

MEDIA DAKWAH DI ERA GLOBALISASI

Erwan Efendi

erwaneffendi6@gmail.com

Ramadesi Purba

ramadesipurba@gmail.com

Tira Dwi Fitri Br. Naibaho

tridwifitri1411@gmail.com

Abstrak

Era globalisasi telah mengubah lanskap media dan komunikasi secara signifikan, dan hal ini berdampak besar pada praktik dakwah agama. Jurnal ini berusaha untuk menyelidiki pengaruh globalisasi terhadap penggunaan media dalam upaya dakwah, dengan fokus pada Islam sebagai studi kasus. Dalam konteks ini, penelitian kami mempertimbangkan peran platform media social, saluran TV internasional, radio, dan teknologi informasi dalam menyebarkan pesan dakwah. Kami juga mengkaji bagaimana media global memengaruhi citra Islam dan umat Muslim, serta peran media dalam membentuk identitas Muslim di seluruh dunia. Selain itu, kami juga mengkaji tantangan yang dihadapi oleh media dakwah dalam menghadapi pluralisme, sekularisme, dan budaya konsumen dalam era globalisasi. Bagaimana media dakwah mampu beradaptasi dengan perkembangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada menjadi fokus penelitian kami. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang peran media dalam dakwah di era globalisasi, dan menjadi sumber inspirasi bagi praktisi dakwah, peneliti, dan pengambil kebijakan yang ingin memahami dinamika ini lebih baik.

Kata Kunci: Media, Dakwah, Globalisasi.

Abstract

The era of globalization has changed the media and communication landscape significantly, and this has had a major impact on the practice of religious da'wah. This journal seeks to investigate the influence of globalization on the use of media in da'wah efforts, with a focus on Islam as a case study. In this context, our research considers the role of social media platforms, international TV channels, radio, and information technology in spreading da'wah messages. We also examine how global media influences the image of Islam and Muslims, as well as the role of media in shaping Muslim identity around the world. Apart from that, we also examine the challenges faced by da'wah media in dealing with pluralism, secularism and consumer culture in the era of globalization. How the da'wah media is able to adapt to these developments and take advantage of existing opportunities is the focus of our research. It is hoped that the results of this research will provide in-depth insight into the role of the media in da'wah in the era of globalization, and become a source of inspiration for da'wah practitioners, researchers and policy makers who want to understand these dynamics better.

Keyword: Media, Da'wah. Globalization.

PENDAHULUAN

Di era modern ini, mengajar agama Islam tidak lagi menjadi otoritas seorang ulama. Di mana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara orang bisa belajar agama Islam. Masyarakat sekarang ini tidak hanya mengandalkan ulama sebagai sumber satu-satunya untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Masyarakat bisa memanfaatkan televisi, radio, surat kabar, handphone, video, CD-room, buku, majalah dan buletin. Bahkan, internet sekarang ini menjadi media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekalipun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan.

Dakwah sebagai aktivitas dan fenomena agama telah tumbuh sebagai bidang kajian yang dipelajari dan dikembangkan. 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.

Dalam era informasi ini, banyak para ahli dan pakar penelitian menganggap di era informasi dakwah mesti melibatkan media masa modern sebagai media dakwah. Tanpa ini, maka keberhasilan dakwah akan sulit di capai pendapat demikian didasarkan pada alasan bahwa masyarakat di era informasi memiliki tingkat kesibukan yang insentif, sehingga tidak memiliki waktu untuk hadir di masjid maupun di majelis ta'lim untuk memperdalam dan mengkaji ajaran keIslaman. Waktu senggang sering digunakan untuk menyimak program atau acara yang ditayangkan dan di siarkan di media modern, hal demikian dapat di maklumi, mengingat media modern telah memanjakan mereka tanpa harus keluar rumah, maka mereka dapat menyimak dan mendengarkan siaran keIslaman tanpa ke masjid maupun ke majelis ta'lim. perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa memecah belah masyarakat.

Seiring perkembangan zaman, media dakwah juga semakin canggih. Tidak hanya menyampaikan dakwah melalui mulut ke mulut, mimbar atau pada tempat-tempat tertentu. Saat ini, perkembangan media dakwah cukup baik, karena didukung elektronik, seperti alat komunikasi dan media televisi. Alat media tersebut bisa digunakan dalam berdakwah, dimana alat ini bisa menyampaikan pesan-pesan keislaman serta dapat mewujudkan generasi yang baik dalam berdakwah.

Aktualisasi peran dakwah setiap muslim ini menjadi sangat terbuka dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, yaitu dengan memanfaatkan multimedia sebagai wahana Dakwah. Globalisasi sendiri sebenarnya sejalan dengan dengan ajaran agama Islam, ajaran atau agama yang diturunkan sebagai rahmat alam semesta. Jika globalisasi digunakan untuk menduniakan nilai-nilai moral islami, baik yang bersifat personal (personal morality) maupun yang public (public morality), maka kehidupan umat manusia di dunia ini dapat berjalan dengan tertib, aman, damai dan sejahtera

Istilah globalisasi berasal dari kata globe (peta dunia yang berbentuk bola). Dari kata globe selanjutnya lahir istilah global (yang artinya meliputi seluruh dunia). Dari kata global lahir 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.

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi, dunia dihadapkan pada cepatnya perkembangan informasi. 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 melainkan proses dakwah dapat tersebut 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, bisa memakai senyuman atau hiburan dakwah bagi pendengar.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah Penelitian kepustakaan atau library research, yang bertujuan untuk menggali konsep media dakwah yang tampaknya cukup diminati saat ini. Penelitian Kepustakaan merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu (Iqbal, 2002). Menurut Dananjaya (1997), penelitian kepustakaan adalah cara penelitian bibliografi, secara sistematis ilmiah meliputi pengumpulan bahan-bahan bibliografi yang berkaitan dengan sasaran penelitian, teknik pengumpulan dengan metode kepustakaan dan penyajian data-data. Penelitian berbasis literatur dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis kritis dan komprehensif terhadap suatu fenomena atau konsep.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) pemilihan literatur, dimana peneliti harus memilih literatur yang relevan dengan penelitian; (2) membaca cepat (scanning). Peneliti tidak perlu mendalami setiap literatur yang dibaca, tetapi cukup membaca abstraknya dan memperkirakan apakah literatur tersebut akan sesuai dengan fokus penelitian atau tidak; (3) drafting, fokus dari penelitian ditulis secara garis besar terlebih dahulu. Peneliti dapat menulis bagian-bagian apa saja yang akan dicantumkan pada jurnal yang akan diterbitkan (Jatmiko, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramn mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya (Amin, 2009: 113). Secara bahasa Arab media/wasilah yang bisa berarti al-wushlah, at-tishad yaitu segala hal yang dapat mengantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud (Enjang AS, 2009: 931).

Kata dakwah adalah kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kata dakwah merupakan suatu istilah bahasa Arab yaitu da'a yad'u da'watan berarti menyeru, memanggil, mengajak. (Junus, 1973: 127). Syekh Ali Makhfuz dalam kitabnya Hidayat al-Mursyidin mengatakan bahwa "Dakwah adalah mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka

dari perbuatan munkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Makhfuz, 1970: 17).

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian (Pimay, 2006: 30). Dalam Al Qu"an terdapat banyak ayat yang secara implisit menunjukkan suatu kewajiban melaksanakan dakwah, di antaranya adalah surat Ali Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

Secara garis besar tujuan dakwah dapat dibagi dua, yaitu: (Pimay, 2006: 8-13)

1. Tujuan umum.

Tujuan umum dakwah adalah menyelamatkan umat manusia dari lembah kegelapan dan membawanya ketempat yang terang benderang, dari jalan yang sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan.

2. Tujuan khusus.

Tujuan khusus dakwah antara lain:

- a) Terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan.
- b) Terwujudnya masyarakat muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan bernegara, adil, makmur, damai dan sejahtera dibawah limpahan rahmat Allah SWT.
- c) Mewujudkan sikap beragama yang benar dari masyarakat

Unsur – unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapaat dalam kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah). (Helmi, 31.)

1. Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.

2. Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan

3. Maddah (Materi Dakwah)

Pada dasarnya, materi dakwah bersumber pada Al Qur'an dan Al Hadist sebagai sumber utama yang meliputi : aqidah, syariah, dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. (Arifin, 2000: 7)

4. Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u.

5. Thriqah (metode) dakwah

Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat An-Nahl : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : Artinya : “serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

6. Atsar (efek)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah, dan thariqah tertentu, maka akan timbul respon dan efek (atsar) pada mad'u (penerima dakwah).

Sehingga Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah. (Djatnika, 1996:35). 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. (Ilaihi, 2010: 9). Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada mad'u. (Puteh, 2006: 100).

Jenis-Jenis Media

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi : (Susilana dan Capi Riyana, 2009: 21)

1. Media Visual. Media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.
2. Media Audio. Media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.
3. Media Audio Visual. Media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran

Dakwah Dalam buku Wahyu Ilaihi, yang berjudul “Komunikasi Dakwah” menyebutkan, jenis media dakwah juga dapat digolongkan ke dalam dua bagian, yaitu: (Ilaihi, 2010: 107)

- 1) Media tradisional (tanpa teknologi komunikasi), merupakan berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan didepan umum terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, lenong dan sebagainya.
- 2) Media modern atau media elektronika (dengan teknologi komunikasi) adalah media yang dilahirkan dari teknologi, seperti televisi, radio, pers dan sebagainya.

Beberapa jenis media dakwah juga bisa dilihat dari sisi penyampaian yang digolongkan ke dalam lima bagian, yaitu: (Aziz, 2004: 120)

- 1) Lisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan lidah atau suara. Termasuk dalam bentuk ini adalah khutbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, pidato-pidato radio, ramah tamah dalam anjang sana, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan, dan lain sebagainya.
- 2) Tulisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan misalnya: buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk, dan sebagainya.
- 3) Lukisan yaitu gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, dan lain sebagainya. Bentuk terlukis ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, seperti komik-komik bergambar.
- 4) Audio visual yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk itu dilaksanakan dalam televisi, 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.

Perkembangan Media Dakwah Sebelum Era Globalisasi

1. Dakwah periode Makkah.

Objek dakwah Rasulullah Saw pada awal kenabian adalah masyarakat Arab Jahiliyah, atau masyarakat yang masih berada dalam kebodohan. Dalam bidang 50 agama, umumnya masyarakat Arab waktu itu sudah menyimpang jauh dari ajaran agama tauhid, yang telah diajarkan oleh para rasul terdahulu, seperti Nabi Adam A.S. Mereka umumnya beragama watsani atau agama penyembah berhala. Dalam berdakwah, Rasulullah Saw memberikan materi dakwah apa yang disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti tentang tauhid, iman kepada hari kiamat, pembersih jiwa dengan menjauhi segala kemungkaran dan kekejian yang menimbulkan akibat buruk, dan dengan melakukan hal-hal yang baik dan utama. Strategi yang dilakukan Rasulullah Saw saat itu secara rahasia selama tiga tahun. Tahapan dakwah secara terang-terangan terhadap penduduk mekkah, mulai tahun ke empat kenabian sampai akhir tahun kesepuluh kenabian.

2. Dakwah periode Madinah

Dalam periode ini, pengembangan Islam lebih ditekankan pada dasar-dasar pendidikan masyarakat Islam dan pendidikan sosial kemasyarakatan. Oleh karena itu, Nabi kemudian meletakkan dasar-dasar masyarakat Madinah, sebagai berikut:

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

Media Dakwah Di Era Globalisasi

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia dihadapkan dengan situasi dan kondisi dimana mereka harus saling berinteraksi dengan manusia lainnya, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Proses interaksi antar manusia ini disebut dengan komunikasi. Secara umum, istilah komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide,

gagasan) dari satu pihak kepada pihak yang lainnya agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya (feedback). Perkembangan media teknologi informasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan e-life, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan e- seperti e-commerce, e-government, e-education, elibrary, e-journal, e-medicine, e-laboratory, e-biodiversity, dan yang lainnya lagi yang berbasis elektronika. Bahkan, media dalam berdakwah pun sangat banyak digunakan melalui alat elektronik. Cuma sedikit da'i yang melakukan dakwah dengan menggunakan sistem tradisional (mimbar). Di Indonesia, media yang digunakan dalam berdakwah, baik secara lisan maupun tulisan sebagai berikut. 1. Televisi. 2. Radio. 3. Telepon. 4. Pager. 5. Handphone. 6. Wi-fi/internet

Secara umum media-media yang dapat digunakan sebagai media dakwah di era globalisasi terdiri dari:

1. Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu:

a. Film Slide

Film slide ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang jelas kepada audiens tentang informasi yang disampaikan oleh seorang juru dakwah (Amir, 2009: 116-117).

b. Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program ke dalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat sekali untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya.

c. Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik seperti surat kabar, majalah dan sebagainya. Dalam perkembangannya gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi/pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da'i yang inovatif akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwahnya secara efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan. Kelemahannya, da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, selain itu menuntut kreatifitas dan inovasi da'i (Amir, 2009: 116-117).

2. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran (Amir : 2009: 116-117)

a. Radio

Radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni music, kata-kata dan efek suara (Aziz, 2004: 120)

b. Tape Recorder

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplayback dalam bentuk suara. Dakwah dengan tape recorder ini relatif mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai kebutuhan. Di samping itu da'i dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya disebarkan pada kesempatan lain dan seterusnya (Amir : 2009: 119-120)

3. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampai informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat menyampaikan pesan dan informasi (Aziz, 2004: 120).

a. Televisi

Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi (Amir, 2009: 121).

b. Film

Jika film digunakan sebagai media dakwah maka harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan (Amir, 2009: 121).

c. Internet

"Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekerja." (Samsul Munir Amir : 2009: 156). Begitu besarnya potensi dan efisiennya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan cybermuslim atau cyberdakwah. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya (Amir : 2009: 156)

Platfom yang dapat digunakan untuk berdakwah melalui internet banyak sekali seperti instagram, whatsapp, facebook, youtube. Dakwah dapat dikemas dalam bentuk video, animasi, quote, dan sebagainya.

4. Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana (Amir, 2009: 122).

a. Buku

Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu.

b. Surat kabar

Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai penjurur. Karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama (Amir, 2009: 124).

c. Majalah

Jika majalah tersebut majalah keagamaan, maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang da'i dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam (Amir, 2009: 124).

4. KESIMPULAN

Media Dakwah adalah segala sesuatu yang berupa alat perantara dan sarana yang di gunakan dalam kegiatan dakwah yang menjadi penunjang dalam kelangsungan proses penyampaian pesan dari komunikator (da'i) kepada mad'u (komunikan) secara efektif. Banyak media dakwah yang digunakan memiliki kelemahan dan kekurangan. Tentunya penggunaan media tersebut haruslah memiliki metode yang tepat yang dilihat dari keadaan mad'u (khalayak) dengan memperhatikan faktor usia, pengetahuan, status sosial, dan sebagainya.

Tidak cukup hanya mengandalkan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan tarap perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran.

Secara umum media-media yang dapat digunakan sebagai media dakwah di era globalisasi terdiri dari: media visual (seperti film, OHP, gambar), media audio (radio, tap recorder), media audio visual (film, televisi, internet) dan media cetak (buku, surat kabar, majalah). Namun yang paling diminati saat ini ialah media internet, karena media ini menjangkau ke masyarakat luas dan tanpa ada batas waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2008. Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam. Jakarta: Amzah
 Amin, Samsul Munir. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah.
 Arifin, M. 2000. Psikologi Dakwah. Jakarta: Bumi Aksara
 Aziz, Moh. Ali. 2004. Ilmu Dakwah. Jakarta: Prenada Media
 Dananjaya, J. Metode Penelitian Kepustakaan. Jurnal Antropologi Indonesia. No 52 (1997). e- ISSN 1693-6086 print ISSN 1693-167X.
 Djatnika, Rachmat. 1996. Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia. Jakarta: Pustaka Indonesia
 Enjang AS, 2009. Dasar-Dasar Ilmu Dakwah. Bandung.
 Helmi, Masdar. Dakwah dalam Alam Pembangunan. Semarang: CV Toha Putra
 Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya
 Iqbal Hasan, M. Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya, M.S. Khadafi, Lolita (editor). Cet. 1. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
 Jatmiko, W. Panduan Penulisan Artikel Ilmiah. Depok: Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia. (PDF) Scientific Article Writing Guide (researchgate.net), 2016.
 Junus, H. Mahmud. 1973. Kamus Arab Indonesia, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an.
 Mahfud, Syekh Ali. 1970. Hidayatul Mursyidin. Libanon: Darul Ma'rifat
 Puteh, Jakfar dan Saifullah. 2006. Dakwah Tekstual Dan Kontesktual. Yogyakarta: AK Group
 Pimay, Awaluddin. 2006. Metodologi Dakwah. Semarang: Rasail
 Susilana, Rudi dan Cepi Riyana. 2009. Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan,

Pemanfaatan, dan Penilaian. Bandung: CV Wacana Prima
Suhartini, Perspektif Global. Diakses di internet pada tanggal 24 Juli 2017 dari situs:
<http://staffnew.uny.ac.i>).