarta, Kerjasama Fakultas Dakwah IAIN Mataram dan Sentra Media, 2011).
- Azizy, A. Qodri, *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2004).
- Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986).
- Effendy, Onong Uchyana, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja rosdakarya, 2016).

- Hoetomo, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005).
- Hafied, Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000).
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Katsir, Ibnu, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2003).
- Kayo, Khatib Pahlawan. *Kepemimpinan Islam dan Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2005).
- Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Muhammad, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Pimay, Awaludin, *Paradigma Dakwah Humanis*, (Semarang: RaSAIL, 2015).
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2011).
- Rohani, Ahmad, *Media Instruksional Edukatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992).
- Tanzeh, Ahmad, *Metotologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta: Teras, 2011).