

TANTANGAN MEDIA DAKWAH DI ERA GLOBAL

Oleh:

Alim Puspianto

Sekolah Tinggi Agama Islam Luqman Al Hakim Surabaya
alimpuspianto@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi, penyebaran dakwah islamiyah bisa dilakukan melalui media modern yang canggih. Media tersebut meliputi media televisi, radio, media cetak maupun internet. Sehingga untuk lebih mengefektifkan kegiatan dakwah maka diperlukan sebuah media yang sesuai dengan perkembangan zaman. Kondisi tersebut adalah sebuah wujud keseriusan para penggiat dakwah dalam menyiarkan Islam di era global. Terkait hal tersebut maka peneliti mengangkat sebuah tema bagaimana perkembangan dan tantangan media dakwah di era globalisasi seperti sekarang ini

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perkembangan dan tantangan media dakwah di era globalisasi. Adapun metode yang digunakan adalah kajian kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan kajian yang mendalam dan dengan literatur yang relevan serta sesuai dengan tema bahasan harapannya akan tersaji sebuah gambaran secara detail bagaimana perkembangan dan tantangan dakwah di era global. Sehingga bisa dijadikan sebagai tambahan referensi baru terkait dengan pembahasan tantangan dakwah di era global.

Adapun simpulan dari penelitian ini adalah kegiatan dakwah sebagai kunci utama tersebarnya agama Islam harus dikemas dan disajikan dengan strategi penyampaian yang bisa mengikuti perkembangan di era global. Sehingga aktivitas dakwah tidak hanya monoton pada ceramah-ceramah di masjid atau tabligh akbar yang sifatnya konvensional. Saat ini, dakwah harus menggunakan media dakwah modern. Begitu juga dalam hal konten dakwah harus menarik dan mampu masuk ke semua kalangan mulai anak-anak sampai usia senja. Dalam simpulannya penelitian ini menyajikan tantangan media dakwah baik media cetak, elektronik dan media online.

Kata kunci: *Media dakwah dan era globalisasi*

A. Pendahuluan

Arus globalisasi bergerak begitu cepat menyusup keseluruhan sendi kehidupan masyarakat seluruh dunia. Di era yang serba canggih ini sekat-sekat negara dan waktu sudah tidak berlaku lagi. Perkembangan teknologi di bidang informasi telah membuat dunia kian menyempit. Hampir hampir tidak ada satu aspek dalam kehidupan manusia kecuali ada sentuhan kemajuan teknologi di dalamnya. Mulai dari aspek ekonomi, pendidikan, kebudayaan sampai pada aspek dakwahpun tidak luput dari efek perkembangan di era global tersebut. Sehingga 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. Merebaknya 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

Di era global yang serba canggih ini seorang dai sudah semestinya 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

Tuntutan dari kemajuan di era globalisasi 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. tentunya 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

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

Kecanggihan dan kemajuan teknologi sungguh sangat memudahkan 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-pekerjaan yang cepat didalam teknologi komunikasi, transformasi, informasi yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh (menjadi hal-hal) yang bisa dijangkau dengan mudah.⁴

Menjadi sebuah kenyataan bahwa aktivitas dakwah Islam itu pasti akan dihadapkan dengan berbagai kendala dan tantangan. Kondisi tersebut menjadi sebuah sajian yang harus dihadapi oleh setiap dai dalam mensyiarkan agama Islam. 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 eksistensi 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

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.

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 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 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.

Menjadi catatan sudah banyak kajian terdahulu yang membahas tentang persoalan dakwah dan media. Lebih lebih adalah media modern dengan kecanggihan yang menyertainya. Namun, dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pembahasannya tentang “tantangan media dakwah di Era Globalisasi”. Dalam kajiannya, peneliti secara fokus mengkaji diaspek tantangan media dakwah agar nantinya bisa menjadi pijakan dalam menentukan startegi dan metode dakwah yang efektif dan efisien. Artinya, dalam kajian ini lebih melihat rasionalitas kondisi pendakwah di era global serta bagaimana menyajikan dakwah Islam dalam bentuk yang elegan dan bisa diterima oleh semua kalangan.

B. Media Dakwah

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.

Sedangkan 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*, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang

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

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

⁸ Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Teksual 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

dapat digunakan dalam pengajaran.¹¹ Secara bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wushlah at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud.¹²

Berdasarkan uraian dan 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 penyebaran 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

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

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

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

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 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. Foot not

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-Ikhlas, 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-Ikhlas, 1983), hlm. 164

¹⁸ Ya'qub Hamzah, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedomam Ilmu Jaya, 1992). hlm. 47-48. Bisa jua dilihat pada

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 di depan 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

buku karangan Mohd. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004). hlm. 120.

dilahirkan dari teknologi, seperti televisi, radio, pers dan sebagainya.¹⁹

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 bebanan 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

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

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

alat-alat komunikasi. Dengan adanya media, kita dapat menggunakannya sebagai sarana 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-lebih 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:

- a. Media dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat

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

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

Realita kemajuan dan kecanggihan era global sungguh terasa sangat cepat dan seakan kita gagap untuk menerima kehadirannya. Kondisi tersebut terjadi tidak hanya di daerah atau negara tertentu, namun perubahan dan perkembangan tersebut terjadi di seluruh penjuru dunia. Istilah globlisasi 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.

Jika kita kaji secara mendalam globalisasi terjadi ketika ditetapkannya 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 Tarif and Trade* (GATT). GAAT merupakan suatu kumpulan aturan internasional yang mengatur perilaku perdagangan antar pemerintah. GAAT juga merupakan forum negoisasi perdagangan antar pemerintah, serta juga merupakan pengadilan untuk menyelesaikan jika terjadi perselisihan dagang antar bangsa. Tentunya hal itu dimaksudkan untuk kebaikan bersama.

Dari berbagai diskusi dan sharing yang telah dilakukan kemudian 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

Kondisi perkembangan dan kemajua era global merupakan sebuah realita kepastian yang semua orang pasti merasakannya. 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. Bahkan proses globalisasi tersebut tidak hanya dirasakan oleh masyarakat kota saja melainkan sampai ke pelosok desa.

D. 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 inforammsi 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-alat komunikasi dan transportasi yang canggih merupakan salah satu usaha mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

2. Dampak Negatif.

Dampak negatif modernisasi dan globalisasi adalah sebagai berikut.

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

- 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.

E. Tantangan Media Dakwah di Era Global

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan bagi masyarakat, baik di dalam cara berpikir, sikap maupun tingkah laku. Dari satu sisi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membuat manusia lebih sempurna dalam menguasai, mengolah dan melestarikan alam untuk kepentingan dan kesejahteraan hidup manusia. Namun dari sisi lain kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah merusak dan meracuni sisi mental dan moral generasi muda.²⁶

Sehingga, penulis beranggapan bahwa kecanggihan teknologi memungkinkan manusia untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkannya, termasuk dalam pelaksanaan dakwah. Persoalan kemudian muncul yaitu bagaimana dampak teknologi informasi dan komunikasi terhadap pelaksanaan dakwah. Hasil teknologi disamping membawa manfaat juga mendatangkan mudharat. Misalnya televisi, sebagai alat komunikasi massa bukan saja efisien dan efektif karena mampu menjangkau jumlah massa atau khalayak luas dan heterogen, televisi bahkan mampu menjadi pengantar informasi dan transformasi budaya dan makna. Masyarakat menjadikan televisi sebagai sumber informasi. Karenanya di era globalisasi informasi, dimana

²⁶ A. Rosyad shaleh, *Management Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977). hlm. 1-2

televisi dan informasi sudah terbuka dan bernilai ekonomi tinggi, menjadikan televisi dipercaya dan mempunyai kekuatan dalam mengantarkan informasi terhadap masyarakat.

Tidak hanya itu, penulis juga beranggapan bahwa untuk mentransformasikan nilai-nilai agama menjadi perilaku keseharian umat manusia diperlukan dakwah. Dakwah dan masyarakat merupakan dua variabel yang memiliki hubungan timbal balik. Disatu sisi dakwah Islam dapat mengubah persepsi, sikap dan tindakan setiap anggota masyarakat modern sesuai dengan nilai-nilai Islam. Disisi lain masyarakat mempengaruhi orientasi dakwah yang bisa melonggarkan religius bagi masyarakat.

Dari hal tersebut, lahirnya berbagai peralatan teknologi dalam bidang penyiaran, terutama radio, televisi, percetakan, telekomunikasi dan yang terakhir internet, telah memberi harapan baru bagi aktivis dakwah untuk skala global. Seiring dengan itu maka muncul juga televangelism, teledakwah, e-dakwah dan lain-lain. Harapan ini memang sangat menjanjikan, ini dikarenakan skop dakwah melalui signal tersebut jangkauannya sangat luas. Dalam konteks ini, harapan yang ditawarkan oleh teknologi media untuk kepentingan dakwah-dakwah agama perlu dicermati dengan bijak, sehingga sarana yang ada dapat diakomodir dengan tepat sasaran dan terhindari dari efek negatif yang timbul secara sporadis.

Di sisi lain, para da'i dituntut agar peka dengan setiap isu yang muncul disamping bisa menguasai manajemen dalam mengelola media yang ingin ditransfer ide dakwah. Dengan demikian, tingkat penyebaran nilai-nilai agama menjadi lebih luas dan dengan waktu yang singkat, minimal dalam tataran informatif. Orang-orang dapat mengambil banyak manfaat dari maraknya program agama Islam di radio, televisi, koran dan internet, dimana sebagiannya sibuk sehingga tidak bisa menghadiri secara langsung. Hadirnya nilai-nilai agama dengan perantaraan teknologi media tersebut sangat membantu mereka dalam menjaga kontinuitas keberagamaannya.

Di era globalisasi saat ini, tentunya pengaruh teknologi untuk media dakwah mempunyai sisi positif maupun negatif. Disadari atau tidak, teknologi informasi saat ini telah berkembang pesat dan telah merambah ke hampir setiap sisi kehidupan. Perkembangan ini memaksa manusia terutama kaum muslimin, menjadi lebih kreatif. Memang teknologi informasi ini, sebagaimana teknologi yang lain juga datang dengan dua sisi yang berbeda, yang dari sudut pandang akidah Islam, sangat diametral. Dimana seakan-akan dunia dakwah Islam

pada satu sisi dan dunia anti dakwah Islam pada sisi yang lain, keduanya saling produktif.

Tantangan bagi para da'i, ketika dalam berdakwah, maka yang perlu dipahami adalah bagaimana cara menggunakan dialektika yang mudah dipahami dan bahasa yang sederhana namun mampu menggugah para pendengar. Pemanfaat teknologi ini sangat penting di era globalisasi sekarang, jika tidak praksi kejahatan dengan segala fasilitas dan kepakaran yang mereka miliki siap menyuguhkan informasi yang menggiurkan, yang pada akhirnya praksi kebenaran kalah bersaing di pentas dunia maya.

Dalam berdakwah, maka dibutuhkan sebuah revitalisasi, dimana akan terwujudnya penguatan langkah-langkah dakwah baik yang bersifat kuantitas maupun kualitas dalam seluruh aspek kehidupan menuju terwujudnya kehidupan yang Islami. Peningkatan intensitas (kuantitas) dan kualitas dakwah yang semakin tinggi dan maju, diharapkan agar dakwah benar-benar berpengaruh langsung dalam membentuk kehidupan masyarakat yang Islami. Dengan kehidupan masyarakat yang Islami maka akan terbentuk masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.

Moh. Ali Azis menyebutkan, revitalisasi dakwah pada saat ini dan masa datang menjadi sangat penting mengingat berbagai masalah dan tantangan yang dihadapi, diantaranya:

1. Masalah-masalah yang tumbuh di masyarakat semakin kompleks dan meluas seperti krisis moral di berbagai bidang kehidupan, kekerasan dalam berbagai bentuk, perilaku sosial yang semakin menjauh dari nilai-nilai keagamaan, penindasan manusia atas manusia dalam beragam corak, pengrusakan lingkungan dan alam kehidupan yang semakin semena-mena, dan berbagai tindakan lainnya.

2. Semakin berkembangnya berbagai pemikiran yang ekstrem atau radikal dari yang cenderung radikal konservatif-fundamentalistik hingga radikal liberal- sekularistik, yang menimbulkan pertentangan yang tajam dan hingga batas tertentu sehingga hilangnya jangkar teologis dan moral yang kokoh dalam menghadapi gelombang kehidupan modern yang dahsyat. Setiap radikalisme atau ekstrimitas apapun bentuknya selalu melahirkan ketimpangan dan mengundang banyak benturan. Ekstrem konservatif memang memberi peneguhan pada kemapanan beragama, tetapi menjadi naif dan kehilangan kecerdasan dalam menghadapi kehidupan yang serba kompleks. Eskترم liberal memberi horizon yang cerdas atau luas tetapi sering kehilangan pijakan nilai dan moral yang kokoh sehingga memberi ruang pada sekularisasi bahkan nihilisme kehidupan. Di sinilah pentingnya wawasan baru pemikiran dan gerakan

dakwah yang berdimensi pemurnian (purifikasi) sekaligus pembaruan (tajdid, dinamisasi) yang harus semakin kaya (bergizi tinggi) tanpa harus terseret pada polarisasi yang ekstrem.

3. Semakin berperan dan meluasnya para juru dakwah kontemporer di media massa elektronik dan majelis-majelis taklim yang mempengaruhi ruang publik umat sedemikian rupa. Kehadiran dakwah media-elektronik dan majelis- majelis taklim maupun majelis-dzikir yang menguasai ruang publik umat dan masyarakat saat ini seungguhnya merupakan fenomena baru yang berhasil menggeser peran-peran dakwah konvensional yang selama ini dilakukan oleh organisasi-organisasi Islam besar seperti Muhammadiyah, Nahdhatul Ulama, Persatuan Islam, Dewan Dakwah Islam Indonesia, Al-Irsyad, dan lain-lain.

4. Semakin berperannya media massa, seperti media elektronik dan media massa dalam mempengaruhi, membentuk, dan mengubah orientasi hidup manusia modern saat ini. Dengan kata lain media massa modern tersebut sebenarnya telah menjelma menjadi "organisasi dakwah" yang berwajah lain, sekaligus menjadi pesaing tangguh organisasi-organisasi dakwah Islam yang selama ini berkiprah di belantara kehidupan umat dan masyarakat. Pengaruh dan daya jelajah media massa bahkan sangat spektakuler, sehingga dalam hitungan detik dapat menjangkau setiap relung kehidupan manusia di mana pun dan kapan pun tanpa harus permissi atau minta izin.²⁷

Hal yang sama juga disebutkan dalam jurnal Addin yaitu masa sekarang ini adalah masa yang sangat istimewa di mana semua orang bisa mendapatkan dan mengerjakan sesuatu dengan sangat mudah. Mungkin di zaman sebelum penemuan media elektronik ada, orang tersebut memerlukan berbagai kitab maupun referensi berupa buku. Sedangkan di era digital ini orang tinggal mencari sesuatu yang diinginkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang diperlukan akan muncul dengan berbagai model. Era ini adalah puncak dimana semuanya yang serba instan dan banyak dinikmati oleh masyarakat.²⁸

Dari berbagai penjelasan di atas, penulis melihat bahwa seorang da'i (*mubaligh*) bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui media-media yang ada seperti berdakwah dengan media televisi, radio, dan juga media tulisan. Realitas yang ada banyak sekali da'i yang

²⁷ Moh. Ali Azis, *Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Global dan Revitalisasi Fakultas Dakwah*. (Jakarta, Kerjasama Fakultas Dakwah IAIN Mataram dan Sentra Media, 2011). hlm. 26.

²⁸ Nur Ahmad, Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah. Dalam Jurnal Addin Vol. 8, No. 2, Agustus 2014. hlm. 319-321.

sudah memanfaatkannya terutama dalam pertelevisian. Terkadang terfikirkan ternyata tidak hanya artis saja yang ingin masuk televisi, bahkan para da'i pun juga banyak, hingga menjamur dimana-mana. Bagus ketika bertujuan untuk menegakkan ajaran, dan syariatnya tetapi apakah itu saja kenyataannya. Diera ini mereka mendapatkan perilaku yang nyaman, rasa tentram karena fasilitas yang ada. Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam sebuah majelis taklim di sebuah surau, masjid atau mushalla berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak. Mengingat tantangan dakwah di era teknologi dan informasi, khususnya media memang tidak bisa dilepaskan dari wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i, juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias.

Dulu, dakwah lebih banyak bersentuhan dengan rumah ibadah, selalu dilandasi dengan niat dan motivasi untuk beribadah pula, yakni dilaksanakan dengan penuh suka cita, hati yang ikhlas dan hanya mengharap ridha Allah SWT semata. Namun, dalam perkembangannya pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan bagi tersendiri bagi seseorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seorang da'i memperoleh popularitas dimata pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti (publik figur) dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan dakwahnya, sering dinilai dengan materi. Dengan demikian menjadi umat Islam pada hakekatnya berkewajiban untuk berdakwah. Menjadi muslim bisa diidentikkan sebagai da'i, atau juru dakwah menurut proporsi dan kapasitas masing-masing.

Begitu juga halnya dengan perwujudan dakwah, dimana hal ini tidak sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi sekarang ini, dakwah harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. Pada kenyataannya dakwah Islam itu tidak bebas dari berbagai kendala dan tantangan. Realitas dakwah Islam menjadi problem keagamaan yang krusial dan terkadang dilematis. Terlebih lagi, bila kita mengamati dakwah Islam di era teknologi dan informasi sekarang ini, maka tantangan dan kendalanya akan semakin kompleks.

Menurut Asep Muhyiddin dalam bukunya "*Metode Pengembangan Dakwah*" menyebutkan, berbagai masalah yang timbul karena pengaruh era teknologi dan informasi, di antaranya:

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.²⁹

Apa yang dijelaskan Asep menggambarkan bahwa kegiatan dakwah akan dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila menggunakan cara-cara yang strategis dan tepat dalam menyampaikan ajaran-ajaran Allah swt. Salah satu aspek yang bisa ditinjau adalah dari segi sarana dan prasarana dalam hal ini adalah media dakwah, karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal yang menjangkau semua segi kehidupan manusia, maka dalam penyampaian pun harus dapat menyentuh semua lapisan atau tingkatan baik dari sudut budaya, sosial, ekonomi, pendidikan dan kemajuan teknologi lainnya.

Dakwah melalui internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Sementara mewujudkannya mulai dari tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan internet. Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi. Artinya, dari sisi dakwah, kekuatan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan.³⁰

Dari penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa media (terutama televisi) menjadi sarana ampuh untuk memberikan motivasi dan inspirasi bagi masyarakat luas. Kekuatan media ini, tentu, akan sangat efektif jika dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah, sementara ceramah-ceramah keagamaan tidak lagi menarik untuk disimak kecuali hanya sebagai penghibur. Sehingga ceramah keagamaan yang tidak lucu tidak diterima

²⁹ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm 23

³⁰ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah....*, hlm. 327.

karena tidak menghibur layaknya tontonan yang memberikan aspek relaksasi. Di sinilah tantangan dakwah di media. Bagaimana pesan-pesan keagamaan dikemas secara menarik layaknya tontonan atau hiburan agar dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada khalayak televisi maupun pengguna media untuk menjalankan pesan-pesan dakwah. Dakwah yang identik dengan ceramah perlu dirumuskan kembali guna dapat memanfaatkan media yang bersifat massif. Pemanfaatan media sebagai sarana dakwah menjadi penting. Media sebagai salah satu pilar sosial memberikan ruang bagi agama untuk membentuk struktur sosial yang berbasis agama.

1. Tantangan Media Cetak Di Era Globalisasi

Tantangan media dakwahnya lom lengkap..msih sebatas tantangan media secara umum

Menurut penulis media cetak merupakan salah satu sarana yang dulunya populer dalam penyampaian pesannya. Orang tidak lagi perlu banyak waktu untuk membaca koran dan berita online juga sangat menghemat biaya. Selain itu para advertisers juga kian tertarik untuk memasang iklan pada web berita online, sehingga menambah daya tarik masyarakat untuk mengakses berita lewat karena biasanya tampilannya memang dibuat sedemikian rupa hingga membuat orang ikut tertarik untuk membukanya.

Saat ini media cetak sedang ditantang keberadaan dan eksistensinya di era globalisasi media saat ini, selanjutnya bagaimana media cetak tersebut dapat tetap mempertahankan apa yang menjadi nilai plus dari media cetak tersebut yang tidak bisa didapatkan masyarakat pada teknologi canggih sekalipun di era yang teknologinya sudah canggih seperti ini. Di masa depan tantangan media cetak akan semakin besar dengan terus bertambahnya inovasi inovasi terbaru yang akan menjadi primadona dan pembantu masyarakat terutama membantu masyarakat dalam bidang media massa dan informasi. Contoh Ipad yang merupakan sebuah inovasi teknologi dari Apple yang didalamnya terdapat beberapa fitur dan fasilitas untuk melihat dan mendapatkan informasi secara mudah. Dan apapun yang dilihat di media sosial sekarang bisa dimilikinya. Nasib dari surat kabar yang terus beredar dipasaran yang hanya bisa dibeli dan dinikmati oleh masyarakat paling cepat setiap 24 jam sekali.

Meskipun ditengah terjang era konvergensi media pada saat ini, dizaman yang menuntut untuk segala akses yang mudah dan praktis. Ternyata media cetak tetap mampu menahan eksistensinya dikalangan masyarakat. banyak faktor dan pengaruh yang menjadikan media cetak tetap bertahan dipasaran sampai saat ini. Namun jika media cetak pun dapat tetap

mepertahankan keutamaan informasi dan profesionalitas maka media cetak pun senantiasa akan selalu hadir dan eksis ditengah masyarakat.

2. Tantangan Media Elektronik Di Era Globalisasi

Menurut penulis tantangan media elektronik di era globalisasi yang harus di hadapi oleh media elektronik saat ini tantangan terbesar globalisasi informasi ini identik dengan persaingan maistream media online. Pihak yang merasakan dampak cukup besar dengan kehadiran media online adalah. Tantangan yang sering dialami media dakwah elektronik, seperti yang terjadi dimedia TV mereka harus menunggu jam tayangnya. Harus memotong durasi penayangannya. perlunya waktu untuk mengedit audio visualnya.

Media radio yang dulunya paling populer dalam menyiarkan berbagai program unggulannya. Sekarang mengalami kemunduran yang signifikan. Dengan munculnya internet peminat mendengarkan radio menurun, orang lebih memilih menggunakan media online karna lebih praktis informasinya dan bebas memilih apapun yang diinginkan. Tantangan media dakwah radio memerlukan jaringan frekuensi, harus mensortir isi yang telah direkam sebelum disampaikan ke khalayak. Perkembangan internet telah membuat media ini khawatir akan eksistensinya.

3. Tantangan Media Online Di Era Globalisasi

Penulis dapat merangkumkan tantangan yang dihadapi media online di era globalisasi adalah keterbatasan koneksi yang tidak menentu sehingga tidak bisa langsung dimuat di media sosial, harus adanya situs blok pribadi bagi ustad yang ingin dakwahnya ditonton diseluruh penjuru negeri dan setiap media mempunyai tantangan sendiri. Media online harus meliputi kapasitas sinyal yang baik dan masalah kecepatan koneksinya, maka dalam pemunculan berita. Berita jam ini muncul jam ini, berita hari ini muncul hari ini, berita kemarin, tidak dimunculkan lagi karena telat. Berita telat adalah jatahnya media cetak, bukan online.

Memunculkan berita hanya dengan modal peta dan narasi dari anchor yang membaca narasi berita tanpa visual kejadian, pertama media online unggul karena tidak ada sinetron disana. Tantangan yang sering terjadi terhambatnyajaringan jika berada ditegah hutan atau saat berlayar di tengah laut.

F. Simpulan

Perkembangan media dakwah di era globalisasi dianggap sebagai sebuah kegiatan komunikasi keagamaan yang dihadapkan pada kemajuan teknologi. Artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada ceramah- ceramah di masjid atau tabligh akbar. 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 dan serba serbi di dalamnya.

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 melalui pemberitaan dalam pengembangan dakwah dalam masyarakat. Sekarang ini penyampaian pesan dakwah diunggah di youtube memudahkan khalayak menontonnya kapanpun dia inginkan.

Tantangan media dakwah di era globalisasi beraneka ragam bentuknya, selama ini masyarakat mengenal dakwah secara tradisional maupun secara media. Terkhusus dakwah di era global, tantangan dakwah diberbagai media seperti, cetak, elektronik dan online masing memiliki ciri khas yang berbeda. Setiap dai dituntut untuk mampu mengemas aktivitas dakwahnya untuk bisa dinikmati lewat media media tersebut. Banyak para da'i mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Lainnya yang dihadapi media dakwah harus adanya settingan yang sesuai perkembangan zaman, seperti da'i harus mampu membuat penonton terhibur, harus mempunyai ciri khas dalam berdakwah serta mampu menguasai komunikasi agar teratasi persoalan dalam berdakwah. Para da'i sekarang ini harus mempunyai alat media yang canggih sendiri untuk mengunggah konten dakwahnya di media sosial, membuat situs yang mudah diakses jamaahnya agar program dakwahnya selalu populer dikalangan pemuda dan masyarakat dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam*. (Jakarta: Harakah, 2002).
- A. Qodri Azizy, *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2004).
- Ahmad Rohani, *Media Instruksional Edukatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992). Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis*, (Semarang: RaSAIL, 2015).
- Andi Dermawan, *Ibda' Bi Nafsika; Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005).
- Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006).
- Aminuddin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1985).
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983). Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Teras, 2009). Ahmad Tanzeh, *Metotologi Penelitian Praktis*. (Yogyakarta: Teras, 2011).
- A. Qodri Azizy, *Melawan Globalisasi: Reinterpretasi Ajaran Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004).
- A. Rosyad shaleh, *Management Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977). Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2002). Amar Ahmad, *Dinamika Komunikasi Islami di media Online*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, Nomor 1, Januari-April 2013.
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990).
- Didin Hafiduddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998).
- Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986).
- Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009). Hamka. *Tafsir Al Azhar*. (Surabaya: Pustaka Islam, 1960).
- HM. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah; Suatu pengantar*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2009).

- Hoetomo, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005). Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000). Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2003). Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2008).
- Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006).
- Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1983).
- Khatib Pahlawan Kayo. *Kepemimpinan Islam dan Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2005). L.Stoddard, *The New World of Islam (Dunia Baru Islam)*, (Terj. M. Muljadi Djojomartono). Malang: Panitia Dunia Baru Islam, 1966).
- Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1998).
- M. Munir dan Wahyu Ilaihi,, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Pranada Media, 2006). Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010). Muhammad Sayyid Al-Wakil, *Prinsip Dan Kode Etik Dakwah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2002).
- Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009).
- M. Sadat Ismail, *Benturan Antar peradaban dan Masa Depan Politik Dunia*, (Yogyakarta: Qalam, 2000).
- Moh. Ali Azis, *Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Global dan Revitalisasi Fakultas Dakwah*. (Jakarta, Kerjasama Fakultas Dakwah IAIN Mataram dan Sentra Media, 2011).
- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
- Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi*. Dalam Jurnal At- Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 1, nomor 1, Januari- Juni 2013.
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosda Karya, 2005).
- Onong Uchyana Effendy, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja rosdakarya, 1986).
- Purnamawati dan Eldarni, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali, 2001).
- Ropingi el Ishaq, *Dakwah di Tengah Industrialisasi Media*. Dalam Jurnal *Komunikasi Islam* Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian*. (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006). Sugiyono, *Metode*

*Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R
dan D.* (Bandung: Alfabeta, 2009).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Bina
Aksara, 1989).

Sayyid Muhammad Alwi Al-Maliki Al-Hasani. *Kiat Sukses Dalam Berdakwah*,
(Jakarta: Amzah, 2006).

Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008). Wahyu
Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

Yusuf al-Qardhawi, *Islam dan Globalisasi Dunia*, (Jakarta: CV. Pustaka Al-Kautsar,
2001).