

## Tantangan Dakwah Antar Budaya di Media Massa

Alim Puspianto  
STAI Luqman Al Hakim Surabaya

### Abstrak

*Kesuksesan dakwah Islam dalam menjalankan visi misinya tidak lepas dari konsep Islam sebagai “Rahmatan lil amamin” yang memberikan kedamaian dan ketenangan bagi seluruh alam. Sehingga kegiatan dakwah yang dilakukan oleh para pekalu dakwah selalu menggunakan pendekatan pendekatan budaya yang dianut oleh calon mad’unya. Pergerakan dunia dakwah menemukan babak barunya ketika perkembangan teknologi informasi di era modern seperti sekarang ini mencapai puncaknya. Khususnya adalah perkembangan media massa. Dimana informasi dengan begitu cepat tersebar keseluruh penjuru dunia banya dengan hitungan detik saja. realita tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi dunia dakwah khususnya dakwah antar budaya.*

*Focus pembahasan pada kajian kali ini, penulis mencoba melihat tantangan yang dihadapi dakwah antar budaya dalam menyampaikan pesan pesannya melalui media massa. Dimana kegiatan dakwah antar budaya lewat media massa merupakan keniscayaan. Tantangan ini menjadi penting karena media massa adalah “mahluk” baru yang pertumbuhannya sangat cepat sekali. Bila dunia dakwah tidak mampu menahluukannya maka “mahluk” tersebut akan semakin tidak terkendali dan cenderung menyekatkan.*

*Dari uraian uraiannya kemudian penulis menyimpulkan ada beberapa tantangan yang dihadapi. Adapun tantangan dakwah antar budaya lewat media massa meliputi pertama, banyaknya media massa mainstream yang sekuler dan anti Islam. Kedua, masih minimnya dukungan pemerintah. Ketiga, masih minimnya tenaga ahli media massa dari kalangan umat Islam. Tantangan yang terakhir adalah, kebutuhan dan kepuasan masyarakat berbeda beda. Hal ini mengakibatkan persaingan media massa yang begitu hebatnya.*

Key word: *Dakwah antar budaya, Tantangan dan Media Massa*

### A. Pendahuluan

Sejarah telah membuktikan bahwa tersebarnya Islam hingga keseluruhdunia, tidak lepas dari peran penting dakwah, khususnya dakwah antar budaya. Kenapa dakwah antar budaya, karena dakwah yang dilakukan tidak hanya di Arab saja akan tetapi keseluruh penjuru dunia yang mempunyai keberagaman budaya. Nabi Muhammad SAW mengutus sahabat sahabat terbaiknya untuk berdakwah keluar dari madinah dengan cara damai. Otomatis mereka harus mendakwahkan Islam dengan senantiasa memperhatikan kondisi sosiokultural masyarakat yang menjadi mad’unya. Sebagaimana Islam diturunkan di Arab dan disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW dengan bahasa kaumnya. Sesuai

FirmanNya, ”Kami tidak mengutus seorang rasulpun melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia bisa memberi penjelasan dengan baik kepada mereka” (QS: Ibrahim:4).

Keberagaman dalam tatanan kehidupan social masyarakat adalah sebuah keniscayaan. Mulai dari keberagaman warna kulit, kebiasaan, tradisi, golongan, suku, bangsa dan lain sebagainya. Realitas keberagaman menuntut dan mengharuskan semua manusia untuk saling mengenal, berinteraksi dan saling sinergi antara satu dengan yang lainnya. Bukan tanpa alasan, akan tetapi itu semata mata dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan demi menjaga kelangsungan hidup dan kehidupan di alam dunia. Konteks “saling mengenal” ini juga merupakan fitrah manusia sebagai mahluk social yang tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Satu dengan yang lainnya saling melengkapi dan saling bergantung. Bagaimana tidak ? mulai dari kita dilahirkan kemudian memasuki masa anak anak, remaja, dewasa sampai menginjak masa tua, semuanya tidak lepas dari bantuan dan peran dari orang lain.

Keberagaman suku bangsa dan budaya adalah kenyataan objektif dan positif yang merupakan salah satu tanda kebesaran Allah SWT Allah SWT. Telah jelas Firman Allah tentang keberagaman kehidupan manusia yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ

إِنَّا كَرَّمْنَاكُمْ عَلَيْنَا ۗ إِنَّا اللَّهُ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۗ

“hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa bangsa dan bersuku suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”.

QS.49 ayat :13

Ayat diatas menunjukkan bahawa keberagaman, perbedaan suku, budaya dan tradisi adalah sebuah realitas yang dianugerahkan oleh Allah kepada kita semua. Keberagaman adalah sebuah kekayaan dan karunia yang sangat agung yang diberikan oleh Allah SWT kepada kita semua. Akan tetapi manakala manusia tidak bisa memaknai keberagaman itu secara bijak maka kekacauan dan kehancuranlah yang akan terjadi.

Kalau dilihat dalam konteks dakwah maka keberagaman itu menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dikaji. Perbedaan tradisi dan kebudayaan menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan kegiatan dakwah Islam. Sehingga sudah menjadi kebutuhan bahwa dakwah Islam harus mampu menembus sekat-sekat dan perbedaan kebudayaan yang ada masyarakat. Kajian dan pembahasan dakwah antar budaya menjadi penting untuk dikaji sebagai bekal dalam mendakwahkan Islam secara damai. Sesuai dengan konsep Islam yang *rahmatan lil alamin* yaitu mampu memberikan kedamaian, ketenangan dan ketentraman kepada seluruh alam. Makanya tidak heran jika pembahasan tentang strategi pendekatan dakwah antar budaya menjadi sangat berkembang dan familiar di era sekarang ini. Dengan konsep dakwah antar budaya tersebut harapannya menjadikan kegiatan dakwah yang dilakukan lebih ramah dan bisa menyesuaikan dengan budaya dan adat istiadat dimana kegiatan dakwah itu dilaksanakan.

Lebih khusus di era modern seperti sekarang ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berjalan begitu cepat dan canggih. Dengan kemajuan teknologi informasi pula menjadikan bumi yang luas ini seakan-akan menjadi kecil layaknya sebuah desa, dimana peristiwa yang terjadi diseluruh penjuru dunia akan mudah diketahui dengan cepat oleh seluruh masyarakat. Ada dua tipe media massa yang berkontribusi dalam penyebaran arus informasi yaitu media cetak dan media elektronik. Dari media-media tersebutlah arus informasi bertebaran sedemikian rupa membanjiri seluruh pelosok dunia. Bahkan di era modern sekarang ini media tidak hanya sebatas menyampaikan informasi saja. Akan tetapi media sudah menjelma menjadi sebuah kekuatan besar dalam mengubah tatanan kehidupan masyarakat dunia. Sehingga banyak orang yang berlomba-lomba menguasai media untuk mengamankan kepentingannya. Maka anggapan yang mengatakan "siapa yang menguasai media maka akan menguasai dunia" itu benar adanya. Media juga bisa diibaratkan seperti sebuah pisau, jika yang menggunakannya adalah orang yang baik, maka kita akan memperoleh manfaat yang sangat besar. Tapi jika pisau tersebut jatuh kepada orang yang jahat, maka kerusakan yang dihasilkanpun akan sangat besar juga.

Kita ambil contoh media massatelevisi. Kini di Indonesia jumlah stasiun TV tidak kurang dari 11 buah (TVRI, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, TV One, Global TV, Trans 7, MNC TV, METRO TV, KOMPAS, NET TV) ini belum

termasuk TVRI regional dan TV swasta yang bersifat local di berbagai provinsi.<sup>1</sup> Tayangan dan program programnya sudah sedemikian hebat dan canggihnyadalam mentransver budaya budaya barat kepada kehidupan masyarakat. Kita bisa menyaksikan tayangan tayangan yang sangat tidak mendidik bahkan menyesatkan bertebaran di media media televisi di negara kita ini. Bahkan sebagian besar paket acaranya justru masih didominasi oleh hiburan yang berkolusi dengan cengkraman gurita kepentingan politik- bisnis.<sup>2</sup>Seringkali anak anak dan kawula muda disuguhi tontonan atau dicekoki bacaan lewat media media massa populer sedemikian rupa,sehingga seolah olah mereka kelihatan tampil trendy dan sexy dengan meniru habis habisan gaya hidup barat. Fonemena ini bisa dilihat dikalangan sebagian masyarakat yang mulai gengsi memakai sesuatu yang berbau local.<sup>3</sup>Anak anak yang belum waktunya dewasa disuguhi dengan tontonan yang sangat jauh dari adat ketimuran. Kemudian tontonan tersebut secara tidak sadar menjadi tuntunan anak anak kita semua. Hasilnya anak anak kita berpakaian tetapi seperti tidak berpakaian (minim bahan). Kita sering mendapati kasus yang membuat jantung kita berdetang kencang. Seperti kasus pornografi dan porno aksi,kekerasan, pembunuhan, penganiayaan dan lain sebagainya yang dilakukan anak anak dibawah umur. Penyebabnya tidak lain dan tidak bukan yaitu salah satunya karena tayangan tayangan yang setiap hari di tonton melalui media massa yang ada. Sehingga hal itu berdampak pada perubahan disetiap tatanan kehidupan masyarakat.

Masalah wasilah atau media ini begitu urgen bagi kelangsungan dunia dakwah khususnya dakwah antar budaya.Dari sudut pandang kemajuan teknologi komunikasi dan informasi ini, dakwah dihadapkan dengan persoalan tentang bagaimana caranya menyampaikan pesan pesan Islam dalam kontek masyarakat modern yang semakin maju. Disinilah dakwah antar budaya harus mampu mengambil perannya. Dakwah antar budaya harus mampu masuk dan diterima di media media modern.Setelah melihat realita kemajuan zaman sedemikian hebat dan cepat. Maka tentunya mau tidak mau dunia dakwah khususnya para da'i nya harus memberikan respon dan dipaksa terlibat secara aktif menghadapi

---

<sup>1</sup>Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D, *Komunikasi Massa* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2008),118

<sup>2</sup>Idi Subandy Ibrahim, *Sirnanya Komunikasi Empatik (krisis budaya komunikasi dalam masyarakat kontemporer )* (Bandung: Pustaka Bani Qurais, 2004), 109

<sup>3</sup>Idi Subandy Ibrahim, *Sirnanya Komunikasi Empatik (krisis budaya komunikasi dalam masyarakat kontemporer)* (Bandung: Pustaka Bani Qurais, 2004), 130

fenomena fenomena yang terjadi di belahan dunia.<sup>4</sup> dengan menggunakan kemajuan teknologi (media massa) harapannya dakwah bisa dinikmati tidak hanya pada satu tempat atau oleh satu kelompok saja namun bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat di dunia ini. Apalagi dengan kehadiran internet yang mampu membuat seolah olah dunia berada digenggaman tangan. Sehingga pesan pesan dakwah yang disampaikan oleh para da'i akan lebih maksimal dalam penyebarannya. Karena kita tahu bahwa bagi masyarakat modern , media sudah menjadi sebuah kebutuhan hidup dan gaya hidup. Segala sesuatu bisa diperoleh lewat media, mulai dari informasi, ilmu pengetahuan, hiburan, jual beli barang semuanya ada. Tinggal klik saja dilayar handphone, monitor PC, atau televisi, semua ada dan tersaji lengkap disitu.

Pada tulisan ini, akan dipaparkan tentang dakwah antar budaya di era modern khususnya media massa. Harapanya para aktivis dakwah bisa mempersiapkan diri serta membekali kemampuan terkait dunia dakwah khususnya dakwah lewat media massa. Sehingga dunia mampu eksis dan diterima oleh seluruh masyarakat dunia modern seperti sekarang ini.

## **B. Dakwah Antar Budaya**

Sebelum menjelaskan tentang dakwah antar budaya perlu kiranya kita ketahui terlebih dulu apa itu dakwah ?. Ditinjau dari segi etimologis, dakwah berasal dari bahasa arab “dakwah” dari kata *da'a* (دعا) *yad'u* (يدعو) *da'watan* (دعوة) yang berarti panggilan, ajakan, seruan<sup>5</sup> Dakwah dengan pengertian di atas dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al Qur'an, antara lain :

“Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)”. (Yunus : 25)<sup>6</sup>

Sedangkan secara terminologis, Syaikh Ali Mahfudz, dalam kitabnya *Hidayat Al-Murysyidin* mendefinisikan dakwah sebagai motifasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah

---

<sup>4</sup> Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Fisafat dakwah* (rekayasa membangun agama dan peradaban Islam) (Jakarta: Kencana, 2011), 259

<sup>5</sup> Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 1993), hal. 1

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan* (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2002), hal. 211

kemungkarannya, agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>7</sup> Sedangkan menurut Toha Yahya Oemar, beliau mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>8</sup>

Dengan kata lain Dakwah juga bisa kita artikan sebagai suatu aktifitas yang dilakukan dalam rangka menyampaikan pesan-pesan ajaran agama Islam kepada orang lain dengan cara bijaksana agar mereka mau menerima dan menjalankan ajaran Islam dengan baik, dalam kehidupan individu maupun bermasyarakat dalam rangka untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Dakwah juga bisa diartikan sebagai proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses tentunya dakwah disini tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking, way of feeling, dan way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang lebih baik.<sup>9</sup>

Adapun budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui tersebut. Bahkan kadang sebuah nilai tersebut berlangsung dibawah alam bawah sadar individu dan diwariskan kepada generasi berikutnya.<sup>10</sup> Dengan kata lain budaya bisa diartikan sebagai sebuah nilai atau praktik sosial yang berlaku dan dipertukarkan dalam hubungan antar manusia baik sebagai individu maupun anggota masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Budaya adalah suatu Cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya ini biasanya memiliki keragaman antara daerah yang satu dengan daerah lainnya. Sehingga itu menjadi keunikan tersendiri dan menjadi ciri khas bagi masing-masing daerah. Bentuk penerapan budaya di kehidupan masyarakat biasanya berupa norma-norma tidak tertulis atau adat istiadat yang itu dipegang teguh oleh suatu perkumpulan masyarakat tertentu. Walaupun budaya sangat terjaga dan diwariskan dari generasi ke generasi di sebuah wilayah atau kelompok

---

<sup>7</sup> Syamsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta : Amzah, 2008), 5

<sup>8</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (, Jakarta: Prenada Media, 2004), 5

<sup>9</sup> Syamsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 8

<sup>10</sup> Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal, 15

akan tetapi budaya juga bisa berubah ketika orang-orang berhubungan antara satu dengan lainnya.<sup>11</sup>

Dari penjelasan tentang makna dakwah dan budaya di atas bisa kita simpulkan bahwa dakwah antar budaya merupakan seruan pesan-pesan Islam yang disampaikan oleh seorang da'i kepada seseorang atau kelompok masyarakat tertentu yang berbeda latar belakang tradisi dan budayanya. Dengan demikian keberhasilan dakwah antarbudaya sangat dipengaruhi oleh seberapa besar kemampuan seorang da'i dalam melakukan pendekatan-pendekatan budaya dimana kegiatan dakwah itu dilakukan. Karena fakta membuktikan bahwa salah satu strategi dakwah yang sedang berkembang dan dianggap lebih ramah adalah strategi dakwah antar budaya.<sup>12</sup> Dimana dakwah damai dan semboyan *rahmatan lil alamin* harus senantiasa menjadi pegangan setiap da'i. Demikianlah sejatinya Islam diturunkan untuk memberikan kedamaian dan rahmad bagi seluruh manusia dan dunia seisinya.

### **C. Media Massa**

Sekarang kita memasuki era teknologi dan informasi, yang mana perkembangan teknologi dan informasi telah menjadikan dunia saat ini seperti “tanpa penghalang” atau dengan kata lain dunia bisa dikatakan sebuah “desa kecil.” Arus informasi bisa memasuki rumah dan kamar-kamar manusia di manapun manusia berada. Bahkan mengalir begitu saja tanpa ada yang mampu untuk menghalanginya. Perkembangan tersebut tentunya menjadikan manusia semakin dimanjakan dengan segala yang ada pada abad-abad terakhir ini. Manusia bisa menonton siaran langsung dari belahan dunia manapun, bisa mengakses informasi apapun dan mampu berkomunikasi dengan siapapun di belahan dunia lain. Perkembangan yang begitu pesatnya tersebut tentunya banyak efek, positif maupun negatif, sadar atau tak sadar, manusia akan dibawa kepada dunia yang kalau boleh dikatakan “dunia yang dikendalikan oleh media itu sendiri.”

---

<sup>11</sup> Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si, *Komunikasi Antar Budaya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011) hal, 20

<sup>12</sup> Dr. Acep Aripudin, *Dakwah Antar Budaya*, Remaja Rosda Karya (Bandung, 2012, hal 133)

Sebelum kita mendefinisikan apa itu media massa terlebih dahulu kita bahas tentang apa itu komunikasi massa. Karena media massa dan komunikasi massa adalah satu paket tak terpisahkan, bagaikan dua sisi mata uang yang keberadaannya selalu bersamaan. Banyak sekali para pakar komunikasi yang mencoba mendefinisikan apa itu komunikasi massa. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Seperti yang dikemukakan oleh Nabel Jurdi dalam bukunya *Readings in Mass Communication* (1993) disebutkan bahwa "in mass communication, there is no face to face contact (dalam komunikasi massa tidak ada tatap muka antar penerima pesan). Alexis S.Tan, berpendapat bahwa dalam komunikasi massa itu komunikatornya adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak kepada sejumlah orang banyak yang terpisah. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya media massa (surat kabar, majalah penerbit buku, stasiun atau jaringan TV). Itu berarti komunikatornya bukan orang per orang seperti seorang wartawan misalnya. Wartawan merupakan salah satu bagian dari sebuah lembaga. Wartawan sendiri bukan seorang komunikator dalam komunikasi massa. Ia adalah orang yang sudah terinstitusikan / dilembagakan (*institutionalized person*) artinya berbagai sikap dan perilaku wartawan sudah diatur dan harus tunduk pada sistem yang sudah diciptakan dalam saluran komunikasi massa tersebut.<sup>13</sup>

Definisi lain pernah dikemukakan oleh Josep A. Devito yakni, "first, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who read or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, film, books, and tapes. " jika diterjemahkan bebas berarti " pertama komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa

---

<sup>13</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 20

khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar pemancar audio dan atau visual. Komunikasi massa barang kalai akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita).<sup>14</sup>

Sementara itu menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) menyebutkan bahwa “ *mass communication is a proses whereby mass- produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan pesan yang diproduksi secara masal / tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen ). Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu dengan yang lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).<sup>15</sup> Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Burhan Mungin dalam sosiologi komunikasi, beliau berkata “komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.”<sup>16</sup> Baik itu melalui televisi, koran, majalah , radio dan yang lagi tren sekarang ini yaitu melalui media internet.

Setelah kita mengetahui apa itu komunikasi massa maka kita bisa tahu bahwa komunikasi massa tidak mungkin terjadi tanpa adanya sebuah media penyalur yaitu media massa. Media massa terdiri dari dua kata yaitu media dan massa. Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Sedangkan Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38). Media Massa (*Mass Media*) sering juga disingkat jadi “media” saja yaitu channel, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi

---

<sup>14</sup>Ibid, 12

<sup>15</sup>Ibid, 4

<sup>16</sup>Burhan Mungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2008), 71

massa. Yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Mudahnya media massa adalah media atau sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan kepada masyarakat luas.

Macam macam media massa:

1. Media Massa Cetak (*Printed Media*). Media Cetak adalah media yang terdiri dari lembaran kertas yang tertulis dengan sejumlah kata, kalimat, gambar, dan wacana yang ditata rapi serta berisikan berbagai macam informasi-informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, hiburan, tips, lapangan pekerjaan, bisnis, aspirasi, opini, promosi dan juga mengenai kejadian di dalam dan luar negara. Contoh dari media massanya adalah Koran, tabloid, majalah, buku, dan lain sebagainya
2. Media Massa Elektronik (*Electronic Media*). Media massa elektronik adalah media massa yang sarana komunikasinya mempergunakan peralatan elektronik baik bersifat audio maupun audio visual. Seperti radio, televisi, film dll. Bahkan di era sekarang sudah tercipta lagi sebuah media yang menjadi tren yaitu media Online (*Online Media, Cybermedia*), yakni media massa yang bisa diakses melalui internet (situs web). Media yang terakhir disebut ini adalah sebuah kekuatan media baru yang sangat menentukan. Dimana hampir setiap orang bisa mengaksesnya melalui smart phone tanpa harus ribet dan keluar uang banyak. Bahkan media baru melalui internet ini tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat semata tetapi sudah menjadi gaya hidup (*life styl*) era modern seperti sekarang ini..

Munculnya media massa melalui internet ini tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat

maya (*cybercommunity*).<sup>17</sup>Kehebohan media massa mencapai puncaknya ketika munculnya internet dengan segala pernik pernak yang ada didalamnya khususnya media social atau sering disebut “SOSMED”.

#### D. Dakwah di Media Massa

Pada tataran praktek kegiatan dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur yaitu: penyampai pesan (da'i) informasi yang disampaikan (maddah) dan penerima pesan (mad'u).<sup>18</sup>Aspek penting lainnya adalah wasilah dakwah atau sering disebut sebagai media dakwah. Yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah, maksudnya, kegiatan dapat berlangsung, meski tanpa media. Dalam hal ini Asmuri Syukir berpendapat bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.<sup>19</sup> Adapun macam-macam wasilah atau media dakwah bisa berupa lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan dapat juga langsung menggunakan akhlak perbuatan. Seperti yang dikemukakan oleh Hamzah Ya'kub bahwa wasilah dakwah dibagi menjadi lima macam yaitu: pertama, yang dimaksud wasilah lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya. Kedua, yang dimaksud wasilah tulisan adalah media dakwah yang berupa buku, majalah, surat kabar, spanduk dan sebagainya. Ketiga, yang dimaksud wasilah dakwah lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya. Keempat, yang dimaksud wasilah dakwah audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan atau kedua duanya, seperti televisi, film, OHP, internet dan sebagainya. Dan terakhir yang dimaksud dengan wasilah dakwah berupa akhlak adalah media dakwah yang melalui perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan

---

<sup>17</sup> Burhan Mungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2008),160

<sup>18</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah*(Jakarta: Kencana , 2006 ), 17

<sup>19</sup> Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, .2009), 404

didengarkan oleh mad'u.<sup>20</sup>Karena perkembangan teknologi komunikasi dan informasi maka wasilah wasilah dakwahpun mengalami kemajuan dan perubahan.Khususnya wasilah dakwah yang berkaitan dengan "alat" atau media.Yang mana media media tersebut sudah menjelma menjadi sebuah kekuatan besar yang mampu merubah tatanan kehidupan masyarakat. Masyarakat modern menyebutnya dengan media massa, baik cetak maupun elektronik.

Sebagai penguat kenapa harus dakwah lewat media ?

Media memiliki peran yang sangat besar. Seperti yang sudah dipaparkan di pendahuluan tadi.Salah satu peranan media adalah mempengaruhi sikap dan perilaku orang/public. McDevitt (1996: 270) mengatakan, "Media cukup efektif dalam membangun kesadaran warga mengenai suatu masalah (isu)." Lindsey (1994: 163) berpendapat, "Media memiliki peran sentral dalam menyaring informasi dan membentuk opini masyarakat." Sedangkan para pemikir sosial seperti Louis Wirth dan Talcott Parsons menekankan pentingnya media massa sebagai alat kontrol sosial.

Peran media yang sangat kuat yaitu sebagai pembentuk frame atau pembentukan opini public. Melalui opini public tersebut sebuah media massa mampu merubah persepsi masyarakat terhadap suatu hal. Contoh kecil adalah bagaimana Amerika menciptakan opini public dengan media massa yang dimilikinya terhadap peristiwa 11 september. Yang ketika itu Amerika menggembar-gemborkan bahwa Osama bin Laden lah dibalik serangan ini.

Terdapat karakteristik dakwah melalui media komunikasi massa antara lain yaitu:

1. Arus informasi dakwah melalui media massa tidak dipengaruhi oleh reaksi khalayak mad'u tetapi terkendali oleh da'i. Oleh karena itu, seorang programmer dakwah media massa dituntut bisa membaca kecenderungan umum di masyarakat yang dapat dipertimbangkan dalam menyajikan menu siaran sehingga siaran dakwah banyak disukai.

---

<sup>20</sup>M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah*(Jakarta: Kencana , 2006 ), 32

2. Dalam dakwah melalui media massa reaksi mad'u terbatas melalui beberapa hal saja seperti surat pembaca, telepon dari pendengar radio/tv, berbeda dengan dakwah melalui tatap muka yang diterima secara langsung. Reaksi mad'u banyak macamnya seperti tertawa, menangis, bertepuk tangan, teriakan, gerakan tubuh dan lain sebagainya.
3. Dalam dakwah melalui media massa suara dan isi dakwah dan pemikiran(bahasa dan logika) menjadi yang terpenting karena berbeda dengan dakwah melalui tatap muka/langsung yang lebih mementingkan hubungan interpersonal(kedekatan batin/emosional) kepada mad'u, sehingga dengan sedikit materi namun hubungan dengan mad'u sudah dekat maka mad'u bisa secara mudah dipengaruhi.<sup>21</sup>

Selain dari penjabaran diatas kita juga bisa melihat bahwa dalam konteks kekinian dakwah lewat media massa adalah sebuah keniscayaan. Karena masyarakat sudah sedemikian maju dan canggih. Kalau aktivis dakwah masih menggunakan cara cara konvensional dalam menjalankan dakwahnya maka sudah barang tentu akan sulit diterima oleh masyarakat. berdakwah lewat media massa adalah sebuah keharusan. Hal ini dikarenakan begitu besarnya efek yang dihasilkan dari media massa itu sendiri. Sudah saatnya kaum muslimin atau para da'i ikut mengambil bagian dalam dakwah di dunia media massa. Realita menyebutkan bahwa sebagian besar media massa yang ada sekarang ini masih dikuasai oleh para pengusaha dari non muslim. Ada juga yang dikuasai orang muslim tetapi kontennya masih belum merepresentasikan kemuslimannya. Sehingga isi pemberitaan atau siarannya pasti tidak jauh dari apa yang menjadi kepentingan mereka.

Dari penjelasan tentang makna dakwah dan media massa diatas. Dapat kita simpulkan bahwa dakwah lewat media massa adalah kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i dengan atau lewat media massa baik itu cetak maupun elektronik.

#### **E. Tantangan Dakwah Antar Budaya di Media Massa**

---

<sup>21</sup> <https://naifu.wordpress.com/2010/04/01/dakwah-melalui-media-massa/>

Dakwah tidak lagi hanya berada di tempat tempat konvensional dan terkesan tradisional seperti masjid, pesantren dan majlis ta'lim. Tetapi dakwah kini sudah mulai merambah ke hotel hotel, rumah sakit, mal mal atau super market. Bahkan dakwah juga sudah kita jumpai lewat media media massa. seperti radio, koran, dan televisi. Dunia dakwah khususnya dakwah antar budaya mengalami tantangan yang semakin berat terutama sejak berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (internet) serta semakin kompleksnya masalah kemasyarakatan yang dihadapi oleh manusia. Disisi lain, perkembangan media massa yang semakin modern tampaknya akan sangat membantu aktivitas dakwah antar budaya. Kenapa dakwah antar budaya, karena di era modern sekarang ini, dimana informasi begitu cepat tersebar. Peristiwa suatu daerah dengan cepat diketahui oleh masyarakat dunia hanya melalui media massa khususnya internet dan segala pernak pernik didalamnya. Bila media massa tersebut kita isi dengan konten dakwah maka sudah pasti pesan pesan yang kita pakai dalam berdakwah harus menggunakan bahasa dan cara yang bisa diterima oleh masyarakat dunia. Atau bila pesan dakwah tersebut disesifikan kepada kelompok, daerah atau Negara tertentu maka konten dan bahasanya pun harus disesuaikan dengan mad'u yang menjadi sasaran. Peluang dakwah antar budaya akan semakin terbuka lebar ketika para da'i (juru dakwah) mampu memanfaatkan media massa secara maksimal.

Fenomena perkembangan media massa tersebut sangat menggembirakan sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi para praktisi dakwah untuk tampil tetap dinamis selalu meningkatkan intensitas, kejelasan visi dan pemahaman, serta bertindak lebih profesional.<sup>22</sup> Disamping itu kelemahan dan ketertinggalan umat Islam dalam mengakses informasi dari waktu ke waktu pada gilirannya akan membuat langkah langkah dakwah menjadi tumpul tak berdaya.<sup>23</sup> Disinilah para pelaku dakwah dituntut untuk lebih kreatif agar pesan pesan dakwahnya bisa diterima oleh para mad'u yang notabene masyarakat modern. Sehingga dakwah melalui media massa mampu memberikan

---

<sup>22</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), xii

<sup>23</sup> Khotib Pahlawan Koyo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2007), 8

jalan dan alternatif pemecahan masalah hidup umat yang semakin kompleks.

Diperlukan sebuah strategi baru oleh para da'i, terutama dalam metode serta pemanfaatan media massa dan teknologi komunikasi dalam aktivitas dakwah tersebut. Dalam proses komunikasi, pesan dakwah harus dikemas secara menarik sebab bicara di era modern seperti sekarang ini media juga sangat menentukan. Maksudnya adalah kemasan atau media sama urgennya dengan isi pesan yang akan disampaikan. Hal ini tentu berlaku pula dalam aktivitas dakwah yang juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Media yang digunakan da'i (juru dakwah) akan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u (objek dakwah). Apabila media yang digunakan tepat, pesan dakwah pun akan mudah diterima oleh mad'u sehingga tujuan dakwah dapat tercapai.

Sebuah tawaran sekaligus "pekerjaan rumah" yang di sampaikan oleh Amin Rais yang perlu diselesaikan supaya umat Islam di era informasi sekarang ini tetap relevan, efektif dan produktif yaitu. Pertama, perlu pengkaderan yang serius untuk juru juru dakwah dengan pembagian kerja yang rapi. Ilmu tabligh saja tidak cukup untuk mendukung proses dakwah. Diperlukan pula berbagai ilmu teknologi informasi yang paling mutakhir. Kedua, setiap organisasi Islam yang berminat daam tugas tugas dakwah perlu membangun "laboratorium dakwah". Dari hasil "labda" ini, akan dapat diketahui masalah masalah riil di lapangan dan dari hasil tersebut kita dapat melihat potensi yang dimiliki oleh organisasi organisasi yang bersangkutan. Ketiga, proses dakwah tidak lagi dibatasi sebagai dakwah bil-lisan, tapi harus diperluas dengan dakwah bil-hal, bil-kitabah, bil- hikmah (dalam arti politik), dan lain sebagainya. Keempat, media massa cetak dan terutama media massa elektronika yang menjadi wahana atau sarana dakwah perlu dimiliki oleh umat Islam. Apabila udara Indonesia dimasa depan dipenuhi oleh pesan pesan agama lain dan sepi dari pesan pesan agama Islam, maka sudah tentu keadaan seperti ini tidak menguntungkan bagi peningkatan dakwah Islam di tanah air. Kelima, merebut pemuda Indonesia adalah juga tugas dakwah Islam jangka panjang. Anak anak dan para remaja kita adalah aset yang tak ternilai bagi kita semua. Mereka wajib kita selamatkan dari pengkikisan aqidah yang

dapat terjadi karena “invasi” nilai nilai non Islam ke dalam jantung berbagai komunitas Islam di Indonesia.<sup>24</sup> Sehingga perlu adanya benteng tangguh yang wajib di tanamkan pada pribadi pribadi anak anak dan kaum remaja Indonesia dalam menghadapi era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat cepat ini.

Lebih jelasnya tantangan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya media media massa mainstream yang sekuler dan anti Islam.

Sungguh ironis di Negara yang mayoritas penduduknya Muslim ini, , umumnya media massanya justru tak berpihak pada Islam dan kaum Muslimin. Parade kezaliman atas pemberitaan umat mayoritas ini kian menyudutkan Islam. Sejumlah peristiwa, seperti kasus Ahmadiyah, Syiah Sampang, Gereja HKBP di Bekasi, Yasmin di Bogor, dan sebagainya, jadi bulan-bulanan media massa mainstream yang tak berpihak pada umat Islam.<sup>25</sup>

Belum lagi peristiwa-peristiwa dunia semisal berita perang Irak, senjata pemusnah massal, kasus 11 September 2001 di Amerika, perang terhadap “terorisme”, dan seterusnya, yang kesemuanya itu menghantam Islam dan kaum Muslimin. Ketidakadilan alias kezaliman, itulah yang terjadi hari ini, untuk menggambarkan penyudutan pemberitaan terhadap umat Islam.

Media sekuler dan liberal tidak memberitakan kegiatan umat Islam yang memprotes kegiatan liberal, sekuler dan kapitalis.

Sebagai contoh unjuk rasa Miss World kemarin Jum'at (6/9/2013). Unjuk rasa besar yang dilakukan ribuan kaum Muslimin hampir setengah hari di jantung Jakarta tidak ada beritanya. Kompak, tak satupun media sekuler yang memberitakan keberatan umat Islam atas kontes maksiyat tersebut. Padahal di lapangan terlihat kerumunan gerombolan wartawan media sekuler dan liberal. Bisa jadi mereka menunggu momen rusuh untuk dipublikasikan besar-besaran di medianya. Bahkan Koran Sindo hari Sabtu (7/9/2013) justru

---

<sup>24</sup>Khotib Pahlawan Koyo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2007), 10

<sup>25</sup><http://duniamuallaf.blogspot.co.id/2013/07/penting-umat-islam-harus-tahu-baca.html>

membuat headline satu halaman penuh berisi pendapat-pendapat tokoh yang setuju terhadap diselenggarakannya Miss World.<sup>26</sup>

Namun tatkala ada insiden aktivis Islam atas suatu kejadian, langsung mereka menghukum, membuat berita semaunya tanpa cek silang. Padahal tuntutan jurnalistik menuntut mereka untuk klarifikasi dan cover both side. Ada apa gerangan sesungguhnya terhadap media liberal ini. Ternyata mereka tak cukup benci Islam dan kaum Muslimin, namun media liberal juga bertujuan untuk menghancurkan Syariat Islam.

Sehingga sudah selayaknya bagi umat Islam untuk tabayun atau croscek dulu terkait berita berita yang didapat. Terutama yang datang dari media media mainstrem. Hal ini juga tercantum dalam Al Qur'an Qs Hujarat ayat 6 :

*"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."*

## 2. Masih minimnya dukungan pemerintah.

Kita masih cukup ingat beberapa waktu yang lalu masyarakat Indonesia dikagetkan dengan pemblokiran media media Islam. Dengan alasan penanggulangan terorisme pemerintah melalui BNPT yang kemudia diteruskan ke kementrian kominfo memblokir situs situs Islam yang dianggap menyebarkan aksi aksi terorisme di wilayah negara Idonesia ini. Tentunya dengan standar dan aturan pemblokiran dari BNPT sendiri. Khususnya terkait dengan pengkatagorian atau klasifikasi makna teroris itu sendiri. Dengan demikian, menjadi jelas kebijakan yang diambil oleh BNPT yang selanjutnya ditindaklanjuti oleh Kementerian Kominfo sangat merugikan Islam. Seharusnya pemerintah, melalui BNPT mengkaji terlebihdulu dengan informasi yang disampaikan oleh media Islam, kemudian melakukan penelitian lanjutan tentang adanya ancaman terhadap keutuhan dan kedaulatan

---

<sup>26</sup> <http://www.arahmah.com/news/2013/09/07/tak-benci-islam-media-massa-liberal-bertujuan-menghancurkan-syariat.html>

NKRI, seperti ekspansi ideologi Syiah Iran yang semakin massif dan gencar merasuk ke semua sektor fungsi-fungsi pemerintahan.

Tindakan *abuse of power* atas nama menghentikan paham radikalisme termasuk simpatisannya. sebagaimana disebutkan oleh Kementerian Kominfo merupakan tindakan yang ceroboh dan sekaligus menunjukkan tidak berpihaknya pemerintah dalam hal ini BNPT atas “Demokratisasi dan Kebebasan Pers”. Suatu yang antagonistik, politik polarisasi dalam bentuk melemahkan perjuangan Islam di satu sisi, di sisi lain memberikan keluasan bagi gerakan aliran sesat yang bukan hanya membahayakan bagi Islam namun juga NKRI.<sup>27</sup>Demikianlah sekelumit realita yang baru saja kita rasakan bersama. Dimana Negara yang mayoritas masyarakat atau warganya beragama Islam tetapi kebijakan pemerintahnya justru sangat jauh dari nilai yang terkandung dalam Islam itu sendiri.

### 3. Masih kurangnya tenaga ahli media massa muslim

Kita mengakui bahwa pada era media informasi seperti sekarang ini umat Islam masih lemah dalam penguasaan IT (informasi teknologi) khususnya media massa. Sehingga. Media massa lebih banyak dikuasai dan dikendalikan non-muslim yang memandang Islam sebagai musuh yang harus dihancurkan. Sedangkan umat Islam tidak mempunyai media massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai Islam atau membela kepentingan agama dan umat. Akibatnya adalah kebutuhan akan informasi masyarakat muslim tidak terpenuhi karena arus informasi cenderung berpihak kepada kepentingan non muslim. Dimana informasi tersebut kadang tidak sesuai dengan kenyataan dan bahkan tidak sedikit juga yang menyesatkan. Padahal kita tahu bahwa di Indonesia dan bahkan dunia komunitas muslim masih mendominasi. Realita tersebut menjadi daya tarik media massa sekuler untuk menjadikan masyarakat muslim menjadi segmentasi empuknya.

---

<sup>27</sup>[http://m.hidayatullah.com/artikel/opini/read/2015/03/31/67575/penutupan-media-islam-online-menguntungkan-aliran-sesat.html#.Vkkqfg\\_1YrIU](http://m.hidayatullah.com/artikel/opini/read/2015/03/31/67575/penutupan-media-islam-online-menguntungkan-aliran-sesat.html#.Vkkqfg_1YrIU)

Kurangnya tenaga profesional yang terdidik dan memahami seluk beluk media massa ini menjadi salah satu factor kenapa media massa Islam kurang bias bersaing dengan media massa mainstream. Seperti telah diketahui media massa mainstream saat ini telah berkembang sebagai sebuah industri yang memerlukan modal besar dan melibatkan banyak manusia, wartawan, karyawan administrasi, produksi sampai pada marketing. Karena itu disamping fungsinya sebagai media informasi, penyalur aspirasi umat yang bersifat ideal, media massa harus bisa berdaya dan mandiri, kalau tidak maka tinggal tunggu waktunya saja untuk gulung tikar. Kesadaran yang perlu kita tumbuhkan adalah pentingnya kita menguasai media massa yaitu agar, “Jangan terus-terusan kita dibodohi media massa mainstream yang menggambarkan kehebatan musuh,” tetapi kita bisa membuat opini dan kekuatan dalam rangka menegakkan risalah dakwah ini.

#### 4. Persaingan industri media massa

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan para pengelola media massa mencari strategi tertentu untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Hal itu terjadi salah satunya karena semakin banyaknya media massa yang menawarkan sebuah program unik dan menarik dalam rangka mengambil hati para audien atau khalayaknya (pembaca, pemirsa maupun pendengarnya). Sehingga para khalayak (pembaca, pemirsa, maupun pendengar) selalu senantiasa tidak beralih ke media massa yang lain. Karena kalau program yang ditawarkan tidak menarik bisa dipastikan para khalayak akan dengan mudah mengubah chanel (kalau itu TV), memindah frekuensi (kalau itu radio), dan beralih langganan (kalau itu koran). Hal ini juga disebabkan karena sebagian besar orang membuat pilihan media mereka sendiri secara bebas, mereka biasanya tidak merasa dimanipulasi oleh kekuatan yang jauh.<sup>28</sup> Khalayak sering kali terbentuk berdasarkan kesamaan kebutuhan, kepentingan, dan selera individu.<sup>29</sup> Realita tersebut sesuai dengan kajian teori Uses and gratifications (kegunaan dan kepuasan). Teori ini pertama kali

---

<sup>28</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 147

<sup>29</sup>Ibid, Hal 173

dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Dalam bukunya yang berjudul *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media, khalayak atau audience mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan apa yang menjadi kebutuhannya. Teori ini merupakan kebalikan dari teori peluru (*hipodermic needle theory*). Dalam teori peluru dikatakan bahwa media sangat aktif dan power full, sementara khalayak berada dipihak yang pasif. Sementara itu dalam teori uses and gratifications ditekankan bahwa khalayak aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya.<sup>30</sup>

Bahkan kemajuan teknologi memunculkan masyarakat prosumen (masyarakat produsen dan konsumen). Maka, fokus produksi yang dipegang media, kini berpindah ke tangan konsumen. Contohnya, citizen journalism yang sekarang sedang marak di mana-mana. Media sebagai pabrik informasi tidak hanya bersaing dengan sesama produsen, tetapi juga harus berkompetisi dalam pasar dengan khalayak alias konsumennya sendiri. Dari situ muncul istilah “yang cepat mengalahkan yang lambat” bukan lagi “yang besar mengalahkan yang kecil” dalam artian berita yang cepat sampai kepada khalayak itulah yang banyak diminati. Sehingga media yang paling cepat memberikan informasi maka media itu lah yang akan diminati masyarakat. Tentunya keunikan dan kemasan program tidak bisa dilupakan.

Persaingan bukan hanya di antara media cetak, media elektronik dan media online tetapi sekarang ini persaingannya dengan khalayak dari ketiga media tersebut yang kini bertransformasi menjadi khalayak prosumen.

## **F. Kesimpulan**

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu tentang “Tantangan Dakwah Antar Budaya di Era Modern” kita dapat mengambil

---

<sup>30</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011) , 192

beberapa poin penting diantaranya adalah realita kemajuan zaman yang dibarengi dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memaksa aktivis dakwah khususnya dakwah antar budaya, untuk berperan aktif dalam dakwah melalui media massa. Mengingat efek atau dampak yang ditimbulkan oleh media massa sangat besar pengaruhnya di masyarakat modern. Dimana tidak sedikit masyarakat yang sangat bergantung pada media massa. Sampai sampai semua yang disajikan di media massa mereka “telan mentah mentah” tanpa cros cek terlebih dahulu kebenarannya. Terkait dakwah lewat media massa ini tentunya tidak semudah membalikan telapak tangan. Banyak tantangannya yaitu. Pertama, banyaknya media massa mainstream yang sekuler dan anti Islam. Kedua, masih minimnya dukungan pemerintah. Ketiga, masih minimnya tenaga ahli media massa dari kalangan muslim. Tantangan yang terakhir adalah, kebutuhan dan kepuasan masyarakat berbeda beda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin,Samsul Munir,*Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: 2008, Amzah
- Aripudin,Acep, *Dakwah AntarBudaya*. Bandung: 2012, Remaja Rosda Karya
- Aziz, Muhammad Ali,*Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004
- Aziz, Muhammad Ali, *Ilmu Dakwah*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 1993
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'anTajwid dan Terjemahan*. Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2002
- Ibrahim, Idi Subandy, *Sirnarnya Komunikasi Empatik (krisis budaya komunikasi dalam masyarakat kontemporer )*. Bandung: Pustaka Bani Qurais, 2004
- James W. Tankard, Jr.Werner J. Severin, *Teori komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)*Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Koyo, Khotib Pahlawan, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: AMZAH, 2007
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Mulkham, Abdul Munir,*Ideologisasi Gerakan Dakwah*. Yogyakarta: Sypress, 1996
- Mulyana,Deddy, *Komunikasi Massa*.Bandung: Widya Padjadjaran, 2008
- Mungin,Burhan,*Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2008
- Nasrullah,Rulli, *Komunikasi Antar Budaya*, Jakarta: Kencana, 2012
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011
- Prio Hutman,Ilyas Ismail, *Fisafat dakwah (rekayasa membangun agama dan perdaban Islam)*. Jakarta: Kencana, 2011
- Rakhmat, Jalaluddin,*Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- Sihabudin,Ahmad, *Komunikasi Antar Budaya*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Wahyu Ilaihi, M. Munir,*Manajemen dakwah*, Jakarta: Kencana , 2006
- <https://naifu.wordpress.com/2010/04/01/dakwah-melalui-media-massa/>
- <http://www.romelteamedia.com/2014/07/hasil-pilpres-2014--teori-jarum-suntik.html>
- <http://duniamuallaf.blogspot.co.id/2013/07/penting-umat-islam-harus-tahu-baca.html>
- <http://www.arahmah.com/news/2013/09/07/tak-benci-islam-media-massa-liberal-bertujuan-menghancurkan-syariat.html>.
- [http://m.hidayatullah.com/artikel/opini/read/2015/03/31/67575/penutupan-media-islam-online-menguntungkan-aliran-sesat.html#.Vkkqfg\\_IYrIU](http://m.hidayatullah.com/artikel/opini/read/2015/03/31/67575/penutupan-media-islam-online-menguntungkan-aliran-sesat.html#.Vkkqfg_IYrIU)