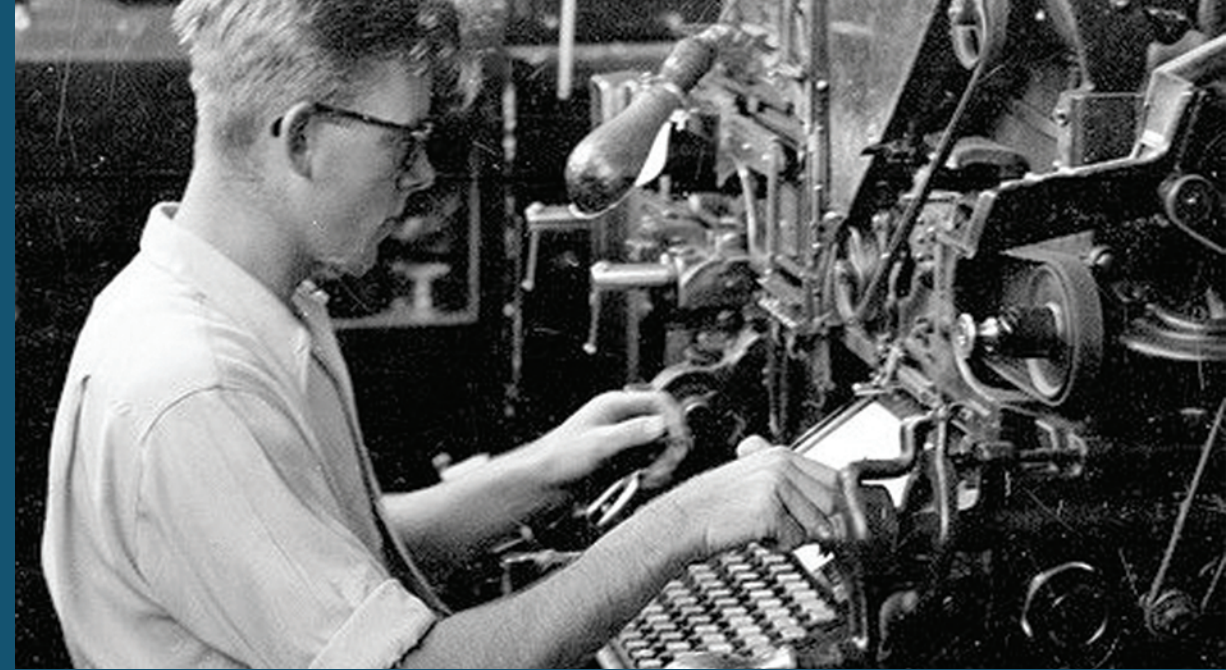




KONVERGENSI MEDIA **DAKWAH**



Dr. Jasafat, MA

KONVERGENSI MEDIA **DAKWAH**

Dr. Jasafat, MA



Jl. Ar-Raniry No.1
Komplek Pascasarjana UIN Ar-Raniry
Banda Aceh
Email: percetakan@ar-raniry.ac.id

ISBN 978-623-7410-14-0



9 786237 410140

KONVERGENSI MEDIA DAKWAH

Dr. Jasafat, MA

Editor: Syahril Furqani

Konvergensi Media Dakwah

Dr. JASAFAT, MA

ISBN: 978-623-7410-14-0

viii +360 hlm. 15.5 x 23.5 cm

Editor: Syahril Furqani

Layout:

Eka Saputra

Desain Cover:

Eka Saputra

Diterbitkan oleh:

Ar-Raniry Press

Jln. Ar-Raniry No.1

Komplek Pascasarjana UIN Ar-Raniry

Banda Aceh

E-mail: percetakan@ar-raniry.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

PENGANTAR PENULIS

Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Allah s.w.t. atas taufiq dan hidayahnya kepada penulis sehingga tabah menghadapi kendala khususnya terkait sumber rujukan mapun gaya penulisan yang berbeda dari yang semestinya, namun berkat kesabaran dan kerjasama dalam penulisan ini, akhirnya penulis dapat merangkul dan menyelesaikan buku ini.

Konvergensi Media yang dibahas dalam buku ini adalah sebuah fenomena tentang kehadiran media sebagai solusi dalam melaksanakan dakwah ke seantero dunia. Cakupan dakwah tidak lagi sebatas pada lokasi dimana dakwah dilaksanakan, tapi dakwah hari ini memerlukan ruang lingkup yang lebih luas. Untuk menjangkau objek dakwah yang semakin cerdas dan jauh dari jangkauan para da'i, maka konvergensi media merupakan solusi untuk menjangkau mad'u yang semakin beragam. Kehadiran buku ini nantinya memberi wawasan baru bagi penggiat dakwah dan pemerintah agar menjadikan media bukan saja sebagai sarana komunikasi dan informasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media dakwah ke seluruh alam.

Buku ini ditulis sebagai jawaban terhadap kurangnya rujukan dalam mata kuliah Media dakwah yang penulis asuh. Penulis berinisiatif untuk membuat kurikulum dan Satuan Acara

Dr. Jasafat, M.A

Pembelajaran (SAP) sebagai pedoman dan fokus pembelajaran. Oleh karena itu naskah buku ini merupakan rangkuman kuliah mahasiswa yang mengkaji media dakwah pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan menambah dan mengaitkan Media Dakwah dengan isu-isu global dalam Konvergensi Media. Buku ini merupakan salah satu solusi untuk melengkapi rujukan ilmu dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Sebagai pengganti diktat mata kuliah buku ini nantinya dijadikan sebagai buku ajar mata kuliah Media Dakwah dan pelajaran-pelajaran terkait lainnya.

Terimakasih penulis ucapkan kepada Direktur, Wakil Direktur dan Kepala Tata Usaha Pascasarjana UIN Ar-Raniry yang telah memfasilitasi penulisan dan penerbitan buku ini, begitu juga kepada saudara Ekasaputra S.Sos.I. M.Sos. serta Mahasiswa KPI yang telah membantu tata letak naskah buku ini, semoga buku ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu dakwah.

Penulis sangat menyadari keterbatasan dalam menyelesaikan buku ini, sehingga buku ini nampak masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak yang perlu diperbaiki. Untuk itu penulis sangat berharap adanya kritik dan saran dari para pembaca demi menyempurnakan buku ini dari kesalahan, kekurangan data dan gaya penulisannya.

Banda Aceh, 10 November 2019

Jasafat

PENGANTAR

Mengamati Konvergensi Media Dalam Dakwah

The Chance of Reaching Da'wah Target

Prof. Dr. Farid Wajdi Ibrahim. MA

Kehidupan manusia sejak zaman batu, hingga era industri saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan sains dan teknologi. Perkembangan teknologi komputer dan teknologi satelit ruang angkasa sebagai media baru yang kemudian dikenal dengan istilah konvergensi media menjadikan manusia lebih mudah untuk mendapatkan pengetahuan. Konvergensi media merupakan pengintegrasian media-media yang ada untuk diarahkan dan digunakan ke dalam satu titik tujuan dengan berinteraksi melalui perkembangan teknologi komunikasi digital. Konvergensi media terbentuk dalam struktur telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa dalam satu medium telah membawa perubahan signifikan baik secara, struktural, kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer sehingga teknologi komunikasi mampu mem-*by pass* jalur transportasi pengiriman informasi media kepada khalayak. Melalui media komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui media komunikasi juga manusia dapat mengembangkan pengetahuannya.

Kemajuan teknologi telah mengharuskan terciptanya hubungan berbagai saluran komunikasi massa seperti media Online, radio, televisi, internet dan mengubah kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media konvensional dan

beralih ke media Online karena murah dan mudahnya masyarakat mengakses informasi melalui media Online. Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat diperkirakan mampu memproduksi berbagai varian informasi. Setiap minggu bahkan setiap hari masyarakat dapat menyaksikan berbagai informasi baru sebagai hasil konvergensi dari berbagai teknologi komunikasi yang belum pernah ada sebelumnya. Pada saat konvergensi media memainkan perannya sebagai sumber informasi dan komunikasi, maka semua bentuk teknologi komunikasi akan lebih sederhana dibandingkan dengan varian yang ada sekarang ini.

Belum banyak kajian yang menggambarkan era perkembangannya konvergensi media dalam sejarah teknologi informasi. Sejak pertengahan tahun 1980-an perkembangan teknologi dan informasi telah terlihat secara eksponensial. Para praktisi teknologi komunikasi tidak menduga perkembangan media sepesat ini. Memang media memiliki berbagai peran dan fungsi dalam meliput berbagai informasi untuk disampaikan kepada masyarakat, sehingga selalu ada hal baru yang diterima masyarakat dan media juga memberi pelajaran, pengetahuan atau edukasi bagi masyarakat. Untuk intertainment media berfungsi sebagai sarana hiburan dimana media hadir untuk memberikan hiburan kepada masyarakat. Dengan demikian jelas bahwa media menjadi sumber aspirasi bagi publik dan menjadi alat kontrol di negara-negara demokrasi, menjadi pilar keempat dalam sistem demokrasi, setelah Eksekutif, Legislatif dan Yudikatif. Media mampu mengkritisi setiap kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah, menjadi pembela kebenaran dan keadilan serta melaporkan sesuatu berdasarkan fakta dan data.

Jika dijadikan sebagai media dakwah, maka konvergensi media akan mempermudah para da'i menyampaikan pesan-pesan dakwah yang bertujuan untuk menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk mentaati Allah Swt dan Rasul-Nya, mengerjakan perintah-Nya serta menjauhi segala larangan-Nya, agar tercapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Dengan kata lain,

aktivitas dakwah adalah usaha menyampaikan ajaran agama Islam kepada orang lain, dengan cara bijak untuk menciptakan individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam. Di era globalisasi, bantuan alat-alat modern seperti pers, radio, film dan televisi sangat diperlukan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Dakwah yang disampaikan melalui media Online, surat-surat kabar, majalah, brosur dan buku-buku, tidak hanya disimak oleh masyarakat setempat, tetapi pada saat itu juga dapat menjangkau ke luar angkasa dan diikuti oleh masyarakat dunia. Di era teknologi komunikasi masyarakat Islam berhadapan dengan tantangan besar, karena berkembang pesatnya media membuat dakwah benar-benar ditantang untuk menggunakan media konvergensi sebagai media dakwah. Jika tidak demikian, maka apa yang terjadi hingga hari ini media digunakan kaum lain untuk menjalankan misinya. Jika diperhatikan, perlu kiranya meningkatkan kesadaran umat Islam untuk memanfaatkan teknologi dalam penyiaran Islam.

Konvergensi media merupakan cara terbaik bagi para *da'i* untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada *mad'u* ke seluruh alam. Dakwah berbasis konvergensi media yang dapat dijadikan salah satu cara menyampaikan dakwah melalui layanan yang tersedia dalam website, jaringan sosial baik facebook ataupun twitter termasuk penciptaan aplikasi-aplikasi dakwah melalui *smartphone* yang lebih mudah dan praktis. Oleh karena itu para *da'i* dituntut agar mampu memanfaatkan media konvergensi sekaligus menawarkan materi dakwah yang lebih menarik dengan menggunakan bahasa yang bersifat holistik, menyajikan dan menggunakan format yang relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Setelah membaca buku ini terasa oleh saya akan perkembangan teknologi informasi sebagai media yang diistilahkan dengan konvergensi media. Buku ini akan memberi gambaran bagaimana media berperan dalam menyampaikan informasi. Buku yang ditulis saudara Jasafat dapat memberi inspirasi bagi

Dr. Jasafat, M.A

para aktivis dakwah, pemerintah dan masyarakat terkait fungsi dan manfaat konvergensi media sebagai media dakwah. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana buku ini baik untuk dibaca dan dijadikan referensi akademik terkait pengembangan ilmu dakwah.

Daftar Isi

PENGANTAR PENULIS	i
PENGANTAR	iii
Mengamati Konvergensi Media Dalam Dakwah	
<i>The Chance of Reaching Da'wah Target</i>	
Prof. Dr. Farid Wajdi Ibrahim. MA	
BAB I PRINSIP DAN KEBIJAKAN DAKWAH ISLAMIYAH	1
A. Dasar Dakwah	4
B. Kedudukan Dakwah	16
C. Kewajiban Dakwah	23
D. Sasaran Dakwah Islamiyyah.....	27
E. Sasaran Dakwah Internal.....	35
F. Sasaran Dakwah Eksternal	37
G. Metode Dakwah Islamiyyah	45
H. Faktor-Faktor Pendukung Dakwah	62
I. Dakwah Islam Di Era Modern Antara Peluang Dan Tantangan.....	74
J. Jurnalis Muslim di Era Konvergensi Media.....	85
K. Etika Pemberitaan dalam Islam.....	96
L. Tantangan dan Peluang Jurnalis Muslim.....	121
M. Pers Islam dan Jurnalis Muslim.....	123
N. Perkembangan Teknologi Informasi.....	124
O. Dakwah Dan Perkembangan Teknologi	129
BAB II SEJARAH PERKEMBANGAN MEDIA	153
A. Media Cetak	161
B. Media Elektronik.....	164
C. Digital	171
D. Fungsi dan Karakteristik Media	172
E. Era Kemunculan Media Baru	184
F. Perkembangan Teknologi Media.....	192

BAB III EKSISTENSI TEKNOLOGI KOMUNIKASI	250
A. Media Dalam Perpektif Komunikasi Islam.....	266
B. Konsep Media Dalam Islam.....	269
 BAB IV KONSEP TEKNOLOGI KONVERGENSI	
DAN MEDIA BARU	285
A. Konvergensi Media.....	285
B. Konsep Jejaring Sosial.....	301
 BAB V KARATERISTIK MEDIA DAKWAH	320
A. Sejarah Perkembangan Media Dakwah.....	320
B. Media Dakwah di Era Globalisasi	323
C. Prinsip Media Dakwah.....	324
D. Kode Etik Media Dakwah	325
E. Berita Dakwah	328
F. Persamaan dan Perbedaan Media dan Media Dakwah....	336
G. Media <i>Online</i> Sebagai Sarana Dakwah	337
H. Media Dakwah antara Harapan dan Tantangan.....	344
 DAFTAR PUSTAKA.....	346

BAB I

PRINSIP DAN KEBIJAKAN DAKWAH ISLAMIYAH

Pendahuluan

Dalam kitab “*Misbah al-Munir*” Sebutan atau perkataan dakwah berasal dari kata دعا (*da’a*). Perkataan tersebut membawa pengertian menyeru dan memanggil. Dikatakan “saya menyeru Allah” mengandung pengertian bahwa saya memohon kepada Allah dengan permohonan: saya telah menadahkan tangan kepada Allah dengan pertanyaan dan memohon kebaikan di sisi-Nya. Dikatakan memanggil, beliau memberi contoh bahwa : “saya memanggil Zaid” artinya, saya menyeru beliau dan meminta beliau agar memberi perhatian”.¹

Al-Bustānīj menjelaskan bahwa pada asalnya dakwah berarti panggilan, jemputan atau undangan makan, contohnya : دعوت دعوة فلا نا Artinya: Saya, memanggil, menjemput atau mengundang si pulan makan. Pada sisi lain perkataan dakwah dapat juga mengandung pengertian seperti, كما في دعوة فلا نا artinya kami berada di majlis jemputan atau undangan makan si pulan.²

¹ Al-Zawi, Tahir Bin Ahmad, (1979), *Tartib al-Qamūs al-Muhīt Alā Tariqat al-Misbāh al-Munīr wa Asās al-Balāghah*, Matba’at Isa al-Babi al-Halabi wa Syurakah, Kaherah, hal. 208.

² Al-Bustānīj, Karem et al. (1973), *Al-Munjid*, Beirut: Dār al-Masyriq, hal. 216. lihat Al-Rāzī, Muhammad bin Abi Bakri Bin ‘Abd Al-Oadir, (1981), *Mukhtār al-Shihāh*, Beirut : Dār al-Fikr, hal. 205

Menurut Ghalwasy, perkataan dakwah mempunyai dua pengertian, yaitu “agama Islam” dan “kegiatan penyebaran agama Islam”. Sekiranya dikatakan; *هذامن رجال الدعوة* yang berarti : Dia ini adalah dari orang-orang dakwah, maka perkataan dakwah di sini bermaksud penyebaran agama Islam. Jika dikatakan *اتبعدعوةآ* “الله” yang berarti ikutlah dakwah Allah maka, maksudnya ialah agama Islam. Selanjutnya Ghalwasy mengatakan, dakwah juga telah menjadi nama bagi satu disiplin ilmu, seperti disiplin-disiplin ilmu lain, yang memiliki ruang lingkup pembahasan, ciri dan tujuannya sendiri.³

Al-Zamakhsyari dalam “*Asas Balaghah*” memberi pengerian *دعا* adalah panggil. Saya memanggil si pulan; maksudnya : saya menyeru beliau dan Nabi adalah penyeru kesesatan.⁴ Terdapat berbagai definisi yang diberikan oleh para ulama dan para cendekiawan bagi istilah dakwah, antara lain yang dikemukakan oleh Syeikh Ali Makhfuz, beliau menjelaskan bahwa dakwah menggalakkan manusia kearah kebaikan serta menyuruh kepada masalah makruf dan mencegah dari masalah munkar, supaya mereka dapat mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.⁵ Selain itu, al-Bahi al-Khuli mengatakan bahwa dakwah merupakan aktiviti yang berusaha untuk memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan yang lain.⁶

Muhammad Ghazali juga pernah memberikan definisi dakwah dalam kitabnya yang berjudul *Ma’a Allah Dirasat fi al-*

³ Ghalwasy, A.A., (1978), *al-Da’wah al-Islāmiyyah: Ushūluḥā wa Wasā’iluḥā*, Qairah, Dar al-Kitab al-Misriy, hal. 10-11

⁴ Al-Zamakhsyari, Mahmud Bin ‘Umar, (1972), *Tafsīr al-Kasysyāf ‘an Haqāiq al-Tanzīl wa ‘Uyūn al-Qāwīl fī Wujūh al-Ta’wīl*, Syarikat Maktabat wa Matba’at Mustafa al-Babi al-Halabi wa Awladuh, Mesir, hal. 189.

⁵ Syeikh Ali Mahfuz, (t.t), *Hidāyat al-Mursyidīn Ilā Turuq al-Wa’z wa al-Khitābah*, Maktabah al-Mahmudiyyah al-Tijariyyah, Kaherah. Hal. 18

⁶ Al-Bahi al-Khuli, (1979), *Tadhkirat al-Du’āt*, cet. ke enam, Maktabal al-Falah. Kuwait, hal. 35

Islam. Beliau mengatakan, dakwah satu rancangan lengkap yang terkandung di dalamnya semua pengetahuan yang diperlukan oleh manusia bagi membolehkan mereka melihat tujuan dari kehidupan mereka, dan juga supaya mereka boleh menemukan tanda-tanda perjalanan yang dapat meletakkan mereka di jalan yang lurus.⁷

Yusuf al-Qaradawi mengatakan dakwah adalah seruan kepada agama-Nya, berdasarkan petunjuk-Nya, melaksanakan *manhaj*-Nya di muka bumi, meng-Esakan-Nya di dalam ibadah, memohon pertolongan serta kepatuhan, mensucikan diri dari semua makhluk yang ditaati selain Allah, membenarkan apa yang dibenarkan Allah, serta menolak masalah yang dibatalkan Allah, menyuruh masalah makruf serta mencegah dari masalah munkar juga berjihad di jalan Allah.⁸

Ibnu Taimiyah, dalam kitabnya yang berjudul *Majmu' Fatawa* menjelaskan, dakwah kepada Allah ialah dakwah untuk beriman kepada Allah dan dengan segala masalah yang didatangkan oleh Rasul-Rasul Allah dengan membenarkan apa yang dinyatakan oleh Rasul. Ianya mengandungi dakwah kepada dua kalimah syahadah, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa di bulan Ramadan, menunaikan haji. Menyeru supaya beriman kepada Allah, malaikat-malaikatnya, kitab-kitab serta Rasul-Rasul-Nya. Beriman bahwa ada kebangkitan setelah kematian. Beriman dengan ketentuan Allah sama ada baik atau buruk, menyeru supaya manusia menyembah Allah seolah-olah mereka melihatnya.⁹

⁷ Muhammad Ghazali, (1989), *Ma'ā Allāh Dirāsāt fī al-Da'wat wa al-Du'āt*, Dar al-Qalam, Dimasq, hal. 14

⁸ Yusuf al-Qaradawi, (1978), *Thaqāfāt al-Dā'iyah*, Muassasah al-Risalah, Beirut, hal.5

⁹ Al-Imam Abi al-“Abas Tqiyuddin Ahmad Bin Abdul Halim, al-Harrani al-Dymasyq al-Hambali (yang terkenal dengan sebutan Ibnu Taimiyah), (1404 H), *Majmū' Fatāwā*, juz 15, Susunan Abd al-Rahman Bin Muhammad Bin Qasim al-‘Asimi dan anaknya Muhammad, Maktabah al-Nahhah al-Hadithah, Kaherah, hal. 157-158

‘Abd al-Rauf Syalabi mengatakan bahwa “dakwah merupakan suatu gerak kerja atau kegiatan yang bertujuan menghidupkan mana-mana sistem dari pangkal sampai ke penghujungnya”.¹⁰ Abdul Karim Zaidan berpendapat, dakwah sebagai panggilan ke jalan Allah, yaitu agama Islam, agama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad s.a.w.¹¹

Dalam hubungan ini dakwah bermaksud kegiatan atau gerakan (*harakah*) untuk menghidupkan sistem Ilahi yang Allah wahyukan kepada Nabi terakhir; Muhammad s.a.w. Sistem ini merangkumi seluruh kegiatan hidup yang terkandung di dalam *Dīn al-Islām*. Dengan demikian, dakwah itu amat luas, seluas *al-Dīn* itu sendiri, termasuk mengajak manusia ke arah amar makruf dan nahi munkar dalam kegiatan sosio-ekonomi, sosio budaya dan lain-lain. Ringkasnya, dakwah bertujuan menghidupkan Islam, dan membangkitkannya semula berasaskan landasan teoritis kepada cara hidup (praktis) di dalam pekerjaan dan kehidupan yang berperai kemanusiaan.¹²

Bila diperhatikan dengan teliti, tidak didapati perbezaan hakiki antara definisi-definisi yang disebut di atas baik dari segi maksud maupun kandungannya. Intipatinya tetap sama, yaitu dakwah merupakan “kegiatan penyebaran agama Islam dan ajaran-ajarannya kepada seluruh umat manusia” sebagai penjelmaan *amar ma’ruf* dan *nahi munkar*. Pengertian inilah yang sesuai untuk dijadikan titik tolak analisis dalam kajian ini.

A. DASAR DAKWAH

Dakwah Rasulullah S.A.W. dengan turunnya wahyu pertama dalam surah *Iqra’* semasa beliau berada di Gua Hira’ yang menjadi tanda bahwa Baginda telah dilantik menjadi Nabi,

¹⁰ Syalabi, Abdul Ra’uf, (1394/1974), *al-Da’wah al-Islāmiyyah, Fī ‘ahdiha al-Makki; Manāhi Juha wa Ghāyātuha*, Majma’ al-Buhūrth al-Islāmiyah, al-Qāhirah, hal, 17

¹¹ Zaidan ‘Abdul Karim, (1976), *Usul al-Da’wah*, Baghdad ; Dar al-Bayan, hal. 5

¹² *I b I d*

serta persediaan untuk menyampaikan risalah¹³ Untuk melaksanakan dakwahnya, baginda secara khusus mendapat perintah dari Allah melalui surat *al-Muddhaththir* (رَأْيُهَا لِمُدَّثِّرٍ قَمِ فَأَنْتِ) artinya, Wahai orang yang berselimut.¹⁴

Surah ini diturunkan di Makkah, dinamakan surah *al-Muddhaththir* (yang berselimut), karena pada awal surah ini Allah perintahkan Nabi Muhammad s.a.w. yang pada saat itu sedang menggigil dan berselimut, setelah menerima wahyu pertama di Gua Hira' supaya bangun dan menyiarkan Islam dalam masyarakatnya, dengan memberi peringatan dan peringatan. Itulah seruan Allah Yang Maha Tinggi supaya baginda memikul tugas dakwah yang amat besar dan berat, yaitu tugas mengingat dan menyedarkan umat manusia serta menyelamatkan mereka dari malapetaka dunia dan keseksaan neraka di akhirat, selain itu membimbing mereka ke jalan keselamatan sebelum luput waktunya.

Penyampaian peringatan merupakan unsur yang paling nyata dari tugas kerasulan, yaitu mengingatkan manusia dari bahaya yang mengancam orang-orang yang lalai dan leka dalam kesesatan. Di sini jelas kelihatan bagaimana limpahnya rahmat Allah terhadap hambanya. Walaupun kesesatan manusia tidak menjejaskan apa-apa terhadap kerajaan Allah, walaupun keimanan mereka tidak menambah kebesaran-Nya, namun dengan limpahan rahmat-Nya Ia memberi sepenuh perhatian kepada mereka supaya mereka selamat dari azab yang pedih di negeri akhirat dan dari malapetaka yang membinasakan mereka di dunia. Selain itu akan membuat mereka disentuh oleh dakwah yang disampaikan oleh Rasulullah, sehingga mereka mendapat

¹³ Ibnu Qayim al-Jauziyyah, (1981), *Zād al-Ma'ād fī Hady Khāir al-'Ibād*, juz 2, Thaqiq Syuab & Abd Qadir al-Amaut, Muassasah al-Risalah, Beirut, hal. 81

¹⁴ Sheikh Abdullah Basmeih, (1980), *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*, Bahagian Ugama, Jabatan Perdana Menteri, Kuala Lumpur, hal. 1590

keampunan-Nya yang akhirnya dilimpahkan karunia, yaitu kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Terlepas dari segala bentuk sebab dan latar belakang turunya ayat ini, namun permulaan surah ini mengandung seruan Allah Yang Maha Tinggi, melantik Nabi Muhammad s.a.w. memikul tugas kerasulan yang sangat besar, dan memerintah beliau supaya bangkit dari tidur dan memulakan perjuangan. Ayat ini juga mengandung bimbingan-bimbingan untuk Rasulullah s.a.w. supaya membuat persediaan yang cukup untuk melaksanakan tugas yang maha besar itu dan berjuang berdasarkan arahan Allah.

Dalam usaha memula kerja-kerja dakwah, maka Allah memerintahkan Rasulullah untuk menyampaikan dakwahnya kepada seluruh kaum keluarganya yang terdekat, dengan firman-Nya dalam surah Asy-Syura ayat 214, artinya, *dan berilah peringatan serta peringatan kepada kaum kerabat mu yang terdekat.*

Mengetahui akan tugas tersebut datangnya dari Allah, maka dengan segala kemampuan yang ada, Rasulullah mulai menyampaikan dakwahnya kepada orang-orang yang terdekat seperti istri beliau Khadijah, hambanya Zaid bin Harithah, kemudian Ali bin Abi Talib selanjutnya ke sahabat baginda Abu Bakr Siddiq.¹⁵

Tiga tahun lamanya setelah turunnya ayat itu beliau benjalankan dakwah secara diam-diam. Kemudian turun pula ayat-ayat yang memerintahkan agar beliau menyiarkan Islam secara terang-terangan. Perintah ini termaktub dalam firman Allah surat Al-Hijr ayat 94. Artinya : Oleh itu, sampaikanlah secara berterus terang apa yang diperintahkan kepadamu (wahai Muhammad) dengan janganlah engkau hiraukan bantahan dan tentangan kaum kafir musyrik itu.¹⁶

¹⁵ 'Ali Bin Jabāir al-Harbi, 1980, *Manhaj al-Da'wah al-Nabawiyah Fi al-Marhalah al-Makkiyyah*, cet 1, Kaherah, hal. 177-179

¹⁶ Sheikh Abdullah Basmeih, (1980), *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*, *ibid*, hal. 626

Berdasarkan kepada ayat tersebut, maka Rasulullah melaksanakan dakwahnya dengan segala upaya dan pada setiap kesempatan tanpa memaksakan kehendak dan secara kekerasan walau mendapat tekanan dan tantangan yang dahsyat dari musyrikin kota Makkah. Bahkan sebaliknya, beliau dan pengikutnya berusaha untuk bersabar swebagai satu-satunya cara untuk melatih keimanan, di samping memperkuat aqidah.

Setelah 13 tahun lamanya Rasulullah menjalankan dakwahnya di Makkah, maka Allah memerintahkan beliau untuk berhijrah ke Madinah. Untuk tahap awal hijrah, Rasulullah memerintahkan para sahabatnya berhijrah lebih dahulu, sementara Rasulullah, Ali dan Abu Bakr tetap di Makkah.¹⁷ Di Madinah, pengikut baginda yang berhijrah disambut oleh kabilah Aus dan Khazraj dari Yathrib. Kabilah ini telahpun di bai'ah oleh Rasulullah dalam bai'ah Aqabah pertama dan kedua. Mereka telahpun berjanji untuk menjaga Rasulullah sepertimana mereka mempertahankan diri dan keluarga mereka sendiri sehingga Rasulullah dapat menjalankan misinya dengan baik. Setelah melaksanakan bai'ah, Rasulullah mengutus Mas'ab bin 'Umair untuk mengajar penduduk Yathrib yang telah memeluk agama Islam, serta mengembangkan Islam, sehingga kesaksian terhadap Rasulullah tersebut sampai ke rumah-rumah penduduk, dan akhirnya tidak ada rumah yang tidak mengena Islam.¹⁸

Dengan demikian, keberadaan umat Islam di Yathsib telah menunjukkan pada tahap perkembangan yang mengembirakan sehingga pada saat para pengikut Rasulullah berhijrah, mereka tidak mengalami kesusahan karena talah ramai mayarakat Yathsib yang memeluk agama Islam. Pada masa Rasulullah dan para pengikutnya sudah berada di Yathrib, maka namanya diubah menjadi Madinah, pada masa itu juga diwujudkan kerajaan Islam pertama di bawah pimpinan Rasulullah. Setelah berdirinya

¹⁷ Muhammad Sa'id Ramadhan al-Buti, (1961), *Fiqh al-Sīrah*, Cetakan ke tujuh, Dimasq, hal. 137

¹⁸ Ibnu Sa'ad, Muhammad bin Sa'at bin Mane', (t.t), *al-Ṭabaqāt al-Kubrā*, Juz 3, Dār Sādir, Beirut, hal. 117

kerajaan Islam, maka perintah Allah yang pertama dalam menegakkan Islam adalah membenarkan jihad bersenjata demi mempertahankan Islam dan mendzalimi mereka yang beriman. Perintah tersebut termaktub di dalam surah al-Hajj ayat 39. “ Diizinkan berperang bagi orang-orang (Islam) yang diperangi (oleh golongan penceroboh), karena sesungguhnya mereka telah dianiaya; dan sesungguhnya Allah amat berkuasa untuk menolong mereka (mencapai kemenangan).¹⁹

Pada ayat lain Allah memerintahkan Rasulullah dan pengikutnya untuk memerangi orang-orang musyrikin secara keseluruhannya, sepertimana mereka memerangi Islam, agar Islam dan umatnya menjadi penguasa di muka bumi dan syari’atnya menjadi peraturan hidup tertinggi, sehingga Islam menjadi rahman yang membawa keadilan hakiki yang dapat dirasakan oleh seluruh umat manusia tanpa terkecuali, sehingga akhirnya mengelakkan mereka dari berlakunya fitnah dan kerusakan di muka bumi. Firman Allah dalam surah al-Baqarah ayat 193 : Dan perangilah mereka sehingga tidak ada lagi fitnah dan (sehingga) menjadilah agama itu semata-mata karena Allah. Kemudian jika mereka berhenti, maka tidaklah ada permusuhan lagi, melainkan terhadap orang-orang yang zalim.

Selain itu, sejarah telah mencatatkan bahwa peperangan bukan satu-satunya jalan untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan oleh musuh-musuh Islam. Peperangan merupakan pilihan terakhir, dan hanya boleh dilakukan sekiranya mereka menolak Islam atau tidak mau mengikat perjanjian damai dengan umat Islam.²⁰

¹⁹ Nabi Muhammad SAW dan orang-orang Islam yang besertanya telah ditindas dengan kejam oleh kaum kafir musyrikin di Makkah, sehingga baginda dan pengikutnya terpaksa berhijrah ke Madinah. Oleh kerana mereka tidak berhenti mengancam dan menceroboh, maka baginda dan orang-orang Islam yang telah puas bersabar diizinkan oleh Allah untuk menghunus senjata menentang penceroboh.

²⁰ Muslim Bin al-Hajjaj al-Qusyairi, (1972), *Sahih Muslim*, Beirut, Dār Ihya’ al-Thurāt al-‘Arabīy, hal 1357

Dengan demikian, maka jelaslah bahwa Islam mesyari'atkan perang bukan bertujuan membunuh atau menghapuskan agama lain di muka bumi ini tetapi bertujuan untuk kemuliaan dan kesucian. Selain itu Islam juga telah menetapkan landasan yang wajib dipatuhi umat Islam yang ikut berperang, seperti, melindungi orang tua, perempuan dan anak-anak sehingga membuktikan bahwa peperangan bukanlah suatu aktivitas yang dilakukan dengan sesuka hati dan bermaharajalela. Peperangan dengan tujuan murni dan dalam bentuk demikianlah yang disyari'atkan sebagai bahagian dari jihad dan merupakan salah satu cara dakwah.²¹

Dari uraian tersebut di atas, jelas bahwa baginda telah mengalami beberapa periode dalam melaksanakan dakwah. Imam Ibnu Qayyim al-Jauziah menjelaskan bahwa masa pelaksanaan dakwah Nabi Muhammad s.a.w dapat dibagi kepada lima priode, yaitu seperti berikut :

1. Periode *Nubuwwah* (Kenabian), yaitu priode dimana Rasulullah menjalankan dakwahnya secara diam-diam dan hanya memberi pelajaran dan petunjuk seisi rumah tangga beliau.
2. Periode *Indzar* Rasulullah menyampaikan dakwahnya khas kepada keluarga terdekat.
3. Periode *Indzar* kepada masyarakat suku Quraisy, yaitu melaksanakan dakwahnya secara terang-terangan tanpa memikirkan penghinaan dan ancaman. Pada saat itu Nabi menjalankan dakwahnya disetiap tempat, termasuklah kepada kaum Quraisy, sehingga mereka bertindak kasar dan kejam.
4. Periode *Indzar* kepada bangsa Arab, pada priode ini Rasulullah sudahpun memiliki pelapis Islam yang kuat dengan islamnya pahlawan-pahlawah Quraisy seperti

²¹ 'Aziz, Abd al-Ghafar, (1983), *al-Da'wah al-Islāmiyyah Bain al-Tanzīm al-Hukūmiyy wa al-Tasyrī' al-Dīniyy 'Aṣr al-Rasūl Ṣallallah 'Alaihi wa Sallam*, jilid I, Qahirah, Mu'assasah, al-Wafā' li al-Ṭibā'ah, hal. 307

Hamzah dan 'Umar Ibn Khatab yang menyebabkan barisan kaum muslimin menjadi kuat dan telah bersedia menghadapi setiap setiap cabaran dan kekerasan.

5. Periode *Indzar* kepada seluruh umat manusia, gerakan dakwah Islam sudah tidak ada lagi batasan, Rasulullah telah mengirim para sahabat untuk mengembangkan Islam ke seluruh dunia.²²

Selain itu, Syeikh Muhammad Said Ramadhan al-Buti menjelaskan tentang pendekatan dakwah Nabi Muhammad s.a.w kepada beberapa priode, yaitu seperti berikut :

1. Dakwah dengan cara rahasia. Dakwah dengan pendekatan berjalan selama tiga tahun
2. Dakwah secara terbuka dengan lisan saja. Dakwah dengan cara ini berlangsung sampai Nabi s.a.w. hijrah ke Madinah.
3. Dakwah dengan cara terbuka dengan memerangi orang-orang yang memusuhi beliau. Dakwah ini berjalan sehinggalah perjanjian Hudaibiah dengan orang-orang musyrikin, pada tahun 6 Hijriah.
4. Dakwah secara terbuka dengan memerangi orang-orang yang menentang dakwah beliau, serta memerangi orang-orang musyrikin dan kafir yang tidak mau masuk Islam. Dakwah dengan cara ini berjalan sehingga Nabi s.a.w wafat, tahun 11 Hijriah. Dan pendekatan dakwah yang terakhir ini adalah pendekatan dakwah yang telahpun bertahan, di mana hal itu tidak mengalami perubahan lagi.²³

Demikianlah pendapat ahli yang menjelaskan tentang priode dakwah Nabi Muhammad s.a.w. Sementara secara am, priode dakwah Nabi s.a.w terbagi kepada dua priode, yaitu priode

²² Ibnu Qayyim al-Jauziah (t.t), *Zad al-Ma'ad*, Dar Ihiya al-Turats al-'Arabi, I/31. Lihat juga Amin Said, (t.t), *Nas-Atud Daulatil Islamiyyah*, Kairo, Isa al-Baby al-Halaby, hal. 5-7.

²³ al- Buti, Muhammad Said Ramadhan (1980), *Fiqh al-Sirah*, Dar al-Fikr, hal. 93

Makkah (sebelum hijrah) dan priode Madinah (setelah hijrah). Untuk lebih jelasnya pada bahagian ini akan diuraikan tentang perkembangan dakwah di priode Makkah dan Madinnah.

1. Priode Makkah.

Priode Makkah, merupakan masa pembinaan dan pemantapan ke dalam dan menyusun kekuatan dakwah, Pada masa itu, dakwah dilakukan secara lisan dan banyak diarahkan kepada keluarga Nabi s.a.w. dan warga kaum beliau. Sementara materi-materi dakwah banyak menitik beratkan masalah aqidah dan keimanan, hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah An-Nahlu ayat 36, etinya, Dan sesungguhnya Kami telah mengutus dalam kalangan tiap-tiap umat seorang Rasul (dengan memerintah menyeru mereka). Hendaklah kamu menyembah Allah dan jauhilah *taaghut* (Syaitah, berhala, dan apa saja yang menyesatkan).

Berdasarkan kepada ayat tersebut, maka Rasulullah melaksanakan misinya dengan menanamkan aqidah yang betul, yaitu bertuhankan hanya kepada Allah dan menjauhi segala bentuk yang syairik (*taaghut*). Penanaman aqidah tauhid terhadap Allah adalah penting untuk membina semangat keimanan dan menjadikan orang beriman tunduk dan taat terhadap segala yang mempersekutukan Allah.

Setelah manusia beriman, maka mereka dituntut untuk beramal saleh. Dengan demikian mereka akan mendapatkan nikmat dan ridha-Nya, jauh dari kekufuran dan kerosakan sehingga lahirilah individu dan jama'ah dari manusia yang beriman. Dengan demikian, tumpuan materi dakwah pada priode ini ditujukan kepada menyeru kearah amal saleh yang dikira sebagai bagian dari ajaran ke dua agama, karena Islam terdiri dari iman dan amal. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan 'Ulwan dalam bukunya yang berjudul "sifat al-dā'iyah al-Nafsiyyah". Beliau mengatakan bahwa dari iman yang mantab akan lahir jiwa kerohanian lain seperti :

- a. Ikhlas, yaitu hati yang mendorong seseorang melakukan sesuatu kebaikan atau meninggalkan kejahatan semata-mata karena Allah
- b. Berani, yaitu kekuatan jiwa dan rohani yang lahir dari keimanan kepada Allah s.w.t. dengan adanya kekuatan ini, seseorang tidak akan takut melakukan kebenaran sekalipun berhadapan dengan cabaran dan tantangan,
- c. Optimis, merupakan kekuatan jiwa dan rohani yang mendorong seseorang melihat dunia sentiasa terbuka luas, harapan dan kejayaan sentiasa ada, dan tidak ada ruang bagi yang namanya putus asa karena itu merupakan salah satu sifat orang kafir.²⁴

Iman yang mantab merupakan asas bagi perkembangan Islam pada masa berikutnya, sebab hanya dengan iman yang mantab saja manusia akan merasa sabar dalam menghadapi dugaan, cabaran dan berbagai ugutan. Setelah mantapnya keimanan umat Islam, maka akan wujud perilaku manusia yang bersandarkan kepada keimanan. Belum dikatakan sempurna iman seseorang jika keyakinannya hanya melibatkan hatinya, tetapi tidak menyerap ke dalam jiwanya dan tidak mendorong anggota luarnya mengerjakan tuntutan keyakinannya. Seperti dia hanya percaya kepada Allah dan sifat-sifat kesempurnaannya, tetapi tidak menjiwai dan menghayati suruhan dan tegahan-Nya, dia hanya percaya kepada surga dan neraka, tetapi tidak ada rasa takut kepada neraka, dan dia hanya percaya kepada al-Qur'an tetapi tidak berusaha melaksanakan ajaran-ajarannya.

Akhlak mulia merupakan hasil dari keimanan. Seorang mukmin yang baik ialah memiliki akhlak yang mulia. Mereka akan menjadi manusia yang adil dan sentiasa melakukan kebaikan, amanah dan menyempurnakan segala janji dan hak, pemurah, kasih mengasihi sesama saudaranya, menyebarkan kebaikan di tengah masyarakat dan menyeru kepada yang ma'ruf dan

²⁴ 'Ulwan, A.N. (1990), *Ṣifāt al-Dā'wah al-Nafsiyyah*, Beirut, Dār al-Salām, hal. 12.

mencegah dari masalah yang munkar. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah an-Nahlu ayat 90-91 yang artinya “ Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, dan berbuat kebaikan, serta memberi bantuan kepada kaum kerabat dan melarang dari pada melakukan perbuatan-perbuatan yang keji dan yang munkar serta kezaliman. Ia mengajar kamu (dengan suruhan dan larangan-Nya ini) supaya kamu mengambil peringatan dan mematuhiya.

Mewujudkan sifat-sifat mulia merupakan hasil keimanan yang benar merupakan satu *uslub* dan ada yang menjadikannya sebagai salah satu *manhaj* dalam menjayakan kerja-kerja dakwah. Hal ini merupakan wujud pernyataan dan dapat dilihat dan dirasakan oleh orang lain tanpa memerlukan suara. Rasulullah dikenali sebagai seorang yang paling amanah sebelum beliau diutus sebagai nabi lagi. Beliau paling benar dalam percakapan dan perjanjian, sehingga banyak orang yang sanggup menitipkan barang-barang berharga kepada beliau meskipun mereka menolak dakwahnya. Keadaan ini dapat dibuktikan dalam peristiwa hijrah, dimana Rasulullah memerintahkan Ali Bin Abi Talib supaya meninggalkan Makkah setelah Rasulullah menyerahkan kembali barang-barang yang pernah dititipkan penduduk Makkah kepada beliau.²⁵

Peristiwa lain untuk membuktikan bahwa Rasulullah merupakan manusia yang bijaksana adalah pada saat peletakkan semula *hajar al-aswad* setelah bergeser karena banjir yang melanda Makkah. Masalah ini hampir menimbulkan pertumpahan darah antara kabilah-kabilah Arab, mereka saling berkeinginan untuk menentukan kabilah mana atau siapa yang sesuai untuk meletakkan kembali *hajar al-aswad* pada kedudukan semula. Abu Umayyah Ibnu al-Mughairah mencadangkan agar orang yang pertama masuk ke bait Allah pada pagi hari adalah sebagai hakim yang menyelesaikan masalah mereka. Dengan kehendak Allah

²⁵ Ibnu Sa'ad, Muhammad Bin Sa'ad Bin Mane', (t.t), *al-Tabaqāt al-Kubrā*, Dār Sādir, Beirut, hal. 146

orang yang pertama masuk ke bait Allah adalah Rasulullah s.a.w. Pada saat mereka melihat baginda, langsung semua mereka berkata “itu dia Muhammad, itu dia *al-amin*, kami meridainya untuk penyelesaian.”²⁶

Selain dari mendemonstrasikan akhlak mulia, dakwah Rasulullah pada priode ini juga menetapkan dan menjelaskan kedudukan risalah dan kerasulan baginda. Penetapan kerasulan ini sangat berarti dan mendasar, karena penolakan terhadap kerasulan dan kenabian berarti penolakan terhadap risalah yang dibawa. Banyak sekali kekeliruan dan penolakan yang ditimbulkan oleh musyrikin Makkah dengan menyatakan bahwa Rasul tidak sah berlaku dikalangan manusia, sebaliknya hendaklah dianya malaikat. Sekiranya dari kalangan manusia maka sudah tentu mereka lebih layak karena lebih kaya dan lebih ramai pengikut serta pengaruh. Mereka juga mengatakan sepatutnya Rasul tidak boleh berjalan di pasar seperti mereka. Antara ayat al-Qur’an yang mengkisahkan pandangan musyikin itu yang salah itu antara lain surah al-Furqan ayat 7, maksudnya, dan mereka pula berkata mengapa Rasul makan, minum dan berjaqlan di pasa-pasar seperti manusia yanglain? Sepatutnya diturunkan malaikat kepadanya, supaya malaikat itu turut memberi peringatan dan peringatan bersama-sama dengannya (sebagai saksi yang membenarkannya).

Demikianlah isi dakwah Rasulullah pada priode Makkah yang masanya sangat singkat tetapi telah berhasil membentuk dan menubuhkan dasar bagi perkembangan dakwah. Jelasnya perkembangan dan keberhasilan dakwah baginda di Makkah adalah menciptakan hubungan pribadi (*personal approach*) khasnya pada saat Rasulullah menjalankan dakwah secara rahasia. Selain itu Rasulullah selalu memanfaatkan segala situasi untuk berdakwah, seperti mendatangi rumah-rumah penduduk,

²⁶ Ibnu Hisyam, Abu Muhammad ‘Abd al-Malik bin Hisyam, (t.t), *al-Sīrat al-Nabawīyyah*, Tahqiq Mustafa al-Saqa, Ibrahim al-Abyari dan Abd al-Hafiz Syalabi, Dār al-Kunuz al-Adabiyah, Kaherah, hal. 197

mengadakan majlis makan, menemui orang-orang yang sedang mengerjakan haji dan selalu mendatangi tempat-tempat perhimpunan orang ramai. Pada priode Makkah disebut juga priode pembinaan kerajaan Allah dalam hati manusia.²⁷

Usaha baginda di Makkah adalah membentuk masyarakat Islami, yaitu masyarakat yang menjalankan ajaran-ajaran dan sistem Islam walaupun diantara masyarakatnya ada orang yang belum Islam.

2. Priode Madinah

Setelah berpindah ke Madinah, maka metode dakwah Rasulullah harus diubah. Hal ini disesuaikan dengan situasi di Madinah. Kalau masa di Makkah Rasulullah hidup dalam ugutan, dihalau dan disiksa, tetapi di Madinah beliau boleh membentuk masyarakat dan tanah air baru, yang mana mereka hidup di dalamnya dengan penuh damai. Mereka telah menjadi umat yang memiliki pimpinan yang memimpin mereka dalam berbagai bidang seperti, keagamaan, politik, ketenteraan dan kemasyarakatan.

Pada saat pertama Rasulullah sampai di Madinah dan tinggal selama empat hari di Quba' adalah untuk mendirikan masjid pertama dalam Islam, baru setelah itu baginda mendirikan Masjid Nabawi.²⁸ Selain mendirikan masjid, baginda juga mempersaudarakan antara golongan Muhajirin dan Ansar di atas saling kebenaran dan saling Bantu membantu. Jumlah mereka yang telah dipersaudarakan seramai 90 orang, yaitu 45 Muhajirin dan 45 Ansar.²⁹

Setelah mempersaudarakan golongan Muhajirin dengan Ansar serta mendirikan masjid, Rasulullah juga mengadakan surat perjanjian dengan seluruh penduduk Madinah termasuk orang

²⁷ Ali Hasjmy, (1974), *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, Bulan Bintang, Jakarta, hal. 281

²⁸ Ibnu Hisyam, *Op-Cit.* hal 494

²⁹ Ibnu Sa'ad, Juz 3, *Op-Cit.* hal 238

Yahudi, dengan tujuan meletakkan satu garis panduan dan kerjasama sebagai warga dalam sebuah negara Islam yang baru wujud demi keadilan, keamanan dan kemaslahatan seluruhnya.³⁰ Sedangkan materi dakwah yang diterapkan pada priode ini, selain meneruskan penanaman dan memperkuat aqidah, juga mulai menerapkan syari'at Islam dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keizinan berjihad dalam mempertahankan Islam dan negara Madinah sampai masalah ibadah, perundangan, kemasyarakatan, politik, perekonomian dan lain-lain.³¹

Dalam pengembangan dakwah, pada priode ini, baginda dan pengikutnya masih menggunakan metode yang pernah diterapkan semasa di Makkah, khasnya dalam menggunakan masjid. Sebab pada masa itu masjid merupakan tempat berhimpun umat Islam untuk beribadat dan melakukan berbagai kegiatan sosial. Selain masjid metode dakwah Rasulullah selama di Madinah bertambah dengan berjihad, mengirim surat kepada pembesar-pembesar Arab serta raja-raja seperti Rome dan Parsi.

Meskipun antara priode Makkah dan Madinah merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, namun suatu hal perlu dicatat adalah priode Madinah masanya lebih singkat dari periode Makkah, namun hasil yang dicapai lebih baik dibanding pada priode Makkah. Keberhasilan dakwah ini tentunya tidak dapat terlepas dari faktor metode dan pendekatan dakwah yang dijalankan oleh Nabi Muhammad s.a.w.

B. KEDUDUKAN DAKWAH

Pada dasarnya setiap manusia memerlukan pimpinan dan bimbingan yang dapat memandu ke jalan kebenaran. Pada awalnya para pemimpin berasal dari kalangan manusia terdiri

³⁰ Hasan Ibrahim, Hasan, (1964), *Tarīkh al-Islām al-Siasī wa al-Dīnī wa al-Thaqāfi wa al-Ijtimāi*, Juz 1, Kaherah, hal. 100-1003

³¹ Abu al-Majd Sayyid Nawfal, (1977), *al-Da'wat allā Allāh Ta'āla Khaṣāiṣuhā, Muqauwwamātuhā Manāhijuhā*, Martab'ah al-Hadarat al-“Arabiyyah, Kaherah, hal. 19

dari Nabi dan Rasul. Mereka selain Nabi dan Rasul, juga sebagai pendakwah yaitu mengajak manusia ke jalan kebenaran. Setelah berlalunya zaman Nabi dan Rasul, masyarakat manusia masih memerlukan pimpinan. Dengan demikian keterkaitan antara pimpinan dan pembimbing berfungsi untuk mengawasi kehidupan masyarakat baik dari segi aqidah maupun amal perbuatannya. Oleh karena itu kedudukan dakwah memang sangat diperlukan.

Al-Amar bi al-ma'rūf dan *al-nahyi 'an al-munkar* merupakan asas pelaksanaan dakwah dalam Islam yang berfungsi sebagai jalan untuk membimbing manusia. Hal ini sesuai dengan Firman Allah S.W.T. dalam surah 'Ālī Imran, ayat 110, yang berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

Artinya : Kamu (wahai umat Muhammad) adalah sebaik-baiknya umat yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia (karena) kamu menyuruh berbuat segala masalah yang baik dan melarang segala masalah yang salah (buruk dan keji) serta kamu beriman kepada Allah (dengan sebenar - benar iman).³²

Ayat tersebut di atas menjelaskan bahwa keistimewaan yang menjadikan umat ini sebaik-baiknya umat adalah disebabkan sifat-sifat yang ada pada mereka tidak wujud pada umat lain. Sifat tersebut ialah beriman kepada Allah, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari munkar³³. Sekiranya sifat-sifat ini hilang dari mereka maka akan lenyaplah kelebihan tersebut.

Imam al-Qurtubi menjelaskan firman Allah tersebut merupakan pujian Allah kepada umat-Nya yang melaksanakan

³² Sheikh Abdullah Basmeih, (1980), *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*, op-cit, hal. 148

³³ 'Abd Rasyid Reda, *Tafsir al-Manār*, Juz 4, Op-Cit, hal. 57

tugas tersebut serta bersifat dengannya. Apabila mereka meninggalkan sifat mengubah kemungkaran serta melakukan masalah munkar, maka hilanglah dari diri mereka pujian tersebut dan akan ditimpa sifat tercela yang akan menjadi sebab kepada kebinasaan mereka.³⁴

Selain itu Imam Syawqani berkata bahwa ayat tersebut merupakan dalil yang menerangkan bahwa umat ini sebaik-baiknya umat secara mutlak. Kebaikan ini merupakan perkongsian bersama oleh umat Islam yang dahulu dan kemudiannya dinisbahkan kepada umat-umat yang lain, walaupun kebaikan itu berlebih kurang di kalangan umat Islam sendiri, sebagaimana terdapat dalil yang menyebut bahwa para sahabat merupakan orang yang memiliki kelebihan dari umat Islam yang lainnya. Ayat tersebut juga merupakan ayat baharu yang mengandungi penjelasan tentang keadaan umat ini sebagai umat terbaik, serta masalah yang terangkum di dalamnya sebab-sebab yang menjadikannya terbaik ialah selagi mereka kekal dan bersifat dengan sifat-sifat tersebut. Tetapi apabila mereka meninggalkan *Al-Amar bi al-ma'rūf* dan *al-nahyi 'an al-munkar* maka hilanglah sifat-sifat terbut dari mereka.³⁵

Sehubungan dengan umat terbaik dalam surah Ali-Imran 110 di atas, timbul persoalan, siapakah yang dimaksud dengan umat terbaik. Untuk menjawab soalan tersebut para mufasir menyimpulkan kepada empat golongan, yaitu; Pertama, mereka yang bersama Rasulullah dalam peperangan Badr. Kedua, mereka yang berhijrah dari Makkah ke Madinah. Ketiga, semua sahabat. Keempat, seluruh umat NaBi Muhammad.

Umat Islam merupakan umat yang mendukung amanah Allah untuk meneruskan risalah-Nya yang telah dilaksanakan oleh para Nabi dan Rasul dengan dakwah, sama ada sebagai umat kepada umat yang lain atau selaku orang perseorangan, walau dimana mereka berada berdasarkan kemampuan masing-masing.

³⁴ *Al-Jame' li Ahkam al-Qur'an*, Juz 4, hal. 172

³⁵ *Fath al-Qadir*, Juz 1, hal. 371

Dakwah dalam erti kata *Al-Amar bi al-ma'rūf* dan *al-nahyi 'an al-munkar* ialah merupakan syarat mutlak untuk kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat.

Kewajiban melaksanakan dakwah bukan hanya terletak pada individu umum masyarakat Islam, tetapi kewajiban itu juga terletak pada pemerintah yang berkuasa. Pemerintah wajib menjalankan, menyusun dan mengatur perjalanan dakwah supaya terjamin kejayaannya. Kerajaan dalam sesebuah Negara Islam wajar mengambil berat dalam masalah dakwah, sebab ditangan pemerintahlah terletak segala kemudahan dan sarana, seperti media massa, baik elektronik maupun media cetak.

Selain dari firman Allah, terdapat juga hadith Nabi yang diriwayatkan oleh Muslim tentang peri pentingnya dakwah. Adapun hadith tersebut seperti berikut :

من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسا نه فإن لم يستطع فبقوله وزلك أضعف الإيمان

Artinya : Siapa diantara kamu yang melihat sesuatu kemunkaran, maka hendaklah ia mengubah kemunkaran tersebut dengan tangannya, sekiranya ia tidak berupaya mengubah dengan tangannya maka hendaklah ia mengubah dengan lidahnya, sekiranya ia tidak berupaya mengubah dengan lidahnya, maka hendaklah ia mengubah dengan hatinya. Dan itulah selema-lemahnya Iman.³⁶

Melihat kemunkaran bermaksud mengetahui berlakunya kemunkaran bukan terbatas kepada penglihatan, karena tidak disyaratkan ke dalam kewajiban mengingkari kemunkaran hanya melalui penglihatan mata, sebaliknya ia berpaksi kepada

³⁶ Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairiy, (1972), *Ṣaḥīḥ Muslim*, Beirūt, Dār Ihyā' al-Turāth al-Arabīy, hal. 69

pengetahuan sama ada dilihat atau tidak. Kemunkaran yang dimaksud hadith tersebut adalah segala masalah yang bertentangan dengan perintah agama dan diingkari oleh syara' dari kecil sampai sebesar-besarnya.³⁷ Oleh yang demikian, maka hadith ini menjadi dalil tentang wajib dicegah masalah munkar itu oleh orang yang melihatnya atau mengetahuinya dengan sah dan pasti menurut cara dan keadaan yang dapat dilakukan sesuatu dengan usaha sendiri.³⁸

Mengubah kemungkaran dengan tangan dan lidah sama ada fardu 'ain atau kifayah adalah berdasarkan keupayaan dan kemampuan, akan tetapi mengubah dengan hati adalah termasuk ke dalam fardu 'ain yang tidak gugur tuntutan walau dalam keadaan bagaimana sekalipun, karena mencegah mungkar dengan hati bukan berarti mengubah, sebaliknya tidak dan ingkar secara maknawi sebab perubahan tidak boleh berlaku dengan hati.³⁹ Dengan itu Rasulullah menyifatkannya dengan selemah0lemahnya iman. Hati yang tidak mengenal ma'ruf dan tidak mengingkari kemungkaran dalam hati yang rosak dan kosong dari iman. Kata Ibnu Mas'ud "binasalah siapa yang hatinya tidak mengenal ma'ruf dan mungkar."⁴⁰

Berdasarkan uraian di atas, dakwah merupakan kewajiban ke atas mukallaf, lelaki dan perempuan, ulama dan bukan ulama, sesuai dengan batas kemampuan masing-masing. Hanya kepada golongan ulama saja lebih ditekankan dalam penyampaian ajaran agama secara mendalam dan terperinci, karena mereka memiliki ilmu pengetahuan yang luas.⁴¹

³⁷ Muhammad bin 'Alāu al-Siddiqi, (t.t), *Dalīl al-Fālihtu li Turuq*, Riyād al Šālihīn, Juz 1, hal. 465

³⁸ Mustafa Abdul Rahman, (1992), *Hadith 40*, (terjemahan dan Syarahan), Kuala Lumpur, Dewan Pustaka Fajar, hal. 367-370

³⁹ Muhammad Syams a-Haq al-'Azim Abadi, op-cit, Juz 11, hal. 492

⁴⁰ Nazim Muhammad Sultan, (1978), *Qawā'id wa Fawā'id Min al-Arbā'in al-Nawawīyyah*, cet 2, Dār al-Hijrah al-Sa'udiyyah, hal. 289

⁴¹ Zaidan Abd al-Karim, (1976), *Uṣūl al-Da'wah*, Baghdad, Dār al-Bayān, hal. 299

Ayat dan hadits tersebut jika dihubungkan dengan pengembangan dakwah secara luas, maka perlu adanya satu kelompok manusia yang melaksanakan dakwah, menyuruh berbuat baik dan mencegah kemungkaran. Perintah ini ditujukan kepada orang mukmin. Mereka ditugaskan memilih warga umat yang mampu melaksanakan kewajiban ini. Hal ini dapat dilaksanakan apabila setiap warga masyarakat itu mempunyai semangat bekerja untuk mewujudkan kelompok tersebut, mengawasi perjalanannya sesuai dengan kemampuan yang ada. Sebaliknya jika mereka melihat adanya kesalahan dan penyimpangan, ia perlu diperbetulkan segera.

Umat Islam pada kurun pertama telah menjalankan sistem ini untuk mengawasi mereka yang bekerja bagi menjaga kepentingan awam. Sebagai contoh, ketika Umar Bin Khatab r.a. berpidato di atas mimbar, antara kata-kata beliau “sekiranya kamu melihat kebengkokanku, maka luruskanlah”. Tiba-tiba seorang penggembala unta menyahut, “sekiranya kami melihat kebengkokan kamu, pasti kami akan meluruskan ia dengan pedang-pedang kami.”⁴²

Terdapat beberapa golongan khusus di kalangan para sahabat yang saling bantu membantu dalam melaksanakan kewajiban ini. Masing-masing menyadari betapa pentingnya kewajiban ini. Sehingga masing-masing dari mereka menyadari betapa perlunya dakwah dan memelihara bendera Islam serta melawan setiap usaha yang merusakkan aqidah dan adab peraturannya, hukum serta kepentingan penganutnya.

Dalam melaksanakan gerakan dakwah, setiap da'i harus memenuhi syarat-syarat tertentu agar dapat mencapai tujuan dengan baik dan teladan dalam aspek ilmu serta amal. Selain itu hendaklah mereka memiliki syarat seperti berikut :

1. Memahami isi kandungan al-Qur'an, sunnah dan jejak langkah Nabi s.a.w. serta para *khalifat al-Rashidin*

⁴² Muhammad Mustafa al-Maraghi, *Op-Cit*, Jilid 2, hal. 686

2. Peka dengan keadaan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah, baik aspek selok belok masalah, kesediaan, tabiat, akhlak dan pergaulan mereka dalam masyarakat.
3. Menguasai bahasa masyarakat yang menjadi objek dakwah.
4. Mengetahui agama dan tradisi serta berbagai aliran di kalangan berbagai umat demi memudahkan dirinya mengetahui mana yang batil dan yang betul.⁴³

Tegasnya, tidak akan mampu untuk melaksanakan dakwah kecuali golongan tertentu dari warga umat yang betul-betul memahami rahasia hukum Islam, hikmah *tasyri'* dan pengertiannya yang mendalam. Selain itu, mereka yang mempunyai tujuan yang sama, sehingga tidak akan berbahaya bagi individu, meskipun timbul perselisihan pendapat, sehingga hal itu berguna bagi mereka. Sebab perbedaan pendapat merupakan persoalan fitrah yang semestinya ada dalam usaha menyaring dan memperoleh kejelasan untuk mencari keredaan.

Penjelasan tersebut di atas menunjukkan bahwa, setiap kita merupakan umat yang bertanggung jawab terhadap kelanjutan risalah Allah di muka bumi ini. Dakwah merupakan tradisi yang mulia. Ia tradisi para Nabi dan Rasul. Siapapun yang melaksanakan tradisi ini, akan memperoleh kemuliaan dan kebahagiaan. Dalam tradisi agama *samawi* (Islam, Kristen dan Yahudi), dakwah adalah kewajiban. Setiap penganut agama *samawi* diwajibkan untuk menyampaikan ajaran agamanya kepada seluruh umat manusia. Tentunya melalui kemampuannya masing-masing.

Karena kewajiban tersebut, maka setiap muslim di mana, bila dan dengan siapapun harus selalu mendakwahkan agamanya. Hal ini menjadikan setiap muslim untuk selalu mengkaji ajaran agama dan memperbaiki dirinya dengan etika dan ucapan keagamaan. Dengan kata lain, kita dituntut agar selalu berakhlak

⁴³ *Ibid.*

mulia (*akhlak al-karimah*). Hanya dengan demikian, dakwah akan berkembang dan dapat diterima oleh orang lain.

Sama halnya seperti Nabi dan Rasul yang tidak pernah melupakan Allah walau sesaat, hal ini seharusnya diteladani oleh setiap para *da'i* dalam menjalankan kewajiban dakwahnya. Jangan sampai, hati dan perbuatannya lalai dari pada mengingat Allah. Memang, umat zaman ini bukan Nabi atau Rasul. Namun upaya menjaga diri untuk terus melaksanakan dakwah dan dekat dengan Allah (*taqorub ilallah*) merupakan salah satu kewajiban umat Islam sebagai penerus jejak Nabi dan Rasul.

Perpaduan pengetahuan dan pemahaman akan diri dan Tuhan, akan membawa kepada dakwah yang efektif dan efisien. Itulah dakwah para Nabi dan Rasul. Hal ini telah terbukti bahwa, dakwah mereka berhasil membawa umat dari kegelapan ke jalan yang terang benderang.

C. KEWAJIBAN DAKWAH

Islam merupakan agama yang diwahyukan oleh Allah s.w.t. bersifat sejagat. Dengan pengertian bahwa Islam adalah agama yang bersumber dari Allah s.w.t. disiarkan melalui dakwah yang sasarannya seluruh umat manusia tanpa terkecuali dan dari satu masa ke semasa yang lainnya serta dari satu generasi ke generasi lainnya. *Dakwah Islamiyyah* adalah tugas utama para Nabi dan Rasul yang wajib dilanjutkan oleh segenap kaum muslimin dan muslimat di segala tempat dan zaman⁴⁴.

Untuk menjelaskan kedudukan dakwah sebenarnya Allah s.w.t. telah berfirman di dalam al-Qur'an Surah Yusuf, ayat 108 seperti berikut :

⁴⁴ Syalabi, Abdul Ra'uf, (1394/1974), *al-Da'wah al-Islāmiyyah, Fī 'ahdiha al-Makki; Manāhi Juha wa Ghāyātuha*, Majma' al-Buhūrth al-Islāmiyah, al-Qāhirah, hal. 17

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: Katakanlah (wahai Muhammad). Inilah jalanku aku dan orang-orang yang mengikutiKu menyeru manusia umumnya kepada agama Allah dengan berdasarkan keterangan dan bukti yang jelas nyata. Dan aku menegaskan Maha Suci Allah (dari segala i'tiqad dan perbuatan syirik) dan bukanlah aku dari golongan yang mempersekutukan Allah dengan sesuatu yang lain.⁴⁵

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan nabi Muhammad s.a.w. supaya menegaskan kepada seluruh manusia dan jin, bahwa inilah jalanku, yaitu jalan hidup yang baginda serukan. Seruan agar mentauhidkan Allah serta mengikhlaskan segala aktivitas hidup hanya untuk-Nya dengan menolak dengan bertuhankan dengan Tuhan-Tuhan yang lain. Mentaati Allah dan meninggalkan segala perbuatan maksiat. Itulah jalan hidup dan dakwah baginda serta pengikutnya, yaitu menyeru kepada ke-Esaan Allah tanpa sekutu bagi-Nya, dengan keterangan dan bukti yang jelas berdasarkan dalil syara' dan akal yang difahami secara pengetahuan. Sedangkan perkataan basyirah dalam ayat di atas ditafsirkan dengan dua perkataan, pertama, dalil akal dan syara', kedua ilmu pengetahuan dan *tahqiq*.⁴⁶

Nabi Muhammad s.a.w. melalui risalahnya telah meletakkan asas kehidupan manusia dalam segala aspeknya berasaskan kepada kemerdekaan (*freedom*) dengan titik pusatnya tawhid, menghilangkan unsur perantaraan (*wasilah*) antara makhluk dan Khaliknya, ketergantungan (*dependency*) kepada

⁴⁵ Sheikh Abdullah Basmeih, (1980), *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*, Op-Cit, hal. 572

⁴⁶ al-Raghib al-Asfahani, Op-Cit, hal. 49. Terdapat juga dalam Ibnu Kathir, Op-Cit, Juz 2. hal. 417

unsur selain Allah SWT dan menata manusia dalam kehidupan berjama'ah (*society*).⁴⁷

Secara garis besarnya fungsi risalah dan tujuan dakwah adalah sebagai berikut :

- a. Menyempurnakan hubungan manusia dengan Penciptanya atau *hablum-min Allāh*.
- b. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesamanya, atau *hablum-min al-Nās* atau *mu'āmalah ma'āl insān*.
- c. Mengadakan keseimbangan (*tawāzūn*) antara kedua itu dan mengaktifkan keduanya sejalan dan terjalin.⁴⁸

Dalam pengertian lain, fungsi dakwah adalah menciptakan hubungan yang baik secara vertikal manusia dengan Allah SWT, hubungan horizontal antara sesama manusia dengan lingkungan di mana dia berada, sesuai dengan firman Allah s.w.t. dalam al-Qur'ān, Surat 'Ālī Imrān, ayat 112 yang artinya : Mereka (bangsa Yahudi) ditimpa kehinaan (dari segala jurusan) di mana saja mereka berada, kecuali dengan adanya sebab dari Allah dan adanya sebab dari manusia. Dan sudah sepatutnya mereka beroleh kemurkaan dari Allah, dan mereka ditimpa kemiskinan (dari segala jurusan)⁴⁹

Mereka tetap berada dalam kehinaan, tanpa mampu melepaskan diri dari pada kehinaan tersebut. Artinya, mereka akan kehilangan hak-haknya sebagai manusia walaupun mereka tidak menyukainya, kecuali adanya rida Allah, sehingga mereka akan mendapatkan persamaan hak dan kedudukan dalam hukum serta perlindungan dari segala bentuk gangguan dan ancaman dari manusia, yaitu kerjasama dalam menjalani kehidupan, seperti saling memenuhi keperluan masing-masing dalam beberapa hal tertentu.

⁴⁷ Arnold, Thomas W , (1981). *Sejarah Da'wah Islam*, Wijaya Jakarta, hal. 10

⁴⁸ M. Natsir, (1977), *Fiqhud Dakwah, Dewan Dakwah Islamiyyah*, Jakarta, hal. 36

⁴⁹ Muhammad Mustafa al-Maraghiy, *op-cit.*, hal. 882-885

Kehinaan manusia akan dirasakan apabila mereka tidak lagi memiliki harga diri dan rasa kebersamaan karena keyakinan dan harga diri telah hilang dari mereka. Sesungguhnya rasa kebesaran hanya dapat kembali kepada mereka dengan bantuan orang lain, serta melalui perjanjian, yaitu perjanjian yang telah ditetapkan Allah s.w.t. dan perjanjian yang berlaku dikalangan manusia. Kehinaan manusia akan hilang apabila mereka (bangsa Yahudi) berada di negeri-negeri Islam berkat adanya tali Allah s.w.t. yaitu dengan adanya kewajiban yang ditentukan oleh Allah s.w.t. untuk melayan mereka berdasarkan atas prinsip persamaan, menghormati darah (jiwa), maruah, dan harta benda mereka serta memenuhi tanggung jawab melindungi mereka dan mereka setelah mereka berada jauh dari kezaliman pemerintah terdahulu.⁵⁰

Dari uraian-uraian tersebut di atas, jelaslah bahwa dakwah merupakan suatu kewajiban terhadap muslimin lelaki dan perempuan dimanapun mereka berada. Dakwah berfungsi membimbing manusia ke jalan Tuhannya (kebenaran) serta memberi arahan yang sempurna dalam rangka menjalin hubungan antara manusia dengan Penciptanya dan antara sesama umat manusia. Dengan pelaksanaan dakwah berarti sudah melaksanakan *al-amr bi al-ma'ruf wa al-Nahyu 'an al munkar* dalam usaha menyelamatkan umat manusia dari kesengsaraan dunia dan akhirat.

Usaha-usaha penyelamatan manusia telah dilakukan oleh orang-orang sebelum ini. Banyak cara yang telah mereka lakukan, baik secara individu maupun organisasi, tetapi semua itu belum mampu mengangkat kedudukan umat Islam menjadi umat yang maju dalam segala bidang, sehinggalah hari ini.

Situasi umat Islam di seluruh dunia menghadapi cabaran ekonomi, pendidikan, budaya, serta politik dan bahkan yang paling dahsyat lagi adalah tantangan aqidah. Umat Islam dalam keadaan miskin, tidak berpendidikan tinggi, mengamalkan cara

⁵⁰ *Ibid*

dihup masyarakat barat dan mendapat tekanan politik serta masuknya ajaran lain ke dalam peribadatan umat Islam. Menghadapi keadaan tersebut, maka para cendekiawan muslim baik ulama maupun para pemikir di Indonesia khususnya dan di Mesir amnya, telah bersusah payah berjuang untuk mengembalikan umat Islam kepada cara hidup yang sesuai dengan petunjuk Allah s.w.t.

D. SASARAN DAKWAH ISLAMIYYAH

Berdasarkan pembagian umum, maka sasaran dakwah (*mad'u*) adalah seluruh umat manusia tanpa terkecuali berdasarkan keyakinan Islam. Islam merupakan risalah dari epncipta alam yang Maha Esa dan diturunkan untuk seluruh umat manusiasebagai akhir dari semua risalah yang dibawa oleh nabi-nabi terdahulu. Oleh terana itu risalah nabi Muhammad memiliki cirri-ciri berkekalan (*takamul*). Artinya, risalah ini menyentuh dan mengatur persoalan hidup yang merangkumi persoalan ruh, akal, fisik serta menggabungkan antar dunia dan akhirat.

Selain itu, risalah nabi Muhammad juga merangkumi persoalan menyeluruh (*syumul*) yang menyentuh persoalan hidup manusia dari hal sekecil-kecilnya sehingga masalah yang besar dengan membawa dasar syari'ah yang dapat dilaksanakan disetiap waktu dan tempat melalui ketetapan dan tidak berubah. Dasar-dasar umum dapat berubah berdasarkan situasi dan keadaan hidup manusia. Hal demikian ada demi mengawal kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat.

Allah berfirman dalam surah al-Saba' ayat 28: *Dan tiadalah Kami mengutusmu (wahai Muhammad) melainkan untuk umat manusia seluruhnya, sebagai Rasul pembawa berita gembira (kepada orang-orang yang beriman) dan berita peringatan (kepada orang-orang yang ingkar) akan tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui (hakikat itu).*

Berdasarkan kepada bukti, bahwa Rasulullah diutus untuk seluruh umat manusia di muka bumi ini, Rasulullah pernah

bersabda dalam sebuah hadithnya yang artinya; Aku dikurniakan dengan lima kelebihan yang tidak diberikan kepada siapapun sebelum ku. Aku diberi kemenangan dengan rasa gerund musuh dalam jarak sebuah perjalanan, dijadikan bumi tempat sujud serta bersih bagiku, oleh karena itu siapa dari kalangan umatku yang tiba padanya waktu salat hendaklah dia salat, dihalalkan kepada ku harta rampasan yang tidak dihalalkan kepada siapapun sebelum ini, aku diberikan syafa'ah dan adalah nabi sebelumku diutuskan kepada kaumnya saja, sedangkan aku diutus kepada seluruh manusia.⁵¹

Imam al-Tabari, dalam menafsirkan surah al-Saba' ayat 28 tersebut, mengatakan, Allah Ta'ala menyatakan; dan kami tidak mengutus engkau wahai Muhammad kepada mereka-mereka yang syirik dengan Allah dari kalangan umat engkau saja, tetapi kami utuskan engkau kepada seluruh manusia, Arab dan bukan Arab, yang merah dan yang hitam, sebagai pembawa berita gembira kepada siapa yang mentaati engkau dan pemberi peringatan kepada siapa yang mendustakan engkau.⁵²

Dari uraian tersebut di atas, maka jelaslah bahwa dakwah Islam diperuntukkan kepada seluruh umat manusia tanpa mengenal bangsa, negara, bahasa, warna kulit, laki-laki dan perempuan, serta lain-lain perbedaan. Atas dasar inilah masyarakat Islam pertama terdiri dari berbagai jenis bangsa dan taraf, mereka semua hidup sebagai saudara tanpa ada perbedaan selain dari ketaqwaan kepada Allah. Seperti halnya Abu Bakr al-Sidiq dari Arab, Bilal dari Habsyah, Suhaib dari Rome, Salman dari Parsi, Khatijah seorang wanita, 'Ali seorang anak muda, Uthman Bin Affan seorang yang kaya, Ammar Bin Yasir seorang miskin dan Khubbaib seorang hamba.⁵³

⁵¹ Ibnu Hajar al-'Asqalani, *Op-Cit*, Kitab "al-Tayamum, Juz 1, no. hadith 335, hal. 435-436

⁵² Tahir al-Ṭabarī, Juz 25, hal. 95

⁵³ Sai'id Bin 'Ali al-Qahtani, (t.t), *Muqawwamāt al-Dā'iyaṭ al-Najih fī Dawī al-Kitāb wa al-Sunnah*, Mafāhīm wa Nazarun wa taṭbīq, (t.t)., hal. 95

Demikianlah kedudukan nabi Muhammad s.a.w. sebagai pembawa risalah Allah kepada seluruh umat manusia tanpa terkecuali. Risalah baginda disampaikan untuk mengubah perinsip hidup manusia yang menyeleweng dari ajaran Allah. Mereka-mereka inilah yang disebut dengan sasaran dakwah (*mad'u*).

Menurut Zaidan Abd Karim, manusia sebagai sasaran dakwah pada umumnya terbagi atas empat golongan, yaitu :

1. Golongan al-Mala', mereka ini terdiri dari orang-orang bangsawan, pemimpin, ketua dan orang-orang kenamaan di dalam masyarakat, mereka mempunyai kuasa, pengaruh dan kedudukan yang tinggi.
2. Golongan Jumhur, mereka terdiri dari masyarakat biasa atau orang awam. Biasanya golongan ini lebih muda menerima Islam dibandingkan dengan golongan al-Mala', karena golongan ini tidak ada sebarang kepentingan yang perlu dipertahankan kecuali agama dan kepercayaan yang sedia mereka anuti.
3. Golongan Munafik, golongan ini terdiri dari mereka-mereka yang mengaku dan berlagak seperti orang beriman, padahal di hati mereka terpendam kekafiran dan kebencian terhadap Islam dan umatnya.
4. Golongan yang berbuat maksiat, yang termasuk dalam kelompok ini ialah orang beriman tetapi tidak mengerjakan ajaran Islam, atau mengerjakan sebahagian dan meninggalkan sebahagian yang lainnya.⁵⁴

Selain itu Muhammad Abu al-Fath Bayanuni mengatakan sasaran dakwah pada umumnya terdiri dari dua golongan umat, yaitu :

1. Umat al-Ijabah, kelompok ini dikenal dengan kelompok mereka-mereka yang telah menerima dakwah dan beriman dengan risalah Islam, tetapi masih perlu diberi peringatan, nasehat dan tunjuk ajar. Nasehat bagi mereka

⁵⁴ Zaidan Abd Karim Zaidan, (1976), *Op-Cit*, hal. 365

diperlukan karena sikap mereka yang kadang-kadang tersasul, terlupa, lalai dan sebagainya sehingga memerlukan orang lain untuk memperingatinya (berdakwah) agar mereka kembali ke pangkal jalan yang benar sehingga tetap berada di atas landasan iman serta melaksanakan ajaran Islam dengan fahaman yang benar berdasarkan ilmu dan basyira.

2. Umat al-Dakwah, kelompok ini terdiri dari mereka-mereka yang belum menerima dakwah atau menolak untuk beriman kepada Allah serta kerasulan nabi Muhammad s.a.w. atau tidak percaya sama ada disebabkan oleh kejahilan dan keingkaran. Mereka berlaku demikian karena sombong diri disebabkan pangkat dan kedudukan, atau kekayaan, atau pengikut dan kaum kerabat yang ramai, atau nifaq dan hasad dengki atau lain-lain sebab yang menghalang mereka dari menerima kebenaran Islam.⁵⁵

Apa yang perlu dilakukan terhadap umat seperti ini adalah berusaha untuk menghilangkan segala bentuk halangan yang menghambat mereka dari menerima dan berfikir dengan baik dan secara bebas tanpa ada paksaan yang mejadikan mereka terkurung dalam membuat pilihan dari hati dan pemikiran yang bersih. Dengan demikian, bentuk kejahilan dan kehinaan dengan mengemukakan dalil dan *hujjah* yang dapat menolak keinginan dan kesombongan serta kedengkian sekaligus mengancurkan bentuk infaq mereka.

Angkatan mukmin pertama yang mengikuti jejak Nabi Muhammad s.a.w. telah berhijrah dan berjihad dengan tujuan untuk menegakkan daulah Islamiyyah yang memerintah dengan syari'at Islam dan membangun masyarakat Islam yang diperintah dengan syari'at ini. Dan setelah selesai menegakkan daulat Islamiyyah dan membangun masyarakat Islam barulah mereka

⁵⁵ al-Bayumi, Muhammad Abi al-Fath, (1993), *al-Madkhal ilā 'Ilm al-Da'wah*, Massasah al-Risalah, Beirut, hal. 285

menjalankan tugas *al-amru bil-ma'ruf* dan *an-nahyu 'anil munkar* dalam hal ketaatan, dan pelanggaran-pelanggaran hukum. Mereka tidak membuang tenaga, sebelum terbentuknya daulah Islamiyyah dan wujudnya masyarakat Islam. Konsep *al-amru bil-ma'ruf* dan *an-nahyu 'anil munkar* pastilah dipahami pengikutnya dan akan memahami akan kehendak sebenarnya. Oleh sebab itu tugas *al-amru bil-ma'ruf* dan *an-nahyu 'anil munkar* tidak dimulakan sebelum terbentuknya daulah Islamiyyah dan masyarakat Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad s.a.w.

Menurut al-Qur'an, manusia diciptakan untuk dijadikan khalifah di bumi ini,⁵⁶ atau makhluk Tuhan yang bertugas mengelola kehidupan dunia sesuai dengan kehendak-Nya. Manusia Muslim mempunyai tugas yang dinamis dan kreatif untuk memikul tugas kekhalifahan tersebut. Dengan dibekali agama, rasio dan amanah, manusia muslim dihadapkan pada kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya dengan merujuk kepada al-Qur'an dan Sunnah sebagai dasar atau sebagai *term of reference*.

Dakwah merupakan tugas kekhalifahan yang utama dibandingkan dengan yang lainnya, sebab pembangunan manusia dan masyarakat pada amnya akan mencapai tujuannya jika mereka menjadi manusia bertauhid dan bermoral. Dengan kata lain, jika manusia bersedia menyambut dakwah *ila-Allah* dan menebarkan perbuatan amal saleh (*ma'ruf*).

Pada kenyataannya, dakwah *ila -Allah* selalu ditekankan pada terwujudnya *al-ma'ruf* atau *al-khayr*, dan menjadi tugas utama seorang muslim. Penegasan ini perlu dikemukakan untuk membedakannya dengan dakwah *ila an-nar* atau ajakan masuk nereka, yang merupakan pekerjaan orang-orang musyrikin.⁵⁷

⁵⁶ Lihat al-Qur'an, Surah al-Baqarah ayat, 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً

⁵⁷ lihat Q.S. al-Baqarah ayat : 221

Gerakan dakwah berlainan inilah yang pada hakekatnya menjadikan kehidupan dunia cukup menarik. Perlawanan antara yang *ma'ruf* dan yang *munkar*, antara dakwah yang mengajak manusia agar menjadi golongan kanan (*ashabu al-yamin*) dan dakwah yang mendorong manusia supaya menjadi golongan kiri (*ashabu al-Syimal*), antara calon-calon penghuni surga (*ashabu al-jannah*) dan calon-calon penghuni neraka (*ashabu an-narr*), memang membuat umat manusia menjadi penuh perjuangan dan pertentangan.⁵⁸

Kegiatan dakwah dalam Islam, sebenarnya mencakup segala aspek kehidupan manusia, karena *al-amru bil-ma'ruf* dan *an-nahyu 'anil munkar* melengkapinya. Begitu juga sebaliknya, para pendukung perbuatan *munkar* dan yang menghalangi *ma'ruf* akan menggunakan segala yang diperlukan manusia. Dengan demikian kegiatan budaya, politik, ekonomi dan sosial merupakan sarana yang dapat dijadikan aktiviti dakwah, baik dakwah Islamiyyah (*dakwah ila Allah*) maupun dakwah yang membawa ke jalan yang sesat (*dakwah jahiliyah*).

Secara sosiologis, keduanya yaitu *al-amru bil-ma'ruf* dan *an-nahyu 'anil munkar* menunjuk kepada kenyataan bahwa kebaikan dan keburukan itu terdapat dalam masyarakat. Umat Islam dituntut untuk mengenali kebaikan dan keburukan yang ada dalam masyarakat, kemudian mendorong, memupuk, dan memberanikan diri kepada tindakan kebaikan, dan pada waktu yang sama dia mampu, mencegah, menghalangi, dan menghambat tindakan-tindakan keburukan.

Istilah penyeruan kepada *al-Khair*, *amar ma'ruf* dan *nahy munkar*, seperti tersebut pada ayat sebelum ini merupakan pusat perjuangan umat Islam sepanjang sejarah. Hal inilah yang menjadikan keunggulan umat Islam atas umat yang lain, sehingga

أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى الْقَاتِلِ وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى الْجَنَّةِ
وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ وَيُؤَيِّدُ الْغَافِلِينَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

⁵⁸ Amin Rais, (1991), *Cakrawala Islam : Antara Cita dan Fakta*, Bandung, Mizan, hal. 109-112

umat Islam disebut sebagai yang beruntung, yang menang atau yang bahagia (*al-Muflihun*). Tetapi semua ini tidak dapat diterima apa adanya, karena *al-Khair* menuntut sikap dinamis, mempertrajam kemampuan umat Islam untuk memahami nilai-nilai akhlaq secara umum. Tanpa kemampuan tersebut, tidak mungkin ditemukan satu pedoman yang jelas untuk menghadapi masa depan.

Amar ma'ruf ; menuntut kemampuan memahami lingkungan hidup sosial, politik, dan budaya sebagai lingkungan terlaksananya *al-Khayr* secara nyata, dalam situasi ruang dan waktu tertentu. Aspek ketiga yaitu *nahy munkar* ; menuntut kemampuan umat Islam untuk mengenal faktor lingkungan hidup budaya, sosial politik, juga ekonomi, dapat menjadi penyebab munculnya watak, sikap dan perbuatan yang berlawanan dengan hati nurani, kemudian diusahakan untuk mencegah dan menghambat pertumbuhan lingkungan yang buruk itu. Semua aktiviti yang berhubungan dengan usaha memperbaiki keadaan manusia, menuju kepada kebaikan dan kesejahteraan ditujukan kepada semua pihak dan seluruh priode masyarakat (sebagai sasaran dakwah), yang dalam istilah dakwahnya disebut *mad'u*. Dari pembahasan tersebut di atas, maka jelaslah bahwa sasaran dakwah *Islamiyyah* adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali, karena sesuai dengan tugas kerasulan Muhammad s.a.w. yang diutuskan ke dunia ini untuk semua umat manusia bukan untuk umat tertentu saja. Sabda Rasulullah s.a.w. : *Perumpamaan antara aku dengan nabi-nabi sebelum ku adalah umpama seorang lelaki yang membangun rumah cantik, kecuali pada tempat sekeping batu berada di salah satu sudut rumah tersebut. Orang ramai mengelilingi rumah tersebut serta mengagumi bangunannya sambil saling bertanya "kenapa tidak diletakkan batu di sini sehingga bangunannya sempurna. Akulah yang dimaksud dengan batu itu, karena aku penyudah para nabi."*⁵⁹

⁵⁹ Muslim Op-Cit, Kitab "*al-Fadā'il*" bab *Zikr Kawunuhū S.A.W. Khatām al-Nabiyyj*, no hadith 2286, Juz 4, hal. 1790-1791

Berhubung dengan penjelasan hadits tersebut, bahwa kerasulan nabi Muhammad merupakan pembawa khabar untuk seluruh manusia, maka Hamka mengatakan: Rasul Allah diperintahkan menyampaikan seruan kepada umat manusia, menjelaskan pula bahwa ia diutus buat mereka sekalian, hilanglah segala keraguan, bahwa beliau diutuskan kepada kaumnya saja, misalnya Quraisy atau Arab. Teranglah bahwa beliau buat seluruh manusia, tidak mengenal berlainan kulit atau berlainan bahasa.⁶⁰

Umat manusia di waktu itu menjalani kehidupan mereka berdasarkan perutusan dengan langkah-langkah yang terbatas untuk melayakkan diri mereka menerima perutusan Allah yang akhir. Setiap perutusan yang datang mengandungi pindaan dan perubahan dari segi peraturan dan undang-undang sesuai dengan perkembangan umat manusia sehingga apabila datang risalah Allah yang akhir, maka ia datang dengan prinsip-prinsip yang sempurna, yang dapat menerima *tabliq* atau aplikasi yang baru dalam cabang-cabang syari'atnya. Risalah yang terakhir ini diturunkan untuk seluruh umat manusia karena setelah risalah ini tidak ada lagi risalah-risalah Illahi yang lain untuk kaum dan generasi tertentu di setiap tempat.

Dari uraian tersebut di atas dapat diambil pengertian bahwa, Rasulullah dilantik Allah menjadi Nabi dan Rasul untuk seluruh manusia. Dengan demikian, maka tugas-tugas kerasulannya untuk kepentingan manusia sejagat, dengan sendirinya, yang menjadi sasaran dakwah Nabi s.a.w. adalah umat manusia seluruhnya yang tidak membedakan tingkat usia tua atau muda, tingkat pendidikan, masyarakat awam atau terpelajar, kaya atau miskin dan lain-lain. Setiap manusia baik yang telah memiliki agama ataupun yang belum beragama sama sekali.

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa pada dasarnya sasaran dakwah *Islamiyyah* terbahagi kepada dua bahagian, yaitu sasaran dalaman seperti umat Islam itu sendiri dan sasaran eksternal, yaitu manusia yang belum menerima

⁶⁰ Hamka, *I b i d.*, hal. 128

agama Islam sama sekali. Untuk lebih jelasnya, pada bahagian ini akan dijelaskan hal yang berhubungan dengan sasaran dakwah eksternal dan sesaran dakwah dalaman.

E. SASARAN DAKWAH INTERNAL.

Dakwah *Islamiyyah* adalah suatu kegiatan mengajak umat manusia untuk mempedomani, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok masyarakat. Adapun umat manusia yang dimaksudkan dalam pengertian sasaran dakwah dalaman tersebut adalah mereka yang telah memeluk dan mengakui akan kebenaran agama Islam. Pembinaan terhadap sasaran dakwah ini adalah untuk meningkatkan penghayatan dan pengamalan ajaran agama mereka (umat Islam), agar mereka selalu berada pada jalan yang benar. Adapun objek dakwah jenis ini, pada dasarnya adalah kaum Muslimin saja, baik laki-laki maupun perempuan, orang tua maupun anak-anak, orang pandai ataupun orang jahil. Sepertimana yang telah dijelaskan oleh Bayununi dan Zaidan Abd Karim sebelum ini, berhubung sasaran dakwah, maka pada bahagian ini, Daud Rementan menjelaskan secara khusus mengenai sasaran dakwah dalaman, seperti berikut :

Sehubungan itu Daud Remantan mengelompokkan objek dakwah ke dalam tiga golongan, yaitu :

1. Golongan Islam sejati, taat dan aktif, yaitu mereka yang betul-betul mengamalkan ajaran Islam atas keyakinan dan kesedarannya akan kebenaran agama Islam dan melaksanakan ajaran Islam dengan baik.
2. Golongan Islam adat, yaitu mereka yang beragama Islam dan berkeyakinan untuk melaksanakan ajaran Islam itu, tetapi praktik sehari-hari mereka belum dapat meninggalkan upacara adat kebiasaan di daerahnya yang dianggap berlawanan dengan ajaran Islam.
3. Golongan Islam statistik (bancian), yaitu mereka yang mengakui beragama Islam, tetapi tidak menjalankan ajaran

Islam. Bahkan ada yang tidak dapat mengucapkan dua *kalimah syahadat*. Golongan ini terdiri dari berbagai tingkatan pendidikan, kekayaan, pangkat dan jawatan dan mereka merupakan umat Islam yang majoriti. Hal ini dikarenakan ketidaktahuan mereka terhadap aqidah dan Syari'at Islam. Mereka ini biasanya juga dijadikan sasaran dari ideologi dan kepercayaan lain seperti Komunisme, Kristen, Aliran Kebatinan dan sebagainya.⁶¹

Adapun yang melatar belakangi dijadikannya objek *dakwah* dalaman kepada golongan ini adalah pada dasarnya umat Islam itu ada yang benar-benar meyakini Islam dan menjalankan syari'at Allah sesuai dengan tuntunan yang dibawa oleh Rasulullah s.a.w. Tujuan dakwah kepada mereka adalah peningkatan terhadap sesuatu dari ajaran agama yang sudah dimiliki. Di samping itu terdapat pula umat Islam sebagai kuantiti saja, yang hanya melengkapi bilangan. Namun demikian terdapat pula umat Islam yang menjalankan ajaran Islam tidak sesuai menurut yang dikehendaki oleh Islam itu sendiri. Oleh itu sangat wajar mereka dibimbing secara terus menerus agar mereka suatu masa nanti menjadi Muslim yang baik.

Dari pandangan di atas jelaslah bahwa umat Islam selaku sasaran dakwah dalaman mempunyai perbezaan dalam tingkatan baik dari segi ketaatan beribadah, maupun pengetahuan, kemampuan, kedudukan, pangkat dan sebagainya. Oleh karena itu, para pendakwah dituntut untuk mengetahui keadaan sasaran dakwah -nya itu sendiri dari berbagai tingkatan. Dengan demikian, tujuan yang ingin dicapai dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh pelaksanaan dakwah, yaitu membentuk *insan kamil* (manusia yang sempurna) dalam segala bidang dan tingkat dapat tercapai dengan baik dan sesuai dengan kehendak *Rabbul 'Ālamin*.

⁶¹ Daud Remantan, (1980), *Bahan-Bahan Kuliah Aliran Kebatinan*, Tingkat Doktorat, Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh, hal. 24

F. SASARAN DAKWAH EKSTERNAL

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelum ini, bahwa selain sasaran dalaman juga ada sasaran eksternal, yaitu mereka yang belum menerima Islam sebagai agamanya dengan kata lain bukan dari golongan Muslim. Sementara yang dijadikan sasaran eksternal tersebut adalah seluruh umat manusia yang ada di jagat raya ini, baik yang telah menganut dan mengikuti salah satu agama selain agama Islam maupun mereka yang tidak memiliki agama sama sekali. Bahkan kaum atheis yang dikenal sebagai kaum penentang agama atau anti-Tuhan juga termasuk dalam sasaran ini.

Pelaksanaan *dakwah Islamiyyah* terhadap sasaran ini adalah sesuai dengan kerasulan Nabi Muhammad s.a.w., yaitu untuk memberi khabar gembira dan peringatan bagi seluruh umat manusia, sebagaimana firman Allah dalam Surat Saba' ayat 28, yang artinya : Dan tiadalah Kami mengutusmu (wahai Muhammad) melainkan untuk umat manusia seluruhnya, sebagai Rasul pembawa berita gembira (kepada orang-orang yang beriman) dan berita peringatan (kepada orang-orang yang ingkar) akan tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui (hakikat itu). Penerangan ini di buat setelah ayat-ayat yang silam, yang menerangkan tanggung jawab individu dan menyatakan bahwa tidak ada diantara pengikut-pengikut kebenaran dan pengikut-pengikut kebatilan itu melainkan hanya dakwah dan penerangan dan setelah itu urusan mereka adalah terserah kepada Allah.

Di sini al-Qur'an menerangkan pula tugas Nabi s.a.w. dan kejahilan mereka terhadap hakekat tugas ini, juga menerangkan tentang permintaan mereka supaya disegerakan janji-janji dan balasan azab yang diancam Allah itu. Dalam hubungan ini al-Qur'an menjelaskan bahwa janji dan balasan itu adalah terserah kepada waktunya yang telah ditetapkan di dalam ilmu Allah yang mengetahui segala yang ghaib. Seperti dalam ayat 28 tersebut. Inilah batas-batas kerasulan yang mencakup umat manusia seluruhnya. Tugas Rasul ialah menyampaikan berita gembira dan memberi peringatan. Hanya setakat inilah saja tugas seorang

Rasul. Adapun urusan melaksanakan penyampaian berita gembira dan peringatan itu adalah terserah kepada Allah.

Di dalam ayat lain, Allah menyatakan bahwa kehadiran Muhammad s.a.w. adalah sebagai suatu rahmat bagi seluruh alam ini. Hal ini dapat diartikan bahwa tugas ke-Rasulan Muhammad s.a.w. mencakup kepada segala makhluk di dunia ini dan bukan kepada umat manusia saja. Sehubungan dengan itu Allah SWT berfirman dalam dalam Surat al-Anbiyā', ayat 107. artinya, *"Dan tidaklah Kami utuskan engkau melainkan untuk menjadi rahmat kepada sekalian alam"*.

Seruan Nabi Muhammad s.a.w. Berbeda dengan Nabi-Nabi terdahulu karena Nabi Muhammad s.a.w. di utus untuk seluruh alam. Bagaimanapun dari segi kandungan risalah yang dibawa oleh Nabi Muhammad sebenarnya sama dengan risalah-risalah samawi sebelumnya, karena tujuan utama yang ditekankan ialah persoalan at-tawhid. Allah swt. Menjelaskan kedudukan Nabi Muhammad sebagai pembawa risalah tauhid melalui firman-Nya di dalam Surah al-Nam, ayat 56 bermaksud. Katakanlah hai Muhammad "segala puji bagi Allah dan kesejahteraan atas hamba-hamba-Nya yang dipilih-Nya. Apakah Allah yang lebih baik ataukah apa yang mereka persekutukan Dia.

Di dalam menyampaikan seruan berdasarkan *al-tawhid* Nabi Muhammad terpaksa berhadapan dengan perbagai tantangan dari musuh-musuh termasuklah orang-orang Arab musyrik, ketua-ketua Quraisy dan golongan Yahudi. Secara keseluruhan, Baginda ditugaskan untuk memulihkan alam yang telah rosak sebelumnya, mengumpulkan semua agama samawi dan menyeru golongan *ahl al-kitab* kepada agama yang diperintah Allah sesuai dengan firman-Nya dalam surah al-An'am, ayat 14, artinya, *Katakanlah sesungguhnya aku diperintahkan supaya menjadi orang yang pertama sekali menyerah diri kepada Allah, dan jangan sekali-kali kamu termasuk golongan orang musyrik.*

Allah telah mengutuskan Rasul-Nya sebagai rahmat kepada seluruh manusia agar beliau memimpin ke jalan hidayah. Dan tiada yang menerima hidayah itu melainkan golongan

manusia yang mempunyai kesediaan untuk menerimanya walaupun rahmat itu merangkumi orang-orang beriman dan yang tidak beriman. Sistem hidup yang dibawa oleh Nabi Muhammad adalah suatu system yang dapat membahagiakan seluruh umat manusia dan dapat membawa mereka kepada taraf kesempurnaan yang ditetapkan untuk mereka di dalam hidup ini.

Risalah ini telah datang kepada umat manusia ketika mereka mencapai usia kedewasaan dan kematangan akal. Generasi manusia yang akan datang, yaitu sebuah kitab yang mengandungi dasar-dasar hidup manusia yang tidak berubah dan bersedia untuk memenuhi keperluan mereka yang sentiasa baharu yang hanya diketahui oleh Allah saja selaku Pencipta manusia. Allah-lah yang Maha Mengetahui dengan kehendak keperluan mereka yang telah menciptakannya Dan Dialah Tuhan yang Maha Halus pentadbirannya dan Maha Mendalam ilmu-Nya.

Seruan Nabi Muhammad saw. Berbeda dengan Nabi-Nabi terdahulu, Nabi Muhammad s.a.w. di utus kepada seluruh alam. Bagaimanapun dari segi risalah yang dibawa oleh Nabi Muhammad sebenarnya sama dengan risalah-risalah agama samawi sebelumnya, karena tujuan utama yang ditekankan ialah persoalan tawhid. Allah swt. Memerintahkan Nabi Muhammad supaya menerangkan: Surah al-Nam, ayat 59. Artinya : *Katakanlah hai Muhammad "segala puji bagi Allah dan kesejahteraan atas hamba-hamba-Nya yang dipilih-Nya. Apakah Allah yang lebih baik atautakah apa yang mereka persekutukan Dia.*

Di dalam menyampaikan seruan berdasarkan *al-tawhid* Nabi Muhammad harus berhadapan dengan perbagai tantangan dari musuh-musuh termasuklah orang-orang Arab musyrik, ketua-ketua Quraisy dan golongan Yahudi. Secara keseluruhan, Baginda ditugaskan untuk memulihkan alam yang telah rosak sebelumnya, mengumpulkan semua agama samawi dan menyeru golongan *ahl al-kitab* kepada agama yang diperintah Allah. Hal ini sesuai dengan firman-Nya dalam surah al-An'am ayat 14. Artinya : *Katakanlah sesungguhnya aku diperintahkan supaya menjadi*

orang yang pertama sekali menyerah diri kepada Allah, dan jangan sekali-kali kamu termasuk golongan orang musyrik”

Allah telah mengutuskan Rasul-Nya sebagai rahmat kepada seluruh manusia agar beliau memimpin beliau ke jalan hidayah. Dan tiada yang menerima hidayah itu melainkan golongan manusia yang mempunyai kesediaan untuk menerimanya walaupun rahmat itu merangkumi orang-orang beriman dan yang tidak beriman.

Dengan demikian, maka jelaslah bahwa Nabi Muhammad s.a.w. diutuskan oleh Allah ke dunia ini untuk seluruh umat manusia, dan termasuk juga untuk seluruh makhluk ciptaan Allah lainnya. Oleh itu Islam adalah agama yang bersifat *universal*. Perutusannya berlaku umum di semua tempat di belahan bumi ini serta bagi semua kaum. Sehubungan dengan itu, dakwah *Islamiyyah* harus dilakukan sesuai dengan misi Islam itu sendiri, yaitu untuk mencapai kesempurnaan bagi kehidupan manusia di dunia dan akhirat.

Perlu diketahui, bahwa dakwah yang pertama dilakukan Rasulullah s.a.w. pada saat awal beliau diangkat menjadi Rasul adalah dakwah internal. Ini karena pada waktu itu belum ada seorang manusia pun yang mengenal dan melaksanakan syari'at Islam serta risalah yang dibawa oleh Nabi Muhammad s.a.w. Dari dakwah internal ini Islam berkembang sedikit demi sedikit dan meningkat menjadi dakwah eksternal. Oleh itu dakwah eksternal menjadi sangat strategik bagi dakwah dalaman dan pengenalan bagi Islam itu sendiri.

Islam datang membawa rahmat untuk umat manusia dengan menyatukan mereka dari berbagai macam perbedaan kepada aqidah dan agama yang satu, yaitu Islam. Dengan demikian seluruh umat manusia mempunyai persamaan hak dan kewajiban terhadap Allah s.w.t. Untuk dapat terwujudnya manusia itu sebagai umat yang satu sebagaimana yang telah di sebutkan di atas, maka dawah *Islamiyyah* perlu juga disebarluaskan kepada umat manusia yang bukan Islam atau yang dianggap masih berada di luar agama Islam.

Berkaitan dengan dakwah eksternal hasan Ibrahim Hasan mengatakan : Baginda telah menulis surat kepada Hercules maharaja Rom, Kisra (Maharaja Parsi), Muqauqis (Ganenor Mesir), Najasi (Maharaja Habsyah), dan beberapa orang ketua negara yang lain. Baginda juga telah memberi penghormatan kepada beberapa orang ketua atau pemimpin kabilah yang telah dikalahkan dalam peperangan, seperti mengekalkan kedudukan mereka sebagai ketua, memberikan habuan materi, mengahwini anak perempuan mereka dan sebagainya.

Berkaitan dengan itu, Hamka menjelaskan : Bahwasanya dakwah itu berlaku kepada segala pihak, baik orang yang telah patuh mengerjakan Islam, ataupun kepada orang yang belum menerima Islam sama sekali. Bahwa sesudah kedudukan Rasulullah s.a.w. mencapai puncak kekuasaan yang tertinggi, beliau melakukan dakwah juga kepada pihak kekuasaan yang lain yang bertetangga dengan beliau. Beliau kirim surat seruan, surat dakwah kepada Heraqla (Hiraqlius). Kaisar Rum yang berkuasa penuh di Damaskus pada masa itu, sedang Nabi s.a.w. mulai meneguhkan kekuasaan di Madinah. Beliau juga kirim surat seruan kepada Maqouqis, penguasa besar di Mesir yang mempunyai otonomi penuh dalam lingkungan kerajaan Rum. Beliaupun mengirim surat seruan kepada raja Habsyi, yang menurut tradisi dipanggil Najasi atau Negus di Habsyi (Abessinia), dan juga beliau kirim surat seruan kepada Kisra negeri Persia. Sambutan dari raja-raja dan penguasa itu sangat baik.⁶²

Sebagai contoh surat seruan dakwah Rasulullah s.a.w. kepada Kaisar Rum (Heraqlius) yang termasyhur dan agung pada masa itu dan raja Habsyi (Najasi), yang isinya mengajak raja tersebut menganut ajaran yang benar, antara isi surat Nabi ke raja Rum yang artinya seperti berikut :

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Penyayang.

⁶² Hamka , (1980), Haji Abdul Malik Bin Abdul Karim Amarullah, *Tafsir Al-Azhar*, juz 9-10, Pusataka Panjimas, Jakarta, hal. 53

Dari Muhammad bin Abdullah utusan Allah
Kepada Heraclius Pemimpin Rumawi.

Salam sejahtera semoga dilimpahkan kepada orang yang mengikuti petunjuk Allah. Maka sesungguhnya saya mengajak anda dengan ajakan Islam. Masuklah anda ke dalam agama Islam, maka anda akan selamat, dan Allah akan memberikan pahala dua kali kepada anda. Apabila anda menolak, maka anda akan menanggung dosa para petani.

“Hai ahli kitab, marilah kepada satu kalimat (ketetapan) yang tidak ada perbedaan antara kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah dan tidak kita sekutukan Dia dengan sesuatu pun dan tidak (pula) sebagian kita menjadikan sebagian yang lain sebagai Tuhan selain Allah, saksikanlah bahwa kami adalah orang-orang yang menyerah diri (kepada Allah).⁶³

Meskipun Heraclius mengakui kerasulan Nabi Muhammad s.a.w, namun ia tetap tidak mau masuk Islam. Hal ini diketahui pada saat beliau berada di Himsh, dia mengumpulkan seluruh pembesar Romawi di sebuah gereja. Setelah mereka berada di dalam gereja, Kaisar Herclius kemudian mengunci pintu gereja dari dalam. Selanjutnya ia berpidato dan mengatakan “Hai orang Romawi, maukah kamu semua bahagia selain mendapat petunjuk, sementara kekuasaan kamu kekal, namun kamu semua membai’at Nabi yang baru itu?” Mendengar pernyataan itu, para pembesar tadi bising. Mereka bersurai menuju pintu untuk keluar dari gereja dan meninggalkan tempat itu, sementara pintu masih dikunci. Melihat aksi tersebut akhirnya Kaisar tersebut memanggil mereka kembali. Kemudian dia berkata, “saya berbicara seperti itu tidak lain hanyalah karena ingin menguji

⁶³ Ibnu Qayyim al-Jauziah (t.t.), *Zad al-Ma’ad*, Dar Ihya al-Turats al-Arabi, hal. 71

apakah kalian masih setia kepada agama kalian atau tidak. Dan saya tahu ternyata kalian masih setia pada agama kalian". Akhirnya mereka sujud kepada Kaisar Heraclius.⁶⁴

Nabi Muhammad s.a.w. juga pernah mengirim surat kepada Raja al-Najasyi (panggilan untuk Raja Habasyah atau Absenia). Nama sebenarnya ialah Ash'hamah bin Abjar. Surat tersebut dihantar oleh 'Amr bin Umayyah al-Dhamri, dan ia adalah orang pertama yang diutus Nabi s.a.w. untuk menyampaikan surat kepada raja-raja dan kepala Negara. Adapun erti surat tersebut adalah seperti berikut :

Bismillahirrahmanirrahim.

Dari Muhammad Utusan Allah
Kepada al-Najasyi Raja Abessinia

Masuklah Anda ke dalam agama Islam, Allah Dzat yang tidak ada Tuhan selain Dia, Penguasa, Yang Maha Suci, Yang Maha Sejahtera, Yang Mengkaruniakan Keamanan, Yang Maha Memelihara.

Saya bersaksi bahwa 'Isa bin Maryam, adalah ruh dan kalimah Allah yang disampaikan-Nya kepada Maryam, perempuan yang tidak bersuami lagi baik dan menjaga dirinya. Maka hamilah dia mengandung 'Isa. Allah menciptakan 'Isa dari ruh dan tiupannya sebagaimana Allah menciptakan Adam dengan tangan-Nya.

Dan sesungguhnya saya mengajak anda untuk menyembah kepada Allah dengan mengesakan-Nya dan tidak menyekutukan-Nya dengan yang lain, serta (mengajak anda) untuk taat kepadanya. Saya juga mengajak anda untuk mengikuti diri saya dan beriman kepada wahyu yang datang kepada saya. Karena sesungguhnya saya adalah utusan Allah. Sesungguhnya

⁶⁴ Ibnu Sa'ad, Muhammad, (1400 H/1981), *At-Tabaqat al-Kubra*, Dar Beirut, Beirut. Hal. 259

saya mengajak anda dan tertera anda untuk menyembah Allah.

Saya telah menyampaikan ajakan ini sekaligus memberi nasehat kepada anda. Karenanya, terimalah nasehat saya ini.

Salam sejahtera semoga dilimpahkan kepada orang-orang yang mengikuti petunjuk Allah.⁶⁵

Ahli tarikh klasik al-Waqidi (W 207 H.), begitu pula murid dan setiausahanya, Ibn Sa'ad (W 230 H.) Mereka berpendapat bahwa al-Najasyi kemudian masuk Islam. Ibn Sa'ad selanjutnya mengatakan bahwa setelah menerima surat Nabi s.a.w. itu al-Najasyi membacanya sambil turun dari kerusinya dan kemudian duduk di lantai sebagai penghormatan kepada Nabi s.a.w. lalu beliau menyatakan masuk Islam dengan membaca Syahadah. Ia juga mengatakan, "seandainya ada kesempatan, saya akan menghadap Nabi s.a.w." Kemudian dia menulis surat kepada Nabi s.a.w. menyatakan tentang keislamannya.⁶⁶

Setelah diketahui bagaimana cara yang digunakan Rasulullah dalam melaksanakan dakwah (melalui surat) kepada para pemimpin kerajaan pada waktu itu, maka untuk lebih jelasnya akan diterangkan isi dari surat-surat Nabi s.a.w. yang dikirim kepada Kaisar atau Raja-raja. Adapun isi surat Nabi s.a.w. dapat dikelompokkan kepada tiga jenis surat, yaitu :

1. Surat-surat yang berisikan seruan untuk masuk Islam. Surat-surat jenis ini ditujukan kepada orang bukan muslim baik Yahudi, Nasrani, maupun Majusi serta orang-orang musyrikin baik dia raja, kepala daerah maupun secara individu.
2. Surat yang berisi tentang aturan-aturan dalam Islam, seperti tentang zakat, sedeqah dan sebagainya. Surat-

⁶⁵ Ibnu Qayyim al-Jauziah (t.t.), *Zad al-Ma'ad*, Dar Ihya al-Turats al-Arabi, hal. 71

⁶⁶ Ibnu Sa'ad, *op-cit.*, hal 258-259

surat ini ditujukan kepada orang-orang muslim yang masih memerlukan penjelasan dari Nabi s.a.w.

3. Surat-surat yang berisi hal-hal yang wajib dikerjakan oleh orang-orang bukan Islam terhadap pemerintah Islam, seperti masalah jizyah (iyuran keamanan). Surat-surat ini ditujukan kepada orang-orang bukan Islam (Yahudi, Nasrani dan Majusi) yang telah membuat perjanjian damai dengan Nabi s.a.w.⁶⁷

Berdasarkan isi surat yang Nabi dikirimkan kepada raja-raja dan penguasa di wilayah-wilayah yang bukan beragama Islam, maka jelaslah bahwa dakwah terhadap bukan Muslim dianggap sangat penting demi penyebaran ajaran Islam. Dengan demikian jelaslah bahwa sasaran dakwah eksternal terdiri dari seluruh umat manusia yang berada di berbagai pelosok dunia. Sasaran dakwah dalaman telah kita lihat dari berbagai aspek yang menyangkut dengan kehidupan umat manusia, sedangkan sasaran eksternal ditinjau melalui sudut keyakinan (agama yang dianut oleh sasaran).

G. METODE DAKWAH ISLAMIYYAH

Metode merupakan cara atau langkah yang ditempuh dalam melaksanakan suatu rencana agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Bila dikaitkan dengan kegiatan dakwah maka yang dimaksud dengan metode dakwah ialah cara yang ditempuh para *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam.

Secara umum Allah s.w.t. telah menjelaskan metode dakwah yang ideal melalui firman-Nya dalam surat An-Nahlu ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لِهَمِّ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

⁶⁷ Ali Mustafa Yaqub, (1997), *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, PT. Pustaka Firdaus, Jakarta, hal.181

Artinya : Berdakwahlah karena jalan Tuhanmu dengan hikmat kebijaksanaan dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan jalan yang terbaik. Sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui tentang mereka yang sesat dari jalan-Nya dan juga lebih mengetahui tentang orang-orang yang mendapat hidayat.⁶⁸

Ayat tersebut di atas menjelaskan bahwa seruan dan ajakan menuju jalan Allah (*din al-Islam*) itu harus menggunakan metode-metode *al-Hikmah*, *al-Mauidzah al-Hasanah* dan *Mujadalah bi al-lati hiya ahsan*. Dakwah dengan *hikmah* berarti dakwah dengan pendekatan substansi yang mengarah kepada falsafah. Dengan nasehat yang baik, berarti menggunakan retorik yang efektif dan sesuai, dan dengan *mujadalah* yang lebih baik berarti metode dilaung yang unggul.⁶⁹

Ayat di atas, Allah telah meletakkan dakwah dan dasar-dasarnya, menentukan sarana dan cara perjuangannya, menggariskan peraturan dakwah kepada Rasulullah dan para pendakwah dalam usaha menyampaikan agama Allah yang lurus dengan menjalankan peraturan dakwah yang digariskan oleh Allah di dalam al-Qur'an.

Dari pernyataan surah an-Nahlu 125 di atas, dapat dijelaskan bahwa seruan dan ajakan menuju jalan Allah (*din al-Islam*), harus menggunakan metode *al-hikmah*, *al-mauidzah al-hasanah* dan *mujadalah bi al-lati hiya ahsan*. Untuk lebih jelasnya, pada bahagian ini akan diuraikan secara ringkas ketiga metode tersebut.

a. Bi al-Hikmah.

Kata al-Hikmah mempunyai banyak pengertian yang diberikan oleh para ahli bahasa maupun para mufasirin tidak

⁶⁸ Sheikh Abdullah Basmeih, (1980), *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman Kepada Pengertian al-Qur'an*, Op-Cit, hal. 668

⁶⁹ Muhammad Mustafa al-Maraghiy, *op-cit.*, hal. 927

hanya erti mushadaq (keberadaannya), tetapi juga arti dalam mahfum (konsepnya) sehingga pengertiannya menjadi lebih luas dan bervariasi. Seperti di dalam Qamus al-Muhit kata al-hikmah berasal dari perkataan “ahkam al-amr” (diperkemaskan sesuatu), artinya diteliti dan dihalusi sesuatu itu. Ahkama thu al-tajarub (ia menjadi bijaksana karena pengalaman), dikatakan untuk seseorang apabila dia bijak dalam membuat keputusan.⁷⁰

Al-Hikmah diambil dari “*hakama*” yang berarti memutuskan ketetapan. *Al-Hakam* diartikan juga dengan al-Qada’ yang berarti keputusan. *Al-Hakim* ialah orang yang mengetahui serta teliti terhadap semua masalah.⁷¹ Abdullah Sahata dalam menjelaskan al-hikmah mengatakan, “Hikmah adalah memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah, materi yang dijelaskan tiap kali tidak memberatkan orang yang dituju, janganlah membebani sesuatu yang memberatkan sebelum jiwa menerimanya, banyak cara yang ditempuh untuk mengajak mereka sesuai menurut keadaannya, tidak perlu menggebu-gebu dan bernafsu sekali, karena semua itu melampaui batas hikmah”.⁷²

Kata *al-hikmah* pada ayat di atas adalah lebih dari semata ilmu. Ia adalah ilmu yang sehat dan sudah dicernakan; ilmu yang terpadu dengan rasa periksa, sehingga menjadi daya penggerak untuk melakukan sesuatu yang lebih bermanfaat.⁷³ Syekh Muhammad Nawai al-Jawi mengartikan *al-hikmah* dengan *hujjah* (argumentasi), akurat dan berfaedah untuk memantabkan aqidah atau keyakinan.⁷⁴

⁷⁰ al-Fairuzabadi, Muhammad Ibn Yacob, (t.t), *Qamus Muhit*, Muasassah al-Halabi Wa Syurakah li al-Nasyr wa al-Tawzi’, hal. 415

⁷¹ Muhammad bin Abi Bakr ar-Razi, *Op-Cit*, hal. 165. Lihat juga pada Ibrahim Unais dan Rakan-rakan, Juz 1, *Op-Cit*, hal. 189-190

⁷² Abdullah Sahata, (1978), *Da’wah Islamiyyah Wa al-Ilham ad-Din*, Kairo, Al-Babi al-Halabi, hal. 93

⁷³ M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (1977), Dewan Dakwah Islamiyyah Indonesia, Jakarta, hal. 164

⁷⁴ Nawawi al-Jawi, Syekh Muhammad, (t.t), *Marah Labib Tafsir an-Nawawiy*, al-Ma’rif, Bandung, hal. 469

Wahbah al-Juhali dalam kitabnya *Tafsir al-Munir* memberi arti *al-hikmah* sebagai perkataan yang jelas dengan dalil yang terang, yang boleh mengantarkan pada kebenaran dan menjawab keragu-raguan.⁷⁵ Adapun al-Maraghi memberi makna *bi al-hikmah* secara lebih luas, yaitu “dengan wahyu Allah yang telah diberikan kepadamu”.⁷⁶

Secara ringkas, para ulama menjelaskan bahwa hikmah dapat diartikan dengan dalil, berilmu, lemah lembut, kenabian, al-Qur'an dan injil.⁷⁷ Dari beberapa definisi *al-hikmah* tersebut, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa dakwah *bi al-hikmah* pada dasarnya merupakan seruan atau ajakan dengan cara bijak, logic dan argumentative yang dilakukan secara bijaksana, penuh kesabaran dan ketabahan, sesuai dengan risalah nubuwwah dan ajaran al-Qur'an atau wahyu Illahi. Selain itu dakwah *al-hikmah* adalah dakwah bijak mempunyai makna dan selalu memperhatikan suasana *mad'u*. prinsip-prinsip metode tersebut ditujukan kepada *mad'u* yang memiliki daya fikiran yang tinggi (*khawas*). Hal ini seharusnya menggunakan metode yang sesuai dengan masalah dan keperluan, dengan selalu memperhatikan tarap pemikiran, suasana kejiwaan dan situasi sosial budaya *mad'u*.

Dengan demikian, Hikmah merupakan salah satu metode dakwah yang telah ditunjukkan oleh Allah melalui al-Qur'an yang diturunkan kepada hamba-Nya sebagai pedoman hidup. Allah s.w.t. dalam menetapkan suatu hukum terhadap suatu perbuatan yang telah melekat pada diri manusia dengan cara perlahan-lahan, bukan sekali gus. Hal ini dapat kita buktikan melalui proses haramnya minuman keras. Minuman keras merupakan minuman orang Arab pada zaman Jahiliyah. Dalam membasmi kebiasaan tersebut, pertama Allah menyatakan bahwa arak itu

⁷⁵ al-Zuhaili, Wahbah, (1990), *AT-Tafsir al-Munir*, Beirut, Dar al-Fikr, hal.

⁷⁶ Al-Maraghi, Ahmad Mustafa, (1946), *Tafsir al-Maraghi*, Juz. 5, al-Halabi, Mesir, hal. 161

⁷⁷ al-Fairuzabati, Op-Cit, Juz 4, hal. 98. Lihat Ibnu Kathir, Juz 1, Op-Cit, hal. 323 dan al-Zamakhshari, Juz 1, Op-Cit, hal. 38

ada bahayanya dan juga ada manfaatnya, tetapi Allah belum melarangnya. Pada tahap kedua dikatakan bahwa tidak boleh melaksanakan shalat apabila dalam keadaan mabuk. Pada tahap ketiga baru Allah menyatakan dan menegaskan bahwa arak (minuman keras) itu haram hukumnya. Demikianlah salah satu contoh hikmah (kebijaksanaan) yang diperlihatkan Allah kepada umatnya.

Dalam penerapan metode hikmah dalam menjalankan tugas-tugas dakwah, harus diperhatikan hal-hal seperti berikut :

1. Keadaan dan situasi mad'u
2. Materi dakwah harus diperhatikan, jangan memberatkan mad'u
3. Penyampaian harus bervariasi (jangan monoton), sesuai dengan situasi mad'u.⁷⁸

Oleh yang demikian, kebijaksanaan sangat diperlukan dalam aktiviti dakwah dengan berbagai bentuk dan meliputi segala aspek dakwah. Kebijaksanaan yang berhubungan dengan pendakwah (da'ai), adalah melengkapi diri dengan persediaan akhlak mulia, ilmu pengetahuan dan penghayatan agama dan juga persediaan dalam bentuk material.

Selain kebijaksanaan yang perlu ada pada diri pendakwah, da'I juga harus memahami audien (mad'u) dengan bijaksana seperti menentukan subjek yang akan menjadi sasaran dakwah memilih tajuk dan pembahasan yang sesuai dengan keadaan dan kehendak mad'u. Selain itu kebijaksanaan yang berkaitan dengan pendekatan dan cara penyampaian pula memilih serta menggunakan pendekatan yang sesuai dan menyampaikannya secara persuasif. Dakwah juga hendaknya dilakukan dengan cara-cara yang bijaksana dan memberikan perhatian yang teliti terhadap keadaan dan suasana orang yang hendak dijadikan sasaran dakwahnya, juga memberi perhatian yang teliti terhadap kadar dakwah setiap kali disampaikan agar tidak memberatkan mereka.

⁷⁸ Sayid Qutb, *Tafsir Fi Dhilal al-Qur'an*, Op-Cit, 122

b. Al-Mau'izah al-Hasanah

Mau'izah berasal dari kata dasar *wa'z* yang mengandung pengertian, memberi nasehat dan peringatan terhadap akibat yang tidak baik selain meminta orang yang dinasehati supaya taat dan berpesan dengan ketaatan. Dikatakan "orang bahagia ialah yang mengambil nasehat dari orang lain dan orang yang malang ialah sesipa yang orang lain mengambil nasehat darinya".⁷⁹

Perkataan *al-Mau'izah al-Hasanah* yang terkandung di dalam Surah an-Nahlu ayat 125 telahpun ditafsirkan oleh al-Qasimi dan beberapa ahli lainnya adalah seperti berikut. *al-Mau'izah al-Hasanah* adalah kata-kata yang lemah lembut, yang dapat merapatkan perasaan diantara pendakwah dengan audien, yang merangsang mereka untuk melakukan kebaikan dan menjauhi kejahatan.⁸⁰

Ibnu Kathir mengatakan, bahwa *al-Mau'izah al-Hasanah* berarti memberi nasehat yang baik, yaitu dengan menyatakan tegahan yang terdapat dalam al-Qur'an dan sunnah, serta memberi peringatan terhadap kejadian yang pernah menimpa manusia dengan mengingatkan orang ramai tentang kejadian tersebut supaya mereka beringat-ingat dari balasan Allah.⁸¹ *Mau'izah Hasanah* adalah tunjuk ajar atau pelajaran yang baik, pelajaran yang mudah diresapi oleh sasaran dakwah sehingga mereka sedar kembali.⁸²

Prinsip-prinsip metode ini ditujukan kepada mad'u yang kemampuan intelektual serta pengalaman keagamaannya tergolong awam. Dalam hal ini, peranan juru dakwah adalah

⁷⁹ al-Rāghib al-Asfahani, Abi Qasim al-Husein Ibnu Muhammad, (1281 H.), *al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an*, *Thaqiq Sayyid Kilani*, Mat Bai'at Mustafa al-Babi al-Halabi wa Awladuh, hal. 527

⁸⁰ al-Qasimi, Muhammad Jamaluddin, (1978), *Mahāsin al-Ta'wil*, Jilid 4, Beirut, Dār al-Syuruq, hal. 177. Lihat juga Ghalwasy, A.A, (1978), *al-Da'wah al-Islamiyyah, Usūluhā*, Qahirah, Dār al-Kitab al-Misriy, hal. 279

⁸¹ Tafsir Ibnu Kathir, Juz 2, hal. 593

⁸² Hamzah Ya'cub, (1992), *Publisistik Islam, Tehnik Dakwah dan Ledership*, CV. Diponegoro, Bandung, hal. 15

sebagai pembimbing, kawan akrab, menyayangi dan memberikan segala hal yang bermanfaat, serta membahagiakan mad'unya. Selain itu pula pendakwah boleh menyelami perasaan dengan lemah lembut, tidak menggunakan cara yang keras dan bantahan, tidak pula dengan menceritakan kesalahan dan hal-hal lain yang dapat menyinggung perasaan *audience*. Sesungguhnya dengan cara lemah lembut dalam memberikan pelajaran dapat membuka hati yang terkunci melembutkan hati yang keras.

Cara berdakwah demikian ini memang lebih khas ditujukan kepada manusia jenis kedua, yaitu keumuman manusia. Mereka adalah orang-orang yang tidak mencapai tahap manusia yang kemampuan, mereka hanya memiliki fitrah terhadap kebenaran, tetapi mereka selalu ragu-ragu antara mengikuti kebatilan yang selama ini terdapat dilingkungannya atau mengikuti kebenaran yang disampaikan kepada mereka. Abdullah Syihata menjelaskan tentang dakwah dengan *mau'izah hasanah*, adalah pelajaran yang baik dan akan masuk dengan lembut ke dalam hati, dan mendalami perasaan dengan halus tanpa kekerasan dan kemarahan pada yang tidak perlu. Janganlah mengungkit kesalahan yang telah mereka lakukan tanpa disadari atau tidak sengaja, dengan peringatan yang lembut kebanyakan dapat memberi petunjuk bagi hati yang ingkar, keras dan menentang, maka hal ini akan lebih menguntungkan dengan (seharusnya dari) peringatan yang keras dan penghinaan.⁸³

Muhammad Husain Yusuf menjelaskan tentang cirri-ciri mad'u yang memerlukan metode *al-mau'izzati al-hasanah* yaitu, mereka yang memerlukan pelajaran yang baik, ucapan yang sesuai (*qaul baligh*), serta penjelasan yang bermanfaat, berupa pengaruh (*targhib*) untuk mengikuti kebenaran, penjelasan tentang kebaikan, mengikuti kebenaran, serta penjelasan atas dosa yang terdapat dalam kebatilan. Begitu pula seterusnya

⁸³ Abdullah Syihata, (1986), *Dakwah Islamiyyah*, Terj. H. Ibrahim Husein, dkk, Dirjen Pembinaan Agama Islam, Departemen Agama RI., Jakarta, hal. 7

sampai betul-betul jelas kepada mereka jalan yang lurus dan cahaya yang terang, serta dapat menghilangkan keraguan mereka untuk masuk ke dalam barisan orang-orang mukmin di bawah panji Nabi dan Rasul yang paling mulia.⁸⁴

Berdasarkan kepada apa yang telah diuraikan di atas, maka jelaslah bahwa *Mau'izah Hasanah* merupakan salah satu metode atau bentuk dakwah yang dapat dengan mudah diterima dan difahami secara baik. Metode ini menjadikan sasaran dakwah dan para pendakwah seperti kawan yang memberi nasehat serta mencari masalah yang membawa faedah dan mengembirakan. Keadaan ini akan membangkitkan rasa kejiwaan yang dekat anatar pendakwah dan sasaran, karena adanya pengaruh sentiment dan kesedaran perasaan selain kejelasan yang memperlihatkan bahwa tujuan dakwah adalah memberi nasehat bagi mengawal sasaran terpesong dari ajaran Allah.

Said Qutb mengatakan, *Mau'izah Hasanah* ialah cara memasuki hati manusia dengan lemah lembut, menyelami perasaan secara halus, bukan dengan mencaci, bukan pula dengan mencela dengan masalah yang tidak wajar. Bukan dengan membuka tembelang kesalahan yang kadang-kadang berlaku dengan sebab kejahilan atau dengan niat yang baik. Sesungguhnya lemah lembut dalam memberikan nasehat mendapat hidayat kepada hati-hati yang jahat, menjinakkan hati-hati yang liar serta membuahkan hasil yang lebih baik dari menggunakan kata-kata kasar, celaan dan cacian.⁸⁵

Sehubungan itu memberikan pelajaran kepada sasaran dakwah dengan cara yang dapat menyinggung perasaan mereka seperti mencaci, membentuk dan menguraikan hal-hal yang tidak disenangi, itu semua akan menambah kejauhan mereka dari agama Islam. Bahkan menimbulkan kebencian dan sikap

⁸⁴ Muhammad Husain Yusuf, (1999), (terj), Syukriadi Sambas dan Rosihan Anwar, *Di Balik Strategi Dakwah Rasulullah*, Mandiri Press, Bandung, hal. 48

⁸⁵ Sayid Qutb, *Fi Zilal al-Qur'an*, Juz 4, *Op-Cit*, Hal. 2202

pertentangan yang mereka timbulkan, sehingga tujuan yang diharapkan oleh kegiatan dakwah *Islamiyyah* tidak akan tercapai.

Dengan demikian, aktiviti dakwah dengan menggunakan metode *mau'idzah hasanah* ini, perlu memperhatikan hal-hal seperti berikut :

1. Tutur kata yang lembut sehingga akan terkesan di hati
2. menghindari sikap tak mau tahu dan kasar
3. Tidak menyebut-nyebut kesalahan orang lain atau menghukum orang yang diajak bicara (*mukhatab*).

Prinsip dan metode ini, sesuai untuk mad'u yang kemampuan intelektual dan pemikiran serta pengalaman keagamaannya tergolong dalam kelompok awam. Dalam hal ini, peranan juru dakwah adalah sebagai pembimbing, teman dekat yang setia menyayangi dan memberikan segala hal yang bermanfaat serta membahagiakan mad'unya. Cara yang lemah lembut dalam menyampaikan pengajaran itu banyak sekali dapat memberi petunjuk kepada hati-hati yang liar dan dapat menjinakan hati yang buas. Ia menghasilkan kebaikan yang tidak mungkin dihasilkan dengan menggunakan kekerasan, kecaman dan celaan-celaan yang buruk.

c. *al-Mujadalah Bi al-Lati Hiya Ahsan*

Mujadalah bi al-lati hiya ahsan, merupakan metode dakwah yang bersumber kepada al-Qur'an dalam surat an-Nahlu adalah *wa jadilhum bi al-lati hiya ahsan*, yaitu pelaksanaan dakwah melalui jalan berbantahan, berdiskusi, atau berdebat dengan cara yang terbaik, sopan santun, saling menghargai dan tidak sombong. Ghalwasy dalam menafsirkan kalimat *wa jadilhum bi al-lati hiya ahsan* adalah perdebatan yang terkandung di dalamnya unsur belas kasihan, lemah lembut dan kata-kata yang baik dengan tidak ada kekerasan.⁸⁶

⁸⁶ Ghawasy A.A, *Op-Cit*, Jilid 1, hal. 280. Penjelasan tersebut tidak jauh berbeda dengan definisi yang diberikan oleh al-Qāsimī, (1978), *Op-Cit*, hal. 177

Imam al-Ghazali melalui kitabnya *Ihya' Ulumuddin* telah membincangkan secara panjang lebar mengenai perdebatan. Beliau telah menguraikan beberapa syarat bagi perdebatan yang diridai oleh agama. Diantaranya ialah, perdebatan hendaknya berfaedah untuk mencari kebenaran dalam masalah-masalah fardu 'ain. Beliau juga mengingatkan tentang kesan-kesan negative yang timbul dari perdebatan yang bertujuan untuk mencari kemenangan. Perdebatan yang demikian boleh menghilangkan kasih sayang dan memutuskan silaturahmi diantara orang-orang atau golongan-golongan yang terlibat.⁸⁷

Cara dakwah yang demikian sesuai bagi manusia jenis ketiga. Mereka adalah orang-orang fanatik terhadap kebiasaan jahiliyah yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebatilan, serta bersikap ganas dalam menghadapi dakwah. Bagi manusia semacam ini, keindahan *balaghah al-Qur'an* dan nasehat yang baik tidak akan berkesan. Mereka harus dihadapkan kepada perdebatan yang baik dengan cara menegaskan berbagai alasan (*argumentasi*) yang boleh melembutkan sikap sombongnya, dengan bersikap arif dan lemah lembut. Cara semacam ini akan sangat berarti untuk menyentuh hati nuraninya. Adapun sikap keras dan kasar terhadap mereka akan membuat mereka semakin angkuh dan sombong.

Melaksanakan dakwah dengan menggunakan metode ini akan dapat membawa hasil yang baik. Hal ini boleh dilakukan dengan cara membahas suatu masalah kemudian para peserta menanggapi masalah tersebut yang kemudian mereka mengemukakan pertanyaan-pertanyaan. Diskusi itu merupakan arena pertukaran pikiran antara sekelompok orang terhadap suatu masalah yang diperlukan pemecahannya.

Dalam perdebatan itu pendakwah harus memahami dan mengerti cara-cara berdiskusi dengan baik dan dapat membawa hasil yang memuaskan. Dalam hal ini Ali Hasjmi mengatakan;

⁸⁷ al-Ghazali, Abū Hāmīd Muḥammad bin Muḥammad, (1980), 'Ulūm al-Dīn, Jilid 1, Bairut, Dār al-Ma'rifah, hal. 188

perdebatan hendaklah diselesaikan dengan cara baik, yaitu menghindari kesombongan yang pekat, sehingga orang yang diajak berdebat merasa bahwa zatnya terpelihara, nilainya mulia, dan pendakwah tidak bermaksud kecuali membuka zat hakiki dan menunjuki kejalan Allah, bukan kejalan dirinya sendiri, bukan untuk kemenangan pendapatnya dan kekalahan lawan.⁸⁸

Selanjutnya Abdul Karim Zaidan menguraikan tentang cara berdiskusi atau berdebat yang ditujukan kepada pelaksana dakwah. Beliau mengatakan Juru dakwah dalam perdebatan dan diskusi harus mempergunakan cara yang baik dengan kata-kata dan adab yang sopan, begitu juga sering merendahkan dirinya dengan perasaan tenang dengan tidak menyaringkan suaranya, tidak menunjukkan sikap marah bagi mereka, tidak mengeluarkan kata-kata penghinaan atau kata-kata yang melukai perasaan, dan dalam pembicaraan hendaknya dengan kata-kata yang lemah lembut dan perasaan penuh kasih sayang namun tetap pada pendirian ialah mengatakan kebenaran dan meyakinkan orang kepada kebenaran.⁸⁹

Dengan demikian, dalam menggunakan metode ini juru dakwah harus mempunyai sifat *persuasif* dan jiwa pengabdian (*dedikasi*) yang tinggi, serta menghindarkan sifat-sifat cepat marah, sombong, kasar dan sebagainya. Bertindak dengan cara lemah lembut dan kasih sayang akan menambah keakraban, akan tetapi sebaliknya bila kita perlakukan dengan semena-mena atau sekehendak hati, niscaya mereka lari menjauhkan diri dari kegiatan dakwah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Āli 'Imrān ayat 159 yang artinya seperti berikut : Maka dengan sebab rahmat (yang melimpah-limpah) dari Allah (kepadamu wahai Muhammad) engkau telah bersikap lemah lembut kepada mereka (sahabat-sahabat dan pengikutmu) Dan kalaulah engkau bersikap keras dan keras hati tentulah mereka lari dari

⁸⁸ A. Hasjmi, (1974), *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*, Bulan Bintang, Jakarta, hal. 8

⁸⁹ Abdul Karim Zaidan, *op-cit.*, 274

kelilingmu. Oleh itu ma'afkanlah mereka (mengenai kesalahan yang mereka lakukan terhadapmu) dan pohonkanlah ampun bagi mereka, dan juga bermesyuaratlah dengan mereka dalam urusan (peperangan dan soal-soal keduniaan) itu.⁹⁰

Dari perbahasan di atas maka hendaknya pelaksanaan dakwah dilakukan dengan menggunakan perdebatan yang sebaik-baiknya tanpa tekanan terhadap pihak lawan, tanpa menghina dan memburuk-burukan mereka supaya mereka yakin terhadap kejujuran pendakwah dan meresa bahwa tujuannya yang sebenar bukannya untuk memenangi perdebatan, tetapi untuk memberi keyakinan dan mencapai kemenangan. Jiwa manusia mempunyai sifat-sifat angkuh dan degil, ia susah mengalah dari pendapat yang dipertahankannya melainkan dengan cara yang lemah lembut supaya ia tidak merasa kalah. Nilai diri dari pendapat di sisi orang ramai begitu cepat bercampur ke dalam jiwa seseorang.

Tindakan mengalah dari sesuatu pendapat dianggap sebagai tindakan yang menjatuhkan marwah dan kehormatan dirinya. Hanya dengan cara yang sebaik-baiknya saja dapat memenundukan perasaan angkuh, di mana pihak lawan merasa bahwa kehormatan dirinya terpelihara (tidak tersentuh) dan nilai dirinya tetap mulia dan merasa bahwa pendakwah itu benar-benar bertujuan untuk menunjukkan kebenaran dan membawa ke jalan Allah bukannya kearah kepentingan dirinya, kemenangan fikirannya dan kekalahan fikiran orang lain.

Untuk merendahkan tekanan semangat pendakwah yang berkobar-kobar dan keghairahannya yang terburu-buru itu, al-Qur'an menunjukkan kepada hakekat yaitu hanya Allah saja yang mengetahui orang-orang yang sesat dari jalan-Nya dan tentang orang-orang yang boleh menerima hidayat. Oleh itu tidaklah perlu menggunakan perdebatan yang kasar dan berlarut-larut, malah yang perlu ialah memberi penerangan yang jelas kemudian serahkan saja urusan setelah itu kepada Allah.

⁹⁰ Tafsir Pimpinan Ar-Rahman, *op-cit.* 163.

Inilah peraturan dan undang-undang perlembagaan dakwah, selama dakwah itu berada dalam lingkungan dakwah dengan lidah dan berdebat dengan hujjah. Tetapi apabila sikap melampau dilakukan ke atas para pendakwah, maka keadaan turut berubah. Oleh sebab sikap melampau itu merupakan satu tindakan fisik, maka dia pasti dibalas dengan tindakan fisik yang setimpal untuk mempertahankan kehormatan kebenaran dan menolak kemenangan kebatilan, dengan syarat tindakan itu tidak melampaui batasnya sehingga kedarjat penghinaan. Islam agama keadilan dan keseksamaan, agama damai dan berdamai. Islam berjuang mempertahankan keselamatan dirinya dan penganut-penganutnya sehingga Islam tidak bersikap zalim.

Berdasarkan kepada surah an-Nahnu ayat 125 tersebut di atas, dapat ditarik sebuah pemikiran bahwa dalam perdebatan atau diskusi (*mujadalah*) terdapat dua metode, yaitu metode yang baik (*hasan*) dan metode yang lebih baik (*ahsan*). Al-Qur'an menegaskan menjelaskan bahwa salah satu pendekatan dakwah ialah menggunakan metode diskusi yang lebih baik (*ahsan*). Diskusi dengan metode *ahsan* adalah menyebut segi-segi persamaan antara pihak-pihak yang berdiskusi, kemudian dari situ akan membahas masalah perbedaan-perbedaan ke dua belah pihak, sehingga mencapai segi-segi persamaan.

Dalam memahami pendekatan *hikmah*, tunjuk ajar dan dialog yang baik (*mau'izah* dan *mujādah*), serta penyebaran kasih sayang (rahmat) di kalangan manusia dalam konteks misi utama dakwah yaitu *al-amr bi al-ma'ruf* dan *al-nahy 'an al-munkar* itu, maka perlu diterapkan secara menyeluruh ke dalam segenap komponen sistem dan aspek *dīn al-Islām* yang menyeluruh (*al-Syumūl*)

Demikianlah beberapa metode dalam pelaksanaan dakwah Islamiyyah yang digambarkan Allah 'Azza wajalla melalui firman-Nya. Dari metode yang telah digambarkan dalam surat *An-Nahl* ayat 125 tersebut, maka dapat dikembangkan beberapa metode lain dalam pelaksanaan dakwah. Metode tersebut telahpun dilaksanakan dalam pengembangan dakwah seperti :

d. Metode Ceramah

Ceramah merupakan suatu metode yang dianggap paling efektif dalam menyampaikan dakwah. Karena dengan metode tersebut *da'i* dan *mad'u*-nya dapat bertatap muka secara langsung. Kemudian metode ini tidak memerlukan sarana dan fasilitas yang berlebihan, melainkan cukup dengan sebuah mimbar dan alat pembesar suara.⁹¹

Tentang penggunaan metode tersebut, Abdul Karim Zaidan mengatakan bahwa; Dalam ceramah, pembicara mengemukakan uraiannya dengan mempergunakan kalimat-kalimat yang tepat bukan hanya berbicara saja, serta menjauhkan diri mempergunakan kalimat-kalimat yang susah dimengerti dan muluk-muluk. Baik dalam pidato, maupun ceramah, pembicara dan pendengar sama-sama berusaha untuk mencapai suatu tujuan yang dikehendaki. Dengan mengemukakan bukti-bukti yang dapat dikemukakan dalam pembahasannya, maka apabila juru dakwah telah berhasil menyedarkan pendengarnya, oleh itu tujuan dakwah dapat di katakan telah tercapai.⁹²

Dalam melaksanakan metode ceramah, para *da'i* harus terlebih dahulu mempersiapkan bahan-bahan ceramah yang akan disampaikan. Materi yang dipersiapkan itu sesuai dengan keadaan sasaran, sehingga dapat difahami dan dimengerti dengan baik oleh (*mad'u*) sasaran mereka.

e. Metode bacaan atau hafalan

Metode ini bermaksud *Recitation* dalam bahasa Inggris yang mengandung arti pembacaan, hafalan oleh murid-murid di dalam ruangan atau bilik.⁹³ Metode resitasi adalah menghafal sesuatu yang telah diajarkan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Hal ini dilakukan secara berulang-ulang sehingga bahan yang diajarkan

⁹¹ Abdullah Syihata, Op-Cit, hal. 6

⁹² Zaidan, 'Abd al-Karim, (1976), *Usul al-Da'wah*, Dar al-Bayan, Bagdad, 271

⁹³ Hasan Sadli, John Echlos, (1983), *Kamus Inggris Indonesia*, Cet.12, Gramedia, Jakarta, hal. 470

dapat melekat di hati *mad'u*. Resitasi digunakan sebagai metode dakwah, apabila seorang mubaligh telah sampai saatnya untuk mengajarkan sejumlah sasaran tentang suatu ucapan, seperti *syahadah*, sifat-sifat Allah baik yang wajib maupun yang mustahil, sifat yang dimiliki oleh Nabi, ucapan salawat, hal-hal yang dibaca dalam salat, do'a-do'a dan sebagainya. Dalam suasana yang demikian seorang pendakwah sesungguhnya telah bertindak sebagai seorang guru, sedangkan sasaran itu menghafal secara berulang kali sampai dapat membekas dalam jiwanya.

Metode resitasi digunakan untuk menanam keyakinan tentang sesuatu yang dianggap penting. Umpamanya para pelajar berhimpunan di padang, mereka secara bersama-sama menyanyikan lagu kebangsaan. Semua yang ikut dalam perhimpunan tersebut menyanyikan secara serius dan berulang kali secara terus menerus, lama kelamaan lagu tersebut dapat dijadikan keyakinannya dalam hidup bernegara dan sangat berpengaruh kepada sikap dan tingkah lakunya sehari-hari.

Dengan demikian metode resitasi ini sangat baik digunakan sebagai salah satu metode dalam pengembangan dan pelaksanaan dakwah *Islamiyyah*. Ini karena hafalan-hafalan juga dapat mengubah prilaku sasaran dakwah dengan makna yang telah diresapi dalam jiwa, sekaligus dapat membentuk jiwa dan kepribadiannya sesuai dengan materi yang disampaikan.

f. Metode Proyek

Proyek merupakan salah satu metode dakwah yang pelaksanaannya melalui kegiatan-kegiatan yang telah dirancang sedemikian rupa. Sasaran metode ini adalah organisasi-organisasi, kelompok pelajar dan perkumpulan-perkumpulan lainnya. Dalam suatu perkumpulan mempunyai beberapa kegiatan, misalnya kegiatan sukan merupakan proyek. Dalam hal ini sukan tersebut tidak menjanjikan *populariti*, tetapi hanya dijadikan sebagai sarana untuk mengumpulkan individu-individu yang menjadi objek dakwah.

Dalam pelaksanaan metode ini diperlukan pembatasan dan pengawalan yang tepat, karena bila kurang perhatian, objek tersebut akan terbawa arus dengan kegiatannya, sehingga tujuan dakwah yang diharapkan tidak tercapai. Berdasarkan metode ini setiap proyek sosio-ekonomi dan budaya yang bernafaskan ajaran Islam adalah termasuk dalam kategori dakwah *bi fi'l* (kerja nyata), di mana apabila terlaksana dalam kehidupan masyarakat, ia akan menjadi teladan yang baik sehingga layak dianggap dakwah *bi al-hāl*.

Pada hakekatnya penzahiran doktrin asas Islam ke dalam bentuk peraturan dan perundangan (*syari'ah*) yang meliputi sistem hidup individu, keluarga, masyarakat sama ada berkaitan dengan sosio-budaya, sosio-ekonomi, maupun pentadbiran negara (*siyāsyah*), semua itu merupakan dakwah *bi fi'l* kertonam dalam pelaksanaan setiap satu dari peratus akan sistem tersebut melahirkan keseimbangan (*equilibrium*) atau *al-tawāzun*, keadilan dan keberkatan (*grace*) kepada seluruh masyarakat yang merenras perbedaan etnik dan anutan agama.

g. Metode Demonstrasi.

Istilah demonstrasi berasal dari bahasa Inggris yang kata asalnya adalah *Demonstrate*, artinya mempertunjukkan, mempercontohkan.⁹⁴ Sementara dalam *Kamus Bahasa Indonesia*, demonstrasi berarti petunjuk mengenai cara-cara.⁹⁵ Pengertian demonstrasi dalam pembahasan ini adalah mempertunjukkan atau memperlihatkan cara-cara melaksanakan kegiatan keagamaan dan lain-lain yang berhubung kait dengan dakwah *Islamiyyah*.

Dalam melaksanakan metode ini pendakwah langsung memperagakan bahan dakwah nya kepada objek dakwah (*mad'u*). Umpamanya cara-cara mengerjakan salat, berwudhuk,

⁹⁴ Hasan Sadli, John Echlos, *ibid*, hal. 280

⁹⁵ W.J.S. Poerwadarminta, (1976), *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, hal. 239

memandikan mayat. Di samping pelaksanaan secara langsung para *da'i* juga menerangkan hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang didemonstrasikan. Misalnya mengenai hukum, syarat-syaratnya, rukun serta hal-hal yang dapat membatalkannya.

Demonstrasi itu juga diartikan sebagai metode percontohan, umpamanya seorang tokoh masyarakat atau ulama dalam dakwahnya sering menganjurkan bahwa kita harus membantu orang yang memerlukan pertolongan seperti fakir dan miskin, anak yatim dan lain-lain. Kemudian dia sendiri harus sering melaksanakan apa yang telah diucapkannya, agar masyarakat dapat melihat dan meniru pekerjaan tersebut.

h. Metode Ziarah.

Ziarah berarti pergi mengunjungi suatu tempat untuk melihat dan mengalami sesuatu secara langsung. Karyawisata digunakan sebagai metode dakwah, misalnya mengunjungi Baitullah di Mekkah, Baitul Muqaddis di Palestin, serta tempat-tempat bersejarah lainnya. Demikian juga dengan mengunjungi orang sakit, rumah orang cacat, rumah orang tua uzur dan sebagainya. Dengan kunjungan tersebut *audience* dapat mengadakan kajian sendiri terhadap apa yang dilihatnya.

i. Metode Pendekatan Pribadi.

Pendekatan secara pribadi atau *personal approach* antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai dakwah yang telah dicanangkan. Metode ini dapat dilaksanakan dalam kegiatan dakwah yaitu dengan cara mengadakan hubungan dengan orang-orang yang menjadi sasaran dakwah *Islamiyyah*. Pelaksanaan metode ini, misalnya seorang *da'i* menyampaikan seruan kepada orang-orang tertentu baik sebagai penguasa, pihak kerajaan ataupun orang-orang yang mempunyai jawatan tinggi. Mereka ini lebih mudah diajak secara pribadi dari secara massa, karena dengan metode ini mereka merasa lebih terhormat.

Metode tersebut berhubungan erat dengan metode ziarah, karena orang-orang yang akan menjadi objek dakwah itu langsung dikunjungi oleh para *da'i* ke tempat mereka tinggal. Dalam menjalankan metode ini sebaiknya pada *da'i* terlebih dahulu menanyakan tentang waktu atau kesempatan untuk temu duga. Kemudian juga harus dipersiapkan bahan-bahan yang akan disampaikan baik berupa peringatan, anjuran, harapan dan lain-lain, serta rombongan yang akan mengunjungi untuk mengadakan komunikasi itu harus pula dibatasi.⁹⁶

Demikianlah uraian tentang beberapa metode dakwah *Islamiyyah*, baik yang bersumber dari kitab suci al-Qur'an maupun yang dikemukakan oleh para ilmuwan. Semua metode tersebut dapat digunakan untuk menyebarkan agama Allah di permukaan bumi kepada seluruh umat manusia.

H. FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG DAKWAH

Sebagaimana telah dikatakan sebelumnya bahwa dakwah *Islamiyyah* adalah pekerjaan *al-amr bi al-ma'ruf wa al-nahyu 'an al-munkar*. Hal itu merupakan tugas yang besar dan berat, sebab hal tersebut merupakan usaha untuk mengubah kondisi umat manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh itu dalam melaksanakan pekerjaan tersebut sangat memerlukan berbagai bahan dan persiapan yang dapat dijadikan *Wasilah* untuk menghantarkan usaha tersebut kepada tujuannya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 35, artinya; Wahai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan carilah jalan yang boleh menyampaikan kepada-Nya (*Wasilah*) dengan mematuhi perintahnya dan meninggalkan larangannya);

⁹⁶ Hasan Basry, (1985), *Ilmu Dakwah, Strategi, Teknik, Metode, Sistem*, Bagian I, Lembaga Penerbitan dan Penyiaran IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, hal. 30

dan berjuanglah kepada jalan Allah (untuk menegakkan Islam) supaya kamu beroleh kejayaan.⁹⁷

Dalam ayat tersebut Allah menjelaskan tentang (*Waṣilah*) cara bagaimana pesan-pesan dakwah sampai kepada mad'u. *Waṣilah* berasal dari perkataan arab yang bermula dari perkataan *wasala*. *Waṣilah* artinya kedudukan di sisi pemerintah atau taraf atau menghampiri diri. *Waṣilah* sama artinya dengan *waslah* dan *ittisal* yang bermaksud masalah yang boleh menyampaikan sesuatu dan menghampiri kepadanya. Dengan demikian *tawasul* bermaksud melakukan sesuatu masalah atau amalan yang mendekati diri kepada Allah.⁹⁸

Dari pengertian bahasa, istilah *Waṣilah* adalah penyampaian dakwah yang disalurkan melalui sarana yang lebih baik untuk sampai kepada sasaran atau boleh ditafsirkan juga dengan alat atau media yang digunakan untuk pesan-pesan dakwah untuk sampai kepada sasaran. Ia merupakan penghubung dan perantara antara pendakwah dengan sasaran.⁹⁹ Adapun penyampaian Islam merangkumi penumpuan sama ada akal, atau sentiment atau melahirkan akhlak yang baik atau disebut juga qudwah hasanah, atau yang berbentuk tajribi atau hissi yaitu cara penyampaian yang berpaksi kepada panca indera melalui penyaksian dan percubaan adalah merupakan *Waṣilah* karena apa yang disampaikan melalui penguasaan sentiment kejiwaan atau penguasaan akal yang berkaitan dengan perkataan atau cara penyampaian isi dakwah kepada sasaran.¹⁰⁰

Dengan demikian *Waṣilah* berarti jalan, pengertian atau alat yang menjadi faktor penting dalam pelaksanaan dakwah. Dalam kajian ini istilah tersebut penulis ertikan sebagai faktor pendukung. Faktor-faktor pendukung yang dimaksudkan

⁹⁷ *Tafsir Pimpinan Ar-Rahman*, 1980: 257

⁹⁸ Ibnu manzūl al-Afriqi, *Op-Cit*, bab "Lam", Fasl "Waw", Juz. 11, hal. 724-725

⁹⁹ Abu al-Majd Sayyid Nawfal, *Op-Cit*, hal. 189. Muhammad Abu al-Fath Bayanuni, *Op-Cit*, hal. 49

¹⁰⁰ Muhammad Abu al-Fath, al-Bayānuni, *Op-Cit*, hal. 214

sebenarnya cukup banyak, tetapi yang terpenting antaranya adalah sebagai berikut :

1. Ilmu pengetahuan
2. Iman yang mantap
3. Penghayatan ajaran Islam
4. Akhlak mulia
5. Kepribadian yang kukuh dan menarik
6. Organisasi dakwah

a. Ilmu Pengetahuan

Dakwah merupakan kegiatan yang sangat kompleks, disebabkan memerlukan ilmu pengetahuan yang mendalam, yaitu pengetahuan yang bersumber kepada sumber utama agama tersebut. Tahap pengetahuan seperti ini biasanya hanya dimiliki oleh para ulama dan pendakwah-pendakwah khusus, sehingga mereka dapat menjalankan dakwah secara terang dan jelas.¹⁰¹ Sekiranya juru dakwah tidak memiliki kadar pengetahuan yang diperlukan, maka dia tidak akan dapat menjalankan tugas-tugas tersebut dengan baik dan berkesan.

Al-Qardawi dalam bukunya yang berjudul *Thaqāfah al-Da'iyah* mengatakan bahwa setiap juru dakwah harus memiliki lima jenis ilmu pengetahuan, yaitu :

1. Ilmu Pengetahuan Islam, merangkumi ilmu al-Qur'an dan tafsirnya, ilmu al-Sunnah, ilmu fiqah, ilmu usul fiqah, ilmu aqidah, tasawuf dan sistem Islam (*al-Nizam al-Islamiy*)
2. Ilmu sejarah, yang lebih ditumpukan kepada sejarah Islam dan umatnya.
3. Ilmu kesusasteraan dan bahasa bagi membolehkan berkomunikasi dengan lancar dan berkesan.
4. Ilmu kemanusiaan, mengandungi ilmu psikologi, sosiologi, ekonomi, falsafah, akhlak dan pendidikan.

¹⁰¹ Abu Sir, MT., (1986), *al-Du'ah Ilā Allāh Fī al-Qur'an al-Karim wa Manāhi Juhum*, Qāhirah, Jami'ah al-Azhar, hal. 5

5. Ilmu pengetahuan umum, seperti keadaan semasa dunia Islam, kuasa-kuasa dunia yang memusuhi Islam, agama-agama yang wujud sekarang, ideology-ideologi politik semasa, gerakan-gerakan Islam semasa, golongan-golongan serpihan Islam, dan masalah-masalah tempatan.

Ilmu pengetahuan yang dimaksud hendaknya berdasarkan dalil, baik dari al-Qur'an maupun dari al-Sunnah atau dari dalil-dalil syara' yang lainnya. Seorang muslim hendaklah sentiasa menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuannya tentang agama, agar dengan ilmu pengetahuan itu agama yang dianutinya dikuatkan dengan dalil dan bukti, sehingga dia akan berbuat dan tidak akan menyuruh orang melainkan kepada yang benar dan tidak juga mencegah dirinya dan orang lain melainkan terhadap yang batil.¹⁰²

Dengan demikian, pendakwah yang memiliki kualiti ilmu pengetahuan seperti yang disenaraikan tersebut di atas boleh dikatakan sebagai pendakwah ideal (mithali) karena dengan kemampuan ilmu yang dimikinya, mereka dapat dengan mudah menjalankan tugas-tugas dakwah dalam kehidupan masyarakat.

b. Iman yang mantap

Iman yang mantap dan kukuh sangat diperlukan oleh setiap juru dakwah di zaman sekarang, karena ramaim umat Islam yang terjebak dalam kerosakan aqidah dan keruntuhan moral. Ini berpunca dari pengaruh eksternal khasnya dari dunia barat melalui transpormasi budaya yang mereka masukkan ke dunia timur yang majoriti masyarakatnya beragama Islam. Kondisi ini semakin menekan umat Islam pada saat sistem alat komunikasi yang semakin terbuka luas ke seluruh lapisan masyarakat sehingga berlakunya integrasi, pertukaran budaya serta cara hidup manusia, khasnya umat Islam.

Situasi tersebut merupakan permasalahan yang dihadapi oleh setiap juru dakwah. Misi mereka yang utama adalah

¹⁰² Abd Karim Zaidan, *Op-Cit*, hal. 33

menuntun masyarakat Islam agar kembali kepada cara hidup yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, sebelum para juru dakwah berhadapan dengan permasalahan tersebut mereka harus memiliki iman yang mantap, artinya mereka memiliki keyakinan yang qata' dan jazan kepada semua rukun iman dan masalah-masalah yang berkaitan dengannya, keyakinan yang tidak ada padanya waham, syak dan zan, artinya tidak ada keraguan walau sedikitpun.

Dari iman yang mantap akan lahir beberapa sikap kerohanian yang lain, seperti yang dijelaskan oleh 'Ulwan dalam kitabnya *Sifāt al-Da'iyah al-Nafasiyyah*. Adapun sifat-sifat tersebut adalah seperti berikut :

1. Ikhlas, yaitu sifat yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu kebaikan dan meninggalkan kejahatan semata-mata karena Allah s.w.t.
2. Berani, yaitu kekuatan jiwa dan rohani yang lahir dari keimanan kepada Allah s.w.t. Dengan adanya kekuatan ini, seseorang tidak akan takut melakukan kebenaran meskipun berhadapann dengan cabaran dan tantangan.
3. Sabar, yaitu kekuatan jiwa dan rohani yang melahirkan ketahanan dalam diri seseorang untuk menghadapi apa juga dugaan dan kesusahan.
4. Optimis, yaitu kekuatan jiwa dan rohani yang mendorong seseorang memandang dunia sentiasa terbuka luas, kejayaan sentiasa mungkin, harapan sentiasa ada, dan tidak mengenal putus asa, mkeran putus asa itu salah satu sifat orang-orang kafir.¹⁰³

Demikianlah beberapa penjelasan tentang makna iman yang mantap, yang harus dimiliki para juru dakwah. Dari iman yang mantap, maka akan lahir sifat-sifat kerohanian yang lain. Juru dakwah yang lemah imannya akan terhanyut dibawa keadaan. Pendakwah yang rapuh keimanannya akan mudah

¹⁰³ 'Ulwan, A.N., (1990), *Sifāt al-Da'iyah al-Nafasiyyah*, Beirut, Dar al-Salam, hal. 12-54

dipengaruhi oleh orang-orang yang memiliki kepentingan, akibatnya mereka tidak akan mampu mencapai metlamat dakwah apa lagi menyelesaikan masalah umat. Bahkan sebaliknya akan menjadi salah satu punca masalah baru yang perlu dihadapi umat Islam.

c. Penghayatan ajaran Islam

Belum dikatakan sempurna iman seseorang, jika keyakinannya melibatkan hatinya, tetapi tidak mempengaruhi jiwanya dan tidak pula mendorong anggota tubuhnya mengerjakan tuntutan-tuntutan keyakinan tersebut. Seperti halnya, dia percaya kepada Allah dan kesempurnaan sifat-sifat-Nya, tetapi tidak menjiwai dan menghayati suruhan dan larangan-Nya, dia percaya kepada surga dan neraka, tetapi tidak ada keinginan kepada surga serta tidak ada rasa takutnya kepada neraka. Dia hanya percaya kepada al-Qur'an tetapi tidak berusaha mengerjakan ajaran-ajaran yang terkandung di dalamnya.

Di sinilah letaknya hubungan di antara iman dan Islam. Iman artinya kenal dan yakin, sementara Islam artinya menyerah dengan kerelaan. Maksudnya tidak cukup percaya saja karena menyerah harus melalui kepercayaan dan menyerah tidak sempurna jika tidak berasaskan keyakinan. Seperti kita percaya kepada Allah, tentu kita harus mengikuti perintah-Nya dan kita taat kepada perintah Allah karena kita percaya. Maksudnya, kepercayaan dan ketaatan itulah keyakinan agama.

Jika penganut Islam dituntut agar berpegang teguh kepada ajaran-ajaran Islam, maka tuntutan tersebut lebih ditekankan untuk para juru dakwah. Tidak dapat dibayangkan bagaimana kesannya sasaran kepada sasaran dakwah, jika para juru dakwah tidak mengamalkan tentang apa-apa yang mereka dakwahkan.

d. Akhlak mulia

Ramai orang, terutama mereka yang belum beragama Islam, pengetahun dan kefahaman mengenai ajaran Islam lebih banyak didapati dari pengamatan terhadap perbuatan dan

perilaku orang-orang Islam. Penilaian mereka terhadap agama Islam adalah hasil dari pengamatan, sekiranya hasil pengamatan mereka baik, maka hasil penilaian yang mereka dapati juga baik. Demikian juga sebaliknya. Oleh karena demikia, gerakan dakwah akan lebih mudah berhasil sekiranya para juru dakwah sentiasa memperlihatkan kepada para mad'u tentang kelebihan-kelebihan ajaran Islam melalui cara hidup, amalah dan akhlak.

'Ulwan dalam bukunya *Akhāqīyyah al-Da'wah* menjelaskan, jika seorang pendakwah menghiasi dirinya dengan kemuliaan akhlak dan menjauhkan diri dari akhlak-akhlak yang buruk dan tercela, maka kesannya kepada pembawa perubahan adalah besar, dan kelebihanannya di mata masyarakat adalah luar biasa.¹⁰⁴

Selanjutnya beliau menjelaskan ada lima jenis sifat atau akhlak yang perlu dimiliki oleh setiap juru dakwah, yaitu :

1. Benar (*al-sidq*), yaitu benar dalam perbuatan, percakapan dan niat
2. Amanah terhadap harta, percakapan dan penyampaian risalah Islam
3. Tidak mudah marah (*al-Hilm*), yaitu menyembunyikan kemarahan, menghubungkan silaturrahim dengan siapa yang memutuskannya, memberi maaf kepada orang yang menganiaya dan berbuat baik kepada orang yang menyakiti.
4. Merendah diri (*al-Tawādu'*), yaitu bermuamalah dan bergaul dengan siapa saja dengan mesra dan tidak membesarkan diri, sudi memakan apa saja yang dihidangkan, memakai pakaian yang sederhana, dan berpada kepada kemudahan-kemudahan hidup seadanya.
5. Kemuliaan (*al-Karam*), yaitu sifat kejiwaan yang murni yang perasaan kemasyarakatan yang terpuji, seperti menjauhkan diri dari perbuatan-perbuatan yang tercela,

¹⁰⁴ 'Ulwan, A.A., (1991), *Akhāqīyyah al-Da'wah*, Beirut, Dār al-Salām, hal.

berusaha melakukan sesuatu dengan sempurna, mengamalkan sikan lebih banyak memberi dari menerima, tidak mengutuk diri sendiri keraqna suatu kegagalan atau kekurangan dan sebagainya.¹⁰⁵

Demikian, jenis-jenis akhlak yang telah dijelaskan oleh 'Ulwan yang dapat mendukung pelaksanaan dakwah. Aktifiti dakwah akan bertambah menarik jika para juru dakwah mendemonstrasikan sifat dan perbuatannya secara nyata dalam kehidupan masyarakat, sehingga mereka (mad'u) bertambah yakin dan berusaha untuk melakukannya.

e. Pribadi yang menarik

Dalam menjalankan tugas-tugas dakwah banyak tantangan dan cabaran yang dihadapi baik datangnya dari umat Islam itu sendiri, maupun dari mereka yang berada di luar Islam. Tetapi yang nyata dan menonjol dugaan itu datangnya dari dalam diri juru dakwah tersebut. Akibatnya, kegagalan lebih besar dari kejayaan.

Untuk menghadapi setiap dugaan cabaran dan segala bentuk tantangan maupun kejayaan dan maju, para juru dakwah perlu memiliki kepribadian yang kukuh dalam bentuk ketahanan mental dan emosi. Rintangan, cabaran dan dugaan merupakan kenyataan yang harus dihadapi oleh para juru dakwah. Jangan sampai hanya dengan sedikit dugaan, mereka sudah berfikir untuk mundur atau mengatur langkah untuk tidak berdakwah lagi.

Setiap juru dakwah perlu memahami hakikat ini. Sebab mereka (mad'u), terdiri dari orang-orang yang menyenangi dan yang membenci. Kesenangan mereka merupakan modal bagi juru dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, sebaliknya kebencian mereka tidak dapat dipandang sebagai tanda bahwa dakwah tidak diperlukan. Sekiranya mad'u ada menunjukkan tanda-tanda kebencian, maka juru dakwah tidak

¹⁰⁵ 'Ulwan, A.A., (1991), *Akhāqīyyah al-Da'wah*, *Op-Cit*, hal. 16-37

perlu bimbang dan gelisah ataupun bereaksi yang berlebihan. Anggaplah kebencian mereka sebagai masalah biasa. Berusahalah untuk menciptakan kemesraan dan mendekati mereka dengan berbagai pendekatan yang menyenangkan.

Dengan kepribadian yang demikian tentu akan mudah menciptakan hubungan melalui emosional yang stabil dalam bentuk tidak mudah marah, tidak mudah sedih, tidak mudah terlalu gembira, tenang menghadapi cabaran, berharap masa depan yang lebih baik, percaya kepada diri sendiri, mampu menimbang dengan seksama dan mampu menilai dengan objektif. Hanya dengan cara demikian saja para juru dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

f. Organisasi dakwah

Dalam menjalankan aktiviti dakwah, dapat dijalankan secara individu dan berorganisasi. Setiap pekerjaan yang dilakukan secara individu sangat terhad dan pencapaian hasilnya pun tidak seberapa, karena program dan jangkauannya hanya berhad kepada hal-hal tertentu. Sedangkan setiap aktiviti yang dikerjakan oleh sekelompok orang atau melalui sesebuah organisasi, cakupan programnya lebih besar dan kesediaannya lebih baik. Demikian juga halnya dengan pelaksanaan dakwah. Organisasi merupakan sarana pendukung yang sangat penting dalam pengembangan dakwah.

Adapun fungsi organisasi adalah sebagai pengubal konsep, (perencanaan) penyelenggaraan (pelaksana) dakwah dan pengawasan (monitoring). Sebagai pengubal konsep, mereka terdiri dari golongan ahli dakwah yang berilmu, yang sanggup melahirkan gagasan-gagasan ilmiah dan islami, menemukan dan merumuskan keilmuan, peradaban dan kemampuan berdasarkan wahyu Illahi. Nilai keilmuan, peradaban dan kemampuan tersebut selanjutnya diserahkan kepada.

Pelaksana dakwah merupakan golongan insane yang di'itiraf oleh masyarakat atau dengan sendiri ia rela melibatkan dirinya dalam struktur pelaksanaan dakwah. Mereka ini terdiri

dari para juru dakwah yang bertugas dalam masyarakat denganbekal apa yang telah dirancang oleh pengubal konsep untuk dilaksanakan.

Pengawasan dakwah dilakukan oleh badan pengawas yang bertugas mengawasi kerja-kerja dakwah. Badan ini bekerja untuk menilai sejauh mana dakwah yang dilaksanakan berjalan, dan kesannya terhadap masyarakat untuk di evaluasi.

Demikianlah diantara beberapa faktor pendukung dakwah sebagai penentu bagi terwujudnya pelaksanaan dakwah yang professional.

g. Efek Dakwah

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah, thariqah tertentu maka akan timbul respons dan efek (atsar) pada mad'u, (mitra atau penerima dakwah). Atsar itu sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas, sisa, atau tanda.

Atsar (efek) sering disebut dengan feed back (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, atsar sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis atsar dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis atsar dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategis dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (corrective action) demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.¹⁰⁶

¹⁰⁶ (Aziz, 2004: 138)

Evaluasi dan koreksi terhadap atsar dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak secara parsial atau setengah-setengah. Seluruh komponen sistem (unsur- unsur) dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Sebaliknya, evaluasi itu dilakukan oleh beberapa da'i harus memiliki jiwa inklusif untuk pembaruan dan perubahan di samping bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah menghasilkan beberapa konklusi dan keputusan, maka segera diikuti dengan tindakan korektif (corrective action). Kalau yang demikian dapat terlaksana dengan baik, maka terciptalah suatu mekanisme perjuangan dalam dalam bidanh dakwah. Dalam bahasa agama inilah sesungguhnya disebut dengan ihtiar insani. Bersama dengan itu haruslah diiringi dengan doa mohon taufik dan hidayah Allah untuk kesuksesan dakwah.¹⁰⁷

Sebagaimana diketahui bahwa dalam upaya mencapai tujuan dakwah maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek pengetahuannya (knowledge), aspek sikapnya (attitude), dan aspek perilakunya (behavioral).

Berkaitan dengan ke tiga efek tersebut, Moh. Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah (2004: 139) Jalaluddin Rahmat¹⁰⁸, menyatakan:

1. Efek kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir, dan efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan yang diterimanya. Berpikir di sini menunjukkan sebagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambing, sebagai pengganti objek dan peristiwa. Sedang kegunaan berpikir adalah untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan

¹⁰⁷ Aziz: 2004: 139)

¹⁰⁸ Moh. Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah (2004: 139)

(decision making) memecahkan masalah (problem solving) dan menghasilkan karya baru.

Jadi dengan menerima pesan melalui kegiatan dakwah, diharapkan akan dapat mengubah cara berpikir seseorang tentang ajaran agama sesuai dengan pemahaman yang sebenarnya. Seseorang dapat paham atau mengerti setelah melalui proses berpikir. Dalam berpikir seseorang mengolah, mengorganisasikan bagian-bagian dari pengetahuan yang diperolehnya, dengan harapan pengetahuan dan pengalaman yang tidak teratur dapat tersusun rapi dan merupakan kebulatan yang dapat dikuasai dan dipahami.

Adapun berpikir itu melalui proses sebagai berikut:

- a. Timbulnya masalah atau kesulitan yang harus dipecahkan.
- b. Mencari dan mengumpulkan fakta-fakta yang dianggap memiliki sangkut paut dengan pemecahan masalah.
- c. Pada taraf penemuan atau pemahaman, menemukan cara dalam memecahkan masalah.
- d. Yang dilanjutkan melalui, menyempurnakan, dan mencocokkan hasil pemecahan.

Berpikir ditentukan oleh bermacam-macam faktor yang dapat mempengaruhi jalannya berpikir. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah bagaimana seseorang melihat dan memahami masalah, situasi yang sedang dialami dan situasi di luar yang sedang dihadapi, pengalaman-pengalaman orang itu dan bagaimana kecerdasannya. (Aziz, 2004: 141)

2. Efek efektif

Efek ini adalah merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap komunikasi (mitra dakwah) setelah menerima pesan. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.

3. Efek behavioral

Efek merupakan suatu bentuk proses dalam dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan materi dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif dan efektif sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Rahmat Natawijaya, bahwa: Tingkah laku itu dipengaruhi oleh kognitif yaitu faktor-faktor yang dipahami oleh individual melalui pengamatan dan tanggapan, efektif yaitu yang dirasakan oleh individual melalui tanggapan dan pengamatan dan dari perasaan itulah timbul keinginan-keinginan dalam yang bersangkutan.

Dari pendapat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahui itu kemudian masuk dalam perasaannya dan kemudian timbullah keinginan untuk bertindak atau bertingkah laku. Apabila orang itu bersikap positif maka ia cenderung untuk berbuat yang baik, dan apabila ia bersikap negatif, maka ia akan cenderung untuk berbuat yang tidak baik.

Jadi, perbuatan atau perilaku seseorang itu pada hakikatnya, adalah perwujudan dari perasaan dan pikirannya. Adapun dalam hal ini perilaku yang diharapkan adalah perilaku positif sesuai dengan ajaran Islam baik bagi individu ataupun masyarakat. Jika dakwah telah dapat menyentuh aspek behavioral yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam yang telah dipesankan dalam dakwah maka dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik dan inilah tujuan dakwah.

I. DAKWAH ISLAM DI ERA MODERN ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perubahan besar dalam berbagai segi kehidupan

manusia mulai dari berbagai cara berpikir, berucap, dan bertingkah laku. Walaupun ilmu pengetahuan dan teknologi mampu membawa perubahan yang besar dan luar biasa, namun kemajuan itu belum mampu menjawab berbagai problematika kehidupan manusia lebih manusia yang hidup di zaman modern. Manusia dihadapkan pada suatu era baru yang disebut globalisasi yang cenderung menghilangkan batas-batas Negara, ideologi maupun nilai-nilai keagamaan. Kondisi tersebut memerlukan hadirnya gerakan dakwah sebagai petunjuk hidup, agar manusia tidak kehilangan idealisme ditengah jalan. Ajaran agama mampu menjawab berbagai tantangan dan probelmatika kehidupan manusia baik dahulu, sekarang maupun masa yang akan datang.

Perkembangan gaya hidup masyarakat modern berjalan Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, hal itu karena masyarakat modern hampir tidak mungkin dipisah dari teknologi komunikasi, mereka tidak dapat bertahan hidup jika tidak menggunakan tekhnologi. Teknologi telah menjelma sebagai sahabat manusia, mereka tidak mempermasalahkan kesendirian selagi mereka bisa bersama dengan teknologi komunikasi, bahkan lebih parah lagi mereka asik dengan dunia mereka sendiri saat berada ditengah keramaian. Mereka sudah lebih suka berinteraksi dengan orang jauh daripada dengan mereka yang berada disekitarnya.

Manusia cenderung merasa takjub dengan konten yang terdapat dalam media teknologi, sehingga mereka berkeinginan kuat meniru hal tertentu yang di publikasikan melalui media tersebut. Perubahan tersebut, memberikan dampak terhadap pergeseran nilai yang ada pada masyarakat. Perubahan seperti ini memberikan tantangan yang komplit dalam pelaksanaan dakwah terhadap masyarakat.

Ketersediaan media teknologi komunikasi memberikan pengaruh positif terhadap pelaksanaan dakwah, antara lain kemudahan dan efisiensi biaya dan waktu, tidak terbatas oleh ruang dan bisa menjangkau semua lapisan masyarakat tanpa

harus ada sekat. Namun dibalik dampak positif, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan media teknologi dan komunikasi juga memberikan tantangan tersendiri terhadap pelaksana dakwah, diantaranya materi dakwah yang disampaikan harus mampu mengakomodasi setiap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat modern yang semakin komplis. Disamping itu keberadaan dakwah harus dilakukan dengan konten yang lebih menarik agar bisa menyaingi konten-konten lain yang lebih cenderung mengarah pada hal yang kurang positif.

Peradaban Islam sudah berdealektika sangat panjang, bahkan sebelum dunia barat berada pada puncak kejayaan, Islam telah mencapai kejayaannya terlebih dahulu. Pada abad ke-7 Islam begitu berhasil mewarnai berbagai dinamika global. Islam sedah maju dan terkenal diberbagai pejuru dunia bahkan kemajuan ilmu pengetahuan selama ini digali untuk perdamaian umat manusia.

Dealektika Islam dan peradaban telah terangkum dan terekam dalam dimensi dakwah.¹⁰⁹ Dakwah dalam berbagai bentuk telah mengantarkan Islam sebagai agama universal yang dengan mudah dan cepat diterima di seluruh penjuru dunia, tidak hanya di Timur Tengah, melainkan di negara-negara Asia, Afrika, Eropa, bahkan Australia dan Amerika. Itu semua adalah karena rutinitas proses dakwah yang dilakukan oleh individu-individu muslim sebagai juru dakwah.¹¹⁰

Melihat hal tersebut, dapat diketahui bahwa dakwah sangatlah penting dalam Islam, bahkan dakwah dan Islam seperti menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim (fardhu 'ain), akan tetapi dalam konteks tertentu dakwah juga bisa menjadi sebuah kewajiban yang kolektif (fardhu kifayah).¹¹¹

¹⁰⁹ Razikin Juraid, <http://m.hidayatullah.com> (diakses tanggal 08 Februari 2019)

¹¹⁰ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), hal. ix

¹¹¹ Ibid, hal. 9

Dasar hukum kewajiban dakwah tersebut terdapat dalam surat Ali Imran ayat 104 yaitu *“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung”*.

Setiap individu dengan berbagai profesi yang berbeda-beda memiliki kewajiban berdakwah karena berdakwah dapat dilakukan diberbagai multidimensi kehidupan. Jadi berdakwah tidak hanya dilakukan dengan menggunakan lisan maupun tulisan, namun berdakwa juga bisa dilakukan dengan cara memiliki perilaku yang baik ataupun dengan aksi sosial. Seorang ulama yang professional, selain memahami konteks yang akan dibicarakan, juga harus memahami keadaan dan kebiasaan dari masyarakat yang akan menjadi sasaran dakwahnya. Hal ini dilakukan agar dakwah yang disampaikan akan dengan mudah meresap di hati masyarakat.¹¹²

Dakwah harus dilakukan dengan berbagai cara agar selalu dapat diterima oleh masyarakat, hal ini yang kemudian menjadikan dakwah sebagai sebuah proses perubahan sosial, yang mana perubahan nilai pada tingkat individu-individu dapat merambat ke masyarakat akibat interaksi sosial antar individu, baik sebagai da’i maupun mad’u. dengan timbulnya pandangan bahwa dakwah dipandang sebagai proses komunikasi dan proses perubahan sosial, maka strategi dakwah yang terfokus dengan cara lisan menjadi tidak memadai lagi. Apalagi jika aktivitas dakwah berhadapan dengan berbagai masalah dan tantangan sosial di era media baru saat ini.¹¹³

Berbagai usaha dilakukan untuk menyebarkan dakwah sangat terkait dengan perubahan-perubahan yang dialami manusia, tidak dapat dipisahkan dari kemajuan ilmu

¹¹² Yedi Purwanto, dkk, Peran Teknologi Informasi dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa Jurnal Sositelknologi Vol. 16, No. 1, April 2017, hal. 95

¹¹³ Efa Rubawati, Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 2, Ed. 1, Maret 2018, hal. 127-128

pengetahuan dan teknologi yang telah membuat manusia dapat menguasai, mengelola dan memanfaatkan alam untuk kesejahteraan umat manusia, sehingga dakwah Islam dapat diterima oleh seluruh manusia. Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Adapun makna dakwah secara terminology menurut *M. Abu al Fath al Bayanuni* adalah menyampaikan dan mengajarkan Islam kepada manusia serta menerapkannya dalam kehidupan manusia.¹¹⁴

Dalam melakukan aktivitas dakwah, umat Islam menggunakan berbagai macam media yang dirasa lebih efektif untuk digunakan. Misalnya, melalui ceramah-ceramah kegamaan, seni, atau pun melalui tulisan-tulisan yang berisikan tentang ajaran-ajaran Islam yang berasal dari al Qur'an dan Assunnah sebagai materi utamanya. Pemilihan media dakwah tersebut harus mempertimbangkan pada segmentasi mad'u, karena satu media bisa menjadi efektif untuk satu komunitas tertentu namun bisa juga menjadi tidak efektif untuk komunitas yang lain.

Seiring perkembangan zaman, metode dakwah pun mengalami perkembangan. Pada era kekinian, dakwah dikemas sedemikian rupa agar terlihat lebih menarik. Seperti melalui lagu-lagu religi, qasidah, termasuk ceramah yang ditampilkan dalam media-media televisi dan media konvergensi, juga melalui berbagai aplikasi yang bisa digunakan sebagai sarana untuk menunjang efektifitas proses dakwah. Hal itu sebagai wujud adaptasi manusia terhadap fenomena dan keadaan sosial politik yang tengah berkembang di tengah-tengah komunitasnya, demi tercapainya tujuan komunikasi itu sendiri.¹¹⁵

Khadziq mengatakan bahwa dakwah Islam adalah salah satu bentuk aplikasi bagi setiap muslim tentang perlunya

¹¹⁴ M. Abul al-Fath al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1991), 17.

¹¹⁵ Johannes Müller, *Perkembangan Masyarakat Lintas Ilmu*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 12.

melakukan komunikasi dan interaksi. Kedua hal itu merupakan akulturasi dan asimilasi dalam Islam. Sebagaimana diketahui bahwa pada mulanya Islam turun di Mekkah juga melakukan interaksi dengan budaya lokal yang kemudian menjadi tradisi baru yang disebut dengan Islam. Hingga akhirnya agama ini disebarkan ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia.¹¹⁶

Lahirnya teknologi informasi selain sebagai tantangan bagi aktivis dakwah, juga merupakan peluang untuk melakukan aktivitas dakwah. Hadirnya teknologi informasi telah menciptakan ruang baru yang tidak memiliki batas, baik secara geografis, perbedaan tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, agama, politik, maupun sosial-budaya. Hal ini menciptakan aktivitas dakwah yang awalnya terbatas pada komunitas dan ditentukan oleh letak geografis menjadi lebih luas, terbuka, dan lebih efisien, baik secara waktu, tenaga, maupun biaya.

Bisa dibayangkan, jika pada zaman dulu aktivitas dakwah menghabiskan banyak waktu dan biaya untuk menuju suatu tempat dakwah, namun di era globalisasi, semua program dakwah dapat dirubah dengan hanya duduk di depan laptop atau komputer yang telah dipasang jaringan konvergensi. Tidak hanya di Indonesia, melalui teknologi informasi tersebut semua orang dapat mengakses informasi di pelbagai negara di penjuru dunia. Dengan dihapusnya skat geografis antar wilayah menciptakan tantangan yang lebih besar dalam aktivitas dakwah umat Islam. Meskipun awalnya secara historis globalisasi dipandang sebagai suatu proses mengintegrasikan perekonomian lokal ke dalam ekonomi dunia, namun makna globalisasi merujuk kepada ruang di mana terjadi proses interaksi global melalui sarana teknologi komunikasi.¹¹⁷

Adanya globalisasi teknologi komunikasi ini menciptakan kemudahan dalam mengakses informasi dan sebagainya. Hal

¹¹⁶ Khadziq, *Islam dan Budaya Lokal; Belajar Memahami Realitas Agama dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 99.

¹¹⁷ Ardian Alhadath, "Media Massa dan Transformasi Sosial; Sebuah Pengantar", *Jurnal CIVIC 1*, (2003), 11-26, diakses 16 Juni 2019).

itu tentunya menjadi tantangan yang cukup serius bagi umat Islam. Oleh karena itu, umat Islam harus membentengi diri dengan melakukan filterisasi terhadap akses informasi yang masuk. Terutama yang berkaitan dengan budaya- budaya yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Di samping itu, umat Islam juga tidak boleh membentengi diri semata, namun lebih dari itu, umat Islam harus ikut dalam percaturan globalisasi. Globalisasi teknologi telah menciptakan semacam kompresi temporal dan spasial dalam hal kecepatan yang tidak pernah terjadi sebelumnya. Dalam kerangka kognisi yang dianggap dunia sebagai ruang kecil di mana setiap fenomena dan peristiwa memiliki beberapa konsekuensi pada kehidupan ekonomi, sosial dan politik.¹¹⁸

Collin Cherry dalam Mohd. Rafiq mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi yang cepat dewasa ini dengan istilah *explosion*. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, yaitu: *pertama*, secara potensial teknologi komunikasi dapat menjangkau seluruh permukaan bumi dalam waktu sekejap. *Kedua*, jumlah pesan dan arus lalu lintas informasi telah berlipat ganda secara geometrik. *Ketiga*, kompleksitas teknologinya sendiri sudah semakin canggih (*sophisticated*), baik piranti lunaknya (*software*) maupun piranti kerasnya (*hardware*).¹¹⁹

Globalisasi pada hakikatnya juga telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup masyarakat. Melalui media yang kian terbuka dan terjangkau, masyarakat menerima berbagai informasi tentang peradaban

¹¹⁸ Hassan Danaeefard dan Tayebah Abbasi, "Globalization and Global Innovation", (2011), 67-80, (diakses 16 Juni 2019).

¹¹⁹ Mohd. Rafiq, "Tantangan dan Peluang Komunikasi Islam di Era Globalisasi Informasi", *Jurnal Analitica Islamica*, Vol.5, No.3, (2003), 149-168, <http://idb2.wikispaces.com/file/view/ok2015.pdf> (diakses 17 Juni 2019).

baru yang datang dari seluruh penjuru dunia.¹²⁰ Oleh karena itu, tentunya hal ini menjadi peluang besar bagi umat Islam untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam di tengah era keterbukaan global. Karena pokok persoalan yang dihadapi umat Islam pada zaman sekarang adalah dampak sosial budaya masyarakat industri dan informasi dari teknologi. Masyarakat yang demikian cenderung mengalami sebuah proses yang disebut dengan objektivitas manusia, yaitu terperangkapnya manusia ke dalam kerangka sistem budaya dan teknologi sedemikian rupa, sehingga dirinya menjadi komponen yang amat tergantung pada sistem tersebut.¹²¹

Sebelum lahirnya teknologi komunikasi, jika berbicara dakwah, maka yang teringat adalah seorang ustad yang berdiri dimimbar dengan para mustami'in berada didepannya. Hari ini, seiring perkembangan media teknologi dan komunikasi, dakwah tidak lagi harus di dalam masjid, tidak harus lagi diatas mimbar, tetapi sudah bisa dilakukan dimana dan kapan saja. Kalau dulu harus menempuh waktu yang lama untuk mencapai tempat terpencil, sekarang dengan menggunakan internet hanya perlu waktu tidak lama. Kalau dulu dakwah hanya berupa teriakan-teriakan dari suara da'i, sekarang bisa berupa tulisan yang diposting di blog, berupa pesan singkat lewat WA dan atau status yang terpampang diakun *facebook*, video yang di unggah di *youtube* atau di kirim via email dan sebagainya.

Materi dakwah, pengajian dapat disimpan di komputer berupa Mp3, video, sehingga tidak akan mudah hilang. Jika lupa dan ingin mendengar kembali maka tinggal di play saja. Semuanya menjadi mudah dan praktis. Demikian juga al-Quran, hadist, dan buku-buku islami dalam bentuk digital. Semuanya dibuat untuk

¹²⁰Hadiono Afdjani, "Dampak Globalisasi Media Terhadap Masyarakat dan Budaya Indonesia", (2007), <http://jurnal.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2007/04/blcom-04-vol2-no2-april20071.pdf> (diakses 15 juni 2019).

¹²¹ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah; Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Jogjakarta: Sipress, 1996), 210

memudahkan umat Islam mendapatkan, memperelajari, memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Al-Quran digital lengkap dengan audionya, sehingga bisa dbacia sekaligus mendengar bacaannya.

Strategi dakwah yang berbasis pada konvergensi media adalah dengan memanfaatkan layanan yang tersedia dalam website, jaringan sosial (*social network*) baik facebook ataupun twitter dan sebagainya. Termasuk penciptaan aplikasi-aplikasi dakwah melalui *smartphone* yang lebih mudah dan praktis. Dengan memanfaatkan media-media tersebut artinya melakukan aktivitas dakwah lintas sektoral dan lintas geografis, karena sekali lagi dakwah melalui konvergensi adalah dakwah yang bersifat global. Meski tidak menutup kemungkinan media tersebut juga bisa digunakan sebagai media dakwah antar personal.

Hal ini menciptakan peluang besar bagi da'i untuk melebarkan sayap dakwahnya ke seluruh penjuru dunia dan seluruh masyarakat lintas negara maupun bahasa. Islam sebagai agama dakwah tentu tidak bisa diam melihat peluang yang besar ini untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui media konvergensi. Arus globalisasi tidak selamanya dimaknai sebagai bentuk kolonialisasi Barat atas dunia Islam, akan tetapi globalisasi juga bisa dimaknai sebagai sebuah peluang untuk melakukan dakwah yang bersifat global.

Penciptaan strategi dakwah berbasis konvergensi media atau yang disebut dengan *e-dakwah* adalah hal mutlak dilakukan para da'i. Dengan memanfaatkan media konvergensi, kegiatan dakwah tentunya akan lebih efisien, karena teknologi konvergensi memiliki sifat yang seolah tanpa batas, terjangkau, dan cepat, sehingga akan memudahkan para da'i dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya.

Di era teknologi komunikasi masyarakat dihadapkan pada suatu tantangan besar, dimana pesatnya media-media elektronik membuat dakwah benar-benar ditantang untuk menggunakan media tersebut menjadi media dakwah. Jika tidak demikian, maka apa yang terjadi sampai hari ini media digunakan kaum lain untuk

menjalankan misinya. Sebagai contoh televisi dari 24 jam siaran hanya satu jam acara agama pada waktu subuh. Empat jam netral dan 19 jam acara intertainment. Belum lagi internet, yang memiliki konten amat beragam dan kompleks, bisa diakses kapan saja tanpa mengenal batasan waktu dan tempat, terlebih dengan adanya peningkatan jaringan dari yang semula hanya 3G menjadi 4G.

Ketika masyarakat memasuki era globalisasi dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi, tantangan dakwah yang dihadapi semakin rumit. Tantangan tersebut tidak mengenal ruang, batas, waktu dan lapisan masyarakat, melainkan ke seluruh sektor kehidupan dan hajat hidup manusia, termasuk agama. Artinya, kehidupan kegamaan umat manusia tidak terkecuali Islam di mana pun ia berada akan menghadapi tantangan yang sama. Soejatmoko menandakan bahwa agama pun kini sedang diuji dan ditantang oleh zaman.

Dulu, model dakwah melalui tatap muka dengan pengajar/ulama dalam satu majelis ilmu atau dengan cara membaca karya tulis/buku buah karya para ulama dan cendekiawan muslim. Setelah munculnya era dakwah melalui media elektronik televisi dan radio, dimana interaksi antara penceramah dengan khalayak kebanyakan berlangsung satu arah, maka munculah era digital dalam dakwah. Di era digital seperti saat ini, dimana penetrasi internet dan HP sudah sedemikian tingginya, maka masyarakat dan jama'ah memiliki banyak pilihan untuk mendapatkan ilmu tanpa harus hadir secara fisik di berbagai majelis ilmu yang ada.

Sehingga tidak heran bahwa meskipun model dakwah konvensional melalui tatap muka langsung di majelis ilmu tersebut tetap ramai dilakukan, namun berbagai konten dakwah itu mulai didistribusikan melalui berbagai kanal digital baru yang ada, seperti *youtube channel*, *live streaming* di *FB*, *video on Demand* dan sebagainya. Ini membuat konten dakwah bersifat tidak terbatas oleh waktu sehingga bisa diakses dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja. Era digital dalam dakwah ini juga

ditandai dengan menguatnya peran media sosial dalam interaksi antara penceramah dengan jamaah, dimana proses komunikasi bisa dibangun secara instan dengan model dua arah.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah menciptakan fasilitas yang memberi peluang bagi pengembangan dakwah, namun antara tantangan dan peluang dakwah dewasa ini, agaknya tidak berimbang. Tantangan dakwah yang amat kompleks dewasa ini dapat dilihat dari tiga perspektif, yaitu pertama, perspektif perilaku (*behaviouristic perspective*). Salah satu tujuan dakwah adalah terjadinya perubahan perilaku (*behaviour change*) pada masyarakat yang menjadi obyek dakwah kepada situasi yang lebih baik. Tampaknya, sikap dan perilaku (*behaviour*) masyarakat dewasa ini hampir dapat dipastikan lebih banyak dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya.

Kedua, tantangan dakwah dalam perspektif transmisi (*transmissional perspective*). Dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian atau transmisi ajaran agama Islam dari da'i sebagai sumber kepada mad'u sebagai penerima. Ketika ajaran agama ditransmisikan kepada masyarakat yang menjadi obyek, maka peranan media sangat menentukan. Ziauddin Sardar mengemukakan bahwa abad informasi ternyata telah menghasilkan sejumlah besar problem (Sardar, 1996:17). Menurutny, bagi dunia Islam, revolusi informasi menghadirkan tantangan-tantangan khusus yang harus diatasi, agar umat Islam harus bisa memanfaatkannya untuk mencapai tujuan dakwah.

Ketiga, tantangan dakwah perspektif interaksi. Ketika dakwah dilihat sebagai bentuk komunikasi yang khas (komunikasi agama/islami), maka dengan sendirinya interaksi sosial akan terjadi, dan di dalamnya terbentuk norma-norma tertentu sesuai pesan-pesan dakwah. Yang menjadi tantangan dakwah dewasa ini, adalah bahwa pada saat yang sama masyarakat yang menjadi obyek dakwah pasti berinteraksi dengan pihak-pihak lain atau masyarakat sekitarnya yang belum tentu membawa pesan yang baik, bahkan mungkin sebaliknya.

Tantangan yang dakwah yang lain setidaknya terbagi menjadi tiga aspek. Aspek yang pertama yaitu aspek pribadi/internal, dimana aspek ini terletak pada diri seorang da'i yang masih merasa ragu akan keberlangsungan dakwahnya. Aspek kedua yaitu aspek eksternal yang meliputi harta, kekuasaan maupun jabatan yang bisa menjadi bom waktu dalam berdakwah. Aspek yang terakhir yaitu aspek pergerakan dimana biasanya dalam realitanya da'i masih belum bisa bersikap profesional dalam berdakwah. Terlebih lagi ketika berada dalam dunia globalisasi yang semua kebutuhan bisa tercukupi dengan sekejap. Entah kebutuhan itu bisa mendukung ataupun mengganjal semuanya bisa didapatkan tanpa bersusah payah.

Dari pembahasan dakwah Islam di era modern antara peluang dan tantangan, jelas bahwa era konvergensi media mendorong tumbuhnya peluang untuk memperluas jangkauan dakwah dari para ulama dan cendekiawan muslim sebagai sumber ilmu dan hikmah bagi umat, tapi di sisi lain jika tidak disikapi dengan proses adaptasi yang tepat akan bisa menjauhkan ilmu agama dari para generasi muda yang kebanyakan mengakses berbagai informasi apapun dari dunia internet. Semoga era digital dalam dakwah ini akan mampu melahirkan generasi muda yang nantinya akan tumbuh menjadi para Mujahid Digital yang tangguh dalam mengawal umat Islam dari berbagai serbuan paham dan pemikiran di dunia digital yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

J. JURNALIS MUSLIM DI ERA KONVERGENSI MEDIA

1. Jurnalisme Muslim

Jurnalistik atau *journalism* berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. *Journal* berasal dari perkataan Latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari. Dari perkataan itulah lahir kata *jurnalis*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. MacDougall menyebutkan bahwa arti dari

journalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.¹²²

Sedangkan jurnalisme Muslim, dapat dimaknai sebagai suatu proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam, serta berbagai pandangan dengan perspektif ajaran Islam kepada khalayaknya. Jurnalisme Islam dapat pula dimaknai sebagai proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan dan sosialisasi nilai-nilai Islam dengan mengedepankan dakwah Islamiyah”.¹²³

Definisi lainnya adalah; “...jurnalisme Islam sarat dengan tuntutan dakwah yang mengemban misi ‘amar ma’ruf nahi munkar.’ Jurnalisme Muslim adalah upaya dakwah Islamiyah, karena jurnalisme Islam bermisi ‘amar ma’ruf nahi munkar,’ maka ciri khasnya adalah menyebarluaskan informasi tentang perintah dan larangan Allah SWT. Jurnalistik ini berusaha keras untuk memengaruhi komunikasi/khalayaknya agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam”.¹²⁴

Jalaluddin Rahmat menyebut Jurnalis Muslim sebagai al-Qalam dan sebagai pemahat yang mengabadikan peristiwa dan pandangan umat manusia (news and views). Ia mengutip pendapat Ali bin Abi Thalib bahwa tulisan adalah tanaman para ulama sebagai media digunakan oleh para ulama dalam perkembangan Islam. Menurutnya Imam al-ghazali adalah jurnalis dalam Ikhyā ulum al-Din. Imam Ghazali menceritakan ulama di zamannya dan at-Thabari yang merekam seluruh peristiwa sejak nabi Adam as sampai peristiwa di zamannya dalam Tarikh Al-Umam Wa Al-Mulk.¹²⁵

¹²² Muhammad Budyatna, *Jurnalistik: Teori & Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 15

¹²³ Andreas Harsono, *Saya Adalah Jurnalisme*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2010) hal 49.

¹²⁴ Andreas Harsono, hal 50.

¹²⁵ Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, (Tangerang Selatan: UIN Jakarta Press, 2003) hal 269.

2. Profil dan Karakteristik Jurnalis Muslim

Subjek dakwah adalah seorang jurnalis/wartawan sebagai pelaku *da'i*. Dimana jurnalis yakni individu-individu yang bekerja, mencari, mengolah, mengedit dan menyiarkan informasi. Subjek dakwah adalah unsur penting dalam pelaksanaan dakwah. Subjek dakwah adalah setiap kaum muslim, tanpa kecuali sesuai dengan batas kemampuannya. Tetapi berdakwah dalam arti berceramah, berpidato, *berkhutbah*, berdialog dan semacamnya hanya dapat dilakukan oleh orang muslim yang memiliki kepastian untuk itu. Seorang *da'i* harus memiliki keahlian dan kapasitas keilmuan, metode dan strategi dakwah, agar mampu memotivasi dan menggerakkan hati orang lain untuk beriman.¹²⁶

Menurut Mahmud Yunus seorang juru dakwah harus menguasai ilmu-ilmu sosial, sejarah umum, ilmu jiwa, sosial, ilmu bumi, ilmu akhlak, teori dan praktek, ilmu perbandingan agama dan aliran-aliran serta ilmu bahasa (bahasa umat yang di dakwah kan), sementara itu, menurut Helmi Masdar, seorang juru dakwah harus memiliki pandangan jauh ke depan, wawasan yang luas dan nalar yang kuat. Selain itu, juga memiliki kecerdasan dan ilmu pengetahuan yang banyak dimiliki oleh masyarakat penerima dakwah.¹²⁷

Pesona pribadi akhlak dan moralitas seorang *da'i* merupakan pra- syarat yang paling pokok bila ingin dakwah usaha cepat berhasil dan diterima baik oleh obyek dakwah. Datok Tombok Alam menggarisbawahi beberapa sifat yang penting dimiliki seorang *da'i* yang digali dari sifat-sifat nabi s.a.w. Nabi Muhammad sebelum ditugaskan berdakwah lebih dahulu membina pribadinya dengan sifat-sifat.

Jurnalis muslim harus mempunyai sifat *shidiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathanah*. *Shidiq* artinya benar (lurus dan jujur lahir batin), yakni menginformasikan yang benar saja dan membela

¹²⁶ Rofiah, 2010 : 35

¹²⁷ Rofi'ah, 2012 : 35-36

serta menegakkan kebenaran (benar dalam berkata, berbuat dengan niat hatinya). *Amanah* artinya terpercaya, dapat dipercaya, karenanya tidak boleh berdusta, memanipulasi atau mendistorsi fakta. *Tabligh* artinya menyampaikan, yakni menginformasikan kebenaran (mampu menyampaikan amal dakwah dengan lisan dan perbuatan), sedangkan *Fathanah* (cerdas, tegas dan pantas) artinya cerdas dan berwawasan luas.

3. Peran Jurnalis Muslim

Setiap muslim adalah da'i (juru dakwah). Menjadi seorang muslim otomatis menjadi juru dakwah, menjadi mubaligh, kapan dan di mana saja, di segala bidang dan ruang. Jurnalis muslim adalah sosok juru dakwah di bidang pers, yakni mengemban da'wah *bil qalam* (dakwah melalui pena atau tulisan). Ia khalifah (wakil) Allah SWT di dunia media massa yang terikat dengan dan memperjuangkan tegaknya nilai-nilai, norma, dan etika Islam (syariat Islam).¹²⁸ Ia memiliki tanggung jawab profetik Islam yakni mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan.

Jurnalis muslim merupakan wartawan atau penulis yang bergelut dalam media massa yang mengemban tugas untuk menyampaikan informasi sesuai dengan ajaran nilai-nilai Islam. Ia bukan hanya sebagai wartawan tetapi juga sebagai da'i yang berkecimpung dalam dunia jurnalistik. Dalam hal ini, da'i sebagai seorang jurnalis memerlukan strategi dalam penyampaian dakwah baik lewat tulisan online/internet atau cetak khususnya di era informasi.

Media informasi sebagaimana yang kita kenal ada dua bentuk yaitu media elektronik dan media cetak/tulisan. Media elektronik seperti radio, televisi, film, komputer dan sebagainya. sedangkan media cetak/tulisan seperti surat kabar/koran, majalah, buku, brosur, bulletin dan sebagainya. Sementara itu ada juga pengelompokkan bentuk atau jenis media, yaitu media

¹²⁸ Romli, 2003 : 37-38

audiktif, visua, dan audio-visual. Media tersebut bisa di jadikan alat untuk berdakwah.

Dakwah dengan tulisan (*da'wah bit-tadwin*) ini pada masa sekarang perlu ditingkatkan karena sebagaimana dikemukakan oleh Jamaluddin Malik, bahwa untuk menghadapi berbagai tantangan dari luar, pers merupakan alat strategis dan sangat relevan dikembangkan untuk berdakwah di era informasi.

Jurnalis muslim dituntut mampu menganalisis dan membaca situasi termasuk membaca apa yang diperlukan umat. Jurnalis muslim bukan sekedar wartawan yang beragama Islam dan *committed* dengan ajaran agamanya, melainkan para cendekiawan muslim, ulama, *mubaligh*, dan umat Islam pada umumnya yang cakap menulis di media massa.¹²⁹ Beberapa peran dan tugas para Jurnalis Muslim yang penting antara lain:

- a) Mendidik masyarakat Islam (*ta'dib al-ummah*) Mendidik umat yang dimaksud di sini adalah dalam pengertian yang luas, yakni membina peradaban umat atau menjadikan umat menjadi beradab sehingga terbentuklah masyarakat madani (berperadaban).
- b) Mencari dan menggali informasi/pengetahuan serta memberi dan menyebarkan informasi (*ta'lim*) yang benar dan bermanfaat. Peran para jurnalis muslim, sebagaimana juga para ulama Islam dalam mencari dan menggali informasi atau ilmu pengetahuan untuk kemudian menyebarkan atau menyampaikannya kepada masyarakat. Secara *eksplisit* (tersurat) maupun *implisit* (tersirat) hal ini diungkap dalam beberapa ayat kitab suci Al-Qur'an berikut ini: "Ajaklah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bentaklah mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang

¹²⁹ Romli, 2003 : 37-39.

lebih mengetahui tentang orang-orang yang mendapat petunjuk,” (Q.S An-Nahl: 125).

- c) Melakukan seleksi, filterisasi dan chek and recheck (tabayyun) terhadap berbagai informasi global untuk membentengi umat Islam dari pengaruh buruk informasi (fitnah) global. Tidak semua informasi yang ada itu baik, benar dan bermanfaat bagi setiap individu dan umat Islam. Informasi yang bersifat fitnah, hasud, atau dakwah *syaitaniyah* (seperti kemaksiatan, pornografi, kefasikan, kemusyrikan dan khurafat) harus diteliti dan dicekal agar tidak menyebar di kalangan umat Islam. Fungsi penelitian, penyaringan dan pemilihan informasi ini, dikenal dengan istilah *tabayyun* sebagaimana yang disebutkan Allah Swt. dalam ayat berikut: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaan yang sebenarnya, yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu,” (Q.S Al-Hujurât: 6).
- d) Mengajak dan menasihati umat dengan cara yang baik untuk mengikuti jalan hidup Islam yang diridhai Allah (dakwah *ilallâh*). Dakwah Islamiah adalah mengajak umat manusia untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran Islam. Dengan cara persuasi dan argumentasi yang baik melalui tulisannya di media massa, seorang jurnalis Muslim juga mempunyai peran dan kewajiban dakwah di jalan Allah, baik secara halus, samar dan tersirat (implisit), maupun secara terang-terangan (*eksplisit*). Strategi, taktik, dan teknik-teknik psikologi komunikasi yang baik dapat digunakan untuk mengajak umat Islam dan masyarakat manusia pada umumnya untuk mengikuti jalan hidup dan hukum yang diridhai Allah Swt., demi kesejahteraan manusia itu sendiri dan kesejahteraan seluruh alam semesta (*rahmatan lil’âlamîn*).

- e) Menyampaikan dan membela kebenaran (*tawashaw bil-haq*). Fungsi kontrol sosial atau pengawasan oleh masyarakat adalah merupakan fungsi terpenting dalam menjaga keadilan, keselarasan, dan keberlangsungan suatu sistem peradaban masyarakat yang meliputi subsistem: ideologi, politik, ekonomi, sosial, pertahanan-keamanan, pendidikan dan budaya.
- f) Membela dan menegakkan keadilan sosial bagi umat Islam dan bagi seluruh rakyat Indonesia dan dunia. Terkait dengan tugas dan perannya sebagai pembela kebenaran dan penentang kebatilan, maka fungsi dan peran serta proaktif para jurnalis Muslim dalam menegakkan keadilan, adalah misi/kewajiban utama setiap Muslim, terlebih lagi bagi para Jurnalis Muslim.
- g) Memberikan kesaksian atau mengungkap fakta dengan adil. Jurnalis Muslim dapat berperan untuk menjaga kejujuran di masyarakat dan melawan kebohongan-kebohongan yang membodohi dan menipu masyarakat. Dengan dilaksanakan fungsi atau peran pemelihara dan penjaga kejujuran ini maka masyarakat tidak akan dihancurkan oleh praktik-praktik korupsi-kolusi dan nepotisme (KKN) yang melahirkan ketidakadilan sosial yang menyengsarakan rakyat banyak.
- h) Memerintahkan kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahyi munkar*). "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah..,"(Q.S Ali Imran: 110).
- i) Menghalalkan yang baik dan mengharamkan yang buruk. Jurnalis Muslim melalui tulisan tau tayangannya di media massa punya peran dan kewajiban untuk menularkan kebaikan dan mempromosikan kehalalan segala sesuatu baik dalam hal makanan, ucapan, perbuatan ataupun sikap dan mengharamkan segala keburukan bagi masyarakatnya.

- j) Memberi peringatan kepada para pelaku kejahatan/dosa (nadzirani), memberi kabar gembira/hiburan kepada para pelaku kebaikan (*basyiran*) “.. Dan berilah kabar gembira kepada orang-orang yang tunduk patuh (kepada Allah),” (Q.S Al-Hajj: 34).
- k) Membela kepentingan kaum yang lemah (*imdad al-mustadh’afin*) dan membebaskan umat dari beban dan belenggu yang memasung mereka. Karena informasi pada saat ini adalah suatu kekuatan/kekuasaan, maka jurnalis Muslim yang menguasai informasi pun wajib memanfaatkan kekuatannya itu untuk membela kaum yang lemah dan kaum yang dilemahkan (*dhuafa* dan *mustadh’afin*).
- l) Memelihara dan menjaga persatuan dan kesatuan umat Islam. Karena peranan dan efek informasi yang *multifacet* (beragam wajah), yang bisa membawa manfaat dan berkah, tetapi juga dapat membawa fitnah dan laknat, maka para Jurnalis Muslim selayaknya menentukan kualitas isi dan pengaruh/efek dari informasi yang disebar luaskannya. Seorang Jurnalis Muslimi juga adalah seorang reformis & *reformer* (pembaharu) yang berjuang mewujudkan cita-cita terbentuknya *Good Governance* (yaitu tata pemerintahan yang baik), pemberdayaan “Masyarakat madani” (*civil society*) dan mengikis habis praktik-praktik KKN (Korupsi-kolusi & nepotisme).¹³⁰

Dari beberapa peran jurnalisme Islam di atas, dapat disimpulkan tiga unsur dalam praktek jurnalisme melalui media cetak;

1. *at-Taujih*, yaitu memberikan tuntutan dan pedoman serta jalan hidup melalui media cetak, mana yang harus dilalui manusia dan jalan mana yang harus dihindari, sehingga nyatalah jalan hidayah jalan yang sesat.

¹³⁰ Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islami: panduan praktis bagi para aktifis muslim*, (Jakarta: Harakah, 2002), hal. 72-74

2. *at-Tagyhîr*, yaitu mengubah dan memperbaiki keadaan pembaca kepada suasana hidup yang baru yang didasarkan pada nilai-nilai Islam.
3. *at-Tarjih*, yaitu memberikan pengharapan akan sesuatu nilai agama yang disampaikan para penulis-penulis. Dalam hal ini media cetak sebagai sarana dakwah harus mampu menunjukkan nilai apa yang terkandung di dalam suatu pemerintah agama sehingga dirasakan sebagai suatu kebutuhan vital dalam kehidupan masyarakat.

Adapun peran dan tugas para Jurnalis Muslim menurut Ahmad Y Samantho yaitu sebagai berikut:

1. Mendidik masyarakat Islam (*ta'dib al-ummah*).
2. Mencari dan menggali informasi/pengetahuan serta memberi dan menyebarkan informasi (*ta'lim*) yang benar dan bermanfaat.
3. Melakukan seleksi, filterisasi dan chek and recheck (*tabayyun*) terhadap berbagai informasi global untuk membentengi umat Islam dari pengaruh buruk informasi (fitnah) global.
4. Mengajak dan menasehati umat dengan cara yang baik untuk mengikuti jalan hidup Islam yang diridhai Allah (*da'wah ilallah*).
5. Menyampaikan dan membela kebenaran (*tawashaw bil-haq*).
6. Membela dan menegakkan keadilan sosial bagi umat Islam dan bagi seluruh rakyat Indonesia dan dunia.
7. Memberikan kesaksian atau mengungkap fakta dengan adil.
8. Memerintahkan kebaikan (amar ma'ruf) dan mencegah kemungkaran (*nahyi munkar*).
9. Memberi peringatan kepada para pelaku kejahatan/dosa (*nadziran*), memberi kabar gembira/hiburan kepada para pelaku kebaikan (*basyiran*).

10. Membela kepentingan kaum yang lemah (*imdad al-mustadh'afin*) dan membebaskan umat dari beban dan belenggu yang memasung mereka.
11. Memelihara dan menjaga persatuan dan kesatuan umat Islam.¹³¹

Industrialisasi media massa melahirkan era konvergensi media. Kebutuhan akan informasi yang semakin besar yang didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang menghasilkan beberapa jenis media baru seperti *smartphone*, *tablet*, *ipad*, dan lain-lain. Hal tersebut juga mengakibatkan pergeseran perusahaan media massa yang dahulu semata-mata untuk menyampaikan informasi kepada khalayak kini menjadi industri media massa yang mengaharapkan laba yang besar. Kita dapat membandingkan konsumsi media kita pada seputaran tahun awal 90an dimana masyarakat hanya disuguhi tayangan dari stasiun TVRI dibandingkan dengan saat ini, dimana Televisi swasta berkembang sangat pesat, baik itu dari dalam maupun luar negeri, ditambah lagi oleh hadirnya media baru yang berbasis internet yang memudahkan masyarakat memperoleh berbagai tayangan atau informasi. Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *convergence*. Kata konvergensi merujuk pada dua hal/ benda atau lebih bertemu dan bersatu dalam suatu.

Konvergensi Media memungkinkan masyarakat memiliki banyak pilihan dalam mengakses jenis informasi, konvergensi media banyak menimbulkan perubahan dalam masyarakat dalam hal mengakses informasi, oleh karena itu perusahaan media pula berlomba-lomba untuk memperluas jaringannya agar dapat diakses dengan menggunakan berbagai jenis media misalnya saja, group Kompas yang awalnya hanya memiliki satu jenis media yaitu surat kabar kini memiliki stasiun televisi, dan portal berita online melalui internet.

¹³¹ Fahrurrozi Dahlan, Al-Qur'an dan Praktek Jurnalisme, <http://fahrurrozidahlan.blogspot.co.id/2015/09/al-quran-dan-praktek-jurnalisme.html> diakses pada Kamis, 23 Juni 2016 pukul 13.03 WIB

Bagaimana Jurnalis Muslim menghadapi era konvergensi media tersebut? Apabila Jurnalis Muslim ingin tetap berkembang di era konvergensi media saat ini adalah dengan cara menyeimbangkan antara idealisme dan kepentingan bisnis. Dibutuhkan pengelolaan Jurnalis Muslim secara profesional yaitu jurnalis yang dikelola oleh kader-kader yang terlatih dari lembaga pendidikan dan atau pelatihan keJurnalis Musliman, dan memiliki pengalaman pada media massa yang profesional. Salah satu upaya dalam menciptakan kader-kader Jurnalis Muslim yang profesional adalah dengan adanya program studi Komunikasi Penyiaran Islam di perguruan tinggi Islam yang akan mencetak jurnalis yang berakhlak mulia memiliki pengetahuan selain tentang jurnalistik juga pengetahuan keislaman. Profesionalitas Jurnalis Muslim ini diharapkan dapat mempertemukan dua pihak, pengelola Jurnalis Muslim dan umat Islam. Pengelola butuh dukungan umat Islam dengan menjadi pelanggan tetap dan turut menyebarkan dengan menjadi agen. Umat Islam yang menjadi pelanggan juga butuh profesionalisme pengelola dan kepuasan membaca.

Hal terpenting lainnya yang harus dimiliki oleh Jurnalis Muslim agar dapat berkembang dan bersaing dengan jurnalis umum adalah Jurnalis Muslim harus independen sehingga tidak tidak terjebak pada jurnalis sektarian yang eksklusif. Hal ini dijelaskan oleh Djafar H. Assegaf yang menyatakan bahwa hubungan antara penerbit dan Jurnalis Muslimnya harus dilandaskan kepada “kebebasan redaksional” sehingga tidak semua orang yang menganggap dirinya pimpinan umat dapat mencampuri urusan pemuatan berita dan selera pemilihan berita.” Karena alasan inilah mengapa Jurnalis Muslim selalu dituntut untuk menyeimbangkan idealismenya dan kepentingan bisnisnya, karena idealisme dapat bertahan karena adanya dana. Jurnalis Muslim yang mengharap dana penerbitan dari infak dan zakat biasanya mudah untuk diinterfensi isi dan kebijakan redaksinya oleh para ulama atau agamawan yang tidak tahu seluk-beluk jurnalistik.

Segmentasi Jurnalis Muslim tidak kalah pentingnya dalam merebut perhatian umat Islam, karena pada dasarnya menurut Asep Romli terdapat tiga golongan umat yaitu¹⁵:

1. Golongan cerdik-cendikiawan yang cinta kebenaran, berfikir kritis, dan cepat tanggap. Mereka harus dihadapi dengan alasan dalil, dan hujah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
2. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berfikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian tinggi-tinggi.
3. Golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut mereka dihadapi dengan bertukar pikiran, guna mendorong mereka supaya berpikir secara sehat.

Berdasarkan segmentasi diatas, Jurnalis Muslim dalam menyajikan isi media berdasarkan keinginan pasar bukan berdasarkan padapaham-paham pemilik atau pengelola media yang mengarah kepada eksklusivisme. Menurut Jafar H. Assegaf Umat Islam yang semakin terdidik sekarang ini menginginkan sajian agama yang rasional, yang dapat dicerna dengan akal sehat dan relevan dengan tingkat kehidupan mereka. Selain isi media, Jurnalis Muslim juga harus memperhatikan tampilan fisiknya sehingga memiliki daya tarik bagi pembacanya. Dengan begitu Jurnalis Muslim dapat bertahan ditengah kerasnya jurnalisaingan media di era konvergensi media.

K. ETIKA PEMBERITAAN DALAM ISLAM

Era globalisasi telah menyuguhkan kemudahan akses informasi yang dibutuhkan dalam hitungan detik dengan biaya yang relatif murah. Sekian banyak peristiwa yang ada di jagat raya ini dengan cepatnya diberitakan. Bumi yang luas terbentang ini ibarat sebuah desa yang kecil yang mudah dikenali dari ujung hingga ke ujung. Memang kenyataannya media tidak hanya

menyuguhkan berita tentang suatu peristiwa. Media juga dijadikan sebagai sarana hiburan, ajang promosi berbagai produk, dan kepentingan yang lain. Akan tetapi, pemberitaan masih merupakan salah satu menu pokok yang disajikan oleh media massa, baik cetak maupun elektronik.

Satu hal yang tidak bisa dimungkiri, pemberitaan memegang peranan penting dalam mewarnai pola hidup dan pola pikir masyarakat. Pemberitaan yang positif, akurat, dan bermanfaat bisa menjadi titik tolak perubahan mental ke arah yang positif serta menjadi sarana terpenuhinya kebutuhan masyarakat, baik yang bersifat spiritual maupun material. Akan tetapi, pemberitaan bisa juga dijadikan sebagai sarana untuk meruntuhkan pokok-pokok agama dan menjadi alat untuk meretakan sendi-sendi pergaulan di tengah-tengah masyarakat apabila yang disuguhkan adalah info yang tidak akurat, penuh kedustaan, dan penyimpangan.

Karena pemberitaan yang tidak benar bisa menimbulkan efek negatif yang sangat serius, maka Allah ‘azza wa jalla mengingatkan kita tentang bahaya ucapan yang dusta. Allah ‘azza wa jalla berfirman,

وَأَجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta.” (al-Hajj: 30)

Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wa sallam juga mengingatkan umatnya dari bahaya ucapan dusta dan persaksian palsu dengan memasukkan perkara tersebut dalam rentetan dosa besar yang paling besar, seperti tersebut dalam hadits riwayat al-Bukhari dan Muslim dari Abu Bakrah radhiallahu ‘anhu. Allah ‘azza wa jalla juga memerintahkan kita untuk bersikap hati-hati dari berita orang yang fasik (yaitu pelaku dosa besar atau orang yang terus-terusan melakukan dosa kecil). Allah ‘azza wa jalla berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: 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. (Q.S. al-Hujarat:6)

Ayat yang mulia ini turun berkaitan dengan (kisah) al-Walid bin 'Uqbah bin Abi Mu'ith, yang ia diutus oleh Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* kepada Bani al-Musthaliq dari (kabilah) al-Khuza'ah untuk mengambil zakat harta mereka. Ketika Bani al-Musthaliq mendengar (kedatangannya), mereka menyambutnya dengan senang. (Akan tetapi), al-Walid justru takut kepada mereka dan menyangka mereka akan membunuhnya. Al-Walid pulang menghadap Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* dan melaporkan kepada beliau bahwa Bani al-Musthaliq menolak memberikan zakat dan (justru) ingin membunuhnya. (Setelah itu) datanglah utusan dari Bani al-Musthaliq menghadap Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* dan mengabarkan kepada beliau tentang kedustaan al-Walid.¹³²

1. Menyikapi Berita Orang Fasik

Ibnul Qayyim *rahimahullah* mengatakan bahwa di dalam ayat ini Allah '*azza wa jalla* tidak memerintahkan untuk menolak berita orang yang fasik dan mendustakan info dan persaksiannya secara mutlak. Hanyalah yang diperintahkan oleh Allah '*azza wa jalla* adalah mengecek kebenarannya. Jadi, apabila ada indikasi dan bukti-bukti dari luar yang menunjukkan kebenaran berita

¹³² (Adhwaul Bayan, 7/626)

tersebut, maka ia dipercaya karena ada bukti pembenarannya, seperti apa pun orang yang memberitakan.¹³³

Demikian pula, tidak mengapa berita yang datang dari orang yang bisa dipercaya dilakukan penelitian, karena bisa saja orang yang dapat dipercaya terjadi darinya kekeliruan. Karena berita yang tersebar ada yang bisa dipertanggungjawabkan keotentikannya dan ada yang justru sebaliknya. Perlu kiranya kita mengetahui etika-etika pemberitaan yang sesuai dengan ajaran Islam. Lebih-lebih pemberitaan bisa memengaruhi kondisi suatu masyarakat, baik dari sisi agama maupun sisi dunianya. Oleh karena itu, pemberitaan dapat ditinjau dalam beberapa sisi, seperti:

2. Pembawa Berita

Orang yang menyampaikan suatu berita adalah orang yang paham terhadap berita yang disampaikan dan mengetahui kebenaran info yang hendak disajikan, terlebih apabila yang diberitakan berkaitan dengan masalah agama. Sebab, semua ucapan dan perbuatan hamba akan dimintai pertanggungjawabannya di sisi Allah ‘azza wa jalla, sebagaimana firman-Nya,

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ

عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

Artinya: Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya. (Q.S. al-Isra’:36)

Al-Imam Ibnu Jarir ath-Thabari *rahimahullah* mengatakan sesuatu yang tidak diketahui oleh yang mengatakannya masuk di

¹³³ (at-Tafsir al-Qayyim, 441)

dalamnya: persaksian palsu, menuduh orang dengan tuduhan yang tidak benar, mengaku mendengar sesuatu yang dia tidak mendengarnya, dan mengakungaku melihat sesuatu (padahal) ia tidak melihatnya.¹³⁴

Ketidak akuratan dalam menyampaikan permasalahan agama bisa berdampak luas seperti dihukuminya sesuatu yang halal menjadi sesuatu yang haram, demikian pula sebaliknya. Pembawa berita juga harus menjunjung tinggi amanat ilmiah, menetapi kejujuran, serta memiliki integritas yang tinggi sehingga ia tidak akan memotong berita untuk menimbulkan kekacauan di tengah-tengah masyarakat atau memberikan informasi yang bertentangan dengan realita hanya ingin meraup keuntungan duniawiah.

Pembawa berita sebisa mungkin menggali berita dari sumber yang tepercaya dan dapat dipertanggungjawabkan di hadapan Allah kemudian di hadapan hukum yang adil yang berlaku. Adapun hanya sekadar sangkaan dan terkaan, maka hal ini berbahaya. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda (yang artinya), *"Hati-hatilah kamu dari prasangka, karena prasangka adalah berita yang paling dusta."* (H.R. al-Bukhari dan Muslim)

3. Memerhatikan Isi Berita

Tentu tidak semua info yang didengar oleh seseorang itu diberitakan karena belum tentu semuanya benar. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, *"Cukup seseorang dikatakan berdusta bila ia menceritakan semua apa yang ia dengar"*.¹³⁵

Yang diberitakan adalah sesuatu yang jelas kebenarannya serta membawa maslahat bagi manusia baik untuk urusan agama maupun urusan dunianya. Pada

¹³⁴ *Tafsir ath-Thabari*, 15/86

¹³⁵ H.R. Muslim dari Abu Hurairah *radhiallahu 'anhu*

dasarnya, masyarakat membutuhkan informasi yang benar sehingga mereka akan memiliki sikap yang benar berdasarkan informasi yang telah mereka serap.

4. Menyikapi Berita

Berita ditinjau dari sumbernya, terbagi menjadi dua macam:

- 1) Berita yang bersumber dari Allah dan Rasul-Nya, yang tertera dalam ayat-ayat suci al-Qur'an atau tersebut dalam hadits-hadits Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam yang mulia. Berita-berita yang sumbernya adalah wahyu semacam ini harus kita yakini kebenarannya. Allah berfirman,

وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ حَدِيثًا

Artinya: Dan siapakah orang yang lebih benar perkataan(nya) dari pada Allah ? (Q.S. An-Nisa':87)

Cerita-cerita yang ada dalam al- Qur'an dan hadits Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam yang kuat tentang peristiwa di masa lalu bukanlah dongeng yang hampa dari makna. Di dalamnya terkandung pelajaran bagi orang-orang yang datang setelahnya. Demikian pula berita tentang beberapa hal yang akan terjadi nanti, sesuatu yang nyata terjadinya yang mempunyai maksud di antaranya sebagai berita gembira bagi orang yang taat kepada Allah serta ancaman bagi yang bermaksiat dan menentang.

5. Berita-berita yang berasal dari manusia.

Berita yang seperti ini tidak selamanya kita yakini kebenarannya. Sebab, sumber-sumber pemberitaan dan media massa saat ini kebanyakan milik orang-orang kafir, fasik, dan orang-orang yang tidak mengenal agama. Orang-

orang kafir tentu tidak suka dengan Islam dan kaum muslimin. Bahkan, mereka siap menggelontorkan dana guna menghalang-halangi manusia dari jalan Allah berfirman,

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang kafir menafkahkan harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah.

Oleh karena itu, kaum muslimin mesti waspada dari pemberitaan mereka yang berkaitan dengan Islam dan muslimin. Sebab, media massa yang mereka miliki dijadikan sarana untuk membuat kesan negatif seputar masalah keislaman. Belum lagi media-media yang dimiliki oleh orang fasik yang tidak lagi mengindahkan norma agama dan kesopanan. Sebagian mereka tidak peduli dengan keakuratan info yang ditebarkan, karena yang dicari hanyalah sensasi dan keuntungan.

Pendek kata, setiap media massa punya misi yang ingin ditebarkan melalui pemberitaan dan yang semisalnya. Sebagai bukti, ketika mengabarkan satu peristiwa, terkadang pemberitaan media tersebut bertolak belakang. Salah satu media memberikan penilaian positif, sementara media yang lain sebaliknya. Hal ini tentu membingungkan masyarakat. Pada tahap berikutnya, masyarakat menjadi korban pembodohan publik. Oleh karena itu, masyarakat seharusnya tidak mudah percaya dengan berita agar tidak menjadi korban dari pemberitaan yang menyesatkan.

6. Cara Pemberitaan

Beragam informasi tentang kejadian dan peristiwa yang ada di jagat raya ini, bahkan materi ilmiah sekalipun, tersampaikan kepada khalayak dalam beragam bentuk. Ada yang tersajikan dalam kemasan bahasa, mencakup lisan dan tulisan.

Ada juga yang tersampaikan melalui bentuk gambar (visual) dan yang semisalnya. Pembawa berita yang muslim tentu siap tunduk dengan aturan-aturan agama seputar pemberitaan dan yang lainnya. Di samping keakuratan data yang disiarkan, bahasa yang digunakan juga mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan salah tafsir.

Ibnu Mas'ud r.a. berkata, *"Tidaklah kamu mengajak bicara suatu kaum yang akal/nalar mereka belum sampai kecuali akan timbul fitnah darisebagian mereka."* (HR. Muslim) Di antara kemungkaran dalam masalah pemberitaan adalah pemberitaan diiringi dengan alunan musik. Hal ini dilarang agama sebagaimana sabda Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam*, *"Akan ada dari umatku orang yang menghalalkan perzinaan, sutra, khamr, dan alat-alat musik."*¹³⁶

Hadits ini menunjukkan haramnya alat-alat musik. Adapun sutra, boleh dipakai untuk wanita sedangkan haram untuk kalangan lelaki. Di antara kemungkaran yang lain berkaitan dengan pemberitaan ialah penyiaranya seorang wanita yang mendayu-dayukan suaranya sehingga menggoda para lelaki sehingga timbul syahwat yang diharamkan. Dalam pemberitaan di televisi dan media semisalnya, para penyiar wanita tampil memperlihatkan bagian tubuh yang tidak boleh dilihat oleh laki-laki yang bukan mahram. Mereka menampakkan perhiasan, dandanan, serta segala yang menimbulkan godaan dan membangkitkan syahwat yang diharamkan.

Asy-Syaikh Ibnu Baz berkata, Saya tidak memandang bolehnya wanita menyamai lelaki dalam hal penyiaran karena suaranya yang merdu akan menyebabkan orang tergoda dengannya. Selain itu, bisa mengantarkan kepada berbaurnya wanita dengan pria saat perekaman acara dan menyepinya wanita

¹³⁶ (H.R. al-Bukhari secara *mu'allaq*, Ibnu Hibban, al-Baihaqi, dan lain-lain, lihat *ash-Shahihah* no. 91).

dengan pria. Hal ini akan menyeret kepada maksiat.”.¹³⁷ Adapun pemberitaan dengan menampilkan gambar, perlu dirinci. Jika yang digambar bukan makhluk bernyawa, seperti gambar air, gunung, batu, dan semisalnya, hal ini dibolehkan. Adapun gambar makhluk yang bernyawa, telah datang ancaman yang keras tentang hal ini.

Dari Ibnu Mas’ud r.a. bahwa, Rasulullah s.a.w bersabda, Sesungguhnya orang yang paling keras azabnya di hari kiamat adalah para tukang gambar. (Muttafaqun ‘alaihi). Ibnu ‘Abbas r.a. berkata, Apabila kamu mau tidak mau harus menggambar, buatlah (gambar) pohon dan apa-apa yang tidak ada ruhnyanya.¹³⁸ Hukum larangan menggambar makhluk yang bernyawa ini mencakup menggambar dengan tangan, kamera, dan yang sejenisnya.

Disebutkan dalam *Fatawa al-Lajnah ad-Daimah* yang diketuai oleh asy-Syaikh bin Baz *rahimahullah*, “Menggambar makhluk yang bernyawa dengan kamera atau semisalnya hukumnya haram. Karena itu, orang yang melakukannya harus bertobat kepada Allah s.w.t, meminta ampun kepada-Nya, menyesali perbuatan yang telah ia lakukan, dan tidak akan mengulanginya”.

Adapun gambar/foto untuk membuat KTP, paspor, dan semisal, tidak mengapa karena sifatnya terpaksa dan dibutuhkan. Dalam menampilkan berita, hendaknya dihindari ilustrasi yang menyesatkan, seperti menggambarkan azab api neraka dengan dibumbui ilustrasi api yang menyala-nyala. Sebab, perkara neraka adalah gaib.¹³⁹

¹³⁷ (*Fatawa Islamiah*, 4/ 369).

¹³⁸ (H.R. al-Bukhari dan Muslim)

¹³⁹ Untuk lebih jelasnya, para pembaca yang budiman kami persilakan membaca *Fatawa al-Lajnah ad-Daimah* (1/660—724)

7. Nasihat Bagi Jurnalis Muslim

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa pemberitaan disamping memberikan info yang mungkin dibutuhkan oleh masyarakat ia juga merupakan cara yang efektif untuk memengaruhi pandangan umum masyarakat dan sarana penggiringan opini. Karena dampak yang luas dari pemberitaan, tentu para pewarta harus berhati-hati dalam memberikan info. Seorang Jurnalis Muslim muslim tentu memiliki jati diri yang berbeda dengan para Jurnalis Muslim yang nonmuslim. Jurnalis Muslim muslim akan menjadikan tugas yang diembannya untuk membela Islam dan mengangkat kaum muslimin dari keterpurukan. Keimanannya kepada Allah dan hari pembalasan menjadikannya berhati-hati dalam berbuat dan berucap.

Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para Jurnalis Muslim.

- 1) Hendaknya yang mereka suguhkan adalah sesuatu yang bermanfaat baik dalam perkara dunia dan agama.
- 2) Mengambil berita dari sumber yang tepercaya, bukan dari sumber yang tidak jelas kejujurannya apalagi hanya sekedar mendengar atau melihat tanpa melakukan penelitian lebih dalam.
- 3) Menghindari pemberitaan yang sifatnya gosip dan kabar burung karena bisa mencemarkan nama baik seseorang tanpa ada bukti yang jelas. Perlu diketahui bahwa kehormatan pribadi seorang muslim itu dijaga oleh agama dan haram untuk dibicarakan tanpa ada alasan yang dibenarkan oleh agama.
- 4) Mengemas berita dengan bahasa yang santun dan mudah dipahami. Yang terpenting menghindari kata atau kalimat yang bertentangan dengan agama. Hal ini bisa tercapai bila para Jurnalis Muslim mereka membekali diri mereka dengan ilmu agama. Jangan

sampai karena sibuk dengan profesinya, mereka lupa dari menimba ilmu agama dan menjalankan ketaatan kepada Allah. Ingat, semua kita akan berpulang menghadap Allah dan akan meninggalkan dunia yang fana ini beserta kegemerlapannya.

- 5) Waspada dari memberitakan sesuatu yang kontroversial, semata-mata hanya ingin mendapatkan keuntungan duniawi yang semu lagi menipu.
- 6) Jangan karena ingin menaikkan oplah atau mengangkat rating sehingga menabrak aturan agama dan tidak memedulikan kehormatan orang. Ingatlah, semua aktivitas kita akan dimintai pertanggungjawabannya di sisi Allah.
- 7) Jangan tergesa-gesa menyiarkan berita karena kejar tayang atau ingin menampilkan yang unik sebelum segala sesuatunya diteliti dan dipikirkan lebih jauh.
- 8) Di antara yang harus diwaspadai oleh Jurnalis Muslim adalah upaya pemerasan melalui pemberitaan seperti meminta sejumlah uang dari orang yang diketahui bahwa orang tersebut tersandung kasus.

Bila tidak ingin diberitakan kasusnya dan diberberkan aibnya, dia harus memberikan sejumlah uang yang dimintai oleh Jurnalis Muslim. Allah berfirman,

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan

(jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.
(al-Baqarah: 188)

Demikian pula seorang Jurnalis Muslim muslim tidak boleh menutup-nutupi hakikat berita yang harus disampaikan karena adanya iming-iming harta benda atau ditakut-takuti oleh sebagian pihak. Independensi Jurnalis Muslim muslim dan integritasnya diuji oleh hal seperti ini. Jadilah Jurnalis Muslim yang mampu menyuguhkan yang terbaik untuk manusia dan memberi kontribusi bagi umatnya. Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bisa memberi manfaat bagi orang lain.*”¹⁴⁰ Berusahalah menjadi orang yang bisa membuka pintu harapan dan kebaikan dan mewaspadaai menjadi sebab dibukanya pintu kejelekan melalui para jurnalis Muslim melalui dakwah *bi al-qalam*. Nabi bersabda, “Sesungguhnya di antara manusia ada orang yang menjadi pembuka kebaikan dan penutup kejelekan. Ada pula manusia orang yang menjadi pembuka kejelekan dan penutup kebaikan. Beruntunglah orang yang Allah ‘azza wa jalla jadikan kunci kebaikan melalui tangannya dan celakalah orang yang Allah ‘azza wa jalla jadikan kunci kejelekan melalui tangannya”.¹⁴¹

1. Dakwah *Bil Qalam*

Qalam secara etimologi berasal dari bahasa arab berakar kata dengan huruf *qaf*, *lam* dan *mim* yang berarti “memperbaiki sesuatu sehingga menjadi nyata dan seimbang” sementara pengertian *qalam* dalam istilah diungkapkan beberapa pendapat, diantaranya :

¹⁴⁰Hadits hasan riwayat al-Qudha’i dari Jabir *radhiallahu ‘anh*u seperti yang disebutkan oleh asy-Syaikh al-Albani dalam *Shahih al-Jami’*)

¹⁴¹ H.R. Ibnu Majah dari sahabat Jabir *radhiallahu ‘anh*u. Asy-Syaikh al-Albani menyatakan hasan dalam *Shahih al-Jami’*)

- a) Menurut Syeikh Abu Ali Al-Fadl bin Al-Hasan Al-Tabrasi mengatakan bahwa *qalam* adalah salah satu alat yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan keinginannya, sehingga bisa sampai pada yang jauh maupun yang dekat. Dengan *qalam* pula, hukum-hukum agama dapat dijaga sebagaimana yang dikatakan bahwa penjelasan itu 2 macam yaitu secara lisan dan tulisan. Melalui lisanlah orang-orang awam dapat belajar, sementara penjelasan melalui tulisan akan berlanjut terus menerus, bahkan tegaknya urusan agama dan urusan dunia diilhami 2 hal yaitu tulisan dan pedang.
- b) Jalal Al-Din Abdurrahman bin Abi Bakr Al-Suyuthi menyatakan bahwa *al-qalam* adalah alat yang digunakan Allah untuk menulis takdir yang baik maupun jelek yang bermanfaat atau yang berbahaya.
- c) Abdurrahman bin Nasir Al-Sa'di menyatakan bahwa *qalam* mencakup secara keseluruhan apa yang digunakan untuk menulis berbagai macam ilmu pengetahuan. *Al-Mansyur* dan *Al Manzum* (menyiarkan dan sistematis).
- d) M.Quraish Shihab menyatakan bahwa *qalam*, baik pada ayat keempat wahyu pertama maupun pada ayat kedua wahyu kedua yang menggunakan salah satu huruf (surah Al-Qalam), adalah segala macam alat tulis menulis sampai pada kepada mesin-mesin tulis dan cetak yang canggih.
- e) Fahmi Basya mengungkapkan bahwa *al-qalam* adalah segala atau fenomena yang ada di alam ini. Dia (Allah) yang mengajarkan karakter *qalam* mengajar manusia tanda-tanda yang belum mereka ketahui seperti mengajar anak Adam lewat burung gagak (Q.S Maidah:31). Kisah ini menunjukkan bahwa Allah mengajarkan kepada anak Adam dengan fenomena atau gejala alam yakni burung gagak itu.

- f) Ibrahim Madkour menyatakan bahwa qalam adalah apa saja yang tertulis dengannya.
- g) Al-Shabuni mengungkapkan bahwa qalam adalah pena untuk menulis, alat untuk mencatat berbagai ilmu dari ilmu yang ada dalam kitab Allah hingga apa yang menjadi pengalaman manusia dari masa ke masa.
- h) Al-Qurtubi menyatakan bahwa qalam adalah suatu penjelasan sebagaimana lidah dan qalam yang dipakai menulis (Allah) baik yang ada di langit maupun yang ada di bumi.¹⁴²

Pengertian di atas menerangkan bahwa membaca dan menulis merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan karena saling berkaitan. Dengan menulis seseorang dapat merangkai untaian kata indah baik berupa tulisan berisi nasihat, kisah, puisi dan artikel untuk bisa dibaca oleh khalayak umum. Firman Allah kepada Nabi Muhammad ketika menerima wahyu pertama dalam Q.S Al-Alaq: 1 yang menerangkan tentang membaca:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

Artinya : “Bacalah! Dengan nama Tuhanmu yang telah menciptakan.”

Dakwah *bil qalam* menurut Fakr al Razi yang dikutip dari Hamka, tulisan-tulisan dari malaikat melahirkan sebuah dakwah *bil qalam*. Departemen Agama RI dalam proyek pengadaan kitab suci menyebutkan definisi dakwah *bil qalam* adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah SWT lewat seni tulisan.

Islam sebagai agama universal telah berkembang keberbagai penjuru dunia, tidak lain karena adanya dakwah Islamiyah. Perkembangan dakwah Islam dari masa ke masa menunjukkan pasang surut, akan tetapi mengamati perjalanan historis dakwah Islam akan sampai pada suatu kesimpulan

¹⁴² Kasman, 2004 : 117-120

bahwa perkembangan dakwah Islam berjalan dengan menakjubkan¹⁴³.

Tersebar nya agama ini ke berbagai pelosok dunia adalah disebabkan oleh berbagai faktor baik sosial, politik maupun agama, akan tetapi disamping itu, satu faktor yang paling kuat dan menentukan adalah kemauan dan kegiatan yang tak kenal lelah dari para *mubaligh* Islam yang dengan Nabi sendiri sebagai contoh utamanya, telah berjuang mengajak orang-orang kafir masuk Islam. Dakwah yang dikembangkan oleh para juru dakwah tersebut, dalam realitasnya menunjukkan keberhasilan yang amat sangat. Memang dibanyak tempat dakwah mengalami banyak kendala dan stagnasi, akan tetapi perkembangan dakwah Islam sejak masa-masa awal menunjukkan grafiknya yang sangat meningkat. Hal ini tentu saja karena faktor keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh para juru dakwah sejak masa Nabi Muhammad sampai saat ini.¹⁴⁴

Para juru dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang ada untuk mengembangkan informasi dakwah. Kita melihat kemampuan yang dimiliki oleh media massa dalam dunia komunikasi menuntut juru dakwah yang mengerti dan memahami bidang media agar menggunakan kesempatan ini dengan kemampuan (*skill*) yang dimiliki untuk mentransformasikan ajaran Islam kepada segenap umat manusia. Sejalan dengan zaman era informasi ini maka dalam penerangan komunikasi merupakan salah satu cara merealisasikan dan menginformasikan ajaran Islam kepada segenap manusia, supaya manusia mengerti dan tahu serta mengamalkan Islam.¹⁴⁵ Media tersebut salah satunya adalah surat kabar.

¹⁴³ Amin, 2008 : 174

¹⁴⁴ Amin, 2008 :175

¹⁴⁵ Amin, 2009 : 255

Surat kabar merupakan salah satu media massa di bidang pres diterbitkan untuk umum atau semua golongan yang memuat beranekaragam berita, hiburan, pengetahuan, dan sebagainya. Jadi akan lebih efisien jika dakwah dapat digunakan secara optimal dengan media surat kabar tersebut karena dengan harganya yang terjangkau, dakwah melalui surat kabar akan dapat sampai pada masyarakat yang luas.¹⁴⁶

Jalaluddin Rakhmat dalam karyanya, Islam aktual mengatakan bahwa dakwah *bil qalam* adalah dakwah melalui media cetak. Mengingat kemajuan teknologi informasi yang memungkinkan seseorang berkomunikasi secara intens dan menyebabkan pesan dakwah bisa menyebar seluas-luasnya, maka dakwah lewat tulisan mutlak dimanfaatkan oleh kemajuan teknologi informasi.¹⁴⁷

Dakwah *bil qalam* merupakan bagian integral dari bidang kajian dakwah. Ia merupakan kajian atas salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah. Awalnya, manusia berkomunikasi melalui lisan, kemudian dengan tulisan, *audio*, *visual* dan *audio visual*. Karena semua media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, maka penguasaan semua media tersebut untuk berdakwah, menjadi penting adanya.

Dakwah *bil qalam* diharapkan dapat membangkitkan kegairahan dan membuka jalan, bagi para *da'i* untuk lebih kreatif dan produktif dalam memanfaatkan era informasi dan keterbukaan, mampu terlibat secara aktif menulis dakwah diberbagai media massa.

2. Dakwah Bil Qalam Sebagai Bagi Jurnalis Muslim

Dakwah *bil qalam* merupakan senjata dalam melawan serbuan pemikiran (*Al Ghazwul Fikr*) pihak-pihak yang hendak merusak akidah, pemikiran dan perilaku Islami umat Islam melalui media massa. Media massa memang alat efektif untuk

¹⁴⁶ Hidayat, 2011 : 255

¹⁴⁷ Kasman, 2004 : 120

membentuk opini publik atau umum (*public opinion*), bahkan mempengaruhi orang secara kuat dan massif.¹⁴⁸

Dakwah *bil qalam* pada surat kabar Republika sebagai media massa cetak dapat dilihat pada edisi hari Ahad yakni pada halaman Islam *digest* yang memuat tentang khasanah keislaman yang menjadi karakteristik surat kabar Republika. Dilihat dari sudut pandangnya pada sisi yang terjadi dan apa yang dilihat. Dalam surat kabar Republika apa yang terjadi yang dilihat bisa dikaji melalui khasanah yang dimiliki oleh Islam itu sendiri.

Terdapat beberapa jenis tulisan yang dapat dipilih oleh penulis dakwah. Sehingga seorang yang akan berdakwah melalui tulisan dapat memilih jenis tulisan yang sesuai dengan penguasaan, minat dan bahan yang akan ditulisnya. Dengan menguasai berbagai macam tulisan yang variatif akan memungkinkan bagi seseorang untuk memilihnya serta dapat secara lebih leluasa menentukan kiat-kiat guna lebih memungkinkan pemuatannya. Jenis-jenis tulisan dakwah itu antara lain : Tulisan yang berisi fakta, masalah yang ada ditengah masyarakat, ulasan atau kritik terhadapnya disertai gagasan atau pendirian subjektif yang disertai argumentasi berdasarkan teori keilmuan dan bukti berupa data statistik yang mendukung pendirian itu. Penulisan artikel sebagai wahana penampung ide-ide, gagasan-gagasan, serta pemikiran tentang suatu hal. Mengingat isinya berupa opini, maka apa saja bisa terjadi.¹⁴⁹ Di dunia jurnalistik artikel (*article*) dipahami sebagai karangan atau tulisan tentang suatu masalah berikut pendapat penulisnya tentang masalah tersebut yang dimuat di media massa cetak.

Secara defenitif, artikel diartikan sebagai sebuah karangan faktual (nonfiksi) tentang suatu masalah secara lengkap, yang panjangnya tak tentu, untuk dimuat di surat

¹⁴⁸ Romli, 2003 : 22-23

¹⁴⁹ Kusnawan, 2004:128

kabar, majalah, bulletin dan sebagainya dengan tujuan untuk menyampaikan gagasan dan fakta guna menakutkan, mendidik, menawarkan pemecahan masalah atau menghibur. Artikel termasuk tulisan katagoris *views* (pandangan, opini), yakni tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisannya tentang suatu masalah atau peristiwa.

Artikel dakwah adalah tulisan tentang masalah ajaran Islam (akidah/iman, syariah/Islam, akhlak/ikhsan) berikut pendapat penulisannya yang bersifat preskriptif. Ia berisi ajakan, tuntunan, atau petunjuk untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Sebuah tulisan tentang suatu masalah “umum” (non agama) dalam perspektif ajaran Islam juga termasuk ajaran dakwah.¹⁵⁰ Penulisan artikel secara garis besar dapat dibagi kedalam beberapa jenis antara lain:¹⁵¹

- a. Memberi penerangan.
- b. Mengkritik, menjabarkan dan membangun.
- c. Menyaring.
- d. Menilai dan memberi penghargaan.
- e. Memberi hiburan.

3. Materi Dakwah *Bil Qalam*

Materi dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan *da'i* pada *mad'u*. Materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber pada Al-Qur'an dan Al-Hadist.¹⁵² Berkenaan dengan materi dakwah *bil qalam* yang ada di media cetak khususnya Republika sangat luas dan tidak terbatas. Dimana materi ini merupakan jalan untuk menemukan pencerahan kepada masyarakat. Misalnya: Dakwah

¹⁵⁰ Romli, 2003: 65-66

¹⁵¹ Kaswan, 2004:205

¹⁵² Aziz, 2004:94

bil qalam dapat menyajikan formulasi- formulasi tentang bagaimana perekonomian yang dulu dilakukan oleh Rasul, kemudian diaplikasikan dengan saat ini. Materi dakwah *bil qalam* mencakup ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, yang di kemas secara dinamis. Jadi materi dakwah bukan hanya terpaku pada poin-poin materi ahklak, syariah dan muamalah dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat.

Menurut Barmawi Umari, materi dakwah Islam, antara lain :

- a. *Aqidah*, menyebarkan dan menanamkan pengertian aqdash Islamiyah berpangkal dari rukun imam yang prinsipil dan aegala perinciannya.
- b. *Akhlak*, menerangkan mengenai *akhlak mahmudah* dan *akhlak madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah berlaku dalam sejarah.
- c. *Ahkam*, menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal: Ibadah, *al-ahwal*, *as-syasyiah*, muamalat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.
 - i. *Ukhuwah*, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
- d. *Pendidikan*, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktikan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam di masa sekarang.
- e. *Sosial*, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong-menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan hadist.
- f. *Kebudayaan*, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu.

- g. *Kemasyarakatan*, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.
- h. *Amar ma'ruf*, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh *sa'adah fi ad-darain* (kebahagian di dunia dan akhirat).
- i. *Nahi munkar*, melarang manusia berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat.
- j. Dalam bidang Iptek (Ilmu pengetahuan dan teknologi) sebagai pemicu munculnya rasa pengetahuan dan rasa ingin mempelajari, misalnya pemikir-pemikir, teknokrat dan astronom pada zaman dulu yang berhasil menciptakan suatu hal yang mendunia.¹⁵³

Pada dasarnya materi dakwah dapat disesuaikan ketika seorang *da'i* menyampaikan materi dakwahnya kepada *mad'u* (objek), pokok-pokok materi dakwah yang disampaikan, juga harus melihat situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima dakwah, dengan demikian, pesan-pesan dakwah yang berisi tentang dakwah tersebut dapat diterima dengan baik oleh penerima dakwah. Dan akhirnya materi dakwah yang disampaikan tersebut, bisa diamalkan dan dipraktikan oleh penerima dakwah dalam kehidupan sehari-hari (Amin, 2009: 92-93).

4. Keunggulan Dakwah *Bil Qalam*

Sebuah ilustrasi yang indah disampaikan oleh Hasan Al-Banna bahwa juru dakwah ibarat gardu listrik yang menyebarkan aliran listrik untuk menerangi setiap sudut dan pelosok kota. Adalah tugas dan tanggung jawab para *da'i* menyampaikan sinar nilai-nilai Islam ke segenap lapisan masyarakat.

¹⁵³ Bowo S Pribadi

Menyampaikan informasi massal ke masyarakat dan menuntun gerakan dakwah harus mampu memanfaatkan hasil sains, teknologi dan informasi modern untuk mencapai tujuan dakwah yaitu memperluas jangkauan pengaruh dakwah. Cara ini, di sebut para ahli sejarah disebut tahap dakwah terang-terangan. Pada tahap ini dakwah menggunakan media massa cetak seperti surat kabar, majalah, bulletin, brosur, tabloid dan lain-lain, untuk menyebarkan pikiran-pikiran dan prinsip-prinsip dakwah *bil qalam* kepada semua tingkatan manusia.

Adapun berdakwah dengan menggunakan media cetak (tertulis) mempunyai beberapa keunggulan antara lain :

- a) Lebih dalam pengaruhnya dari gelombang suara insan ahli pidato. Pidato lisan dari seorang orator dapat memikat jutaan massa rakyat dalam sesaat.
- b) Tulisan atau sari pena seorang pengarang cukup berbicara satu kali dan akan melekat terus dalam hati serta bisa menjadi buah tutur setiap hari.
- c) Bahasa tulisan lewat media cetak lebih rapi dan teratur dari pada bahasa lisan karena menulis adalah berpikir dengan teratur.
- d) Pembaca bisa membaca berulang-ulang hingga meresapi.
- e) Lebih menguatkan jalinan/persaksian.

5. Kelemahan Dakwah *Bil Qalam*

Pers sebagai media massa tertua yang sekaligus sebagai media cetak yang bersifat visual, hanya dapat ditangkap oleh mata saja, tentu memiliki kelemahan dan keunggulan sekaligus. Adapun Kelemahan Dakwah *bil qalam* sebagai berikut :

- a) Dapat dibaca dan tidak memiliki aspek bunyi suara manusia, sehingga kurang persuasif dan aspek hiburannya sangat lemah.
- b) Hanya dapat disimak oleh khalayak yang berpendidikan dan yang memiliki kebiasaan membaca (*reading ability*) yang tinggi, dan sukar disimak oleh mereka yang berpendidikan rendah.

- c) Hambatan yang bersifat geografis, karena dalam penyebarannya memerlukan waktu yang sangat lama untuk jarak yang jauh. Dengan demikian berita yang disajikan oleh surat kabar dan majalah kepada khalayaknya tidak secepat oleh radio dan televisi. Surat kabar atau majalah tidak mampu menundukkan ruang dan waktu secara cepat.¹⁵⁴

Hal pokok dalam dakwah *bil qalam* adalah pangsa yakni ruang atau sasaran penjualan kepada siapa. Dakwah *bil qalam* secara internal akan langgeng karena mempunyai pangsa sendiri, dengan perbedaan karakter dibandingkan dengan media elektronik yang mempunyai nilai tambah dibanding dengan media cetak yaitu dalam hal tampilan visualisasi. Kalau surat kabar hanya terpaku pada tulisan dan gambar yang minim dibanding dengan media elektronik yang lebih variatif dengan design yang menarik, selain itu media elektronik dalam penyebaran informasi lebih cepat.

6. Peran Jurnalis Muslim Dalam Dakwah *Bil Qalam*

Jurnalis merupakan profesi yang sangat mulia dalam hal pemberitaan, memberikan informasi kepada masyarakat dan membenarkan apa yang salah dan menyimpang. Julukan itu melekat pada karakteristik jurnalis sejati yang menjunjung tinggi nilai-nilai dan ajaran agama Islam. Jurnalis muslim mempunyai peran penting dalam dunia jurnalistik dan dalam kehidupan kemasyarakatan dan kenegaraan (pemerintahan). Adapun peran jurnalis muslim antara lain :

1. *Muaddib* (Pendidik)

Pendidik (*Muaddib*) yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami. Ia harus lebih menguasai ajaran Islam dari rata-rata khalayak pembaca. Lewat media massa, ia mendidik umat Islam agar melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi

¹⁵⁴ Arifin, 2011 : 101-103

larangan-Nya. Ia memikul tugas mulia untuk mencegah umat Islam dari berperilaku yang menyimpang dari syariat Islam juga melindungi umat dari pengaruh buruk media massa non-Islami yang anti-Islami.

2. *Musaddid* (Meluruskan berita)

Pelurus informasi (*Musaddid*). Setidaknya ada tiga hal yang harus diluruskan oleh para jurnalis muslim. Pertama, informasi tentang ajaran dan umat Islam. Kedua, informasi tentang karya-karya atau prestasi umat Islam. Ketiga, lebih dari itu jurnalis muslim dituntut mampu menggali, melakukan *investigative reporting* tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia. Peran *musaddid* terasa relevansi dan urgensinya mengingat informasi tentang Islam dan umatnya yang datang dari pers barat biasanya *biased* (menyimpang dan berat sebelah) dan *distorsif*, *manipulative* alias penuh rekayasa untuk memojokkan Islam yang tidak disukainya. Jurnalis muslim dituntut berusaha mengikis fobi Islam (*Islamophobia*) yang merupakan propaganda pers barat yang anti-Islam.¹⁵⁵

Banyak berita yang berkembang di masyarakat yang menyudutkan merusak citra Islam. Media-media banyak yang memberitakan dunia Islam tetapi kebanyakan informasi tersebut sudah didistorsi, fakta kebenaran diputar balikkan. Jurnalis muslim seharusnya meluruskan informasi ini. Allah s.w.t mengingatkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

¹⁵⁵ Romli, 2003 : 39

Artinya: 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. (Q.S. al-Hujarat:6)

3. *Mujaddid* (Pembaharu)

Jurnalis-jurnalis muslim adalah *avantguard* dalam penyebaran paham pembaharuan. Mereka harus menjadi penerjemah dari gagasan-gagasan kontemporer untuk kaum muslim yang awam. Mereka harus menjadi penafsir kreatifnya, memfokuskan perhatian umat pada pembaharuan. Dalam kenyataan, pembaharuan ternyata lebih mudah disebarkan dengan bantuan para jurnalis daripada para kyai di madrasah atau pondok pesantren. Oleh karena itu para jurnalis muslim dituntut untuk "*well-informed*" dengan pemikiran-pemikiran yang berkembang, bersikap terbuka, berfikiran kritis dan melepaskan diri dari sikap *sektarianisme*.

Pembaharu (*mujaddid*) yakni penyebar pembaharuan akan pemahaman dan pengalaman ajaran Islam (*reformisme Islam*). Jurnalis muslim hendaknya menjadi "juru bicara" para pembaharu, yang menyerukan umat Islam memegang teguh Al-Qur'an dan As-sunnah, memurnikan pemahaman tentang Islam dan pengalamannya (membersihkannya dari *bid'ah*, *khufarat*, *tahayul*, dan *isme-isme* yang tidak sesuai

dengan ajaran Islam) dan menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umat.¹⁵⁶

4. *Muwahhid* (Pemersatu)

Muwahhid (pemersatu) harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam, oleh karena itu kode etik jurnalistik yang berupa *impartiality* (tidak memihak pada golongan tertentu dan menyajikan dua sisi dari setiap informasi (*both side information*)) harus ditegakkan. Jurnalis muslim harus membuang jauh-jauh sikap sektarian yang baik secara ideal maupun komersial tidaklah menguntungkan.

5. *Mujahid* (Pejuang)

Peran kelima ini sebenarnya merupakan peran yang menyimpulkan seluruh peran diatas. Jurnalis muslim adalah pejuang yang berusaha keras untuk membentuk opini publik yang mendorong perkembangan Islam, menghidupkan citra Islam dan umat Islam yang positif, menggairahkan pengalaman Islam di tengah-tengah masyarakat, memasukkan ruh jihad pada tubuh umat Islam yang mati atau hampir mati.

Ini berarti bahwa setiap jurnalis harus teringat akan misi yang diembannya. Sebagai jurnalis muslim, misinya adalah kejayaan Islam. Ini yang akan selalu diusahakan oleh jurnalis Islam. Pejuang (*mujahid*) yaitu pejuang-pejuang pembela Islam. Melalui media massa, jurnalis muslim berusaha keras membentuk pendapat umum yang mendorong penegakkan nilai-nilai Islam, menyemarakkan syiar Islam, mempromosikan citra Islam yang positif dan *rahmatan lil alamin*, serta menanamkan *ruhul jihad* di kalangan umat.¹⁵⁷

¹⁵⁶ Romli, 2003 : 40

¹⁵⁷ Romli, 2003 : 40

L. TANTANGAN DAN PELUANG JURNALIS MUSLIM

1. Perkembangan Pers

Pers yang meliputi media cetak, elektronik, dan media lainnya merupakan salah satu sarana untuk mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan, serta kemerdekaan pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum. Dalam upaya memfungsikan pers secara maksimal sebagaimana diamanatkan Pasal 28 Undang-undang Dasar 1945 yang menjamin kemerdekaan berserikat, berkumpul dan mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan, maka diperlukan adanya undang-undang tentang pers.

Undang-undang pertama tentang pers di era Orde Baru (Masa pemerintahan Presiden Soeharto) keluar tahun 1966, yakni Undang-undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers. Undang-undang itu kemudian diubah dengan Undang-Undang No. 4 Tahun 1967, dan diubah lagi dengan Undang-undang No. 21 Tahun 1982 karena undang-undang sebelumnya sudah dianggap tidak sesuai dengan perkembangan zaman.

Tapi pada masa itu tercatat puluhan surat kabar yang dibredel atau dicabut Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUP)nya karena ‘menyinggung’ kekuasaan.¹⁵⁸ Undang-undang pers pun lalu disempurnakan lagi di masa reformasi dengan keluarnya Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tanggal 23 September 1999 Tentang Pers yang isinya antara lain menegaskan bahwa terhadap pers nasional tidak diperbolehkan lagi adanya penyensoran, pembredelan, atau pelarangan penyiaran. Ditegaskan pula bahwa pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, di samping dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban, dan peranannya, pers harus pula menghormati hak asasi setiap orang,

¹⁵⁸ Harahap, 2002: 62

sehingga dituntut adanya pers yang profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat, yakni dengan adanya jaminan hak jawab dan hak koreksi, baik yang dikemukakan oleh individu maupun lembaga-lembaga kemasyarakatan oleh Dewan Pers. Dengan kata lain, insan pers di Indonesia dituntut untuk memenuhi Kode Etik Jurnalistik serta ketentuan dan kaidah hukum yang berlaku di Tanah Air agar eksese-eksese dan sensasionalisme yang menyertai kebebasan pers dapat dihindari.

Meski di tengah keterpurukan ekonomi yang diperparah dengan terjadinya tragedi 11 September 2001 di Amerika Serikat (AS) yang menyebabkan terguncangnya perekonomian global, industri pers di Indonesia sendiri secara kuantitatif mengalami perkembangan seiring berkembangnya era kebebasan pers yang ditandai naiknya jumlah dan produksi koran, majalah, dan tabloid, serta munculnya stasiun-stasiun televisi, radio swasta, dan media online. Perkembangan media massa seakan berlomba dengan naiknya jumlah partai-partai politik baru di era reformasi. Keduanya menjadi ekspresi dan bukti hadirnya kebebasan pers dan demokrasi di Tanah Air.

Dari penjelasan di atas, nampak bahwa perkembangan politik dan regulasi pers pada dasarnya telah memberikan tantangan terhadap perusahaan pers dan informasi untuk maju dan berkembang sesuai kemampuan masing-masing serta sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

Lembaga-lembaga pers termasuk Jurnalis Muslimnya dituntut supaya melakukan terobosan-terobosan baru, termasuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi serta harus pandai membaca tanda-tanda zaman dalam upaya memelihara kelangsungan hidup serta meningkatkan kemampuannya di masa depan, sepanjang tidak melanggar ketentuan dan kaidah hukum yang berlaku di Tanah Air.

M. PERS ISLAM DAN JURNALIS MUSLIM

Jurnalisme Muslim itu sendiri adalah pengembangan profesi mulia, karena mewarisi tugas kenabian. Dasarnya, firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam Al-Qur'an, yang artinya: *"Dan Kami tidak mengutus para rasul, kecuali untuk menyampaikan kabar gembira dan memberi peringatan."* (Qs. Al-Kahf: 56). Bunyi surat Al-Kahf itu sesuai dengan fungsi pers yang diakui seluruh dunia, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan menjadi alat kontrol sosial (masyarakat). Ketiga fungsi pertama sama dengan menyampaikan kabar gembira, sedangkan ke empat sama dengan memberi peringatan.

Terinspirasi oleh ayat suci itu, setelah lebih dari 40 tahun berprofesi sebagai Jurnalis Muslim, mantan Pemimpin Umum LKBN ANTARA Pardi Hadi terdorong untuk menulis buku berjudul "Jurnalisme Profetik: Mengemban Tugas Kenabian." Nabi dalam bahasa Inggris adalah prophet. Dengan alasan itu, 'genre' jurnalisme yang diusung Pardi Hadi disebut juga "Prophetic Journalism".

Jurnalisme profetik mengacu pada Al-Quran, Hadits dan akhlak mulia Rasulullah Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* yang bisa disingkat STAF, yakni shidiq, tabligh, amanah, fathonah. Shidiq berarti mengungkapkan sesuatu berdasarkan kebenaran, tabligh berarti menyampaikan kepada orang lain dengan cara mendidik, amanah berarti dapat dipercaya atau akuntabel, dan fathonah berarti penuh dengan kearifan/kebijaksanaan (cerdas).

Misi jurnalisme kenabian adalah mengajak orang berbuat kebaikan dan memerangi kejahatan atau dalam Islam *'amar maruf nahi munkar'*. Karena sumber dan acuan utama jurnalisme ini adalah Kitab Suci dan akhlak Rasulullah, dalam praktiknya, Jurnalis Muslim profetik melibatkan spiritualitas, di samping akal dan upaya-upaya lahiriah.

Jurnalisme muslim dalam melaksanakan tugasnya tentu mengemban misi memberi informasi (informing), mendidik (educating), menghibur (entertaining), memberi advokasi

(advocating), mencerahkan (enlightening), menginspirasi (inspiring), dan memberdayakan (empowering). Kemudian para nabi dan rasul mengajarkan cinta atau 'welas asih' (compassion) kepada sesama makhluk.

Karena itu, jurnalisme profetik bisa juga disebut sebagai 'jurnalisme cinta'. Walau menyandang kata 'cinta', jurnalisme profetik harus kritis, tegas, dan berupaya keras turut memberantas kejahatan, termasuk perilaku atau tindakan korupsi. Justru, karena menyandang tugas kenabian, Jurnalis Muslim dan media massa profetik harus lebih berani melakukan 'investigative reporting' atau laporan investigasi untuk mengungkap kejahatan yang tersembunyi atau sengaja disembunyikan.

Terkait dengan pers Islam, pengertiannya tentu bukan hanya lembaga persnya yang bernuansa dan berwarna Islam, tetapi bisa juga Jurnalis Muslim yang beragama Islam bekerja pada media massa umum. Hanya saja mereka bisa mewarnai media dimaksud dengan selalu mengedepankan jurnalisme kenabian.

N. PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI

Dalam perjalanannya, tugas-tugas keJurnalis Musliman tidak dilepaskan dari perkembangan teknologi informasi. Saat ini, teknologi telah begitu cepat mengantarkan ke ranah publik. Hanya dalam hitungan menit, penyerangan terhadap World Trade Center (WTC) New York dan Pentagon yang kemudian dikenal dengan Tragedi 11 September 2001, misalnya, langsung dapat disaksikan di seluruh pelosok dunia. Semua informasi menjadi mudah dan murah. Informasi tidak lagi menjadi milik orang-orang kota, terpelajar, dan pemilik modal. Informasi telah menjadi milik bersama tanpa batas wilayah, status sosial dan ideologi. Kecanggihan teknologi dan profesionalisme Jurnalis Muslim membuat semua itu bisa terjadi.

Sebagaimana dikemukakan oleh De Fleur dalam Liliweri (1991: 3), perkembangan komunikasi massa dan jurnalistik adalah seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Jurnalistik lahir ketika manusia sudah mampu menulis. Cikal bakal surat kabar muncul ketika manusia sudah mampu menulis secara teratur.

Jurnalistik menjadi kegiatan manusia yang lebih teratur terjadi pada masa pemerintahan Julius Caesar, raja Kerajaan Romawi, sekitar 50 tahun SM. Ketika itu, Julius Caesar memerintahkan penempelan catatan harian (*Acta Diurna*) dan catatan kegiatan parlemen (*Acta Senatus*) di tempat umum di kota Roma. Catatan-catatan itu disalin kembali oleh para 'budak' kaum elite Roma untuk dibaca majikannya di rumah.

Para 'budak' itu bertindak semacam reporter sekarang dan catatan-catatan yang mereka tulis merupakan cikal bakal surat kabar. Tidak heran bila istilah *Acta Diurna* secara morfologis kemudian berkembang menjadi *journal* (Perancis), *journalism* (Inggris), dan jurnalistik (Indonesia). Ada pula pendapat bahwa rintisan jurnalistik berawal di daratan Cina, yaitu pada zaman pemerintahan Dinasti Han yang berkuasa 300-200 SM. Bahkan, rintisan kantor berita pun berawal pada zaman itu. Atas perintah kaisar, semua gubernur di seluruh penjuru negeri diharuskan mengirim laporan tertulis secara reguler ke Beijing mengenai perkembangan di propinsi masing-masing. Lalu 'tim media' kaisar menyortir berita-berita penting untuk didistribusikan kembali kepada rakyat Cina.

Diperlukan waktu berabad-abad kemudian bagi jurnalistik untuk menjadi kegiatan yang bermotif ekonomi. Lalu Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak, sehingga memungkinkan surat kabar diproduksi secara massal. Sejarah mencatat bahwa surat kabar massal pertama muncul pada tahun 1609. Surat kabar itu diterbitkan Johann Carolus di Strausbourg, Jerman, dengan nama *Relation*.

Ketika radio ditemukan, jurnalistik radio berkembang. Siaran radio pertama bisa didengar publik tahun 1909 di San Jose,

California, Amerika Serikat (AS). Begitu juga ketika teknologi memungkinkan gambar, jurnalistik televisi berkembang. Meskipun teknologi televisi sudah ada sejak 1920-an, siaran berita TV pertama baru mengudara tahun 1939. Banyak pihak yang berpendapat bahwa kehadiran televisi bukan lagi sekedar 'melaporkan apa yang terjadi', tetapi mampu 'membuat sesuatu terjadi'. Apa yang disebut 'CNN effect' telah menggerakkan pasukan Amerika masuk ke dalam perang saudara di Somalia.

Saat internet berkembang, maka *cyber journalism* juga berkembang. Media-media online atau koran dunia maya menjadi fenomena baru jurnalistik mulai pertengahan 1990-an. Hampir semua media cetak di Indonesia kini telah memiliki edisi onlinenya. Mereka bersaing untuk menjadi yang tercepat dan terbaik dalam menyajikan informasi kepada publik. Pembaca, pendengar, dan pemirsa semakin dimanjakan untuk '*to the first to know*'.

Semua layanan informasi cepat saji itu membuktikan bahwa perkembangan jurnalistik sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Hampir setiap bidang kehidupan sekarang ini sangat dipengaruhi oleh karya jurnalistik.

Perkembangan teknologi informasi itu telah menciptakan apa yang disebut para ahli sebagai '*one wire world*', di mana orang hanya memerlukan satu alat saja berupa handphone untuk melakukan apa saja, dari mulai sekedar bicara, mendengar radio, menonton TV, mengirim e-mail, hingga mentransfer uang.

Bagaimana kemudian jurnalistik muslim harus bersikap di era konvergensi media seperti itu? Era konvergensi media itu sendiri adalah masa di mana perusahaan-perusahaan media besar membagi materi beritanya ke media cetak, media elektronik dan media online yang dimilikinya masing-masing, dan dunia jurnalisme mau tidak mau mengalami pergeseran dan menghasilkan beragam istilah, mulai dari *cyberjournalism*, *online journalism*, dan *convergent journalism*.

Ketika radio ditemukan, orang mengatakan media cetak akan mati karena jurnalisme koran dianggap telah usang. Koran

menyajikan berita-berita kemarin, sementara radio mewartakan berita-berita yang sedang terjadi sekarang. Di era jurnalisme radio, ada pepatah yang mengatakan 'Tak ada yang lebih basi dari koran kemarin'. Tetapi ternyata orang masih membaca koran di samping mendengarkan radio. Begitu juga ketika TV hadir, gempuran dari jaringan televisi yang menyiarkan berita langsung seketika ternyata juga tidak mampu mengubur jurnalisme cetak.

Ketika internet ditemukan dan koran elektronik baru diperkenalkan di Amerika Serikat awal tahun 1990-an, kebanyakan orang mendapatkan informasi dari layar computer ketimbang dari lembaran-lembaran kertas koran. Sebagian orang meramalkan bahwa konsumen media cetak akan beralih ke media online. Ternyata ramalan itu tidak sepenuhnya terbukti.

Bagi media massa Islam dan jurnalis muslim, perkembangan teknologi informasi seperti itu justru merupakan peluang, karena pers Islam pun pada dasarnya juga bergerak pada bisnis penyediaan jasa informasi dengan mengkonstruksi realita sosial dan membingkainya sesuai kebijakan internal dalam nuansa jurnalisme kenabian.

Jika sekarang disebut abad informasi, maka perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang informasi, termasuk pers Islam mestinya bisa terus hidup dan berkembang. Perkembangan media cetak, radio, televisi, dan media online yang menjamur tentunya juga menjadi pangsa pasar baru bagi pers Islam, terlebih Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Menurut catatan Kantor Berita ANTARA, saat ini di Indonesia terdapat lebih dari 500 perusahaan media cetak yang menerbitkan koran, majalah, dan tabloid. Khusus untuk surat kabar harian terdapat sekitar 300 perusahaan yang mencetak 4,8 juta eksemplar koran. Jika satu koran dibaca rata-rata lima orang berarti baru 11 persen saja penduduk Indonesia yang memperoleh informasi dari suratkabar. Penerbitan koran baru luar biasa besar, karena Undang-undang Pers No. 40 Tahun 1999

telah memerdekakan pers dari intervensi pemerintah, perizinan, sensor, dan ancaman breidel.

Sebanyak 250 dari 300 koran di Indonesia berlangganan foto dari ANTARA. Koran-koran yang terbit di daerah ketergantungannya sangat besar kepada kantor berita itu. Banyak koran daerah yang isi beritanya 80 persen berasal dari ANTARA dan 20 persen sisanya dibuat Jurnalis Muslimnya sendiri.

Koran-koran besar nasional, meskipun tingkat pengutipan berita ANTARA jauh lebih sedikit, tetap memerlukan ANTARA untuk menjadi pembuka mata (eye opener), pembanding atau bumper untuk berita-berita yang dianggap sensitif. Kompas Cyber Media (KCM), Media Indonesia Online (MIOL) atau Republika Online seringkali menggunakan berita-berita ANTARA untuk edisi onlinenya.

Selain itu, saat ini terdapat sekitar 1.200 stasiun radio. Menurut PRSSNI, sebanyak 94 persen penduduk Indonesia mendengar radio. Menurut BPS sebanyak 69,4 persen dari 45.653.804 (=31.653.740) rumah tangga Indonesia memiliki paling tidak satu radio. Seiring reformasi, maka radio selain menjadi alat hiburan, juga menjadi alat demokratisasi. Maka stasiun radio selain memutar lagu, juga menyiarkan berita, ulasan, dialog interaktif dan talkshow.

Sementara itu, jurnalisme televisi juga berkembang pesat. Sekarang ini ada sekitar 11 stasiun televisi jaringan anggota Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI) ditambah dengan hampir 100 televisi lokal di berbagai daerah. Belum lagi media online yang muncul dan berkembang secara cepat dan pesat.

Dengan pangsa pasar relatif banyak, satu-satunya kunci sukses media massa Islam dan jurnalis muslim adalah kesiapannya berubah dan menyesuaikan diri dengan perkembangan, termasuk perkembangan teknologi informasi, bahkan juga politik, ekonomi, dan sosial budaya serta tergantung pada kesiapan internalnya, terkait dengan bidang SDM, pemasaran, operasional dan keuangannya.

Media massa yang siaga dengan berbagai kemungkinan telah terbukti, bukan saja tetap *'survive'*, melainkan juga hidup makmur dan berpengaruh. Di sinilah tantangannya. Di satu sisi perlu adanya revitalisasi internal, di sisi lain media massa Islam dan jurnalis muslim juga perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi informasi agar eksistensinya tetap terpelihara, bahkan makin diperlukan bangsa dan negara di masa mendatang.

O. DAKWAH DAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI

Teknologi merupakan salah satu aspek yang turut mempengaruhi setiap aktivitas, tindakan, serta perilaku manusia. Teknologi mampu mengubah pola hubungan dan pola interaksi antar manusia. Kemajuan perkembangan teknologi dewasa ini ditandai dengan semakin canggihnya alat-alat di bidang informasi dan komunikasi, satelit, bioteknologi, pertanian, peralatan di bidang kesehatan, dan rekayasa genetika.

Perkembangan teknologi komunikasi memiliki posisi yang strategis dalam penyiaran dakwah Islam. Berbagai produk kemajuan teknologi yang begitu pesat seperti telepon genggam, komputer, berbagai jaringan sosial maya yang kesemuanya terkoneksi menggunakan Internet, telah memberikan kemudahan dalam upaya penyiaran Islam. Sebab itu, perkembangan teknologi yang diyakini akan berkembang terus harus dijadikan sebagai sarana bagi kesempurnaan manusia sebagai hamba Allah dan khalifah-Nya. Perkembangan teknologi tidak perlu dimusuhi, apalagi disingkirkan. Tetapi sebaliknya, harus dipandang positif dan dimanfaatkan untuk kemaslahatan. Meskipun banyak banyak tantangan yang harus dijawab dengan pemikiran yang berwawasan jauh ke depan. Namun terlepas dari problema dan kekhawatiran terhadap dampak negatif perkembangan teknologi, hasil teknologi sebagai hasil karya, ide dan gagasan manusia, harus dilihat dari sisi positif.

Perkembangan teknologi komunikasi merupakan kemestian yang tidak bisa ditolak. Dalam tatanan dunia yang terus bergerak dari era industrialisasi ke era informasi, teknologi komunikasi merupakan aspek paling vital dalam memudahkan hubungan antarmanusia. Perkembangan teknologi paralel dengan kemajuan ilmu pengetahuan manusia. Disadari atau tidak, perkembangan teknologi telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Meminjam istilah McLuhan, kemajuan teknologi telah menjadikan manusia hidup dalam sebuah desa global (*global village*). Realitas ini telah membawa masyarakat, termasuk masyarakat Muslim di Indonesia masuk ke dalam era masyarakat informasi, sehingga pengendalian yang tepat untuk memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan mengeliminir dampaknya menjadi hal yang sangat penting.

Secara mikro, ada hal yang cukup menarik untuk dipelajari, yaitu bagaimana evolusi perkembangan teknologi informasi yang ada secara signifikan memengaruhi persaingan antar perusahaan-perusahaan di dunia, khususnya yang bergerak di bidang jasa. Secara garis besar, ada empat periode atau era perkembangan sistem, informasi, yang dimulai dari pertama kali ditemukannya komputer hingga saat ini. Keempat era tersebut terjadi tidak hanya sedemikian pesat, namun juga didukung oleh teori-teori baru mengenai manajemen perusahaan modern. Keempat era tersebut¹⁵⁹ terjadi tidak hanya karena dipicu oleh perkembangan teknologi komputer yang sedemikian pesat, namun didukung pula oleh teori-teori baru mengenai manajemen perusahaan modern. Ahli-ahli manajemen dan organisasi seperti Peter Drucker, Michael Hammer, Porter, sangat mewarnai pandangan manajemen terhadap teknologi informasi di era modern. Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa masih banyak perusahaan terutama di negara berkembang (dunia ketiga), yang masih sulit mengadaptasikan teori-teori baru mengenai

¹⁵⁹ Indrajit, 2001, *Analisis dan Perancangan Sistem Berorientasi Object*. Bandung,. Informatika.h.8

manajemen, organisasi, maupun teknologi informasi karena masih melekatnya berbagai faktor budaya lokal atau setempat yang memengaruhi tingkah laku sumber daya manusianya. Sehingga tidak mengherankan jika masih sering ditemukan perusahaan yang mempunyai peralatan komputer te canggih, tapi masih dipergunakan sebagai alat-alat administrasi yang notabene merupakan era penggunaan komputer pertama di dunia pada awal tahun 1960-an.

1. Era Komputerisasi

Tahun 1960-an ketika minicomputer dan mainframe diperkenalkan perusahaan, seperti IBM, ke dunia industri. Kemampuan hitung yang sedemikian cepat menyebabkan banyak sekali perusahaan yang memanfaatkannya untuk keperluan pengolahan data (data processing). Pemakaian komputer di masa ini ditujukan untuk meningkatkan efisiensi, karena terbukti untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu, menggunakan komputer jauh lebih efisien (dari segi waktu dan biaya) dibandingkan dengan mempekerjakan berpuluh-puluh SDM untuk hal serupa. Pada era tersebut, belum terlihat suasana kompetisi yang sedemikian ketat. Jumlah perusahaan pun masih relatif sedikit. Kebanyakan perusahaan-perusahaan besar secara tidak langsung "memonopoli" pasar-pasar tertentu, karena belum ada persaingan yang berarti, hampir semua perusahaan-perusahaan besar yang bergerak di bidang infrastruktur (listrik dan telekomunikasi) dan pertambangan pada saat itu membeli perangkat komputer untuk membantu kegiatan administrasinya. Keperluan organisasi yang paling banyak menyita waktu komputer pada saat itu adalah untuk administrasi back office terutama yang berhubungan dengan akuntansi dan keuangan. Di pihak lain, kemampuan mainframe untuk melakukan perhitungan rumit juga dimanfaatkan perusahaan untuk membantu menyelesaikan problem-problem teknis operasional, seperti

simulasi perhitungan pada industri pertambangan dan manufaktur.¹⁶⁰

2. Era Teknologi Informasi

Menurut Indrajit (2001:11), kemajuan teknologi digital yang dipadu dengan telekomunikasi telah membawa komputer memasuki masa-masa "revolusi"-nya. Di awal tahun 1970-an, teknologi PC atau Personal Computer mulai diperkenalkan sebagai alternatif pengganti minicomputer. Dengan seperangkat komputer yang dapat ditaruh di meja kerja (desktop), seorang manajer atau teknisi dapat memperoleh data atau informasi yang telah diolah oleh komputer (dengan kecepatan yang hampir sama dengan kecepatan minicomputer, bahkan mainframe). Kegunaan komputer di perusahaan bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi, tapi juga untuk mendukung terjadinya proses kerja yang lebih efektif. Tidak seperti halnya pada era komputerisasi ketika komputer hanya menjadi "milik pribadi". Divisi EDP (Electronic Data Processing) perusahaan, di era kedua ini setiap individu di organisasi dapat memanfaatkan kecanggihan komputer, seperti untuk mengelola database, spreadsheet, maupun data processing (end-user computing). Pemakaian komputer di kalangan perusahaan semakin marak, terutama didukung oleh situasi kompetisi saat itu yang telah mengubah dari monopoli menjadi pasar bebas. Secara tidak langsung, perusahaan yang telah dimanfaatkan teknologi komputer sangat efisien dan efektif dibandingkan perusahaan yang sebagian prosesnya masih dikelola secara manual. Pada era inilah komputer memasuki babak barunya, yaitu sebagai suatu fasilitas yang dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa.

¹⁶⁰ Indrajit, 2001, h.9

3. Era Sistem Informasi

Teori-teori manajemen organisasi modern secara intensif mulai diperkenalkan di awal tahun 1980-an. Salah satu teori yang paling banyak dipelajari dan diterapkan adalah mengenai manajemen perubahan (*change management*). Pada hampir semua kerangka teori manajemen perubahan ditekankan pentingnya teknologi informasi sebagai salah satu komponen utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang ingin menang dalam persaingan bisnis. Tidak seperti kedua era sebelumnya yang lebih menekankan pada unsur teknologi, pada era manajemen perubahan yang lebih ditekankan adalah sistem informasi, karena komputer dan teknologi informasi merupakan komponen dari sistem tersebut. Kunci keberhasilan perusahaan di era tahun 1980-an adalah penciptaan dan penguasaan informasi secara cepat dan akurat. Informasi di dalam perusahaan dianalogikan sebagai darah dalam peredaran darah manusia yang harus selalu mengalir dengan teratur cepat terus-menerus, ke tempat tempat yang membutuhkannya. Beberapa ahli manajemen menekankan bahwa perusahaan yang menguasai informasi adalah yang memiliki keunggulan kompetitif di dalam lingkungan makro "*regulated free market*". Di dalam periode ini, perubahan secara filosofis dari perusahaan tradisional menuju perusahaan modern terletak pada bagaimana manajemen melihat kunci kinerja perusahaan. Organisasi tradisional melihat struktur perusahaan sebagai kunci utama pengukuran kinerja, sehingga semuanya diukur secara hierarkis berdasarkan divisi-divisi atau departemen. Di era tahun 1980-an sampai dengan awal tahun 1990-an terlihat sangat banyak sekali perusahaan yang melakukan BPR (*Business Process Reengineering*), restrukturisasi, implementasi ISO-9000, implementasi TQM, instalasi dan pemakaian sistem informasi korporat (SAP, Oracle, BAAN), dan lain sebagainya. Pendayagunaan teknologi informasi terlihat

sangat mendominasi setiap program manajemen perubahan yang dilakukan perusahaan-perusahaan.¹⁶¹

1. Era Globalisasi Informasi

Belum banyak buku yang secara implisit memasukkan era terakhir ini ke dalam sejarah evaluasi teknologi informasi. Fenomena yang terlihat adalah bahwa sejak pertengahan tahun 1980-an, perkembangan di bidang teknologi informasi (komputer dan telekomunikasi) sedemikian pesatnya, sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi terlihat secara eksponensial. Ketika sebuah seminar internasional mengenai Internet diselenggarakan di San Fransisco pada tahun 1996, para praktisi teknologi informasi yang dahulu bekerja sama dalam penelitian untuk memperkenalkan Internet ke dunia industri pun secara jujur mengaku bahwa mereka tidak pernah menduga perkembangan Internet akan terjadi seperti ini. Ibaratnya mereka melihat bahwa yang ditanam adalah benih pohon ajaib, yang tiba-tiba membelah diri menjadi pohon raksasa yang tinggi menjulang. Menurut Indrajit, sulit untuk menemukan teori yang dapat menjelaskan semua fenomena yang terjadi sejak awal tahun 1990-an ini, namun fakta yang terjadi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi. Keberadaannya telah menghilangkan garis-garis batas antarnegara dalam hal ***flow of information***. Tidak ada negara yang mampu mencegah mengalirnya informasi dari atau ke luar negara lain, karena batasan antarnegara tidak dikenal dalam dunia maya. Penerapan teknologi, seperti LAN, WAN Globalnet, Intranet, Internet, Ekstranet, semakin hari semakin merata dan membudaya di masyarakat. Terbukti sangat sulit untuk menentukan perangkat hukum yang sesuai dan terbukti efektif untuk menangkal segala hal yang berhubungan

¹⁶¹ Indrajit, 2001, h.12

dengan penciptaan dan aliran informasi. Perusahaan-perusahaan pun sudah tidak terikat lagi pada batasan fisik. Melalui dunia maya, seseorang dapat mencari pelanggan di seluruh lapisan masyarakat dunia yang terhubung dengan jaringan Internet. Sulit untuk dihitung besarnya uang atau investasi yang mengalir bebas melalui jaringan Internet. Transaksi-transaksi perdagangan dapat dengan mudah dilakukan di *cyberspace* melalui transaksi elektronik dengan memanfaatkan cara pembayaran secara elektronik pula (*electronic payment*). Tidak jarang perusahaan yang akhirnya harus mendefinisikan kembali visi dan misi bisnisnya, terutama yang bergelut di bidang pemberian jasa. Bagi negara dunia ketiga atau yang sedang berkembang, dilema mengenai pemanfaatan teknologi informasi amal terasa. Di suatu sisi banyak perusahaan yang belum siap karena struktur budaya atau SDM-nya, sementara di pihak lain investasi besar harus dikeluarkan untuk membeli perangkat teknologi informasi. Tidak memiliki teknologi informasi, berarti tidak dapat bersaing dengan perusahaan multinasional lainnya, alias harus gulung tikar.

- b) Hal terakhir yang paling memusingkan kepala manajemen adalah kenyataan bahwa lingkungan bisnis yang ada pada saat ini sedemikian seringnya berubah dan dinamis. Perubahan yang terjadi tidak hanya sebagai dampak kompetisi yang sedemikian ketat, namun karena adanya faktor-faktor eksternal lain seperti politik (demokrasi), ekonomi (krisis), dan sosial budaya (reformasi), yang secara tidak langsung menghasilkan kebijakan-kebijakan dan peraturan-peraturan baru yang harus ditaati perusahaan. Secara operasional, tentu saja fenomena ini sangat menyulitkan para praktisi teknologi informasi dalam menyusun sistemnya. Tidak jarang di tengah-tengah konstruksi sistem informasi, terjadi perubahan kebutuhan sehingga harus diadakan analisis ulang terhadap sistem

yang akan dibangun. Dengan mencermati keadaan ini, jelas terlihat kebutuhan baru akan teknologi informasi. Yang cocok untuk perusahaan, yaitu teknologi yang mampu adaptif terhadap perubahan. Para praktisi negara maju menjawab tantangan ini dengan menghasilkan produk-produk aplikasi yang berbasis objek, seperti OOP (*Object Oriented Programming*), OODBMS (*Object Oriented Database Management System*), *Object Technology Distributed Object*, dan sebagainya.

Teknologi komunikasi yang berkembang pesat dapat dikatakan memiliki *added value* (nilai tambah), apabila akses terhadap teknologi beserta segala kecanggihannya dapat dinikmati dan dimaknai secara positif oleh semua lapisan masyarakat. Sebab itu, pada era perkembangan teknologi yang terjadi sekarang ini, di samping mengetahui berbagai jenis produk teknologi seperti media, masyarakat terutama para da'i, dituntut agar lebih memahami dengan baik penggunaan teknologi tersebut secara optimal, efisien, dan berdaya guna, sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada mad'u (khalayak), dapat direspon mad'u dengan baik.

Sebagai agama da'wah, Islam merupakan tata nilai yang bergerak di antara keharusan ajaran dan alur kebudayaan. Karena itu, dakwah dilakukan dengan senantiasa melihat aspek-aspek kebudayaan, selain aspek ajaran yang menjadi substansi informasi dalam proses tersebut. Da'wah Islam sendiri, pada hakikatnya, merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia untuk melakukan proses rekayasa sosial melalui usaha mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan berperilaku sesuai dengan tuntutan sosial dan norma ajaran.

Di samping berfungsi sebagai saluran kulturalisasi ajaran dalam dataran kehidupan masyarakat, secara makro, eksistensi dakwah juga senantiasa bersentuhan dan bergumul dengan gerak masyarakat yang mengitarinya. Sehingga pada tahap tertentu, pergumulan Islam-kebudayaan itu dapat saja melahirkan tuntunan baru berkenaan dengan proses pembentukan pranata-

pranata kehidupan lainnya, seperti pranata sosial, ekonomi, politik dan lain sebagainya. Di sinilah dakwah dapat dilihat sebagai suatu proses yang dinamis, atau suatu kekuatan yang hidup dalam mobilitas sosial tertentu, dan yang pada gilirannya merupakan daya pendorong terbentuknya sistem sosial di mana dakwah itu dilaksanakan.

Pada bahagian ini akan dijelaskan dampak perkembangan teknologi dalam kaitannya dengan diseminasi dakwah Islam. Ada tiga alasan yang mendasari ketertarikan penulis untuk mendiskusikan judul ini. *Pertama*, bahwa perkembangan teknologi komunikasi adalah suatu hal yang tidak bisa dihindarkan. Hampir dapat dipastikan, siapapun akan terlibat di dalamnya, sehingga ada tuntutan untuk mencerdasi perkembangan teknologi sebagai suatu hasil karya manusia, untuk kemudian dimaknai secara positif. *Kedua*, bahwa perkembangan teknologi komunikasi bukanlah hal yang harus dimusuhi, jika bukannya ditolak dan dihindarkan. Justru sebaliknya, kemajuan teknologi yang bersifat mondial itu harus dimanfaatkan untuk kemaslahatan, karena al-Quran juga menegaskan bahwa menggunakan teknologi komunikasi tidak dilarang, sepanjang itu dimanfaatkan untuk penguatan tugas kehambaan dan kekhalifahan. *Ketiga*, teknologi komunikasi dengan segala produk yang dihasilkannya, seperti media massa, memiliki keperkasaan untuk mengonstruksi tatanan kehidupan manusia. Teknologi komunikasi membantu penyebaran informasi sehingga bersifat tanpa batas, aksesibilitas masyarakat terhadap informasi pun tidak dapat dihambat-hambat. Kondisi ini sangat mendukung dalam efisiensi diseminasi pesan-pesan dakwah kepada masyarakat yang lebih luas.¹⁶²

¹⁶² Harold Lasswell menegaskan, bahwa media massa menyediakan stimuli yang kuat dan secara seragam mampu membangkitkan desakan emosi yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Lihat, Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), h. 197.

Paling tidak, kajian ini menjadi penting dalam upaya berbagi informasi terkait dengan perkembangan teknologi yang sedang mengemuka dan sudah banyak mendapat perhatian dari para pengkaji komunikasi. Untuk meruntutkan pembahasan makalah ini, maka pendahuluan ini akan segera disusul dengan pembahasan terkait. Dimulai dari memahami makna perkembangan teknologi komunikasi, teknologi komunikasi sebagai hasil kebudayaan manusia, dan diseminasi dakwah Islam melalui teknologi komunikasi.

2. Munculnya Teknologi Komunikasi

Perkembangan yang begitu pesat dalam bidang komunikasi, membuat para ahli menyebutnya sebagai revolusi komunikasi. Perubahan itu terjadi, seiring dengan ditemukannya berbagai temuan dibidang teknologi, sehingga apa yang menjadi kendala manusia untuk berkomunikasi, sekarang menjadi bebas tanpa batas. Revolusi komunikasi ini diawali dari terjadinya revolusi sains. Dalam istilah S. Khun, revolusi sains sebagai episode perkembangan yang terjadi, dimana paradigm lama digantikan oleh paradigma baru.¹⁶³ Bernard Cohen juga mengatakan, revolusi sains tersebut, dipahami sebagai tahapan-tahapan dalam pembangunan dan transformasi produksi ide-ide sebagai inovasi dan revolusi.¹⁶⁴

Ditinjau dari sudut kebahasaan, teknologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *tecnologia* yang berarti pembahasan sistematis mengenai seluruh seni dan kerajinan. Istilah tersebut memiliki akar kata *techne*, dalam bahasa Yunani kuno berarti seni (*art*), atau kerajinan (*craft*). Dari makna bahasa tersebut, teknologi dalam bahasa Yunani kuno dapat didefinisikan sebagai seni memproduksi alat-alat produksi dan menggunakannya. Definisi tersebut kemudian berkembang menjadi penggunaan

¹⁶³ Thomas S. Khun, *Peran Paradigma Dalam Revolusi Sain* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989), h. 100.

¹⁶⁴ Bernard Cohen, *Revolution in Science* (England: Harvard University Press, 1985), h. 5.

ilmu pengetahuan sesuai dengan kebutuhan manusia. Teknologi kemudian dimaknai sebagai pengetahuan mengenai bagaimana membuat sesuatu (*know how of making things*) atau bagaimana melakukan sesuatu (*know how of doing things*), dalam arti kemampuan untuk mengerjakan sesuatu dengan nilai yang tinggi, baik nilai manfaat maupun nilai jualnya.¹⁶⁵

Salah satu bentuk teknologi yang beberapa dekade terakhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah teknologi komunikasi dan informasi. Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke perangkat lainnya. Karena itu, teknologi komunikasi dan teknologi informasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan.

Teknologi komunikasi telah melahirkan suatu era yang sering disebut para ahli sebagai era informasi. Era ini diilhami oleh munculnya temuan-temuan baru dalam pertelekomunikasian yang didukung oleh teknologi komunikasi. Konsekuensi yang muncul pada era ini adalah terjadinya ledakan informasi yang tanpa batas. Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan *information society* (masyarakat informasi). Dalam aktivitas kehidupan masyarakat informasi, teknologi merupakan aspek paling vital dalam menuntaskan dan memudahkan berbagai persoalan kehidupan.

Bila diperhatikan, hampir setiap teknologi mempunyai dua sisi dampak, positif dan negatif. Demikian pula halnya dengan

¹⁶⁵ Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Postkolonial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012), h. 276.

perkembangan teknologi komunikasi. Berdampak positif karena teknologi komunikasi dapat mendorong lahirnya berbagai inovasi baru yang mempermudah hidup manusia. Berdampak negatif karena teknologi komunikasi memberikan dampak pada kehidupan sosial, dimana norma-norma yang berlaku seringkali diabaikan serta seringnya terjadi kejahatan teknologi yang merugikan masyarakat. Bahkan dampak negatif yang lebih jauh, teknologi komunikasi dapat mendorong terjadinya kerusakan moral dan akhlak. Tetapi menurut penulis, dampak negatif itu timbul, karena manusia salah dalam memaknai kehadiran teknologi itu.

3. Teknologi Komunikasi Sebagai Hasil Budaya Manusia

Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan paling sempurna yang diberikan potensi kelebihan berupa anugrah akal dan pikiran. Dengan kelebihan itu, manusia menciptakan karya yang berguna untuk kelangsungan hidup. Hasil cipta dan karya manusia, lazim disebut dengan istilah budaya. Mengutip penjelasan Koetjaraningrat, budaya berasal dari kata sansekerta, yaitu dari kata *buddhaya* bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti budi atau akal. Atas dasar ini, Koentjaraningrat mengartikan bahwa budaya adalah segala hal yang bersangkutan dengan budi dan akal. Karena berkaitan dengan budi dan akal, maka unsur kebudayaan mempunyai tiga wujud, yaitu: *pertama* sebagai suatu ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma peraturan dan sebagainya. *Kedua*, sebagai suatu aktifitas kelakuan berpola dari manusia dalam sebuah komunitas masyarakat. *Ketiga*, benda-benda hasil karya manusia.¹⁶⁶

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa wujud dari budaya, atau produk pemikiran, ide, gagasan manusia, termasuk di dalamnya adalah hasil karya atau temuan manusia.

¹⁶⁶ Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993), h.5-9.

Produk pemikiran manusia, sekaligus sebagai bukti manusia menggunakan dan memaksimalkan kelebihan yang diberika Tuhan kepadanya. Dengan kelebihan itu pula, manusia selalu berusaha untuk mempertahankan hidupnya sehingga mereka akan selalu membuat peralatan atau benda-benda yang dijadikan sebagai alat pertahanan. Salah satu produk budaya manusia adalah teknologi. Manusia menggunakan teknologi karena memiliki akal. Dengan akalnya manusia ingin keluar dari masalah, ingin hidup lebih baik, lebih aman, dan sebagainya. Perkembangan teknologi terjadi karena seseorang menggunakan akalnya untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapinya. Faktanya, bahwa manusia purba sebagaimana telah diteliti para antropolog, mereka menggunakan benda-benda yang dijadikan sebagai peralatan hidup. Alat yang digunakan mereka memang sangat tergolong sangat sederhana jika dibandingkan dengan sekarang ini. Tetapi bisa diyakini, bahwa benda-benda yang digunakan manusia purba, sudah termasuk canggih menurut ukuran mereka ketika itu.

Berdasarkan uraian di atas, kuat asumsi penulis, bahwa perkembangan teknologi sangat paralel dengan perkembangan serta tingkat kebutuhan manusia untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Modernisasi kehidupan manusia, diakibatkan semakin modernnya teknologi yang digunakan. Mengutip penjelasan McLuhan sebagaimana dikutip Asep Saifuddin, bahwa pola kehidupan manusia, khususnya aspek interaksi sosial di antara mereka, ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikuasai masyarakat bersangkutan. Teori ini selanjutnya dikenal dengan *technological determinism theory*.¹⁶⁷

Pada awalnya teknologi berkembang secara lambat. Tetapi seiring dengan kemajuan tingkat kebudayaan dan peradaban

¹⁶⁷ Asep Saefuddin, "Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban", dalam *Jurnal Mediator*, Vol. 9. No. 2. Desember 2008, h. 383.

manusia, perkembangan teknologi bergerak semakin cepat. Semakin maju kebudayaannya, maka semakin berkembang teknologinya. Dengan akalnya manusia ingin keluar dari masalah, ingin hidup lebih baik, lebih aman, dan sebagainya, sehingga manusia menciptakan teknologi yang lebih canggih lagi. Perkembangan pemikiran manusia yang terus melesat dari masa ke masa, memberikan efek terhadap kebudayaan yang terus mengalami kemajuan dan perubahan kearah yang lebih baik. Abad ke dua puluh merupakan kelanjutan babak dimana manusia menciptakan berbagai macam teknologi canggih yang dahulu memang sudah ada namun belum secanggih saat ini. Teknologi ini merupakan bagian dari kebudayaan manusia, karena merupakan hasil dari cipta, karsa, rasa manusia itu sendiri.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh manusia. Teknologi merupakan hasil olah pikir manusia yang pada akhirnya digunakan untuk mewujudkan berbagai tujuan hidupnya. Teknologi juga merupakan hasil perkembangan rasionalitas manusia. Karena teknologi adalah hasil karya, ide, dan gagasan manusia, maka ia akan berkembang terus secara dinamis sesuai dengan perkembangan rasionalitas manusia. Kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Disinilah terlihat, bahwa budaya itu sesungguhnya sangat mulia dan bersifat positif. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi sebagai hasil budaya manusia, telah memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini.

Teknologi berkembang dengan pesat, meliputi berbagai bidang kehidupan manusia. Perubahan kehidupan manusia yang semula berbasis pertanian menjadi berbasis industri juga sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Maka sekarang nampaknya, sangat sulit rasanya untuk memisahkan manusia dari teknologi. Bahkan dapat dikatakan, teknologi itu sudah

merupakan kebutuhan manusia. Awal perkembangan teknik yang sebelumnya merupakan bagian dari ilmu atau bergantung dari ilmu, sekarang ilmu dapat pula bergantung pada teknologi. Contohnya dengan berkembang pesatnya teknologi komputer dan teknologi satelit ruang angkasa, maka diperoleh pengetahuan baru dari hasil kerja kedua produk teknologi tersebut.

Pada era globalisasi saat ini, penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara. Negara dikatakan maju jika memiliki tingkat penguasaan teknologi tinggi (*high technology*), sedangkan negara-negara yang tidak bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi sering disebut sebagai negara gagal (*failed country*).

4. Teknologi Komunikasi dan Dakwah Islam

Dakwah adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk mentaati Allah Swt dan Rasul-Nya, mengerjakan perintah-Nya serta menjauhi segala larangan-Nya, agar tercapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Moh. Ali Aziz menyebutnya sebagai aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain, dengan berbagai cara yang bijaksana untuk menciptakan individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.¹⁶⁸

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa dakwah merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman secara sistematis, untuk memberikan sugesti cara berpikir dan bertindak dalam kerangka individu dan sosial sesuai ajaran Islam. Atau dengan kata lain, dakwah yang dimaksudkan adalah dakwah yang memberikan dasar filosofis bagi eksistensi masyarakat baru, memberikan arah perubahan menuju tatanan masyarakat adil dan makmur yang diridhoi Allah Swt. Meminjam istilah Amrullah Ahmad, yaitu

¹⁶⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 3.

masyarakat yang dapat meletakkan Islam sebagai etos kerja dan menempatkannya sebagai penggerak perubahan sosial.¹⁶⁹

Dinamisasi kehidupan global yang semakin tinggi dan kompetitif telah mengiringi umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan, dan bahkan matematis. Keadaan tersebut dipicu oleh semakin tingginya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pada satu sisi telah memberikan kemudahan bagi aktifitas manusia, dan pada sisi lainnya telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan memudarnya hubungan-hubungan sosial. Implikasi ini berlangsung demikian lama, sehingga dewasa ini telah melahirkan berbagai kenyataan sosial yang cukup bertentangan dengan cita-cita ideal Islam.

Realitas sosial tersebut ada yang tidak sesuai dengan cita ideal Islam, karenanya harus diubah melalui dakwah Islam. Mengingat kenyataan-kenyataan sosial tersebut banyak dijumpai dalam beberapa komunitas Islam dengan permasalahan yang berbeda-beda, maka diperlukan paradigma baru dalam melakukan dakwah Islam yang mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat dan juga dengan mempertimbangkan langkah-langkah strategis yang lebih mudah dilakukan dalam mengatasi persoalan umat yang semakin kompleks.

Di zaman yang semakin canggih ini, kegiatan dakwah tidak cukup hanya dengan melakukan program dakwah yang bersifat konvensional, sporadis, dan reaktif. Akan tetapi harus bersifat profesional, strategis, dan pro-aktif dengan kemajuan zaman. Salah satu strategi yang efektif untuk menyebarluaskan ajaran Islam adalah dengan menggunakan alat-alat teknologi modern di bidang informasi dan komunikasi. Kemajuan di bidang informasi dan telekomunikasi harus dimanfaatkan oleh para aktivis dakwah sebagai media dalam melakukan dakwah Islam.

¹⁶⁹ Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: PLP2M, 1985), h. 286.

Sebab dengan cara demikian ajaran agama Islam dapat diterima dalam waktu yang relatif singkat oleh sasaran dakwah dalam skala yang relatif lebih luas.

Dalam kaitan itu, Ghanie menegaskan bahwa Islam tidak melarang, untuk menggunakan segala produk yang dihasilkan oleh teknologi komunikasi, untuk mencapai kebahagiaan hakiki manusia. Dengan demikian, tidak ada alasan bagi umat Islam untuk tidak memanfaatkannya. Perkembangan teknologi media yang telah melahirkan peradaban baru, layaklah dijadikan umat Islam sebagai upaya pemakmuran bumi Allah. Kemakmuran yang dicita-citakan perlu seiring dengan fitrah kemanusiaan yang menuntut kesejahteraan rohani dan jasmani, sehingga perlu dikawal dengan nilai-nilai Islam.

Bila diperhatikan, kesadaran umat Islam untuk memanfaatkan teknologi dalam penyiaran Islam semakin meningkat. Penggunaan internet misalnya, banyak dijumpai situs-situs Islam yang bertujuan untuk penyiaran dakwah Islam. Bahkan, realitas itu juga dapat dirasakan, ketika umat Islam mulai memanfaatkan hasil teknologi, seperti surat kabar media dakwah. Misalnya, surat kabar nasional terbitan Jakarta seperti *Republika*, yang menyediakan satu kolom yang khusus memuat tulisan-tulisan keislaman dan para penulisnya tidak hanya orang-orang akademisi, tetapi sekaligus para praktisi keagamaan. Demikian juga bila diperhatikan surat kabar lokal, seperti *Waspada*, *Analisa*, terbitan Aceh, seperti *Harian Serambi*. Melihat tingginya geliat penyiaran Islam, maka pemanfaatan teknologi komunikasi menjadi kemestian yang tidak terbantahkan.

5. Dampak Teknologi Komunikasi Terhadap Dakwah

Kemajuan teknologi komunikasi yang semakin mutakhir telah menyebabkan hilangnya batas ruang dan waktu, sehingga seakan-akan dunia ini menjadi sempit dan kecil. Peristiwa apapun yang terjadi di belahan dunia ini pasti akan dengan cepat diterima dan mempengaruhi persepsi serta reaksi kita. Istilah Kenichi

Ohmae sebagaimana dikutip Dimitri Mahayana, bahwa dunia tanpa batas waktu yang digambarkan pada abad 21, adalah dunia yang menggambarkan saling ketergantungan. Kejadian di satu belahan dunia, tidak bisa dilepaskan dari apa yang terjadi dibelahan dunia lainnya.¹⁷⁰

Sebagaimana telah disampaikan di awal, bahwa teknologi sebagai hasil budaya manusia adalah suatu hal yang sangat mulia, sangat positif dalam mendukung kehidupan manusia. Tetapi salah satu fenomena menarik yang muncul pada masyarakat teknologi adalah bergeraknya manusia kepada suatu proses *dehumanisasi*. Secara perlahan tapi pasti, pada akhirnya manusia takluk pada teknologi. Indikasi ketaklukan manusia pada teknologi, dapat dilihat dari kondisi kehidupan manusia yang sudah begitu jauh dipengaruhi oleh teknologi. Contoh paling sederhana, untuk makan saja, manusia sudah diatur oleh jam.

Kemajuan teknologi merupakan bagian dari konsekuensi modernitas dan upaya eksis-tensi manusia di muka bumi. Meskipun para pakar sosiologi menegaskan, bahwa perkembangan teknologi telah menyebabkan kemajuan sekaligus kemunduran dalam kehidupan sosial budaya, apakah lantas kemudian kemajuan teknologi harus dianggap sebagai musuh, dipersalahkan, jika bukannya dihujat dengan bahasa-bahasa yang pejoratif? Munculnya sikap antipati dalam diri manusia terhadap perkembangan teknologi, disebabkan kekeliruan dalam menilai dan melihat perkembangan itu. Sifat antipasti ini, menjadi dilema yang dihadapi dunia ketiga, khususnya negara-negara Islam. Sebab itu, diperlukan kepiawaian dalam memanfaatkan teknologi itu sendiri kepada sesuatu yang bermanfaat.

Oleh karena itu, menjadi kewajiban bersamalah untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi tersebut. Institusi keluarga, pendidikan, masyarakat,

¹⁷⁰ Dimitri Mahayana, *Menjemput Masa Depan: Futuristik dan Rekayasa Masyarakat Menuju Era Global* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 97-98.

bahkan negara harus lebih menguatkan perannya sebagai *remot control* dalam mengatasi dampak negatif tersebut. Peran keluarga misalnya, harus lebih selektif dalam menentukan mana kebutuhan teknologi yang bersifat prioritas dan skala prioritas. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk mengurangi cara hidup konsumtif, materialis dan hedonis. Peran sekolah, tidak menjadikan teknologi informasi sebagai satu-satunya media pembelajaran. Misalnya, sekolah tidak hanya mendownload *e-book*, tetapi masih tetap membeli buku-buku cetak. Tidak hanya berkunjung ke *digital library*, tetapi harus berkunjung juga ke perpustakaan. Peran negara, misalnya membuat peraturan khusus untuk membatasi situs-situs di internet yang berpotensi merusak moralitas masyarakat.

Di tengah gegap gempitanya kemajuan teknologi informasi, terdapat berbagai hal yang harus dicermati oleh umat Islam. Tujuannya adalah untuk menggali lebih dalam bagaimana seharusnya masyarakat muslim memanfaatkan dan menyikapi kemajuan ini. Untuk hidup sejahtera dan makmur lahir batin, masyarakat muslim harus menempatkan fenomena tersebut sebagai pilihan satu-satunya. Siapa menguasai teknologi, dialah yang makmur, sejahtera, dan berkuasa. “Menguasai” di sini dalam arti luas, termasuk peranan penghasil (produsen), pencipta, di samping pemakai.

Saat ini kegiatan syiar keagamaan telah menembus teknologi komunikasi melalui media elektronik. Sarana ini mampu masuk ke tengah-tengah keluarga muslim. Kondisi ini memberi harapan yang baik bagi perkembangan dakwah itu sendiri. Dengan demikian, penggunaan teknologi komunikasi dalam aktivitas komunikasi/ dakwah dapat ditujukan untuk: *Pertama*, mensosialisasikan ajaran Islam itu sendiri. *Kedua*, menyediakan kebutuhan informasi bagi umat Islam. *Ketiga*, sebagai *counter* (penyeimbang) terhadap informasi yang bersifat *tendensius*, *stereotype* dan menyudutkan Islam.

Untuk mencapai tujuan di atas, dapat dilakoni oleh para pendakwah. Peran ini dikembangkan oleh para pendakwah

kontemporer, agar syiar dan muatan suci ajaran Islam tetap dapat diterima dan diaplikasikan oleh masyarakat muslim. Dengan perkembangan teknologi informasi yang dewasa ini, menyebabkan sejumlah informasi yang tidak hanya bersifat positif dan pemberdayaan umat, tetapi juga dapat menjadikan umat Islam bergeser dari pedoman hidup yang selama ini dipegangnya. Arus informasi yang dibawa oleh dinamika perkembangan teknologi tidak saja membawa pesan yang sifatnya informatif, tetapi juga dapat bersifat disinformatif, menyesatkan, bahkan mungkin hanya sekedar menjadi *junk information* (informasi sampah).

6. Perlunya Penguasaan Teknologi Informasi

Sudah menjadi pengetahuan umum (*common sense*) bahwa dasar dari peradaban modern adalah teknologi. Teknologi merupakan dasar dan pondasi yang menjadi penyangga bangunan peradaban modern barat sekarang ini. Masa depan suatu bangsa akan banyak ditentukan oleh tingkat penguasaan bangsa itu terhadap teknologi. Suatu masyarakat atau bangsa tidak akan memiliki keunggulan dan kemampuan daya saing yang tinggi, bila ia tidak mengambil dan mengembangkan teknologi. Bisa dimengerti bila setiap bangsa di muka bumi sekarang ini, berlomba-lomba serta bersaing secara ketat dalam penguasaan dan pengembangan teknologi. Karena dunia secara teknologi informasi berbentuk datar, sehingga sisi dunia akan tampak semua oleh penghuninya. Penguasaan teknologi informasi wajib dilakukan oleh umat Islam karena beberapa hal:

1. Karena pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berasal dari sumber-sumber negara Islam yang telah dibawa oleh negara-negara barat. Hal ini tentunya juga merupakan perintah Allah SWT:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا اِذَا قِيْلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوْا فِى الْمَجٰلِسِ فَلَفَسَحُوْا يَفْسَحِ اللّٰهُ
لَكُمْ ۖ وَاِذَا قِيْلَ اَنْشُرُوْا فَاَنْشُرُوْا يَرْفَعِ اللّٰهُ الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَالَّذِيْنَ اٰتَوْا الْعِلْمَ
دَرَجٰتٍ ۚ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِيْرٌ ﴿١١﴾

Artinya: Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS al Mujaadilah: 11)

2. Karena Allah akan memberikan kearifan dan juga ketentraman kepada siapa saja yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Agar umat muslim tidak bergantung kepada dunia barat (umat lain), agar juga bisa membuat solusi- solusi terhadap persoalan umat. Salah satu contoh adalah ketika umat Islam bisa merencanakan pemetaan zakat untuk mengentaskan kemiskinan dengan memanfaatkan sistem informasi geografis (GIS). Umat Islam menguasai teknologi maka akan ada rasa damai dikalangan semua umat didunia. Berikut ini disebutkan dalam al Quran:

وَمَا كَثِيْرًا حٰثِرًا اَوْ قَدْ اَلْحِكْمَةَ يُّوْتِ مَنْ يَّشَآءُ ۚ مِنَ الْاَلْحِكْمَةِ يُؤْتِي
اَلَّا تَبْبُ اُولَآءِ اِلَّا يَذْكُرُ

Artinya: Allah berikan al Hikmah (Ilmu pengetahuan, hukum, filsafat dan kearifan) kepada siapa saja yang Dia kehendaki. Dan barangsiapa yang dianugrahi al Hikmah

itu, benar-benar ia telah dianugrahi karunia yang banyak. Dan hanya orang-orang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (berdzikir) dari firman-firman Allah” (*Q.S. al-Baqarah: 269*).

3. Penguasaan teknologi Informasi akan membuat umat Islam untuk selalu mengetahui informasi terkini dan tidak gampang untuk dipecah belah oleh umat lain, sehingga dengan menguasai teknologi informasi akan mendekatkan persatuan dan kesatuan umat. Peringatan Nabi Muhammad lewat hadits yang beliau ucapkan 14 abad yang lalu mengenai setiap zaman adalah berbeda, artinya antara zaman kita dengan anak cucu kita akan berbeda karena perubahan semakin cepat. Rasulullah SAW pun memerintahkan kepada kaum muslimin seluruhnya untuk senantiasa menuntut ilmu dan menguasai ilmu itu sendiri, dalam hadits disebutkan: “Jadilah engkau orang yang berilmu (pandai) atau orang yang belajar, atau orang yang mau mendengarkan ilmu, atau orang yang menyukai ilmu. Dan janganlah engkau menjadi orang yang kelima maka kamu akan celaka” (H.R. Baihaqi).

Dalam sebuah hadits yang lain Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa yang menempuh suatu jalan dalam rangka mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga, dan sesungguhnya para malaikat membentangkan sayapnya karena ridla (rela) terhadap orang yang mencari ilmu. Dan sesungguhnya orang yang mencari ilmu akan memintakan bagi mereka siapa-siapa yang ada di langit dan di bumi bahkan ikan-ikan yang ada di air. Dan sesungguhnya keutamaan orang yang berilmu atas orang yang ahli ibadah seperti keutamaan (cahaya) bulan purnama atas seluruh cahaya bintang. Sesungguhnya para ulama itu adalah pewaris para Nabi, sesungguhnya para Nabi tidak mewariskan dinar

dan dirham, akan tetapi mereka mewariskan ilmu, maka barang siapa yang mengambil bagian untuk mencari ilmu, maka dia sudah mengambil bagian yang besar” (H.R. Ahmad, Tirmidzi, Abu Dawud, dan Ibnu Majjah).

7. Integrasi Teknologi dan Dakwah

Penguasaan teknologi bagi kaum muslim telah dijelaskan sebagaimana disebutkan di dalam hadits: “Barangsiapa ingin berjaya di dunia, maka wajib baginya menguasai ilmu; barang siapa ingin berjaya di kehidupan akhirat maka wajib baginya menguasai ilmu; barangsiapa ingin berjaya di dunia dan akhirat, maka wajib baginya menguasai ilmu” (HR al Bukhari).

Perubahan lingkungan yang serba cepat dewasa ini sebagai dampak globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, harus diakui telah memberikan kemudahan terhadap berbagai aktifitas dakwah Islam. Di sisi lain, memunculkan kekhawatiran terhadap perkembangan perilaku khususnya para pelajar dan generasi muda kita, dengan tumbuhnya budaya kehidupan baru yang cenderung menjauh dari nilai-nilai spiritualitas. Dakwah Islam memang harus sudah selayaknya untuk dibuat semenarik mungkin (interaktif) dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat yang utama. Dari sisi positif, perkembangan teknologi telah memunculkan kesadaran yang kuat pada sebagian pelajar kita akan pentingnya memiliki keahlian dan keterampilan. Utamanya untuk menyongsong kehidupan masa depan yang lebih baik, dalam rangka mengisi era milenium ketiga yang disebut sebagai era informasi dan era bio teknologi. Ini sekurang-kurangnya telah memunculkan sikap optimis, generasi pelajar kita umumnya telah memiliki kesiapan dalam menghadapi perubahan itu.

Don Tapscott dalam bukunya *Grown Up Digital* telah melakukan survei terhadap para remaja di berbagai negara. Ia menyimpulkan, ada sepuluh ciri dari generasi nol (*zero*), yang

akan mengisi masa tersebut. Ciri-ciri itu, para remaja umumnya memiliki pengetahuan memadai dan akses yang tak terbatas. Bergaul sangat intensif lewat internet, cenderung inklusif, bebas berekspresi, hidup didasarkan pada perkembangan teknologi, sehingga inovatif, bersikap lebih dewasa, *investigative* arahnya pada *how use something as good as possible* bukan *how does it work*. Mereka pemikir cepat (*fast thinker*), peka dan kritis terutama pada informasi palsu, serta cek ricek menjadi keharusan bagi mereka.¹⁷¹

Sikap optimis terhadap keadaan sebagian generasi muda ini tentu harus diimbangi dengan memberikan pemahaman, arti penting mengembangkan aspek spiritual keagamaan dan aspek pengendalian emosional, sehingga tercapai keselarasan pemenuhan kebutuhan otak dan hati. Penanaman kesadaran pentingnya nilai-nilai agama memberi jaminan kepada para remaja akan kebahagiaan dan keselamatan hidup, bukan saja selama di dunia tapi juga kelak di akhirat.

Ada banyak hal yang sudah dihasilkan oleh teknologi untuk dakwah Islam sebagai bagian dari integrasi itu sendiri, al-Quran digital, akses hadits shahih yang bisa dilakukan dimana saja, silaturahmi yang tidak pernah putus karena sudah ada *handphone*, jejaring sosial dan sebagainya. Bahkan media pembelajaran yang menyenangkan dengan menggunakan *game* untuk memperdalam ilmu Islam itu sendiri.

¹⁷¹ Tapscott, Don. 2009. *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw Hill.h.81

BAB II

SEJARAH PERKEMBANGAN MEDIA

Sudah menjadi fitrahnya, manusia sebagai makhluk sosial, senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Ramai pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya? Teori dasar Biologi menyebutnya adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Harold D. Laswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi.

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui

peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana orangtua mengajarkan tatakrama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negara. Bagaimana media menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang dilayaninya.

Ketiga fungsi menjadi patokan dasar bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat. Profesor David K. Berlo dari Michigan State University menyebut secararingkas bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Brynes, 1965).

Dengan demikian bahwa komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ia diperlukan untuk mengatur tatakrama pergaulan antar manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer, pedagang, pramugari, pemuka agama, penyuluh lapangan, pramuniaga, dan lain sebagainya. Sehingga, keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan termasuk karir mereka, banyak ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi.

Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu dalam bentuk bahasa verbal.

Usaha-usaha manusia untuk berkomunikasi lebih jauh, terlihat dalam berbagai bentuk kehidupan mereka di masa lalu. Pendirian tempat-tempat pemukiman di daerah aliran sungai dan tepi pantai, dipilih untuk memudahkan mereka dapat berkomunikasi dunia luar dengan memakai perahu, rakit, dan sampan. Pemukulan gong di Romawi dan pembakaran api yang mengepulkan asap di Cina adalah simbol-simbol komunikasi yang dilakukan oleh para serdadu di medan perang. Dan masih banyak lagi usaha manusia untuk berkomunikasi dengan simbol atau lambang. Dengan demikian, komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya diakui oleh hampir semua agama.

Disamping itu, komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya. Komunikasi membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendak, sikap dan perilaku

orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas. Sebagai contoh, sebuah konferensi yang diselenggarakan untuk ASEAN misalnya peserta tidak perlu beramai-ramai ke Singapore. Mereka cukup menekan tombol komputer yang dihubungkan dengan satelit, maka terbukalah kesempatan untuk berdialog dengan peserta lainnya yang tetap tinggal di negara masing-masing.

Begitu besarnya pengaruh komunikasi dalam kehidupan kita maka Peter Drucker seorang analis manajemen Amerika menilai bahwa: di negara-negara yang sudah maju, maka setiap pembelanjaan dalam bentuk dollar, selain untuk makanan dan pakaian dihabiskan untuk kepentingan komunikasi. Drucker membuktikannya dengan menunjuk pembayaran telepon, telex, perangko, pajak TV, radio, surat kabar, seminar, menonton, rekreasi, buku, majalah, komputer semuanya untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Sebelum ditemukannya teknologi informasi yang canggih menjangkau jarak yang jauh dan bersifat global. Teknologi informasi dan komunikasi pertama kali dalam sejarah dimulai dengan tradisi media lisan berkomunikasi dengan cara verbal dan tulisan pada daun-daun ataupun tanah liat. Periode ini disebut juga dengan periode history awal, terjadi sejak 4000 tahun sebelum masehi era komunikasi tulisan ini dimulai ketika bangsa sumeria mulai menulis dalam lembaran tanah liat. Pada tahun 2000 sebelum masehi bangsa Mesir Kuno menggunakan papirus untuk menyampaikan pesan tertulis dan merekam informasi. Pada era bangsa Maya dan bangsa Cina mengembangkan sistem tulisan mereka secara independen, bahkan di Cina pada tahun 1041 yaitu Pi Seng telah menemukan sejenis alat cetak buku yang sederhana (Moerdiati,2012:29).

Pada periode perkembangan selanjutnya, tradisi media lisan kemudian berkembang seiring dengan ditemukannya sejenis alat cetak buku. Sekitar tahun 1900 yang merupakan era awal masyarakat industri mulai memasuki tradisi baru dalam teknologi informasi dan komunikasi. Berkembang dari tradisi media lisan,

informasi dan komunikasi kemudian dilakukan melalui paper-based communication. Proses telekomunikasi dilakukan dengan mengandalkan individu-individu sebagai pengantar pesan. Contohnya tukang pos, loper koran, kurir pribadi kalangan borjuis. Produk dari paper-based information ini tidak lain adalah buku, koran, majalah, dan lain-lain. Proses informasi secara mekanik mengandalkan mesin-mesin lebih canggih masih terbatas sampai dengan era awal abad 19 yang ditandai dengan penemuan telephone dan juga telegraph untuk menyampaikan pesan. Kala itu telepon hanya dinikmati oleh kalangan borjuis serta kebutuhan perusahaan, menggunakan kabel dan memutar atau memencet tombol angka pada telepon.

Sejak ribuan tahun lalu media telah dipergunakan khalayak untuk menghubungkan semua orang dari berbagai belahan dunia. Berbagai informasi dan pesan yang disampaikan melalui televisi, radio, surat kabar, maupun internet menjadi bagian dari peran serta fungsi media. Awalnya penyampaian informasi pada khalayak dilakukan dengan menggunakan beberapa benda seperti batu, bambu, sutra, serta kulit hewan. Salah satu contoh dari media penyampaian informasi melalui benda tersebut terlihat di Roma. Kala itu sekitar 59 Sebelum Masehi, pemerintah Romawi menerbitkan Acta Diurna yakni sebuah buletin pengumuman berisi catatan harian yang dipahat pada lempengan batu atau logam. Acta Diurna biasa dipasang di tempat umum sesuai perintah sang raja Romawi, Gaius Julius Caesar.

Selanjutnya pada abad ke-8 sekitar tahun 713-714 Masehi perkembangan media mulai terjadi di negara China. Kala itu dinasti Tang yang sedang memimpin China menerbitkan berita pemerintahan mereka melalui Kaiyuan Za Bao yakni sebuah buletin pengumuman yang ditulis tangan pada selebar kain sutra. Kemudian perkembangan media terlihat semakin pesat kala kertas ditemukan di China. Sejak saat itu media penyampaian informasi BERUBAH dan menjadi semakin simple serta ringkas. Tidak berat dan susah dibawa seperti saat

menggunakan batu ataupun bambu serta tidak mahal seperti saat menggunakan kain sutra.

Perubahan demi perubahan pada media penyampaian informasi semakin terlihat kala ilmuwan Jerman, Johannes Gutenberg, menemukan mesin cetak pada tahun 1455. Perubahan awal terlihat ketika media yang digunakan daun atau tanah liat sebagai medium sampai percetakan. Gutenberg mulai mencetak Bible melalui teknologi cetak yang telah ditemukannya. Teknologi mesin cetak Gutenberg mendorong juga peningkatan produksi buku yang tidak sedikit. Teknologi percetakan sendiri menciptakan momentum yang justru menjadikan teknologi ini semakin mendorong dirinya untuk berkembang lebih jauh.

Tanda-tanda perkembangan media cetak adalah melek huruf (kemampuan untuk baca- tulis). Memang melek huruf adalah kondisi yang dimiliki oleh kaum elite. Bahasa yang berkembangpun hanya beberapa bahasa pokok, bahasa latin-misalnya. Perkembangan pendidikan pada abad 14 juga mendorong perkembangan orang yang melek huruf. Perkembangan social pun mendorong kemampuan baca tulis orang kebanyakan, sehingga perkembangan dramatis media cetak semakin luas.

Pada periode perkembangan selanjutnya, tradisi media lisan kemudian berkembang seiring dengan ditemukannya sejenis alat cetak buku. Sekitar tahun 1900 yang merupakan era awal masyarakat industri mulai memasuki tradisi baru dalam teknologi informasi dan komunikasi. Berkembang dari tradisi media lisan, informasi dan komunikasi kemudian dilakukan melalui paper-based communication. Proses telekomunikasi dilakukan dengan mengandalkan individu-individu sebagai pengantar pesan. Contohnya tukang pos, loper koran, kurir pribadi kalangan borjuis. Produk dari paper-based information ini tidak lain adalah buku, koran, majalah, dan lain-lain. Proses informasi secara mekanik yang mengandalkan mesin-mesin lebih canggih masih terbatas sampai dengan era awal abad 19 yang ditandai dengan penemuan telephone dan juga telegraph untuk menyampaikan

pesan. Kala itu telepon hanya dinikmati oleh kalangan borjuis serta kebutuhan perusahaan, menggunakan kabel dan memutar atau memencet tombol angka pada telepon.

Seiring perkembangan zaman khususnya dalam dunia teknologi komunikasi terus mengalami perubahan dari masa ke masa, mulai dari zaman pra sejarah sampai di era modern seperti saat ini. Pada zaman modern seperti saat ini teknologi komunikasi sangat cepat mengalami perkembangan yang semakin canggih, yang mempermudah manusia untuk berkomunikasi, sehingga membantu manusia dalam mengerjakan suatu hal dalam segala aspek kehidupan.

Dalam dunia perkembangan teknologi komunikasi itu sendiri tidak lepas dari sejarah yang telah dilalui oleh para ilmuwan dalam mengembangkan teknologi. Pada masa prasejarah (3000 SM) teknologi komunikasi mulai diciptakan. Manusia sudah mulai mencoba berkomunikasi dengan simbol-simbol dan isyarat. Hal ini merupakan titik awal perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi selanjutnya, yaitu dengan diciptakan dan digunakannya alat-alat yang menghasilkan bunyi dan isyarat, seperti gendang, terompet yang terbuat dari tanduk binatang, serta isyarat asap sebagai alat pemberi peringatan terhadap bahaya. Teknologi komunikasi tersebut semakin berkembang mulai dari menggunakan burung merpati, telegraf, telegram, surat-menyurat hingga email yang kemudian semakin berkembang pesat menjadi telepon, dan lain-lain.

Merpati adalah salah satu alat komunikasi mengantar surat atau pesan, Merpati dipilih karena burung ini pintar, memiliki daya ingat kuat, kemampuan navigasi dan naluri alamiah untuk kembali ke sarang, metode ini berasal dari orang-orang Persia yang melatih burung-burung merpati. Pertama kali digunakan oleh Sultan Bagdad, Nuruddin (1416) untuk mengirimkan pesan sekitar kerajaannya. Orang Romawi menggunakan merpati pos untuk mengirim pesan kepada pasukan militernya. Orang Yunani memberitahukan pemenang olimpiade melalui merpati pos. pada masa perang dunia pertama

(1914-1918) pun pasukan Amerika menggunakan permati pos untuk komunikasi.

Telegraf merupakan alat untuk mengirim dan menerima pesan dari jarak jauh. Alat ini ditemukan oleh seorang warga Amerika, Samuel F.B. Morse bersama asistennya Alexander Bain pada tahun 1837. pesan pertamanya dikirim pada 6 Januari 1838. pesan yang dikirimkan oleh perator menggunakan kode morse. Pesan ini sering dinamakan pesan kabel atau kawat. Media ini sangat efektif dan dulu menjadi primadona meskipun yang bisa mengirim dan menerima hanyalah orang yang paham kode Morse.

Penemuan telepon dipicu oleh permintaan penggunaan telegraf yang semakin berkembang dan meningkat. Telephon pun ditemukan pada sekitar tahun 1876 oleh Alexander Graham Bell. Di Indonesia telephon lokal pertama digunakan sejak 16 Oktober 1882 yang diselenggarakan pihak swasta. Jaringan telephon pertama ini menghubungkan Gambir dan Tanjung Priok (Batavia). Selanjutnya jaringan telephon dibuat di kota-kota besar lainnya. Tahun 1906, perusahaan jaringan telephon diambil alih dan dikelola Pemerintah Hindia Belanda melalui PTT (Post, Telegraf, Tetephon) Dienst.

Telegram baru dipopulerkan pada tahun 1920-an. telegram berisi kombinasi kode yang ditransmisikan oleh telegraf. Telegram ini tarif mengirimannya lebih murah dari telephon, meskipun tarifnya dihitung berdasarkan jumlah karakter termasuk tanda baca. Namun waktu yang dibutuhkan pun sangat singkat, kurang dari satu hari, tidak seperti surat. Di Indonesia, telegram dipopulerkan oleh perusahaan Telkom. Ada dua jenis telegram, telegram biasa dan Indah. Tetegram biasa berwarna biru muda, sedangkan telegram indah biasa dikirimkan pada hari-hari khusus seperti hari raya atau tahun baru.

Berdasarkan teori "*The Historical Context Internasioanal Communication*" pentingnya mengetahui sejarah perkembangan teknologi komunikasi saat ini, dari berbagai jenis alat komunikasi dari pra sejarah hingga di masa modern saat ini. Kita menjadi

paham akan sejarah perkembangan teknologi yang semakin cepat dan semakin canggih yang dapat digolongkan menjadi dua, yaitu media cetak dan elektronik.

A. MEDIA CETAK

Surat kabar merupakan media yang paling tua dibandingkan dengan jenis media lainnya. Diketahui bahwa sejak zaman prasejarah, tepatnya tahun 59 Sebelum Masehi, bentuk paling sederhana dari surat kabar telah ada di Roma saat di bawah kekuasaan Julius Caesar. Bentuknya hanya berupa lembar harian dan isinya pun masih sebatas pemberitahuan penting dari kerajaan. Lembaran tersebut dinamai *Acta Diurna* (berasal dari bahasa Yunani, dalam bahasa Indonesia berarti catatan harian).

Tercatat oleh sejarah surat kabar dimulai sejak ditemukan mesincetak oleh Johann Gutternberg di Jerman pada tahun 1451. Meski sumber lain menyebutkan bahwa teknologi cetak telah ada di Cina sejak tahun 748. Adapun lembar berita pertama yang dicetak, terbit di Jerman pada tahun 1502 dengan istilah *Zeitung*. Berlanjut tahun 1513, *Trewe Encountre* hadir sebagai lembar berita pertama yang berbahasa Inggris. Namun keduanya belum terbit secara teratur. Barulah pada tahun 1609, prototipe pertama surat kabar di Eropa yang terbit secara rutin, diterbitkan di Bremen, Jerman. Pada tahun yang sama, surat kabar yang sangat sederhana terbit di Strasborg. Bentuk surat kabar yang sesungguhnya terbit pada tahun 1620 di Frankfurt, Berlin, Humberg, Vienna, Amsterdam, dan Antwerp (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975: 206).

Sedangkan di Inggris, surat kabar pertama yang masih sederhana terbit pada tahun 1621. Memasuki tahun 1665, hadir di Oxford surat kabar yang dianggap sebagai surat kabar yang benar karena terbit secara teratur yaitu *Oxford Gazette*. Beberapa bulan kemudian ketika pemerintahan pindah ke London, surat kabar tersebut berubah namanya menjadi *London Gazette*. Surat mabar tersebut menggunakan dua kolom untuk pertama

kalinya. Sedangkan di Amerika, baru ada surat kabar pertama bagi warga utara, yaitu Publick Occurrences Both Foreign and Domestick pada tahun 1690 di Boston.

Memasuki abad ke-17, surat kabar mulai mengalami perkembangan yang menakjubkan. Salah satu indikasinya adalah lahirnya surat kabar harian pertama bernama The Daily Courant pada tahun 1702 di London. Selanjutnya, di London pula, pada tahun 1754, The Daily Advertiser tercatat sebagai surat kabar pertama yang berformat empat kolom. Seakan tak mau kalah, di Perancis dan di Amerika Serikat pun hadir surat kabar harian yang pertama yaitu Journal de Paris pada tahun 1777 dan Pennsylvania Packet (Pennsylvania Evening Post) tahun 1784.

Meskipun demikian, sampai tahun 1830-an, surat kabar masih relatif mahal harganya dan hanya dibaca oleh golongan elit, serta para politikus. Pada tahun 1833 barulah surat kabar bertransformasi menjadi lebih terjangkau bagi kalangan luas. Perkembangan teknologi percetakanlah yang telah mengakibatkan proses pencetakan semakin cepat, sehingga surat kabar semakin terjangkau oleh masyarakat karena harganya murah. Menjelang akhir abad ke-18 itu pula, surat kabar terus menunjukkan peningkatan yang berarti dari segi kualitas penyajian. Hal itu mulai ditandai dengan digunakannya telegraf sebagai penunjang kerja pada tahun 1847. Pada tahun 1873, surat kabar berilustrasi dapat dilihat di New York. Pada tahun 1878, untuk pertama kalinya, iklan terlihat sehalaman penuh surat kabar, dan tahun 1880, giliran fotografi yang terlihat pada surat kabar untuk pertama kalinya.

Seiring dengan perkembangan yang sudah sangat signifikan surat kabar yang telah kita kenal sudah semakin baik. Dan surat kabar yang kita ketahui sekarang sudah memiliki kebutuhan, penemuan, khalyak luas, perusahaan bebas, dan ukuran yang professional.

Majalah yang diterbitkan oleh Johann Rist, yang merupakan seorang teolog dan penyiar dari Hamburg, Jerman.

Adalah majalah yang paling awal diterbitkan pada tahun 1663-1668 yaitu *Erbauliche Monaths - Unterredungen*. Pada awal terbitnya, majalah hanya didesain untuk kalangan terbatas. Penerbitnya lebih suka disebut sebagai pengelola *quality magazine*. Sumber lain mengatakan bahwa majalah pertama yang terbit di Inggris pada tahun 1731 yaitu *Gentleman Magazine*. Majalah ini berisi berbagai topik tentang sastra, politik, biografi, dan kritisisme. Majalah ini menjadi contoh karakter umum majalah yang biasa dijumpai saat ini, misalnya berisi humor, esai politik, sastra, musik, teater, hingga kabar orang-orang ternama. Sepuluh tahun sesudahnya, muncul majalah pertama di Amerika Serikat. Namun sumber lain seperti *Encyclopedia Americana* menyebutkan, majalah dalam bentuk sebagai sisipan dari surat kabar sudah terbit sejak 1665 di Prancis, yakni *Le Journal de savants*. Majalah periodik ini berisi berita penting dari berbagai buku dan penulis, komentar seni, filsafat, dan iptek.

Penyebaran teknik cetak foto (*photoengraving*) sejak akhir abad 19 memudahkan dan mempercepat reproduksi aspek seni koran dan majalah. Biayanya pun menjadi lebih murah jika dibandingkan dengan teknik lama yang masih menggunakan batangan-batangan kayu, *zincograph*, dan pelat-pelat baja.

Pada umumnya, majalah yang mampu bertahan ialah majalah yang bersifat khusus. Maka, diciptakanlah majalah yang isinya sesuai dengan selera dan kepentingan orang banyak. *Munsey's* dan *McClure's* mulai menyajikan liputan olahraga di Harvard yang disusul dengan artikel olahraga umum, tulisan tentang perang, lagu-lagu populer, para pesohor (*selebritis*), dan sebagainya. Curtis lalu menerbitkan majalah khusus kaum ibu, *Ladies' Home Journal*, yang kemudian menjadi majalah pertama yang mencapai tiras 1 juta. Majalah-majalah khusus seni dan arsitektur, kesehatan, dan sebagainya segera ikut bermunculan.

B. MEDIA ELEKTRONIK

Perkembangan teknologi komunikasi kini sudah semakin pesat, seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern. Hal ini dibuktikan dengan ditemukannya media elektronik. Namun kemajuan ini secara sadar ataupun tidak sadar telah banyak merubah pola perilaku masyarakat.

1. Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Sejarah radio adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinyu baik melalui modulasi amplitudo (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio.

Awal 1800-an secara terpisah Joseph Henry, Profesor dari Pinceton University, dan fisikawan Inggris Michael Faraday mengembangkan teori induksi. Percobaan mereka terhadap elektromagnet membuktikan arus listrik di sebatang kawat dapat menimbulkan arus di batang kawat lain, meski keduanya tidak berhubungan. Dasar teori dari perambatan gelombang elektromagnetik pertama kali dijelaskan pada 1873 oleh James Clerk Maxwell dalam papernya di Royal Society mengenai teori dinamika medan elektromagnetik (bahasa Inggris: *A dynamical theory of the electromagnetic field*), berdasarkan hasil kerja penelitiannya tahun 1864. Fisikawan Inggris James Clerk Maxwell, berteori bahwa arus listrik dapat menciptakan medan

magnet dan bahwa gelombang elektromagnet bergerak dengan kecepatan cahaya.

Pada 1878 David E. Hughes adalah orang pertama yang mengirimkan dan menerima gelombang radio ketika dia menemukan bahwa keseimbangan induksinya menyebabkan gangguan ke telepon buatanya. Dia mendemonstrasikan penemuannya kepada Royal Society pada 1880 tapi hanya dibidang itu cuma merupakan induksi. Teori Maxwell itu belakangan dibuktikan kebenarannya oleh percobaan yang dilakukan fisikawan Jerman Heinrich Hertz, tahun 1880. Heinrich Rudolf Hertz yang, antara 1886 dan 1888, pertama kali membuktikan teori Maxwell melalui eksperimen, memperagakan bahwa radiasi radio memiliki seluruh properti gelombang (sekarang disebut gelombang Hertzian), dan menemukan bahwa persamaan elektromagnetik dapat diformulasikan ke persamaan turunan partial disebut persamaan gelombang.

Baru kemudian Guglielmo Marconi pada 1895, berhasil mengirim sinyal komunikasi radio dengan gelombang elektromagnet sejauh, 1,5 km. Tahun 1901, sinyal dari perangkat radio Marconi mampu melintasi Samudera Atlantik dari Inggris ke Newfoundland, Kanada dan dunia inovasi radio mencatat nama Guglielmo Marconi, sebagai penemu radio. Namun dibalik semua ketenaran Marconi sebagai Penemu Radio, fisikawan kelahiran Kanada Reginald A. Fessenden- lah yang pertama kali mentransmisikan suara manusia via radio ketika pada 1906, ia berbicara melalui radio dari Brant Rock, Massachusetts, AS, kepada kapal-kapal di lepas pantai Samudera Atlantik. Sejak itu radio terus berkembang makin sempurna, didukung oleh pelbagai temuan secara bertahap.

John Ambrose Fleming pada tahun 1904 menemukan bahwa tabung audion dapat digunakan sebagai receiver nirkabel bagi teknologi radio ini. Para ilmuwan mengembangkan tabung hampa udara yang bisa melacak dan memperkuat sinyal radio. Penemu AS Dr. Lee De Forest mematenkan tabung elektron yang terdiri dari tiga elemen (triode audion) tahun 1907, yang

kemudian menjadi elemen penting dalam penerimaan sinyal radio. Tabung Audion yang diberi nama tabung Lee De Forest ini memungkinkan gelombang suara ditransmisikan melalui sistem komunikasi nirkabel. Namun, gelombang yang dipancarkannya masih terlalu lemah.

Pada 1912 kemampuan penerimaan ini ditingkatkan lagi oleh Edwin Howard Armstrong yang menemukan penguat gelombang radio/radio amplifier. Alat ini bekerja menangkap sinyal elektromagnetik dari transmisi radio dan memberikan sinyal balik dari tabung. Dengan begitu kekuatan sinyal meningkat sebanyak 20.000 kali perdetik. Suara yang ditangkap juga jauh lebih kuat. Penemuan ini kemudian menjadi sangat penting dalam sistem komunikasi radio karena jauh lebih efisien. Nama: Muh. Syarifudin Noor Edwin Howard Armstrong, yang menciptakan sirukit superheterodyne 1918. Sirkuit ini punya kemampuan seleksi yang tinggi. Armstrong pula berjasa mengembangkan sistem siaran FM pada 1933 yang dikenal sebagai "Bapak penemu radio FM". Namun hak paten atas amplifier jatuh ke tangan Dr. Lee deforest. Sampai saat ini radio amplifier masih menjadi teknologi inti pada pesawat radio. Penelitian demi penelitian pun terus dia lakukan untuk lebih menyempurnakan suara radio tersebut.

Pada 1933 Amstrong memperkenalkan sistem radio FM (*frequency modulation*), yang memberi penerimaan jernih meskipun ada badai dan menawarkan ketepatan suara yang tinggi yang sebelumnya belum ada. Sistem tersebut juga menyediakan sebuah gelombang tunggal membawa dua program radio dengan sekali angkut. Pengembangan ini disebut dengan multiplexing. Atas kejernihan suara yang dihasilkannya, saluran FM mendominasi sistem radio dan bahkan digunakan untuk komunikasi oleh Badan Antariksa Nasional Amerika, NASA. 9. Martin Block lahir di Los Angeles, California pada tahun 1901. Pada tahun 1935, sementara pendengar ke New York sedang menunggu perkembangan penculikan Lindbergh, Blok menghibur para pendengarnya dengan memainkan catatan antara berita

Lindbergh. Block adalah orang pertama yang menyiarkan program musik dengan menggunakan lat pemutar musik. dia mendapat penghargaan diangkat ke Radio Of flame. 10. Novy (Angkatan Laut USA), Novy adalah orang pertama yang membuat istilah "Broadcasting". Ia menggunakan istilah ini untuk berkomunikasi antara komandan dengan pasukan untuk menyusun strategi perang. 11. Olson Wales adalah orang yang membuat drama radio tentang Perang Dunia I dengan memunculkan tokoh makhluk luar angkasa. Kehadiran tokoh ini mampu membangkitkan emosi pendengar pada saat itu.

Pada saat berdirinya International Amateur Radio Union (IARU) tahun 1925, wilayah nusantara masih dikuasai oleh Belanda, dan pada saat itu tengah berkecamuk Perang Dunia Pertama. Pada saat itu, komunikasi antara Netherland dengan Hindia Belanda (julukan untuk wilayah Nusantara) hanya mengandakan saluran kabel Laut yang melintas Teluk Aden yang dikuasai oleh Inggris.

Timbul kekhawatiran Belanda atas saluran komunikasi tersebut, mengingat Inggris terlibat dalam Perang Dunia Pertama tersebut sedangkan Belanda ingin bersikap netral. Oleh karenanya, dilakukanlah berbagai percobaan dengan menempatkan beberapa stasiun relay di Malabar, Sumatra, Srilangka dan beberapa tempat lagi.

Radio Malabar, berdiri tanggal 5 Mei 1923, merupakan pemancar yang menggunakan teknologi arc transmitter terbesar di dunia. Arc transmitter yang besar dengan kekuatan 2400kW yang dibuat oleh Klaas Dijkstra yang bekerja untuk Dr. Ir. De Groot. Input power pemancar Radio Malabar adalah 3,6 MegaWatt dan bekerja pada frekuensi 49.2kHz dengan panjang gelombang 6100m dengan menggunakan callsign PMM. Daya untuk pemancar Radio Malabar dibangkitkan oleh sebuah pembangkit tenaga air buatan Amerika yang terletak di Pengalengan dengan tegangan 25kV.

Radio Malabar merupakan cikal bakal amatir radio di Indonesia dan merupakan radio pertama di Indonesia untuk

komunikasi jarak jauh. Frekuensi yang digunakan masih sangat rendah dalam panjang gelombang sangat panjang, tidak mengherankan jika antenna yang digunakan harus dibentangkan memenuhi gunung Malabar di Bandung Selatan. Sisa-sisa Radio Malabar masih terdapat di sana, yaitu berupa tiang-tiang antena-antena besar dan tinggi di tengah hutan.

2. Televisi

Penemu Televisi Adalah J.L. Baird & C.F. Jenkins berasal dari Negara Amerika. Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna Penemuan televisi melibatkan banyak pihak namun tidak dapat dipisahkan dari penemu dasar tentang Gelombang Elektromagnet yaitu Joseph Henry dan Michael Faraday (1831). Berikut para penemu yang terlibat dalam penemuan massal tersebut baik perorangan maupun badan usaha: 1876-George Carey menciptakan selenium camera yang digambarkan dapat membuat seseorang melihat gelombang listrik. Belakangan, Eugen Goldstein menyebut tembakan gelombang sinar dalam tabung hampa itu dinamakan sebagai sinar katoda. 1884-Paul Nipkov, Ilmuwan Jerman, berhasil mengirim gambar elektronik menggunakan kepingan logam yang disebut teleskop elektrik dengan resolusi 18 garis. 1888-Freidrich Reinitzeer, ahli botani Austria, menemukan cairan kristal (liquid crystals), yang kelak menjadi bahan baku pembuatan LCD. Namun LCD baru dikembangkan sebagai layar 60 tahun kemudian.

1897-Tabung Sinar Katoda (CRT) pertama diciptakan ilmuwan Jerman, Karl Ferdinand Braun. Ia membuat CRT dengan layar berpendar bila terkena sinar. Inilah yang menjadi dasar televisi layar tabung. 1900-Istilah Televisi pertama kali dikemukakan Constatin Perskyl dari Rusia pada acara International Congress of Electricity yang pertama dalam Pameran Teknologi Dunia di Paris. 1907-Campbell Swinton dan

Boris Rosing dalam percobaan terpisah menggunakan sinar katoda untuk mengirim gambar.

1927-Philo T Farnsworth ilmuwan asal Utah, Amerika Serikat mengembangkan televisi modern pertama saat berusia 21 tahun. Gagasannya tentang image dissector tube menjadi dasar kerja televisi. 1929-Vladimir Zworykin dari Rusia menyempurnakan tabung katoda yang dinamakan kinescope. Temuannya mengembangkan teknologi yang dimiliki CRT. 1940-Peter Goldmark menciptakan televisi warna dengan resolusi mencapai 343 garis.

1958-Sebuah karya tulis ilmiah pertama tentang LCD sebagai tampilan dikemukakan Dr. Glenn Brown. 1964-Prototipe sel tunggal display Televisi Plasma pertamakali diciptakan Donald Bitzer dan Gene Slottow. Langkah ini dilanjutkan Larry Weber. 1967-James Fergason menemukan teknik twisted nematic, layar LCD yang lebih praktis. 1968-Layar LCD pertama kali diperkenalkan lembaga RCA yang dipimpin George Heilmeier. 1975-Larry Weber dari Universitas Illionis mulai merancang layar plasma berwarna.

1979-Para Ilmuwan dari perusahaan Kodak berhasil menciptakan tampilan jenis baru organic light emitting diode (OLED). Sejak itu, mereka terus mengembangkan jenis televisi OLED. Sementara itu, Walter Spear dan Peter Le Comber membuat display warna LCD dari bahan thin film transfer yang ringan. 1981-Stasiun televisi Jepang, NHK, mendemonstrasikan teknologi HDTV dengan resolusi mencapai 1.125 garis.

1987-Kodak mematenkan temuan OLED sebagai peralatan display pertama kali. 1995- Setelah puluhan tahun melakukan penelitian, akhirnya proyek layar plasma Larry Weber selesai. Ia berhasil menciptakan layar plasma yang lebih stabil dan cemerlang. Dekade 2000-Masing masing jenis teknologi layar semakin disempurnakan. Baik LCD, Plasma maupun CRT terus mengeluarkan produk terakhir yang lebih sempurna dari sebelumnya.

3. Telegraf/Telegram

Samuel F. B. Morse seorang berkebangsaan Amerika adalah orang pertama yang menemukan telegram sebagai alat pengirim telegram. Telegram mulai dipopulerkan pada tahun 1920-an. Pada saat itu tarif pengiriman telegram lebih murah daripada tarif telepon. Tarif mengirim telegram dihitung berdasarkan jumlah karakternya, termasuk tanda baca. Jangkauan pengiriman berita melalui telegram meliputi lokal maupun internasional. Waktu yang dibutuhkan untuk mengirim telegram adalah kurang dari satu hari. Keunikan dari telegram adalah tanda baca dituliskan. Telegram yang populer di Indonesia berada dibawah naungan perusahaan Telkom.

Sekitar tahun 1920 John Logie Baird (1888-1946) dan Charles Francis Jenkins(1867-1934) menggunakan piringan karya Paul Nipkow untuk menciptakan suatu sistem dalam penangkapan gambar, transmisi, serta penerimaannya. Mereka membuat seluruh sistem televisi ini berdasarkan sistem gerakan mekanik, baik dalam penyiaran maupun penerimaannya. Pada waktu itu belum ditemukan komponen listrik tabung hampa (Cathode Ray Tube).

Kata telegram terdiri dari dua kata yaitu *tele* yang berarti jauh dan *gram* artinya tulisan. Secara umum pengertian telegram adalah tulisan, atau yang dikirim dan jarak jauh dengan bantuan pesawat telegram Alat untuk mengirim telegram disebut telegraf.

Telegraf mengirimkan pesan dalam rupa sandi atau tanda-tanda morse. Di Indonesia penggunaan telegram dalam surat menyurat tak dapat dipisahkan dari jasa Perusahaan Umum Pos dan Telekomunikasi (Perum Postel). Penulisan telegram terikat dengan ketentuan-ketentuan yang diatur oleh Perum Postel. Blangko telegram, tata cara penulisan, penetapan tanda baca, dan penghitungan biaya, semuanya diatur oleh Perum Postel.

Jenis-jenis Telegram Telegram dibagi menjadi dua jenis :

1.Telegram biasa

2.Telegram Indah

4. Telepon

Telepon diciptakan oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Bell bersama Watson asistennya melakukan uji coba percakapan telepon pertamanya. Mereka berada di ruangan yang berbeda dan melakukan percakapan melalui pesawat telepon. Pada tanggal 7 Maret 1876, Bell menerima hak paten atas system dan alat telepon ciptaannya itu.

Dan pada tahun 1877, seorang banker bernama Roswell C. Downer membangun jaringan telepon komersil pertama yang menghubungkan rumah dengan kantornnya. Pada tahun 1910, cikal bakal telepon seluler muncul. Itu ditemukan oleh Lars Magnus Ericsson. Dia erupakan pendiri perusahaan Ericsson yang kini dikenal dengan perusahaan Sony Ericsson.

Dengan semakin berkembangnya zaman, banyak muncul perusahaan-perusahaan yang memproduksi telepon genggam. Mereka berlomba-lomba menciptakan telepon genggam yang terbaik dan berlomba-lombamenarik pengunjung.

Sekarang pun banyak jenis, bentuk dan fasilitas-fasilitas didalam telepon genggam yang terus mengalami perkembangan. Yang awalnya bentuknya besar deengan memmiliki antenna sekarang mengalami perkembangan menjadi lebih tipis, tidak lagi terdapat antena bahkan sekarang bannyak telepon genggam layar sentuh. Fasilitas yang disediakan pun bermacam- macam mulai dari kamera, fasilitas untuk online, wi-fi dan masih banyak lagi.

C. DIGITAL

Teknologi digital adalah teknologi yang dilihat dari pengoperasionalannya tidak lagi banyak menggunakan tenaga manusia. Tetapi lebih cenderung pada sistem pengoprasian yang serba otomatis dan canggih dengan system komputeralisasi/ format yang dapat dibaca oleh komputer. Teknologi digital pada dasarnya hanyalah sistem menghitung sangat cepat yang

memproses semua bentuk-bentuk informasi sebagai nilai-nilai numeris.

Teknologi digital dalam komunikasi adalah hal yang sangat penting. Dalam bidang komunikasi, teknologi digital berkembang dengan menggunakan spektrum elektomagnetik yang merupakan gabungan dari frekuensi magnetik, gelombang radio, sinar X, gelombang cosmic, infrared, cahaya, gelombang radio, dan gelombang mikro. Dari situlah televisi, radio, komputer, dan lain-lain dapat tercipta. Komunikasi digital banyak membawa manfaat bagi kehidupan manusia.

Teknologi digital akan terus berkembang. Pada masa yang akan datang, perkembangan teknologi ini dipengaruhi tiga hal, yaitu transisi digital, konvergensi jaringan, dan infrastruktur digital. Konvergensi jaringan yang terjadi adalah kegiatan di rumah-kesibukan perjalanan- pekerjaan kantor. Konvergensi ini bertendensi pada pemenuhan kebutuhan manusia dalam lingkungan apa pun dan di mana saja. Saat ini kita semua sudah tahu bahwa teknologi analog mengalami penurunan pertumbuhan, sedangkan teknologi digital terus naik. Inilah era transisi digital.

D. FUNGSI DAN KARAKTERISTIK MEDIA

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006: 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan dalam *Association of Education and Communication Technology* (AECT), mengatakan bahwa media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Dengan demikian yang dimaksud media adalah sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Penggunaan media yang tepat akan membantu dalam pesan tersampaikan sesuai dengan tujuannya.

Media memiliki berbagai fungsi bagi publik atau khalayak, media memiliki peran untuk menghimpun berbagai informasi

penting dan bernilai berita. Untuk kemudian disebarkan ke masyarakat luas, dengan begitu media bersifat dinamis. Selalu ada hal baru yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Media juga memberikan pelajaran, pengetahuan atau edukasi bagi masyarakat. Selain itu, media juga menjadi sarana hiburan bagi masyarakat, media hadir untuk memberikan hiburan bagi masyarakat, karena hiburan juga menjadi kebutuhan bagi publik. Dengan demikian jelas bahwa media menjadi sumber aspirasi bagi publik dan menjadi alat kontrol di negara-negara demokrasi, menjadi pilar keempat dalam sistem demokrasi, setelah Eksekutif, Legislatif dan Yudikatif. Media mampu mengkritisi setiap kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah, menjadi pembela kebenaran dan keadilan dan melaporkan hal berdasarkan fakta dan data.

Media sendiri dalam masyarakat mempunyai beberapa fungsi sosial, yaitu fungsi pengawasan sosial, fungsi interpretasi, fungsi transmisi nilai dan fungsi hiburan.

1. Fungsi pengawasan media adalah fungsi yang khusus menyediakan informasi dan peringatan kepada masyarakat tentang apa saja di lingkungan mereka. Media meng-up date pengetahuan dan pemahaman manusia tentang lingkungan sekitarnya.
2. Fungsi interpretasi adalah fungsi media yang menjadi sarana memproses, menginterpretasikan dan mengkorelasikan seluruh pengetahuan atau hal yang diketahui oleh manusia.
3. Fungsi transmisi nilai adalah fungsi media untuk menyebarkan nilai, ide dari generasi satu ke generasi yang lain.
4. Fungsi hiburan adalah fungsi media untuk menghibur manusia. Manusia cenderung untuk melihat dan memahami peristiwa atau pengalaman manusia sebagai sebuah hiburan.

Sedangkan menurut Marshall Mc Luhan Fungsi Media Komunikasi, yakni:

1. Efektifitas media komunikasi akan mempermudah kelancaran dalam penyampaian informasi.
2. Efisiensi media komunikasi akan mempercepat penyampaian dalam sebuah informasi.
3. Konkrit media komunikasi akan membantu mempercepat isi pesan yang memiliki sifat abstrak.
4. Motivatif media komunikasi akan lebih atraktif dan memeberikan sebuah informasi yang dapat dipertanggungjawabkan

Menurut Burgon Dan Huffner Fungsi media Komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Efisiensi penyebaran informasi (penghematan dalam segi biaya, tenaga, pemikiran dan waktu).
2. Memperkuat eksistensi informasi (media komunikasi yang hi-tech dapat membuat informasi ataupun pesan lebih berkesan terhadap komunikan).
3. Menghibur (media komunikasi dapat menyenangkan dan lebih menarik bagi audiens).
4. Kontrol Sosial (media komunikasi sebagai pengawasan dalam sebuah kebijakan sosial) sehingga dapat disimpulkan bahwa media komunikasi memiliki fungsi
 - a) Mempermudah penyampaian pesan
 - b) Mengefektifkan penyampaian pesan
 - c) Memperjelas maksud dan tujuan penyampaian pesan
 - d) Sebagai alat untuk membangkitkan motivasi dalam mendengarkan suatu informasi.

1. Karakteristik Media

Karakteristik yaitu ciri-ciri yang dimiliki oleh benda atau siapapun. Media memiliki beberapa karakteristik yang menurut

para pakar media. Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Banyaknya jenis-jenis media yang beredar di masyarakat saat ini dapat menyalurkan segala informasi dan ide-ide kreatif masyarakat, yang dapat menjalankan fungsi media secara utuh yakni memberikan informasi kepada khalayak. Berikut ini adalah jenis-jenis media secara umum, dapat dibagi menjadi:

- a) 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.
- b) 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.
- c) Media Audio Visual: media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VCD. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet.

Dari jenis-jenis media tersebut dapat klasifikasikan menjadi tiga jenis media, yaitu media cetak, media elektronik dan media siber yang memiliki karakteristik *media bersifat umum* yaitu disampaikan dengan menggunakan media bersifat umum dan terbuka untuk semua orang.¹⁷² Dengan kata lain media terbuka dan ditujukan kepada masyarakat luas. Begitupula dengan isi yang ada di dalam media tersebut juga bersifat umum. Dengan demikian media tidak dapat dipergunakan untuk kepentingan pribadi. Namun masyarakat dapat memanfaatkannya sebagai media ekspresi diri melalui bentuk karya tulisan seperti opini, berita, artikel dan lainnya.¹⁷³

Selanjutnya media bersifat *anonim dan heterogen*. Anonim adalah orang-orang yang terkait dalam sebuah media tidak saling mengenal. Sedangkan heterogen yaitu orang-orang yang menaruh perhatian pada media mempunyai kaeanekaragaman yang terdiri dari penduduk yang tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda-beda. Berbeda dalam segi budaya, status sosial dan berada disebuah lapisan- lapisan masyarat serta memiliki komunikan (masyarakat), sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama dan yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama juga terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama pula. Meskipun demikian mereka mempunyai sifat anonim yang berinteraksi secara terbatas, tidak terorganisasikan.¹⁷⁴

Perpaduan antara heterogen dan anonim menjadikan peminat media menjadi begitu luas dan besar yang tidak terhalang oleh status sosial, budaya, agama, suku, yang tidak saling mengenal dapat menerima informasi secara umum dan serempak.

¹⁷²Effendy, 1993:81)

¹⁷³ Sudarman, 2008:9

¹⁷⁴ Effendy,1993:82

Sebuah media bisa disebut media jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik Media menurut Cangara (2006) antara lain:

- a) Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
- d) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa

Karakteristik Media menurut Djafar H. Assegaf (1991):

1. Komunikasi yang terjadi dalam media bersifat searah. Komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (delay feedback).
2. Media menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukkan bahwa pesan yang ada dalam media berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya.

3. Media dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikasi dalam media berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
4. Media menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikasi dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
5. Media diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur.

Penyelenggara atau pengelola media adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.

Media dapat diklasifikasikan kepada tiga kategori:

- a) Media Cetak-suratkabar/koran, majalah, buku, newsletter,
- b) Media Elektronik-televisi, radio, video, dan film.
- c) Media Online - Syber Media, Media Internet, Media Berbasis Internet.

Karakteristik Media menurut Cangara:

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

dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

- d) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa

2. Jenis Media

a) Media Cetak

Media cetak adalah suatu alat yang digunakan sebagai perantara untuk menginformasikan suatu hal atau masalah kepada masyarakat dalam bentuk cetak.

Contoh- contoh media cetak antara lain :

b) Koran

Pengertian Koran adalah sejenis media yang memberitakan kejadian-kejadian sehari-hari dalam kehidupan manusia. Koran biasanya ditujukan sebagai kegiatan komersil dari penerbit koran yang bersangkutan. Tulisan-tulisan yang terdapat dalam sebuah koran dihasilkan oleh para penulis berita yang disebut sebagai wartawan.

c) Majalah

Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis (Assegaff, 1983: 127). Selain memuat artikel, Majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

d) Pamflet

Pamflet adalah sebuah tulisan yang berisi tentang suatu informasi yang terdiri dari tulisan termasuk gambar didalamnya yang umumnya dibuat pada selebaran dan tidak dijilid atau dibukukan.

e) Spanduk

Spanduk adalah kain membentang biasanya berada di tepi jalan yang berisi text, warna dan gambar. spanduk merupakan suatu media informasi. Spanduk bisa kita buat sendiri, bisa dengan menggunakan cat, sablon (screen printing) ataupun dengan cara cat mesin (offset).

Kelebihan :

- a. *Repeatable*, dapat di baca berkali-kali dengan menyimpannya atau menglipingnya.
- b. Analisa lebih tajam, dapat membuat orang benar-benar mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan.

Kekurangan :

- a. Lambat, dari segi waktu media cetak adalah yang terlambat karena media cetak tidak dapat menyebarkan langsung berita yang terjadi kepada masyarakat dan harus menunggu turun cetak. Media cetak sering kali hanya memuat berita yang telah disebarluaskan oleh media lainnya.
- b. Tidak adanya audio, media cetak hanya berupa tulisan yang tentu saja tidak dapat didengar.

- c. Visual yang terbatas, media cetak hanya dapat memberikan visual berupa gambar yang mewakili keseluruhan isi berita.
- d. Produksi, biaya produksi yang cukup mahal karena media cetak harus mencetak dan mengirimkannya sebelum dapat dinikmati masyarakat.

2. Media Elektrnik

Media elektronik adalah sebuah media yang menyampaikan sesuatu, yang berbentuk elektronik.

Contoh media elektronik, yakni:

a. Radio

Radio yaitu alat elektronik yang dapat digunakan sebagai media komunikasi serta informasi yang termasuk media audio yang hanya dapat memberikan rangsangan pendengaran saja. Melalui alat ini orang bisa mendengarkan siaran tentang berbagai peristiwa yang terjadi, kejadian penting yang terbaru, masalah-masalah dalam kehidupan maupun acara hiburan.

b. Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi sendiri berasal dari kata tele dan kata vision, yang memiliki arti jauh (tele) serta tampak (vision). Jadi televisi dapat diartikan tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Untuk menyampaikan pesan informasi kepada masyarakat melalui siaran televisi dapat dipakai dengan memasang iklan, mengundang wartawan ataupun reporter televisi supaya memuat berita tentang kegiatan atau dapat pula mengajukan permohonan untuk mengisi suatu acara siaran di TV.

c. Telepon

Telepon yaitu sebagai media komunikasi, telepon sangatlah penting untuk menyampaikan serta menerima berbagai informasi lisan, secara cepat dengan pihak publik eksternal.

d. Telephone Seluler (Handphone)

HP yaitu merupakan salah satu dari perkembangan teknologi dengan kecanggihan teknologi zaman ini, fungsi handphone tidak hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi juga dapat mengakses jaringan internet, sms, mms dan dapat saling mengirimkan data. Dengan semakin berkembangnya teknologi handphone, maka akan semakin membantu publik dalam melakukan berbagai aktivitas, sebab sekarang handphone dapat dikatakan sebagai identitas seseorang.

Kelebihan :

- 1) Cepat, dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
- 2) Ada audio visual, media elektronik mempunyai audio visual yang memudahkan para audiensnya untuk memahami berita.(khusus televisi)
- 3) Terjangkau luas, media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.

Kekurangan :

- a) Tidak ada pengulangan, media elektronik tidak dapat mengulang apa yang sudah ditayangkan.

1. Media Cyber

Cybermedia adalah salah satu penyaluran pesan lewat media yang distribusinya melalui internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, up to date (terkini), interaktif dan bersifat dua arah.

Contoh media cyber:

- a) Friendster

- b) Facebook
- c) Youtube
- d) Blog
- e) msn live
- f) Skype dan lain-lain.

Kelebihan :

- a) Sangat cepat, dari segi waktu media online sangat cepat dalam menyampaikan beritanya.
- b) Audio Visual, media online juga mempunyai audio visual dengan melakukan streaming.
- c) Praktis dan Fleksibel, media online dapat diakses dari mana saja dan kapan saja yang kita mau.

Kekurangan :

- a) Tidak selalu tepat, karena mengutamakan kecepatan berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media lainnya.
- b) Informasi yang dimuat tidak dibahas secara mendalam tidak seperti informasi pada koran.

Melihat kekurangan dan kelebihan yang dimiliki ketiga media di atas, media online mempunyai keunggulan dalam segi kecepatan. Kecepatan tersebut dapat mengalahkan kedua media lainnya karena audiens sekarang lebih mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi, dan hal itu dimiliki oleh media online.

Melihat hal ini, prospek media online akan sangat unggul dan dapat mengalahkan kedua jenis media lainnya. Apalagi jika seluruh dunia dapat mengakses internet dengan mudah, otomatis media online akan lebih sering digunakan audiens dibanding kedua jenis media lainnya.

Berdasarkan paparan diatas jelas bahwa tiap media memiliki kelebihan dan kelemahan, khususnya dalam penerapannya. Melihat perkembangan teknologi (yang tentunya memiliki dampak positif dan negatif) saat ini, media yang tepat dapat membantu berlangsungnya dakwah dalam penyampaian

agama secara kongkrit, dan memudahkan umat dalam proses mendapatkan pendidikan agama.

E. ERA KEMUNCULAN MEDIA BARU

Media merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berasal dari bahasa latin. Namun jika dilihat dari sudut pandang *harfiah*, media/medium mempunyai arti perantara atau pengantar. Pengertian media secara umum adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi.

Media juga mengantarkan taraf hidup manusia mejadi lebih mudah. Media juga tak bisa lepas dari peran teknologi yang maju saat ini, tanpa teknologi media takkan berarti apa-apa. Kita ambil contoh terapan media di dunia pendidikan. Di dunia pendidikan kesemuanya sudah maju. Guru/Dosen sudah tidak lagi menulis di *white/black board*. Namun sudah beralih ke OHP dan bahkan tak jarang sudah menggunakan proyektor mini guna penyampaian materi yang lebih interaktif. Lebih canggih lagi, mahasiswa juga diwajibkan untuk mengikuti proses belajar mengajar melalui media internet yang populer dinamakan *e-learning*. Tanpa perlu datang ke kampus, mahasiswa hanya perlu duduk di kursi rumah atau dimanapun mereka berada asal koneksi internet tetap terhubung. Lantas, apakah pengertian 'baru' disini? baru (*new*) disini sesuatu yang bersifat inovatif yakni perubahan yang melahirkan sesuatu yang sangat dinantikan semua orang.

Oleh karena itu, *New Media* adalah media baru sebagai produk teknologi informasi dan komunikasi sekarang dan mendatang bersama-sama dengan komputer digital. Mereka (*new media*) meninggalkan teknologi yang masih bersifat analog, mekanik, boros energi, tidak ramah lingkungan dan yang pasti masih menggunakan teknologi yang rendah alias jadul.

Berikut ini adalah contoh teknologi apa saja yang termasuk media baru yaitu :

- Internet

- Televisi Digital / Plasma TV
- Digital Cinema / 3D Cinema
- Superkomputer / Laptop
- DVD / CD / Blue Ray
- MP3 Player
- Ponsel / PDA Phone
- Video Game
- RSS Feed
- Streaming Video
- Dan lain-lain

Selain teknologi, *new media* juga tidak bisa dipisahkan dengan dunia digital. Ini disebabkan sebagian besar *new media* di dominasi oleh produk berteknologi digital yang seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mudah, interaktif dan tidak memihak. Contohnya internet, dari internet saja kita bisa mengambil banyak manfaat dari sana. Termasuk yang lagi tren saat ini yakni jejaring sosial macam *facebook* dan *twitter*.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga berpengaruh kepada paradigma masyarakat saat ini yang mengubah keseluruhan cara pandang tentang berbagai masalah dan persoalan yang dihadapi. Menurut Tovler dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989), membagi periode penting sejarah manusia menjadi tiga gelombang, yaitu: Gelombang Pertama (8000 tahun Sebelum Masehi-1700 SM), Gelombang Kedua (1700 SM-1970), dan Gelombang Ketiga (1979-2000). Pada periode Gelombang Pertama terjadinya perubahan gaya hidup manusia. Manusia mulai mengenai bercocok tanam dan bertani. Hal itulah yang merubah manusia yang dulunya mengumpulkan makanan di hutan, sehingga hidup nomaden berpindah-pindah, tetapi setelah mengenal bercocok tanam dan bertani manusia mulai menetap di suatu tempat. Pada periode Gelombang Kedua terjadi revolusi industri. Dengan ditemukannya tenaga mesin sebagai pengganti hewan dan manusia, maka kehidupan manusia akan lebih maju lagi.

Perkembangan pelbagai piranti teknologi dan kecepatan koneksi internet telah mengubah gaya hidup dan cara berkomunikasi penggunanya. Kedua teknologi itu menjembatani masyarakat modern untuk mengakses segala informasi dan melakukan berbagai aktivitas secara mudah. Dengan kemajuan itu berkembanglah sebagai sektor kehidupan baru seperti bisnis, transportasi, pendidikan, dan sebagainya. Pada periode Gelombang Ketiga adalah gerak perubahan kehidupan pada masa sekarang yang di tandai oleh: (a) Penggunaan energi yang dapat diperbaharui (*renewable energy*) karena bahan fosil semakin berkurang; (b) Proses produksi massal lebih cenderung menjauhi pemusatan produksi; (c) Kecendrungan bahwa konsumen juga produsen dan sebaliknya; (d) Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi yang mendorong deurbanisasi.

Bagai roda yang berputar perlahan-lahan dan semakin cepat, begitulah perkembangan teknologi dewasa ini yang berputar secara pesat sehingga para ilmuwan sepakat menyebut gejala ini dengan revolusi. Menurut Dissayanake dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989) mengartikan revolusi komunikasi sebagai peledakan teknologi komunikasi seperti terlihat meningkatnya penggunaan satelit, mikro-prosessor, komputer, dan pelayanan radio bertahap tinggi, dan perubahan terjadi sebagai konsekuensi yang ditempa dalam bidang sosial,ekonomi, politik, kultural, dan gaya hidup manusia.

Potensi teknologi komunikasi yang semakin berkembang, memperlihatkan perubahan yang signifikan pada kehidupan manusia. Pada era revolusi komunikasi ini manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan hampir tanpa memiliki batasan. Keterbatasan saling berhubungan antar manusia dulunya di sebabkan oleh jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan, dan lain-lainnya, kini dapat diatasi oleh perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mutakhir. Dengan penggunaan satelit misalnya hampir tidak ada lagi batasan jarak dan waktu untuk menjangkau khalayak yang dituju dimanapun, dan kapan saja diperlukan. Begitu pula dengan kemampuan menyampaikan,

menerima, mengumpulkan, menyimpan, dan menelusuri kembali informasi menggunakan videodisc, komputer, television, sehingga tidak ada lagi hambatan untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan sarana yang digunakan, dan tak ada lagi hambatan manusia untuk mengetahui informasi dibelahan dunia manapun.

Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, penerapan luas inovasi teknologi berperan penting dalam mendorong generasi milenial untuk menciptakan kreativitas saat mereka menjelajahi internet. Internet telah memfasilitasi komunikasi interaksi masyarakat modern walaupun mereka terpisah jarak beribu-ribu kilometer.

Sebelum munculnya teknologi informasi, orang-orang melakukan aktifitas komunikasi dengan surat-menyurat. Mereka harus mendatangi Kantor Pos terlebih dahulu untuk mengirim pesan, melakukan proses pengiriman yang disertai alamat yang dituju oleh si pengirim dan dilengkapi perangko. Diperlukan waktu sehari-hari, atau bahkan berminggu-minggu agar pesan yang dikirim sampai kepada penerima.

Alternatif untuk pengiriman pesan yang lebih cepat adalah telegram tetapi mahal dan teks dibatasi hanya beberapa kata saja. Kini, hanya berbekal ponsel pintar, setiap individu tidak hanya dapat mengobrol secara langsung dengan kolega maupun keluarga melalui telepon, layanan pesan singkat, media sosial, "video call service" dan aplikasi komunikasi (*Wechat, Whatsapp, Weibo*, dan lain-lain), selain juga bisa membaca berita media daring sambil mendengarkan lagu terbaru melalui *Youtube* maupun *Youku*.

Tahap perkembangan komunikasi sampai semaju yang terjadi di abad sekarang ini, disebabkan oleh riwayat penting yang cukup panjang. Menurut Bell (1979) dalam bukunya *Zulkarimein Nasution* (1989) menyederhanakan riwayat tersebut dengan menyebutkan empat revolusi yang terjadi dalam hal manusia berhubungan satu sama lainnya. Keempat revolusi dalam bidang komunikasi tersebut, menurut Bell :

- 1) Dalam hal berbicara

- 2) Ditemukannya tulisan
- 3) Penemuan percetakan
- 4) Dalam hal hubungan jarak jauh (telekomunikasi)

Perkembangan penting berikutnya dalam bidang komunikasi adanya ditemukannya tulisan. Parker dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989) mengutip seorang ahli komunikasi, yang menyatakan kemampuan menulis inilah yang memungkinkan terpeliharanya struktur sosial wilayah mesir kuno pada zaman tersebut. Lalu dengan papyrus (asal mula kertas tempat menulis) dan alat transportasi perahu, maka pemerintah dimasa itu bisa memelihara integritas di sepanjang Lembah Nill. Bahkan suatu kerjaan seperti romawi pada zamannya tidak akan mampu memelihara wilayah kekuasaan seluas itu, andaikan ketika itu tidak ada komunikasi bertulis dan sarana jajan yang menunjangnya.

Percetakan, kemudian meningkatkan cara-cara dan kemudahan manusia untuk berhubungan dan menyampaikan sesuatu. Potensi yang dimiliki percetakan inilah menurut analisis Bell dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989) yang memungkinkan terjadinya industrial. Percetakan telah terbukti berfungsi sebagai basis bagi penyebaran menyebarkan kemampuan melek huruf dan merupakan pondasi untuk terselenggarakannya aktifitas pendidikan secara massa. Bukan suatu kebetulan jika teknologi percetakan merupakan faktor kunci menuju terjadinya renaissance dan revolusi industri.

Selanjutnya perkembangan komunikasi sampai saat sekarang ini, ditemukannya berbagai alat teknologi canggih seperti handphone, televisi dan lain-lainnya yang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa terbatas oleh jarak, kecepatan dan bahkan waktu. Salah satu keunggulan teknologi pada zaman sekarang ini adalah Kini penerima dapat memilih informasi-informasi yang ia perlukan atau dibutuhkan, serta kapanpun dan dimanapun ia perlukan.

Bell dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989) menyebutkan beberapa wujud sistem komunikasi yang di

hasilkan oleh kemajuan teknologi. Pertama, jaringan pengolahan data yang kelak memungkinkan orang berbelanja cukup dirumah dengan menekan tombol-tombol di komputer. Pesanan akan langsung dikirim kerumah pesanan oleh toko tempat berbelanja. Kedua, bank informasi dan sistem penelusuran, yang memungkinkan pemakainya menelusuri informasi serta memperoleh cetakannya dalam sekejap. Ketiga, sistem teleteks, yang menyediakan segala informasi mengenai kebutuhan. Seperti berita, cuaca, informasi finansial kata-log segala macam produk dan sebagainya lewat layar di rumah masing-masing. Keempat, sistem faksimal, yang memungkinkan pengirim dokumen secara elektronik. Kelima, jaringan komputer interaktif, yang memungkinkan pihak-pihak berkomunikasi mendiskusikan informasi melalui komputer.

Perkembangan teknologi tidak berhenti sampai di situ, malah kian pesat. Setiap menit, teknologi baru muncul dengan kelebihan yang berbeda satu sama lain dan saling melengkapi. Penemuan teknologi komunikasi baru seperti fiber optics, jaringan internet pita lebar, big data, virtual reality, hingga *artificial intelligence* (AI) akan mengubah episode kehidupan manusia pada masa mendatang.

Perkembangan teknologi menimbulkan peluang dan tantangan besar di bidang komunikasi. Praktisi media semestinya mengimbangi tren tersebut dan menguasai teknologi untuk mendorong integrasi media dan teknologi. Selain itu, pola komunikasi masyarakat modern yang menginginkan informasi secara instan dan membaca inti dari sebuah berita, juga mengubah cara kerja wartawan di lapangan. "Para jurnalis harus mampu melaporkan sebuah berita secara cepat dan akurat".

Pada tahun 70-an tepatnya 1978 kelahiran media sosial. Saat itu Ward Christensen dan Randy Suess yang merupakan pecinta dunia komputer menemukan sistem papan buletin atau *bulletin board system* (BBS). Dengan menggunakan sistem papan, pengguna (*user*) dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik atau mengunduh dari perangkat

lunak yang tersedia saat itu. Setelah itu muncul Layanan *online* Prodigy diperkenalkan pada tahun 1984 dan tumbuh menjadi penyedia layanan *online* terbesar kedua pada era tahun 1990-an. Pelanggannya saat itu mencapai 465.000, sedangkan CompuServe 600.000 pelanggan. Pada tahun 1994 Prodigy menjual koneksi *dial-up* ke *World Wide Web* dan layanan *hosting web*, serta kini menjadi bagian dari AT&T. Pada tahun 1993 lahir *World Wide Web* yang merupakan layanan *browser grafis* pertama, *mosaic*, dan halaman web seperti yang dikenal oleh *Nation Center For Super Computig Applications* (NCSA) yang ada di University Illinois Urbana Campaign.

Terobosan teknologi komunikasi ini ikut berperan dalam menyuarakan opini dan mengakses beragam informasi. Setelah dua tahun berselang tahun 1995, muncul Geocities yang merupakan situs untuk melayani Web Hosting. Tujuan dari *Geocities* yaitu berfokus pada penyewaan penyimpanan data-data website agar bisa akses oleh orang lain. Terobosan pembentukan *Geocities* merupakan tonggak dai pembentukan *web-web* lainnya. Pada tahun yang sama 1995 muncul situs baru yang bernama Classmates. Temuan-temuan media baru di era globalisasi menimbulkan kekhawatiran bagi penggiat media jika tidak mampu memanfaatkan saluran media yang semakin canggih.

Mungkin suatu hari, pekerja media akan menghadapi pemutusan hubungan kerja (PHK) setelah penemuan robot yang dapat mewawancarai sumber berita, menulis dan melaporkan berita. Untuk mengatasi hal tersebut, ia mengatakan, wartawan harus terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan lebih kreatif dalam menggunakan sebuah teknologi. Dengan demikian, para jurnalis tidak akan digantikan oleh robot.

Setiap individu harus menjadi tuan, bukan budak dari teknologi ciptaan manusia. Media konvensional harus beradaptasi dengan perubahan teknologi komunikasi untuk mempertahankan eksistensinya dengan melibatkan pembangunan sumber daya manusia.

Reporter dan editor tidak hanya cerdas dalam melaporkan sebuah berita tetapi mereka harus melek teknologi. Di era milenial, jurnalis dituntut tidak lagi hanya menguasai dasar-dasar jurnalistik, tetapi juga memiliki kemampuan penguasaan teknologi multimedia. Ia mencontohkan, wartawan harus mampu memanfaatkan berbagai fitur dalam telepon pintar, maupun teknologi informasi lainnya untuk menunjang aktifitas kerja mereka.

Kemajuan teknologi mengharuskan adanya perhubungan berbagai saluran komunikasi massa seperti media online. radio, televisi, internet maupun platform. Saat ini, media konvensional beralih ke media online karena perubahan pola pembaca berita, karena setiap orang lebih sering mengakses sebuah informasi melalui media online dibandingkan media konvensional.

Andrew L. Shapiro (1999) berpendapat bahwa “munculnya media baru, teknologi digital sinyal pergeseran berpotensi radikal yang mengendalikan informasi, pengalaman dan sumber daya” (Shapiro dikutip dalam Croteau dan Hoynes 2003: 322). W. Russell Neuman (1991) menunjukkan bahwa sementara “new media” memiliki kemampuan teknis untuk menarik dalam satu arah, kekuatan ekonomi dan sosial tarik kembali ke arah yang berlawanan. Menurut Neuman, “Kami menyaksikan evolusi jaringan interkoneksi universal audio, video, dan komunikasi teks elektronik yang akan mengaburkan perbedaan antara komunikasi interpersonal dan massa dan antara komunikasi publik dan swasta” (Neuman dikutip dalam Croteau dan Hoynes 2003: 322). Neuman berpendapat bahwa New Media akan:

1. Mengubah arti jarak geografis.
2. Biarkan untuk peningkatan besar dalam volume komunikasi.
3. Memberikan kemungkinan meningkatkan kecepatan komunikasi.
4. Memberikan kesempatan untuk komunikasi interaktif.

5. Memungkinkan bentuk komunikasi yang sebelumnya terpisah untuk tumpang tindih dan interkoneksi.

Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai New Media mempunyai ciri digital, sering mempunyai karakteristik dimanipulasi, melalui jaringan, padat, kompresibel, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh diantaranya mungkin Internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROM, dan DVD. *New Media* bukanlah program televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas-kecuali mereka mengandung teknologi yang memungkinkan interaktivitas digital, seperti grafis yang berisi tag-link web.

Kehadiran media baru cukup dengan memegang perangkat pintar di tangannya, tiap individu dapat mencari dan mengakses informasi maupun peristiwa yang terjadi di berbagai belahan dunia. Perusahaan media tidak lagi bisa mengandalkan media cetak karena oplah terus mengalami penurunan. Oplah terus turun sementara harga kertas naik dan iklan berkurang. Kalau hal itu terjadi terus, perusahaan media akan gulung tikar.

Untuk "survive", semestinya perusahaan media beralih ke media baru dengan membuat berbagai spesialisasi topik pemberitaan. Namun, saat ini media baru tidak bisa menyajikan berita sesuai kemauan sendiri. Media harus pintar melihat topik apa yang bisa menarik perhatian para pembaca.

F. PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MEDIA

1. Riwayat Komunikasi dan Sejarah Kemanusiaan

Riwayat perkembangan komunikasi antarmanusia adalah sama dengan sejarah kehidupan manusia itu sendiri. Menurut Nordenstreng dan Varis (1973) dalam (Nasution, 1989: 15), ada empat titik penentu yang utama dalam sejarah komunikasi manusia, yaitu:

- a) Ditemukannya bahasa sebagai alat interaksi terancang manusia.
- b) Berkembangnya seni tulisan dan berkembangnya kemampuan bicara manusia menggunakan bahasa.
- c) Berkembangnya kemampuan reproduksi kata-kata tertulis (*written words*) dengan menggunakan alat pencetak, sehingga, memungkinkan terwujudnya komunikasi massa yang sebenarnya.
- d) Lahirnya komunikasi elektronik, mulai dari telegraf, telepon, radio, televisi hingga satelit.

Berkembangnya keempat titik penentu dalam sejarah komunikasi merupakan puncak prestasi peradaban umat manusia, mengungguli siapa pun makhluk Tuhan di alam jagat raya. Dari empat titik ini kemudian manusia berkembang bersama semua aspek kehidupan manusia yang membedakannya dengan makhluk lainnya, yaitu: (1) manusia mampu berkomunikasi dengan manusia lain dengan menggunakan bahasa dan simbol-simbol visual lainnya. Dalam teori interaksi simbolis, dikatakan bahwa bentuk interaksi manusia semacam ini merupakan bentuk interaksi terumit dan terancang yang pernah dimiliki oleh makhluk mana pun di bumi (2) Manusia mampu menafsirkan bahasa dan simbol-simbol berdasarkan persepsi dirinya maupun berdasarkan persepsi orang lain. Kemampuan ini merupakan puncak dari kemampuan akal dan nurani manusia yang tidak pernah diberikan Tuhan kepada makhluk apapun di dunia dan dalam tata galaksi mana pun di alam raya ini. 3) Manusia mampu belajar menyesuaikan dirinya dengan alam sekitarnya serta menciptakan dan menggunakan alat (teknologi) yang diperlukan dalam mengatasi lingkungannya.

Dalam sejarah masyarakat manusia menandakan penggunaan komunikasi oleh manusia untuk mengatasi jarak yang lebih jauh atau dengan lainnya, yang tak mungkin dicapai hanya dengan berbicara dalam jarak yang normal. Sejak

zaman pra sejarah, manusia menyampaikan sesuatu yang ditemukan kepada manusia lain, atau mereka menyampaikan peringatan bila ada bahaya kepada manusia lain, menyampaikan adanya ancaman alam, binatang buas, bahkan adanya ancaman dari manusia lain dan sebagainya, biasanya dilakukan dengan berteriak dan apabila jaraknya jauh, maka mereka akan berteriak sekuat-kuatnya untuk meningkatkan jangkauan komunikasi suara sehingga dapat mencapai seluruh kelompok masyarakat.

Menurut Nasution, (1989:17) sekitar 500 tahun sebelum Masehi, Raja Persia Darius menempatkan prajuritnya di setiap puncak bukit lalu saling berteriak satu sama lain, sehingga jarak 450 mil dapat diliput selama dua hari. Begitu pula digunakannya beduk atau kentungan untuk menyampaikan pesan agar kedengaran hingga jarak yang cukup jauh. Termasuk juga penggunaan asap dalam komunikasi jarak jauh pada siang hari dan api unggun pada malam hari. Hal tersebut merupakan permulaan manusia mengenal komunikasi jarak jauh, yaitu melampaui jarak bermil-mil. Inovasi ini juga membuat biaya komunikasi menjadi turun

Bangsa Indian di Amerika dapat berkomunikasi pada jarak puluhan mil dengan upaya yang ringan, menggunakan teknologi ini. Karena mereka tidak mempunyai bahasa tertulis, lalu menggunakan hembusan asap berisikan pesan-pesan yang artinya telah ditetapkan lebih dahulu. Teknik hembusan asap ini memang kurang canggih, tapi analog dengan titik dan garis yang kemudian dipakai untuk melambangkan huruf dalam sistem morse. Begitu pula para pelari juga merupakan bentuk awal dari komunikasi jarak jauh. Seperti diketahui, maraton Olympic 26 mil juga merupakan suatu tribut sebagai kurir (*messenger*) Yunani. Di Amerika Serikat dikenal "*The Pony Express*", yaitu pelayanan penyampaian surat dengan menggunakan kendaraan kuda pada tahun 1860 .

Sejarah komunikasi hendaklah dikaji dalam kaitan dengan struktur sosial pada tahap historis yang berbeda, seperti yang dilakukan Smythe (1969). Sejarah komunikasi massa dalam arti yang lebih terbatas, merentang lima abad, meliputi suatu periode yang amat singkat dilihat dari sudut komunikasi secara keseluruhan. Cara yang paling primitif untuk memperoleh kehidupan adalah sebuah *clan* yang terdiri dari beberapa keluarga, berkeliling mencari hewan dan tumbuhan yang dapat dimakan. Masyarakat yang pada saat itu bersifat kesukuan (*tribal*) merupakan masyarakat oral di mana tradisi kultural (kepercayaan, keterampilan, dan sebagainya) diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya dengan cara pengalaman langsung.

Organisasi *patriarchal* yang muncul dalam era berburu dan mencari pada *clan* kemudian perlahan-lahan berubah bergesernya situasi ke masa pertanian menetap di desa. Hal ini menumbuhkan suatu kelompok baru yang terdiri dari pemimpin agama atau kependetaan. Amat pentingnya pendeta pada masyarakat desa adalah karena mereka menggantikan nenek moyang keluarga atau *clan* sebagai suatu kekuatan yang memadukan (*integrating force*) dalam masyarakat. Kendali mereka atas kepemimpinan pada kelompok bahkan lebih kuat dari para (*clan chiefs*), karena para pendeta menguasai juga tanah desa. Lahan tidak dimiliki oleh individual secara pribadi tetapi merupakan kepunyaan Tuhan yang "perwakilan sahnya" di bumi (menurut persepsi di kala itu) adalah para pendeta. Bermulanya kependetaan pada masa itu juga merupakan lahirnya "bahasa suci" yang tidak dimengerti oleh masyarakat yang tidak diangkat untuk "urusan-urusan suci". Komunikasi rahasia antarpendeta ini, seperti juga komunikasi lain, secara eksklusif masih bersifat oral.

Periode yang menentukan berikutnya dalam sejarah masyarakat manusia setelah tumbuhnya desa adalah lahirnya

negara nasional sekitar 5000 hingga 7000 tahun yang silam dengan ditaklukkannya Mesopotamia oleh Sumeria. Dibanding dengan desa, negara permulaan ini merupakan suatu masyarakat yang relatif besar, dengan penduduk puluhan ribu, dan dengan suatu organisasi militer untuk pertahanan masyarakat. Penggunaan budak sebagai tenaga kerja dalam suatu negara yang terorganisir tersebut membebaskan anggota masyarakat yang lain dari keharusan melaksanakan tugas secara langsung dalam kaitan memperoleh kehidupan. Pekerjaan baru terus tumbuh, di samping pertanian, pembagian tenaga kerja juga bertambah, dan fungsi- fungsi yang ada dalam masyarakat menjadi semakin terurai dan beragam (*diversified*). Ragam jenis pekerjaan baru dalam masyarakat ini seperti perdagangan, berarti suatu peningkatan yang penting dalam komunikasi antar berbagai masyarakat. Para pedagang membawa informasi mengenai tempat-tempat lain dan menyampaikan pengalaman mereka secara oral kepada orang lain, sehingga berfungsi sebagai suatu saluran komunikasi dari bagian lain dunia.

Kemampuan manusia melakukan komunikasi secara oral ini lama-kelamaan mengalami kendala, ketika manusia semakin banyak dan tempat manusia satu dengan manusia lainnya semakin jauh. Ketika *clan* semakin banyak, *tribe* semakin besar dan hidup mereka semakin terpisah, bahkan di antara *tribe* sudah menjadi desa. Desa satu dengan lainnya juga saling terpisah dalam jarak yang semakin jauh untuk menghindari kontak-kontak fisik yang tidak menguntungkan dari segi keamanan dan privasi.

Dalam keadaan bahwa sebuah desa telah berkembang menjadi masyarakat yang lebih ramai dari sekadar *tribe* dan *clan*, maka informasi dan bentuk-bentuk pemberitahuan lainnya dilakukan dengan memilih orang yang suaranya lebih nyaring

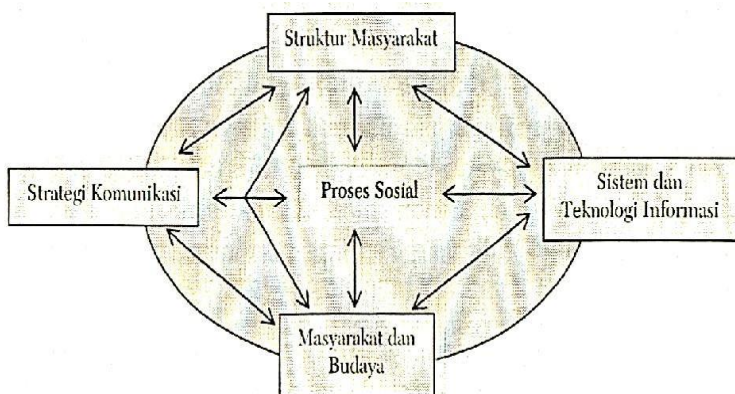
atau menggunakan alat seperti corong yang dapat membantu suara sampai ke tempat yang lebih jauh.

Namun untuk menyampaikan pada masyarakat yang hidupnya terpisah-pisah dalam *tribe* atau desa-desa yang jauh, maka konsep penggunaan komunikasi dengan teriakan mengalami teknik yang berubah, yang digabungkan dengan teknik lainnya, seperti tulisan, berkuda, burung merpati dan sebagainya, termasuk kemudian manusia menggunakan media untuk menyampaikan pesan komunikasi dari satu manusia ke manusia lain, dari satu masyarakat ke masyarakat lainnya yang akan dibicarakan pada bagian lain.

2. Perkembangan Media dan Teknologi Komunikasi

O'Brien, 1996 dalam Kadir, (2003: 8) mengatakan bahwa, perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi. Apabila pandangan O'Brien itu dijabarkan, maka dapat digambarkan sebagai berikut ini.

GAMBAR 1. LINGKUNGAN SOSIOTEKNOLOGI



Kelima komponen itu berinteraksi dalam proses sosial, satu dan lainnya saling berinteraksi dan memengaruhi di mana

setiap komponen memiliki visi masing-masing yang saling bersinergi serta menghasilkan *output* proses sosial sebagaimana diharapkan oleh seluruh *stakeholder* sosioteknologi.

Everett M. Rogers (1986) dalam bukunya *Communication technology; The New Media in Society*, mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi, yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *videotext* dan *teletext*, *teleconferencing* TV kabel, dan sebagainya. Sementara itu Sayling Wen (2002) dalam bukunya *Future of the Media*, melihat media dalam konteks yang lebih luas, tidak saja melihat media dalam konsep komunikasi antar pribadi, namun juga melihat media sebagai medium penyimpanan selain ia melihat media sebagai medium informasi. Enam media hubungan antarpribadi yang dimaksud oleh Wen adalah suara, grafik, teks, musik, animasi, video. Sedangkan media penyimpanan adalah buku dan kertas, kamera, alat perekam kaset, kamera film dan proyektor, alat perekam video dan disk optikal.

Berdasarkan apa yang dijelaskan oleh Rogers itulah, maka masyarakat percaya bahwa perkembangan teknologi media berkembang dimulai dari era media tulis dan cetak. Perkembangan media tulis telah lama dikenal masyarakat dan menjadi pertanda permulaan peradaban sebuah bangsa. Umpamanya peradaban Mesir Kuno mulai dikenal sejak tahun ± 600 SM, artinya mulai kira-kira 600 sebelum Masehi atau kira-kira 2605 tahun yang lalu masyarakat Mesir Kuno mulai mengenal media tulis. Begitu pula kebudayaan Cina sudah mulai mengenal budaya tulis kira-kira 3505 tahun lalu. Kesimpulannya bahwa media tulis berperan untuk menandakan sebuah kebudayaan mulai dikenal oleh umat manusia dalam bentuk media tulis yang tersimpan dan tersip dalam segala bentuk.

Nurcholis Madjid dalam sebuah ceramah menjelaskan bahwa budaya menulis angka 0 telah dikenal oleh masyarakat Indonesia sejak sebelum kerajaan Sriwijaya yang berpusat di Palembang berkuasa. Sebuah temuan yang luar biasa oleh bangsa Indonesia ini sebelumnya dikira berasal dari India, namun setelah dilakukan kajian oleh para ahli di India ternyata tidak ditemukan dan justru mengarah ke kerajaan Sriwijaya di Palembang. Angka 0 ini ternyata menjadi temuan spektakuler serta menjadi sumber inspirasi perkembangan kebudayaan umat manusia. Dari angka 0 inilah juga lahir gagasan membuat roda yang dikenal sebagai dasar perkembangan industri masyarakat dari zaman ke zaman.

Berbagai macam temuan budaya tulis umat manusia di berbagai bangsa di dunia dapat ditemukan dalam bentuk relief, grafik, ukiran, tanda, dan simbol yang dibuat pada dinding-dinding bangunan, batu, kayu, pohon, pelepah pohon maupun daun, dan lainnya.

Beberapa abad kemudian baru masyarakat terbiasa dengan mencetak huruf secara manual yang dilakukan pada gelas, ornamen, tembok, kayu, dan sebagainya. Ketika Eleri Gutenberg menemukan mesin cetak pada tahun 1450 barulah muncul sejumlah surat kabar. Teknologi mesin cetak dan era media cetak bertahan cukup lama yaitu sekitar empat abad, baru kemudian radio telegraf ditemukan oleh Markis Guglielmo Marconi dan ia mendirikan perusahaan telegraf tanpa kawat pada tahun 1897. Masyarakat secara terbatas mulai mengenal teknologi informasi jarak jauh. Pada saat itu ketika masyarakat diperkenalkan dengan dunia pencitraan yang mulai sempurna, kemudian telegraf dikembangkan oleh Alexander Graham Bell menjadi telepon. Sebenarnya temuan tersebut adalah sebuah pertanda pertama akan lahirnya era telekomunikasi dengan, kemampuan melahirkan teknologi informasi super cepat di

mana Alexanderson (1914) menamakannya dengan radio (Bungin, 2005 : 24-25).

Teknologi radio ternyata tak mampu bertahan lama sebagaimana teknologi cetak karena Farnsworth kemudian pada tahun 1927 menemukan televisi, maka dunia pencitraan materi mulai disempurnakan menjadi benar-benar sempurna. Namun penemuan itu tidak bertahan lama, karena akhirnya teknologi digital telepon dapat digabung dengan televisi sehingga lahir komputer yang kemudian, berkembang amat sangat cepat.

Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan Internet.

Berkembangnya era tulis seperti yang dijelaskan di atas, diikuti pula dengan berkembangnya media komunikasi antarpribadi yang dijelaskan oleh Saylin Wen. Begitu pula pada masa-masa masyarakat menikmati era cetak dan telekomunikasi, di sisi lain di masyarakat juga berkembang media-media penyimpanan dan ketika masyarakat memasuki era komunikasi interaktif, masyarakat juga hidup dan memanfaatkan medium-medium informasi sebagaimana yang dijelaskan oleh Wen tersebut.

Selain Rogers yang mengelompokkan teknologi komunikasi dalam beberapa era; tulis, cetak, media telekomunikasi, media komunikasi interaktif, maka Haag dkk. (2000, dalam Kadir 2003:14) membagi teknologi komunikasi-informasi menjadi 6 kelompok, yaitu:

- 1) Teknologi masukan (*input technology*).
- 2) Teknologi keluaran (*output technology*).
- 3) Teknologi perangkat lunak (*software technology*).
- 4) Teknologi penyimpan (*storage technology*).

- 5) Teknologi telekomunikasi (*telecommunication technology*).
- 6) Mesin pemroses (*processing machine*) atau lebih dikenal dengan istilah CPU.

Sementara itu, Sayling Wen (2002: 15-18) membagi media komunikasi menjadi tiga bagian, yaitu:

- A. Media Komunikasi Antarpribadi
- B. Media Penyimpanan
- C. Media Transmisi

a. Media Komunikasi Antarpribadi

Pada saat masyarakat baru mampu menggunakan komunikasi oral dan berkembang menjadi komunikasi tulis, maka lahirlah berbagai media komunikasi antarpribadi.

Saylin Wen mengategorikan perkembangan awal pada media komunikasi antara pribadi dengan enam media, seperti:

(a) Suara.

Sebelum manusia mampu menggunakan bahasa dan teks (tulisan), manusia berkomunikasi melalui sistem komunikasi nonbahasa, seperti sentuhan, aroma, kode dan gerakan visual, seperti segala jenis gerakan tubuh; gerak-gerik tangan, ekspresi wajah, gerak-gerik badan, dan sebagainya. Pada periode ini manusia lebih banyak mengembangkan model komunikasi dengan suara, seperti tawa, tangis, dan teriakan. Namun penggunaan model komunikasi dengan cara ini memiliki banyak keterbatasan makna yang kadang tidak efektif dalam praktik komunikasi. Persoalan makna kadang menjadi kendala dalam komunikasi antara pribadi karena walaupun makna

diatur dalam budaya yang berkembang dalam masyarakat manusia saat ini, namun persoalan memaknai secara pribadi setiap suara menjadi kendala yang sering muncul, sehingga mendorong lahirnya bahasa, di mana bahasa mengirimkan pesan yang jauh lebih efektif bila dibandingkan dengan hanya suara.

Menurut Sayling Wen (2002:18), berdasarkan catatan teks yang ada bahasa Sumerian muncul antara tahun 4000 SM hingga tahun 3500 SM. Bangsa Tionghoa tidak menggunakan bahasa hingga tahun 2000 SM.

(b) Grafik.

Sebelum ditemukan teks, media komunikasi antarpribadi manusia dilakukan dengan menggunakan grafik. Penggunaan grafik ini adalah seperti yang ditemukan pada kehidupan prasejarah, umpamanya di Lascaux Cave di Perancis Selatan, terdapat lukisan hewan di dinding batunya. Di goa prasejarah lainnya yang ditemukan di Suku Bushmen di bagian Tenggara Afrika, terdapat lukisan seorang wanita yang sedang menari. Para arkeolog memiliki penjelasan yang beragam tentang keberadaan lukisan dinding ini, ada yang berpendapat bahwa lukisan-lukisan di dinding itu adalah cara masyarakat waktu itu mencatat peristiwa penting dalam hidup mereka, namun juga ada yang berpendapat bahwa lukisan dinding tersebut adalah cara mereka mendidik generasi berikutnya.

Di Indonesia, peninggalan budaya prasejarah seperti di atas umpamanya adalah grafik-grafik yang ditemukan di berbagai candi yang ada di berbagai daerah di Indonesia dan grafik terpanjang pada dinding terbesar adalah yang terdapat pada dinding Candi Borobudur yang mengisahkan antara lain tentang Sendratari Ramayana.

(c) Teks.

Suara atau bahasa maupun grafik dalam berkomunikasi memiliki keterbatasan. Sayling Wen (2002: 23), mengatakan beberapa kelemahan komunikasi dengan suara dan grafik, yaitu terutama untuk mengomunikasikan sesuatu yang abstrak konsep-konsep abstrak akan sulit dikomunikasikan dengan suara dan grafik. Sementara suara sendiri mudah dilupakan sehingga pesan tidak sepenuhnya dapat disimpan, kesulitan menyimpan suara pada waktu ini menyebabkan mudah pesan komunikasi terdistorsi. Upaya-upaya manusia untuk mengatasi kelemahan suara ini, maka mendorong lahirnya teks dan model-model komunikasi alternatif pada saat itu. Dalam sejarah, teks pada awalnya muncul di dataran tinggi Mesopotamia di Timur Tengah, di mana manusia mencari nafkah dengan bertani dan memelihara ternak. Pahatan di loh-loh dengan tanah liat memungkinkan para penghuni melacak gandum serta ternak mereka. Pada mulanya benda Sumerian menyimulasi objek-objek nyata dengan garis-garis sederhana, membentuk semacam piktografi, kemudian mereka menggabungkan piktografi itu untuk menggambarkan ekspresi suatu makna sehingga membentuk ideogram. Pada waktu itu *cuneiform* (*cuneus* = patok, *forma* = bentuk) dibentuk dengan menggunakan bu'u panjang untuk menyatukan loh-loh tanah liat. Kemudian akhirnya *cuneiform* menjadi dasar bagi banyak bahasa Barat. Lambang tulisan paling awal yaitu teks, digunakan untuk menghitung ternak. Kemudian beberapa waktu berikutnya teks baru digunakan untuk mencatat ekspresi-ekspresi percakapan sehari-hari, kemudian berkembang menjadi alat berekspresi dan berkomunikasi. Kira-kira 400 tahun kemudian memperkenalkan sistem tulisan yang berbeda, yaitu

hieroglyphics (tulisan nenek moyang bangsa Mesir) dalam bahasa Yunani berarti "teks Allah").

Perbedaan utama antara tulisan *hieroglyphics* dengan *cuneiform* adalah *hieroglyphics* sejak semula dapat menggambarkan segala jenis ekspresi percakapan sehari-hari dan digunakan untuk mengekspresikan objek-objek yang konkret maupun abstrak. Sementara kebudayaan Barat saat ini menggunakan abjad-abjad bahasa Yunani, Phoenician, dan Ibrani kira-kira tahun 1000 SM. Kira-kira tahun 2000 SM, Tiongkok mengembangkan sebuah sistem teks. Pada mulanya Askara Tionghoa menggunakan grafik-grafik realistik kemudian berevolusi menjadi tanda-tanda simbolis namun banyak mempertahankan unsur grafik (Wen, 2002: 24-25).

Apabila dibandingkan dengan temuan angka 0 pada masyarakat Palembang seperti yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat dipastikan bahwa angka 0 adalah teks "0" yang dibuat oleh manusia Palembang yang kemudian berkembang menjadi angka 0 pada zaman ketika manusia mulai mengenal tulisan. Dengan demikian, sumbangan terbesar bagi perkembangan era tulis juga disumbangkan oleh temuan-temuan angka 0 oleh manusia Palembang tersebut.

(d) Musik.

Dalam banyak budaya masyarakat, musik dapat digunakan sebagai alat komunikasi antarpribadi, pada masyarakat Aborigin sampai saat ini masih menggunakan musik untuk berkomunikasi. Ketika berburu mereka menggunakan suara-suara tabuhan, begitu juga ketika mereka panen, mereka berkumpul dan menari dan bernyanyi. Pada beberapa masyarakat desa di Ruteng NTT, juga menggunakan musik dan tarian untuk

mendamaikan dua desa yang berperang, salah satu desa menampilkan musik dan tarian Danding dan desa lainnya menampilkan musik dan tarian Rawa, inilah ritual prosesi perdamaian kedua desa tersebut.

Di beberapa masyarakat tradisional Maluku, juga menggunakan musik untuk berperang, musik-musik perang itu mampu membangkitkan bulu roma dan apabila suara musik-musik yang dihasilkan dari tabuhan dan alat gending itu dibunyikan semua orang dalam masyarakat di sana tahu bahwa akan terjadi perang dengan orang lain di luar desanya.

Di Jawa, musik juga digunakan media komunikasi untuk menyampaikan bahwa saat ini ada gangguan, ancaman, penyakit, setan, dan bala. Bentuk alat musiknya bermacam-macam mulai dari alat-alat sederhana sampai dengan kentungan dan tabuhan.

Walaupun saat ini di masyarakat telah ada alat-alat komunikasi modern, namun alat-alat musik tradisional tetap saja dilestarikan sebagai media komunikasi antarsesama anggota masyarakat.

(e) **Animasi.**

Adalah gambar tunggal yang dapat menyampaikan sekian banyak makna, yang umumnya digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi dari seseorang ke orang lain. Berdasarkan sejarah, animasi modern saat ini pada mulanya dikembangkan dari permainan bayang-bayang serta lentera ajaib Tionghoa di zaman dahulu. Dalam tradisi budaya Indonesia, seni wayang dengan menggunakan tampilan 2 dimensi adalah juga gagasan-gagasan awal tentang animasi modern saat ini. Beberapa bangsa di dunia; di Eropa, Afrika dan Asia memiliki kesenian wayang, dengan demikian maka dapat

pula disimpulkan bahwa tradisi wayang memberi ilustrasi pada lahirnya animasi modern.

(f) Video.

Adalah salah satu media antarpribadi yang lahir di zaman teknologi modern. Melalui video orang dapat menyampaikan gagasan-gagasan mereka kepada orang lain. Sayling Wen memiliki alasan tersendiri untuk mengatakan video sebagai media komunikasi antarpribadi, walaupun media ini bukan merupakan media tradisional sebagai dasar lahirnya model komunikasi era berikutnya. Alasan Wen hanya melihat bahwa melalui video orang dapat menyampaikan gagasan pribadinya kepada orang lain, begitu pula sebaliknya.

**REVOLUSI KOMUNIKASI DAN PERUBAHAN HISTORIK: SUATU
PANDANGAN SKEMATIK**

Sistem/Struktur Sosial Secara Umum	Teknologi Komunikasi/Media	Paradigma Kultural/Epistemologi Integrative	Kepemimpinan/Elit Komunikasi Mobilitif	Institusi/Struktur Komunikasi Akumulatif
Masyarakat - Masyarakat band	Pra-bicara	<i>Magi</i> : Supernatural	Orang besar	<i>Hunting bands</i>
Masyarakat	Bicara	Mitologi:	Raja/Chief	Tribe

Masyarakat Agraris	Tulisan	Agama: Kata- kata	Kependetaan	Gereja
Masyarakat Komersial	Cetakan	Sains	Ilmuwan	Universitas/polis
Masyarakat Industrial	Media massa (cetakan dan elektronik)	Ideologi: Tindakan	Ideologi/ pembujuk	Organisasi massa: pabrik perusahaan partai politik, serikat buruh
Masyarakat Pasca-Industrial	<i>Cybernetic</i>	Teknologi: Program	Teknologi	Perusahaan Trans-Nasional, Birokrasi pemerintah litbang
Masyarakat Informatika	Telesat: Komputer	Informatika: Pilihan	Pekerja Informasi	Jaringan Komunikasi Elektronik: Data Base tersentralisi, dan pondok elektronik

b. Media Penyimpanan

Ketika Rogers mengatakan era lanjutan dari era tulis adalah» era media cetak, maka era ini ada kesamaannya dengan era di mana media penyimpanan mulai digunakan oleh manusia. Memang ada beberapa konsep media penyimpanan

yang sebenarnya telah berada pada era modern, namun gagasan-gagasan dari jenis media penyimpanan itu sebenarnya sudah ada sejak permulaan era cetak.

Sayling Wen (2002: 39-63) mengatakan bahwa, jenis-jenis media penyimpanan adalah:

1. Buku dan Kertas

Kira-kira 3000 tahun lalu, bangsa Tionghoa menemukan media penyimpanan pertama yang sempurna dalam sejarah manusia, yaitu buku. Di zaman Sumerians dan Mesir, buku dipahat pada batu ubin besar, tanah liat, atau daun papirus. Di awal abad pertengahan, para imam di Eropa menulis di atas gulungan, daun papirus, kemudian lambat laun menggunakan perkamen yang dibuat dari kulit hewan karena alasan efisiensi dan mutu yang lebih baik. Pada tahap berikutnya ketika ditemukan kertas sekitar 1500 tahun lalu, maka media penyimpanan dibuat dalam bentuk buku seperti sekarang ini. Buku menjadi media penyimpanan teks dan grafik yang paling lama umurnya, sehingga buku dan kertas menjadi peninggalan umat manusia yang sangat penting.

2. Kamera

Gagasan awal lahirnya kamera adalah lukisan potret yang pernah dilakukan oleh seorang pelukis istana, yaitu Wang Zhaojun. Pada waktu itu para wanita bangsawan berlomba-lomba membayar lebih banyak kepada Wong agar ia dapat melukis potret mereka lebih cantik dari objek lukisannya sendiri. Orang kemudian membutuhkan sebuah teknologi yang dapat memotret objek secara lebih objektif. Baru kemudian sekitar 150 tahun lalu Louis Jacques Mande Daguerre dari Perancis menemukan *daguerreotype*, yaitu tipe fotografi pertama yang mengekspos gambar pertama dan jelas pada tahun 1837. Temuan spektakuler ini kemudian disempurnakan pada

revolusi industri dengan perekayasaan mekanis dan optik.

Kamera dapat menyimpan gambar yang realistis secara cepat dan tepat sebagaimana objek aslinya. Proses pengambilan gambar yang cepat, gambar-gambar yang dihasilkan oleh kamera dapat diproses ulang berkali-kali dan dapat diperbesar dari objek semula, merupakan penemuan besar dalam sejarah media penyimpanan saat itu.

3. Alat Perekam Kaset

Kira-kira 150 tahun lalu, selang beberapa lama ketika kamera ditemukan, Thomas Alva Edison menemukan ***Phonograph***, yaitu alat pemutar piringan hitam. Berawal dari temuan Edison inilah saat ini masyarakat dapat menyimpan berbagai macam suara dan musik dalam bentuk kaset rekaman.

4. Kamera Film Proyektor

Pada tahun 1872 Gubernur Amerika, Leland Stanford, meminta juru kameranya untuk memasang 12 kamera dipacuan kudanya untuk memotret ketika seekor kuda berlari. Sang gubernur sedang ingin memenangkan pertarungan argumentasi dengan temannya bahwa sebenarnya kuda lari dengan empat kakinya menyentuh tanah. Maka ke-12 kamera itu disiapkan pada jarak yang sama dan secara berturut-turut memotret kuda yang sedang berlari. Akhirnya 12 kamera dapat menghasilkan 12 gambar secara berturut-turut, dan gambar-gambar itu akhirnya dapat membuktikan kalau memang kuda itu berlari dengan keempat kakinya menyentuh tanah.

Gagasan untuk menciptakan kamera film proyektor lahir setelah sang juru kamera mengatur ke-12 gambar

tersebut di atas sebuah roda dan memutar rodanya di hadapan sebuah kamera dengan lampunya. Yang terlihat ada aksi kuda yang sedang berlari. Hal ini terjadi karena manusia memiliki persistensi penglihatan yang menghasilkan ilusi seekor kuda sedang berlari. Setelah melakukan pemotretan dengan 12 kamera kemudian ditingkatkan dengan 40 kamera sehingga menghasilkan urutan gambar yang lebih halus.

George Eastman, seorang penemu di zaman Edison, menghasilkan film seluloid yang memungkinkan pengambilan gambar serangkaian aksi dalam satu rol film. Kemudian William KL Dickson menemukan kamera film dengan menggunakan film seluloid, dan seorang lainnya, Thomas Armat mengembangkan kamera tersebut menjadi proyektor. Sayling Wen (2001:55) berpendapat bahwa karena persistensi penglihatan manusia, serta penemuan kamera, penggulung film serta proyektor animasi, dan film dapat dihasilkan.

5. Pita Perekam Video

Pertengahan abad ke-20, perusahaan TV belum dapat merekam program-programnya sehingga semua acara disiarkan secara langsung. Kesulitan ini terjadi apabila TV ingin menyiarkan kembali acara-acara itu, apalagi kalau acara tersebut cukup penting dan dinanti- nantikan pemirsa. Pada tahun 1956, sebuah perusahaan Amerika meluncurkan alat perekam video yang pertama di dunia, yang dapat merekam gambar pada kasei magnetis. Sony dan Philips kemudian melakukan riset-riset pengembangan untuk mengurangi biaya kaset video sekaligus untuk meningkatkan kualitas rekaman video. Pada tahun 1962 Sony berhasil menciptakan sebuah alat perekam video industri, kemudian pada lima tahun berikutnya Sony memperkenalkan seperangkat alat

rekaman video berwarna. Dan pada tahun 1972, Philips memperkenalkan sebuah alat perekam video baru yang dilengkapi dengan pengatur arus listrik, pengatur waktu, dan dapat dikoneksikan dengan TV sehingga memudahkan pengerjaan siaran TV. Terakhir alat perekam video ini berkembang dengan model Beta dan VHS dan sebagainya (Yenrie dan Soetrisno, tt.: 96).

6. Disk Optikal

Teknologi penyimpanan lainnya yang berkembang dengan pesat dengan menggunakan teknologi optikal, yaitu disk video. *Disk Video Compact* (VCD), CD Foto, CD Plus, CD Interaktif (CD-I), *Digital Versatile Disk* (DVD). Semua teknologi ini menggunakan teknologi optikal untuk membaca piringan logam.

Saat ini baik VCD maupun DVD sudah diciptakan dengan kemampuan membaca dan merekam data dan gambar, sehingga penggunaannya seperti menggunakan kertas, yaitu dapat ditulis dan dihapus, selain untuk menyimpan data.

7. Disket dan Hardisk

Disket dan hard disk memiliki jenis teknologi yang hampir sama dengan kegunaan sebagai media penyimpanan. Disket dan hard disk menggunakan teknologi optikal dengan bahan yang berbeda. Disket diproduksi dari plastik sedangkan hard disk dibuat dari logam dengan mengandalkan jarum baca menggantikan fungsi optik.

Saat ini disket tak lagi digunakan namun hard disk tetap digunakan sampai pada *density terabite*, baik internal, eksternal, maupun *portable* yang dapat digunakan berpindah-pindah dari satu terminal komputer ke

terminal komputer lain dengan hanya menggunakan koneksi USB maupun bluetooth.

8. Flash Disk

Ini adalah teknologi media penyimpanan yang nantinya akan menggantikan teknologi optik. Flash Disk merupakan teknologi elektrik penyimpanan data dengan mengandalkan chip untuk menyimpan, membaca, dan menulis data maupun gambar. Teknologi ini begitu cepat berkembang sehingga kapasitasnya terus berkembang. Dalam waktu kurang dari tiga tahun semenjak alat ini dipasarkan dengan kapasitas 6 mega, sekarang telah dipasarkan dengan kapasitas 8 GB sampai dengan 32 GB bahkan di atas itu.

c. Media Transmisi

Transmisi media bukanlah sekadar tentang penyimpanan serta penyebaran. Kita juga menginginkan informasi ditransmisikan seketika (real-time) sebelum beritanya ketinggalan. Demikianlah, selain media penyimpanan, kita juga membutuhkan transmisi seketika (real-time).

Pada masyarakat tradisional media transmisi bisa berupa surat, mengirim surat lewat hewan (burung merpati), lampu mercusuar, asap, kembang api, pos berkuda dan baru 100 atau 200 tahun yang lalu manusia berhasil menemukan segala jenis teknologi transmisi.

Transmisi media dapat dibagi menjadi empat kategori, (a) Komunikasi, transmisi dari orang ke orang, di mana baik pengirim maupun penerimanya adalah spesifik, (b) Penyiaran adalah transmisi dari satu orang ke banyak orang, (c) Jaringan, yarij baru berkembang kurang dari 20 tahun, adalah transmisi da r banyak orang ke banyak orang, (d) Konvergensi Media dan Ne-c- Media

a) Komunikasi

Pada dasarnya, komunikasi adalah transmisi dari satu orang ke satu orang, dimana pengirim maupun penerimanya spesifik. Komunikasi ini adalah bentuk transmisi yang paling klasik dalam sejarah umat manusia. Kisah romantis Adam dan Hawa ketika pertama kali di "tempatkan" Tuhan di bumi, telah menggunakan komunikasi untuk saling berkomunikasi. Saat itu yang digunakan adalah angin, ketika angin Barat bertiup ke timur, Adam menyampaikan pesan kepada angin, "sampaikan kabar kepada Hawa kalau saya di Barat", begitu pula ketika angin Timur berhembus ke Barat Hawa berpesan kepada angin, "sampaikan kabar kepada Adam kalau saya di Timur". Komunikasi yang rutin dilakukan melalui transmisi angin ini, maka suatu saat Adam dan Hawa bertemu di Jabal Rahmah. Ada beberapa keyakinan lain bahwa mereka bertemu di salah satu tempat di India. Apabila legenda ini benar, maka manusia pertama (Adam-Hawa) ketika itu telah menggunakan teknologi transmisi dalam praktik komunikasi mereka. Berjuta-juta tahun diperkirakan manusia menggunakan transmisi angin untuk berkomunikasi dengan sesama manusia.

Dalam sejarah ilmu pengetahuan, ketika manusia belum menggunakan ilmu pengetahuan kira-kira 600 tahun SM, di mana mistik amat mendominasi kehidupan manusia, maka diperkirakan manusia amat memanfaatkan angin sebagai medium transmisi untuk berkomunikasi.

Baru kemudian ketika manusia mulai mengenal logos (ilmu pengetahuan), dimulai dari lahirnya pemikiran-pemikiran yang menolak mistik sebagai pertanda lahirnya logos, segala jenis transmisi, termasuk sistem pos berkuda, telegraf, telepon, teleks faksimile, pos elektronis (e-mail), telepon video, penyeranta, dan telepon bergerak sampai dengan telepon video bergerak (seluler 3G) Internet mulai ditemukan dan diperkenalkan di masyarakat. Kecuali sistem pos berkuda,

cara-cara komunikasi lainnya belum muncul hingga hampir 100 tahun yang lalu.

1) Komunikasi Pos Berkuda

Komunikasi di Tiongkok zaman dahulu mengandalkan sistem pos berkuda. Pesan-pesan dikirimkan oleh para penunggang kuda. Setiap kali seorang tukang pos tiba di kantor kurir, ia pindah ke kuda lainnya agar ia dapat menempuh jarak kira-kira 500 kilometer dalam satu hari. Tiongkok zaman dahulu sangat luas tetapi belum memiliki jaringan telekomunikasi, sehingga sistem pos berkuda dapat dianggap metode transmisi yang sangat nyaman dan cepat. Tetapi transmisi seperti ini juga hanya digunakan oleh para pejabat, dan tidak tersedia bagi rakyat biasa (Wen, 2002: 67).

2) Telegraf dan Telepon

Pada tahun 1837, Samuel Finley Breese Morse untuk pertama kalinya mendemonstrasikan telegrafi di depan publik. Ia temukan Kode Morse, yang menggunakan sirkuit terbuka dan tertutup untuk mewakili tanda nol dan satu. Lewat pengkodean, kita dapat mengetahui isi pesan di transmisi. Menjelang pertengahan tahun 1870-an, hampir semua keluarga Inggris telah mempelajari Kode Morse untuk menghubungi teman-teman serta sanak saudara mereka dengan sambungan mereka sendiri. Belakangan, Alexander Graham Bell, seorang Skotlandia yang belakangan bermigrasi ke Amerika Serikat, menemukan telepon dan sukses menggunakan fasilitas teleponnya untuk mentransmisikan suara pada tanggal 10 Maret 1876. Walaupun jarak transmisinya hanya beberapa kaki, itulah untuk pertama kalinya manusia dapat berbicara seketika (real-time) kepada orang-orang yang jauh. Ketika prestasi ini diulangi pada bulan Juni 1876, jarak liputannya baru beberapa ratus kaki. Baru pada tahun 1915 setiap tempat di Amerika dihubungkan dengan kabel telepon, sementara telepon

ke luar negeri baru tersedia tahun 1926. Ketika itu, telepon digunakan sebagai transmisi berkabel. Banyak orang menggunakan telepon untuk mentransfer musik dan berita. Tentu, dengan bantuan teknologi, telepon merebak sangat cepat dan dampaknya terhadap umat manusia sungguh di luar imajinasi penemunya sendiri (Wen, 2002: 68).

3) Teleks dan Faksimile (Fax)

Teleks dikembangkan langsung setelah telepon. Teleks menggunakan sambungan telepon dan mengharuskan baik pengirim^a maupun penerima memiliki alat yang sama. Dengan sebuah keyboard, sang pengirim mengetik pesan dalam bahasa sederhana, dan seketika itu juga, mesin penerimanya akan mencetak pesannya. Teleks dapat mengirimkan teks seketika (real-time), sehingga menjadi alat komersial yang bermanfaat. Tetapi teleks segera digantikan setelah ditemukannya mesin fax. Mesin/ai dapat mengirimkan teks maupun grafik. Dengan menggabungkannya dengan telepon, kita dapat mengirimkan teks, grafik, suara maupun musik.

4) Pesawat Pager dan SMS

Pada tahun 90-an berkembang teknologi mesin pager yang laku keras di pasar. Berbagai perusahaan station pager berperan besar terhadap perkembangan teknologi ini. Cara kerja SMS pager ini adalah seorang dapat mengirimkan pesan kepada orang lain yang memiliki pesawat pager dengan menggunakan telepon yang digunakan untuk menghubungi stasiun radio pager, kemudian melalui operator pager ia dapat mengirim pesannya. Setelah operator pager menerima pesan tersebut kemudian diteruskan ke pesawat pager, ketika pager berbunyi, maka pemilik pesawat pager dapat membaca SMS itu. Setelah teknologi pesawat seluler populer di masyarakat, teknologi pager ini diadopsi oleh pesawat seluler, maka orang dapat mengirim pesan langsung point to point melalui telepon seluler.

5) Surat Elektronik (e-mail)

Perkembangan teknologi Internet menciptakan berbagai diversifikasi teknologi transmisi, antara lain e-mail. Lewat e-mail, kita dapat mentransfer pesan-pesan secara cepat ke berbagai tempat di dunia. Selain mengirim surat, dengan e-mail orang bisa saling mengirim gambar, mengirim kartu ucapan selamat, atau saling mengirim apa saja yang berhubungan dengan data dan gambar.

6) Telepon Video dan Telepon Bergerak (Seluler)

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang begitu pesat. Negara-negara Asia, seperti Korea Selatan dan Cina telah sangat maju dalam penemuan baru di bidang teknologi komunikasi mengungguli Jepang, Amerika, dan beberapa negara Eropa. Korea Selatan bahkan pada tahun 2005 memperoleh julukan bangsa penemu oleh beberapa media massa.

Pada mulanya telepon seluler dibuat untuk memudahkan orang berkomunikasi dari mana saja, namun ketika masyarakat yang bergerak cepat karena dapat menggunakan teknologi komunikasi yang begitu mudah, menyebabkan masyarakat semakin jauh secara emosional. Keinginan kembali melakukan komunikasi yang lebih berkualitas disebabkan karena mutasi manusia yang semakin luas itu menyebabkan masyarakat membutuhkan telepon seluler tersedia video yang dapat menghadirkan gambar-gambar. Dengan kemajuan teknologi komunikasi masyarakat dapat lebih banyak mengenal lagi tipe teknologi komunikasi, bahkan telepon seluler video yang digunakan banyak orang sekarang ini dapat mentransmisikan enam media teks, grafik, suara, musik, animasi dan video, di mana saja.

Perkembangan berikutnya, telepon seluler tidak saja berfungsi sebagai teknologi komunikasi, namun juga menjadi multimedia yang dapat menyediakan segala macam kebutuhan,

baik sebagai media penyimpanan, media processing maupun sebagai media penyiaran yang dapat secara real-time berfungsi sebagaimana media transmisi. Saat ini, dengan kemampuan telepon seluler 3G, konsep telepon seluler telah menghancurkan konsep-konsep media massa yang serba statis, karena seseorang dengan telepon selulernya telah dapat menyiarkan sebuah pemberitaan kepada semua orang yang memiliki telepon seluler.

b) Penyiaran

Transmisi kedua adalah penyiaran, yaitu transmisi dari satu orang ke banyak orang. Media penyiaran yang digunakan manusia mencakup teriakan, papan pengumuman, tabuhan drum, surat kabar dan majalah, radio, TV (nirkabel, kabel atau satelit, telepon seluler dan Internet), dan ada banyak lagi. Media-media ini memiliki ciri-ciri serta cakupannya sendiri. Media-media penyiaran yang canggih saat ini adalah satelit berorbit rendah, TV satelit, telepon seluler yang mudah dibawa ke mana-mana, dan Internet.

(1) Teriakan, Papan Pengumuman, dan Tabuhan Drum

Billal adalah salah satu sahabat Nabi Muhammad pada zaman permulaan Islam. Karena suaranya yang merdu, maka ia ditugaskan oleh Nabi Muhammad untuk melakukan azan setiap waktu shalat dengan cara berteriak di tempat yang tinggi atau di pasar, untuk memberitahukan kepada banyak orang kalau waktu shalat sudah tiba.

Teriakan digunakan Billal, karena saat itu media transmisi lain belum ada, sehingga dengan teriakan Billal dapat mentransmisikan pesan-pesan azan bahwa saat itu sudah masuk waktu shalat. Saat ini azan masih tetap dilakukan dengan teriakan, namun menggunakan media transmisi

speaker atau pengeras suara atau radio untuk menjangkau wilayah yang lebih luas.

Teriakan juga digunakan oleh hampir sebagian besar budaya masyarakat untuk menyampaikan sesuatu kepada banyak orang. Seperti, menggunakan suara yang keras untuk membacakan pengumuman raja di alun-alun kota. Atau pun pada masyarakat pantai dengan pulau yang berdekatan, juga menggunakan teriakan untuk menyampaikan pesan-pesan kepada orang di pulau seberang.

Pada masyarakat lainnya dengan tradisi lain, biasanya menggunakan lembar-lembar papan atau medium tembok, batu dan pohon untuk menyampaikan pengumuman-pengumuman dari pimpinan mereka ke masyarakat umum. Sampai saat ini tradisi papan pengumuman masih terus digunakan.

Pada masyarakat tradisional lainnya, tabuhan drum digunakan untuk menyampaikan berita tentang perintah bekerja, ada peristiwa, bahagia, kesenangan, tarian, ada musuh, ada bahaya, maupun perang. Pada masyarakat Islam, sejak lama, menggunakan tabuhan drum beduk untuk menunjukkan sudah masuk waktu shalat. Sampai saat ini tabuhan drum masih digunakan oleh masyarakat tertentu untuk berbagai kebutuhan mentransmisikan pesan kepada banyak orang.

d. Surat Kabar dan Majalah

Surat kabar (ataupun majalah) adalah kelanjutan dari teknologi teks dan grafis yang sudah ditemukan beberapa abad yang lalu. Karena itu, surat kabar dan majalah hanya mentransmisikan informasi berupa teks dan grafis. Namun surat kabar menjadi populer karena sifatnya yang sederhana menyebabkan ia hampir-hampir tak tergantikan oleh media apa pun. Konon selama Dinasti Tang di Tiongkok, ada surat

kar resmi yang dibatasi bagi pejabat-pejabat .stana. Namun secara spektakuler, surat kabar dan majalah muncul kira-kira pada abad ke-15, ketika Elegi Gutenberg menemukan mesin cetak pada tahun 1450. Walaupun kemampuan mesin cetak tersebut masih sangat sederhana, namun temuan itu menjadi awal dari kebangkitan media pada abad-abad berikutnya.

Saat ini surat kabar dan majalah telah berkembang menjadi media dengan kemampuan yang tak terbatas oleh wilayah bangsa dan negara. Kemajuan teknologi cetak yang sangat canggih, menyebabkan hasil cetakan berwarna menyerupai asli bahkan melebihinya. Ketika mesin-mesin cetak itu telah dapat dihubungkan dengan Internet, maka proses cetak jarak jauh dapat dilakukan di berbagai daerah maupun negara yang jauh dari kantor pusat redaksi. Bahkan secara menggurita, perusahaan-perusahaan surat kabar nasional maupun internasional dapat mendirikan surat kabar-surat kabar dan majalah dengan ragam bahasa lokal di mana saja di berbagai daerah dan negara dengan suplay berita dari kantor redaksi pusat. Semua ini berkat gagasan Elegi Gutenberg yang cemerlang beberapa abad yang lalu.

Sebagai media transmisi, surat kabar dan majalah relatif dapat mentransmisikan informasi dari sumber berita ke khalayak dalam waktu yang cepat. Istilah real-time pada surat kabar dan majalah, memiliki keterbatasan karena processing surat kabar dan majalah butuh waktu. Karena itu surat kabar bisa terbit harian, mingguan, tribulan dan sebagainya. Begitu juga majalah, bisa terbit mingguan, dua mingguan, tiga mingguan, satu bulanan, tiga bulanan, dan sebagainya.

Dengan demikian, maka konsep real-time untuk surat kabar dan majalah adalah dalam kurun waktu terbitannya. Untuk mengatasi kelemahan real-time ini, maka surat kabar atau majalah yang kurun waktu terbitannya relatif lama, maka

sebagai gantinya, pemberitaan yang diturunkan disajikan sangat detail, komprehensif, dan memuat gambar-gambar yang transparan.

(3) Radio

Berbeda dengan surat kabar dan majalah, radio hanya mentransmisikan suara termasuk musik. Pada mulanya gelombang radio ditemukan pada tahun 1887 di Jerman oleh Heinrich Hertz, temuan ini memudahkan jalan bagi Guglielmo Marconi untuk menemukan sistem komunikasi tanpa kabel yang pertama pada tahun 1895 . Untuk menghasilkan temuan radio dengan suara yang bagus dari datar, maka temuan-temuan mikrofon dan tabung audio berikutnya menjadi sangat penting. Tabung audio adalah sebuah tabung elektronik yang memungkinkan implus-implus listrik yang kompleks itu diperbesar dan dipancarkan. Audio ditemukan pada tahun 1902 oleh Lee de Forest, namun sebelumnya rekan Marconi telah menemukan deoda pada tahun 1905. Deoda adalah tabung hampa udara yang memuat dua elektroda, yaitu katoda dan anoda. Pada saat anoda menerima gelombang radio, ia secara bergantian mengalami dua jenis muatan, yakni positif dan negatif. Pada saat yang hampir sama dengan penemuan audio oleh Forest, ditemukanlah kristal galena yang sangat peka terhadap gelombang radio, dan temuan ini mengarah kepada produksi radio yang digunakan di rumah-rumah. Pada tahun 1922, British Broadcasting Company didirikan dan menyiarkan program pertama pada tanggal 14 November 1922 Hal ini menandakan dimulainya sebuah produksi siaran radio yang digunakan oleh masyarakat luas (Yenne dan Soetrisno, tt.: 76).

Saat ini radio begitu terkenal di masyarakat, dengan pendengarnya yang spesifik karena kemampuannya yang luar biasa untuk menciptakan "theatre of the mind" dalam pikiran pendengarnya. Radio juga memiliki kemampuan mengirimkan transmisi dengan jangkauan yang sangat luas sehingga

menjangkau daerah-daerah! pedesaan maupun lautan yang jauh. Dengan kemajuan teknologi media, maka radio saat ini juga menggunakan teknologi satelit (radio satelit) dan Internet (radio web) sehingga memungkinkan orang mendengar siaran-siaran radio di seluruh penjuru dunia padahal stasiun radio itu berada di sebuah lokasi yang jauh di sebuah negara.

(4) Televisi (Televisi Nirkabel, Kabel, dan Satelit), Televisi Analog dan Televisi Digital

Diskusi mengenai proses pengiriman secara cepat gambar-gambar melalui gelombang elektromagnetik sudah dimulai sejak abad ke-19. Sehingga ditemukannya selinium pada tahun 1817 yang memungkinkan diubahnya gambar-gambar bergerak menjadi arus listrik. Kemudian pada tahun 1884 ketika Paul Nipkow dari Jerman menemukan suatu alat yang dapat mengubah gambar secara optikal menjadi garis-garis paralel dengan berbagai intensitas, karena pada awalnya televisi adalah proses merekam dan mengirimkan gambar-gambar seperti itu melalui sel-sel selinium. Kemudian pada tahun 1924, Vladimir Kosma Zworykin menemukan ikonoskop yang dapat memproyeksikan gambar ke layar berupa sel-sel foto-elektrik yang berada di dasar sebuah tabung katoda. Ikonoskop inilah yang menjadi cikal bakal tabung televisi modern yang digunakan saat ini (Yenne dan Soetrisno, tt.: 78).

Perkembangan televisi terus dipacu dalam tahun-tahun berikutnya, karena masyarakat menantikan teknologi ini, sehingga pada tahun 1927, Bell Telephon Company menyiarkan gambar-gambar televisi dari Washington ke New York dengan menggunakan kabel telepon. Setahun kemudian, pada tahun 1928, John Logie Baird melakukan siaran televisi pertama melintasi Atlantik dari London ke New York menggunakan gelombang pendek dan pada tahun 1930, BBC (British Broadcasting Corporation) mulai menyiarkan

program-program televisi secara teratur. Pada tahun 1928, sebenarnya John Baird telah membuat sistem televisi berwarna dan Bell Laboratories menciptakan sebuah sistem paralel di Amerika pada tahun 1929 dan pada tahun 1968 Sony Corporation di Jepang mengembangkan TV berwarna Trinitron dengan satu tabung warna dan sebuah grid yang memungkinkan spektrum warna yang lebih luas dapat ditampilkan di layar (Yenne dan Soetrisno, tt.: 79).

Pada tahun 80-an, layar televisi pelat (LCD) dengan teknologi plasma mulai diperkenalkan menggantikan teknologi layar televisi tabung yang dirasa kurang praktis dan menghasilkan kualitas warna dan gambar yang kurang baik. Sehingga sampai saat ini televisi telah berkembang dengan berbagai bentuk yang sangat praktis.

Sebagaimana radio, televisi juga saat ini memanfaatkan teknologi satelit, Internet maupun kabel, sehingga memungkinkan orang dapat menyaksikan siaran televisi di mana dan kapan saja secara real-time. Pertandingan tinju Mike Tyson di Las Vegas, yang disiarkan secara langsung, dapat disaksikan saat itu juga oleh orang di seluruh penjuru dunia dengan penggambaran situasi kejadian seperti apa adanya.

Kemajuan teknologi televisi seperti sekarang ini mengagetkan siapa saja, yang sebenarnya tidak memperkirakan begitu cepat perkembangannya sehingga dengan serta-merta dapat menjadi jendela dunia, media yang dapat menjadi "lubang penembus space". Menjadikan dunia bahkan alam jagad raya ini menjadi hanya selebar daun kelor sebuah pepatah lama yang maknanya mengolok-olok, namun saat ini menjadi kenyataan. Oleh karenanya, CNN menyatakan bahwa setiap kejadian penting yang terjadi di mana pun di dunia lapat dilaporkan dalam waktu 10 menit.

Dengan memanfaatkan teknologi satelit, saat ini, selain televisi lapat digunakan di rumah- rumah, telah diproduksi pula televisi nobil yang dapat dibawa ke mana-mana, dengan demikian orang lapat menyaksikan siaran televisi di mana pun dia berada. Produksi televisi jenis ini adalah seperti televisi genggam, televisi mobil, maupun televisi seluler.

Selain televisi satelit, juga diproduksi televisi kabel yang juga digunakan di rumah-rumah dengan teknologi digital, meninggalkan teknologi analog yang sudah ketinggalan zaman. Saat ini teknologi televisi sudah dapat di gabungkan dengan Internet, sehingga menjadi televisi Internet, artinya penyiaran televisi tidak agi menggunakan teknologi satelit dan radio namun menggunakan jaringan Internet. Jadi, disebut pula televisi jaringan, yaitu televisi yang menggunakan jaringan Internet.

Televisi digital memiliki teknologi yang lebih maju khususnya untuk televisi mobile. Kalau televisi analog untuk mobile menghasilkan kualitas gambar yang kurang baik, namun televisi digital memiliki kualitas yang sangat bagus walaupun berada pada lokasi yang sulit. Teknologi ini memungkinkan masyarakat tetap dapat menikmati siaran televisi walaupun di lokasi yang jauh di pedalaman.

(5) Telepon Seluler

Telepon seluler generasi ketiga (3G), seperti yang disinggung di atas, memiliki teknologi multimedia dan pemancar dengan menggunakan gelombang radio, sehingga telepon seluler memiliki kemampuan mentransmisikan pesan secara real-time. Saat ini seseorang yang ingin menginformasikan pesan kepada orang lain dapat menggunakan telepon selulernya untuk menyiarkan informasi itu kepada siapa saja yang nomor teleponnya ada dalam selulernya atau dia memasukkan secara manual nomor-nomor tersebut. Dengan demikian, apabila

stasiun penyiaran selama ini terbatas dalam sebuah ruang (termasuk dalam ruang mobil yang bergerak), namun waktu-waktu mendatang, stasiun penyiaran beralih dalam genggam tangan seseorang. Saat ini, sudah biasa apabila seseorang berbicara melalui telepon selulernya dan di on air melalui stasiun radio, namun yang akan datang ketergantungan dengan teknologi radio konvensional ini akan semakin berkurang, bahkan melalui selulernya seseorang dapat secara independen melakukan penyiaran.

Mengikuti arah dan platform perkembangan telepon seluler, maka dapat dipastikan perkembangan telepon seluler untuk menyempurnakan media penyiaran ini akan segera terwujud, mengingat semakin mudah mengkonvergensi teknologi ini dengan teknologi lainnya. Beberapa tahun lalu, beberapa ahli telah menemukan kunci-kunci teori untuk menghilangkan sesuatu benda, di mana teori ini ribuan tahun lalu telah digunakan secara mistis. Maka tentu apabila teknologi menghilang ini dapat diciptakan, maka telepon kita itu juga akan tersedia sebuah menu untuk menghilangkan sebuah benda, termasuk menghilangkan si pemilik telepon seluler ini sendiri.

Telepon seluler ini berkembang dengan berbagai varian yang membawa seluler menjadi media konvergensi yang tak ada tandingnya. Saat ini saja, seluler tidak sekadar telepon, namun juga menjadi media fashion dengan berbagai varian multimedia dengan berbagai konvergensi, seperti telepon, televisi, radio, DVD, MP3, MP4, Internet, media point to point dengan menggunakan inframerah, bluetooth, edge, dan sebagainya.

(6) BlackBerry

Telepon seluler memiliki saingan yang sangat berat yaitu BlackBerry. Sesungguhnya BlackBerry dan seluler adalah sama namun BlackBerry adalah generasi baru dari seluler yang

lebih progresif mengadopsi Internet. Karena itu BlackBerry memiliki kemampuan mengakses Internet seperti di monitor komputer sehingga memudahkan warga kosmopolitan beraktivitas dengan seluler. Selain itu, BlackBerry memiliki kemampuan lain yang tidak dimiliki oleh seluler lain yaitu BlackBerry memiliki koneksitas langsung, point to point antar-BlackBerry.

BlackBerry menjadi booming karena selain media komunikasi juga menjadi life style warga kosmopolitan. Di dunia, pengguna terbanyak BlackBerry adalah di Indonesia.

e. Jaringan

Jenis transmisi ketiga adalah jaringan, yang merupakan transmisi dari banyak orang ke banyak orang, tetapi juga mencakup transmisi dari satu orang ke satu orang dan dari satu orang ke banyak orang. Sejauh ini, jaringan yang digunakan banyak orang adalah Internet. Teknologi Internet broadband lebar dan layanan video atas permintaan (video-on-demand atau VOD) telah berkembang pesat dan produk-produk canggih dari transmisi seperti ini adalah Internet broadband lebar nirkabel dan telepon video bergerak.

Seperti telah disinggung, walaupun jaringan itu adalah transmisi dari banyak orang ke banyak orang, jaringan juga mencakup transmisi dari satu orang ke satu orang dan dari satu orang ke banyak orang. Umpamanya, ketika sebuah perusahaan membutuhkan karyawan-karyawan baru dan memasang iklan di surat kabar ini adalah penyiaran dari satu orang ke banyak orang. Cara baru untuk mencari pekerjaan atau mencari karyawan adalah bahwa para pelamar mengirimkan data pribadinya tentang kualifikasi serta kekhususan dirinya di Internet sementara perusahaan-perusahaan mengiklankan lewat Internet segala persyaratan

jabatannya. Ini membuat kedua belah pihak mengetahui tentang situasi permintaan dan penawaran yang mutakhir.

Demikianlah, kalau sebuah perusahaan membutuhkan seorang yang karyawan dengan latar belakang tertentu, ia dapat mencantumkan persyaratannya di Internet sekaligus mencari orang-orang yang memenuhi persyaratan tersebut. Metode ini membandingkan data banyak orang di Internet dan memberikan data kepada perusahaan-perusahaan yang mencari pekerja baru—ini adalah transmisi dari banyak orang ke banyak orang.

(1) Internet

Sebagaimana yang telah disinggung dalam bahasan di pan, maka Internet seperti yang diketahui adalah bentuk konversi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon.

Setelah penemuan komputer pada tahun 1960-an dan terus berkembang sampai pada tahun 1990-an sehingga melahirkan teknologi Internet, para ahli terkejut dengan begitu pesat perkembangan teknologi ini yang oleh mereka disebut "sebagai yang tak terduga". Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan ini dalam cengkeraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu: "buah realitas materialistik yang tercipta dalam dunia maya. Realitas ini bukan mistik, bukan khayalan, namun benar-benar realistik. Bahkan pada awal tahun 2005 ini Universitas Tokyo telah mampu melepaskan citra manusia dalam dunia maya ini, di sana ia dapat melakukan

aktivitas apa saja sebagaimana kebiasaan lansia, termasuk ber-cinta.

Dengan kemampuan penciptaan uang-ruang maya (bandwidth) yang amat cepat seperti sekarang maka secara optimis, kita dapat pastikan bahwa suatu saat, Dalam waktu tak akan lama, secara fisik manusia dapat masuk Dalam ruang-ruang maya itu. Sehingga cerita "ruang waktu", ruang space" seperti dalam film-film fiktif, akan benar-benar menjadi kenyataan. Teknologi yang dapat menembus *time and space* itu, bukan sebuah omong kosong, karena secara empiris, mistis telah ribuan tahun lalu dapat mempraktikkannya, sebagaimana makhluk Jin mempraktikkannya. Maka dengan penuh keyakinan, para ilmuan dapat memecahkan misteri *time and space* dalam waktu yang tidak lama lagi. Lebih jelas mengenai Internet ini dapat juga dilihat pada penjelasan mengenai bagian-bagian lain, terutama penjelasan mengenai *cybercommunity*.

Seperti yang dijelaskan oleh Sayling Wen (2001), sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah Internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga komputer-komputer super yang paling canggih — inilah struktur jaringan komputer yang saling berhubungan. Layanan yang diberikan oleh Internet mencakup *e-mail*, *Netnews*, *Telnet*, *File Transfer Protocol* (FTP) dan *world wide web* (www), di mana yang paling banyak digunakan adalah *e-mail* serta *www*. Bagi pengguna teratur, *www* telah hampir menjadi sama dengan Internet. Para pengguna dapat memasuki situs yang diinginkannya dan memilih hubungan dengan suatu topik yang spesifik, sehingga dapat mengakses muatannya seketika. Kalau kita memiliki akses terhadap situs *Seednet* di <http://www.seed.net.tw>, kita akan melihat berbagai teks dan grafik. Ketika kita pindahkan kursornya ke "*audio and video center*" *hyperlink* dan mengkliknya, kita akan dihubungkan dengan situs lainnya di

mana ada pusat film, menara CD jaringan, MTV, dan masih banyak lagi. Lewat hubungan-hubungan seperti itu, kita dapat dihubungkan dengan tempat mana pun di dunia Internet. Perkembangan lain dari Internet adalah mesin pencari dan lacak, seperti *browsers* dan *search engines*. Melalui mesin ini informasi atau teks dalam situs mana pun dapat dilacak. Ini memiliki fungsi *hyperlink* multimedia, yang membantu para penggunanya untuk melakukan *browsing* secara cepat dan sistematis. Para pengguna juga dapat berpindah-pindah di antara hubungan-hubungan yang ada, membaca, mendengarkan, dan mencetak seolah-olah mereka berada di perpustakaan. Lebih dari itu, mereka dapat mencari informasi yang relevan dengan menyaring sekumpulan besar data. Pekerjaan-pekerjaan yang dicari, didukung, di mana yang menerima tidak lagi menerima apa yang diberitakan, melainkan mencari atau mengirimkan informasi yang relevan.

Kekuatan Internet, bukan sekadar pada kecanggihan *hardware* tapi juga pada kerumitan *software-nya*. Aplikasi *software* komunikasi dan kolaborasi koneksi digunakan untuk mendukung komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi jaringan yang ada dalam *cyber-communication*. Sebagai contoh, aplikasi ini meliputi beberapa macam seperti dijelaskan oleh Kadir (2003: 370), sebagai berikut:

- 1) Surat elektronik.
- 2) Surat bersuara (*voice mail*).
- 3) Forum diskusi.
- 4) Sistem percakapan tertulis (cht).
- 5) Konferensi suara.
- 6) Konferensi video.
- 7) Sistem pertemuan elektronik (GSS).

Selain aplikasi tersebut, dalam Internet berkembang berbagai ragam lain yang intinya menjadi aplikasi komunikasi antar-esama masyarakat maya. Terutama yang

ada hubungan dengan hubungan-hubungan transaksional mereka satu dengan lainnya.

a) Teknologi Web

Internet dioperasikan antara lain melalui aplikasi web. Sehingga seseorang bisa memiliki sebuah ruang dalam dunia maya. Web ini diibaratkan seperti rumah seseorang yang dapat ditempati sendiri ataupun ditempati bersama dengan orang lain. Dengan memiliki web berarti seseorang memiliki alamat di Internet. Dari sisi teknologi yang digunakan untuk membentuk web, terdapat dua macam pengelompokan, yaitu teknologi pada sisi klien (*client-side technology*) dan teknologi pada sisi server (*server-side technology*). Dalam aplikasinya, klien dan server berinteraksi dengan kewajiban mereka masing-masing.

(b) E-commerce

E-commerce digunakan untuk mendukung kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk, jasa, dan informasi melalui Internet atau extranet. *E-commerce* umumnya dikelompokkan menjadi dua buah kategori; *business-to-business* (B2B) dan *business-to-consumer* (B2C). Pada perkembangan terakhir juga muncul jenis hubungan yang disebut *consumer-to-consumer* (C2C) dan *consumer-to-business* (C2B). Pada perkembangan, terakhir juga muncul jenis hubungan yang disebut *consumer-to-consumer* (C2C) dan *consumer-to-business* (C2B).

(c) Blog

Perkembangan Internet menyebabkan orang dapat melakukan *chatting*, "ngobrol" berjam- jam dengan seseorang atau kelompok orang di dunia maya. Memiliki teman di dunia maya sering juga kesepian karena biasanya kelompok *chatting* ini juga tidak beraturan dan sambil lalu, karena itu berbicara tentang diri sendiri di dunia maya lebih memungkinkan seseorang dikenal banyak orang di dunia maya. Terlebih juga karena dengan memiliki *blog* di internet, seseorang dapat menulis apa saja tentang dirinya dan dapat diakses oleh siapa saja, walaupun secara privasi *blog* tidak memberi jaminan keamanan, namun paling tidak dengan memiliki *blog* seseorang telah memiliki identitas pribadi di dunia maya. Karena itu seseorang dapat mengundang kita untuk mengunjunginya di dunia maya. *Blog* terkesan tertutup dan satu arah namun penting untuk memperoleh informasi dan mengenai tentang pribadi seseorang, karena *blog* adalah representasi kepribadian seseorang di dunia maya.

(d) Facebook

Karakter *blog* yang dingin dan sepi, mendorong lahirnya kelompok sosial baru di dunia maya, seperti *facebook*, *frienster* dan berbagai kelompok sosial lainnya. Yang paling terkenal adalah kelompok *facebook* ini karena tokoh-tokoh terkenal di dunia juga menggunakan jejaring sosial maya ini sebagai sarana berkomunikasi dengan berbagai orang di dunia.

(2) Internet Berbandwith Lebar dan Layanan-layanan Video Atczs Permintaan (video on demand atau VOD)

Internet yang sekarang ini dapat mentransmisikan hanya lima jenis media. Ini memicu pengembangan Internet

ber-bandwidth lebar dan infrastruktur yang mampu membawa media keenam, yaitu video. Dibutuhkan *bandwith* yang sangat lebar untuk membawa signal video. Oleh karenanya dimungkinkan menyediakan layanan layanan VOD kalau *bandwith* kabel Internetnya cukup lebar. Di Hong Kong, akan ada uji coba layanan VOD pada tahun 1999. Dengan layanan ini, dimungkinkan memilih program yang diinginkan dengan bebas. Seandainya kita hanya ingin menonton lima menit dari berita sepanjang 30 menit, kita dapat langsung memilih bagian yang kita inginkan dan terus mendengarkan berita yang tidak relevan. Ketika kita ingin menonton film di waktu luang, kita dapat dengan bebas memilihnya tanpa dibatasi oleh jadwal programnya. Singkat kata, VOD memungkinkan pemilihan keenam media itu atas permintaan teks, grafik, suara, musik, animasi, dan video (Wen, 2002: 85).

(3) Radio, koran dan televisi online

Hampir tidak bisa di bendung lagi, teknologi komunikasi saat ini telah melahirkan radio, koran, dan televisi *online*. Walaupun diikuti dengan ketakutan dan kekhawatiran, namun konvergensi media-media online dengan media-media yang sudah ada telah berkembang dengan meyakinkan. Saat ini siapa saja dimana saja dapat mendengar radio kesayangannya atau membaca koran dan melihat televisi kegemarannya melalui jaringan *online*. Ada dua format radio, koran dan televisi *online*. Format pertama adalah format media informasi dan kedua adalah *the time media online*. Format pertama adalah sebagai media informasi dengan segala macam berita yang ditampilkan di web media itu dengan nama media yang bersangkutan. Jadi, umpamanya kompas.com adalah web pemberitaan yang pernah diturunkan di media cetak hari itu, di *online* pula di web kompas.com itu. Hal yang sama juga terjadi pada radio dan televisi *online*. Namun format *the true media online*

menggunakan format pdf dengan istilah *e-paper* dan *e-television*, sedangkan radio online tetap saja menggunakan web sebagai basis siaran mereka.

Radio, koran dan televisi online berkembang ke arah media dua arah, artinya radio, koran, dan televisi menggunakan *platform* media interaktif ke arah pengembangan media masa depan. Walaupun media *online* ini belum dapat disebut sebagai sesungguhnya media massa namun dapat di yakinkan bahwa umumnya media *online* akan berkembang menjadi media massa.

d) Konvergensi Media dan *New Media*

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat saat ini, maka diperkirakan pabrik teknologi komunikasi memproduksi berbagai varian teknologi komunikasi setiap hari di pabrik: mereka. Saat ini setiap hari, setiap minggu kita dapat menyaksikan berbagai produk teknologi komunikasi baru sebagai hasil konvergensi dari berbagai teknologi komunikasi yang sebelumnya telah dikembangkan, sehingga kadang masyarakat kebingungan dan tercengang dengan temuan baru itu. Bahkan sifat temuannya yang begitu cepat, sehingga dapat menembus beberapa generasi sekaligus. Jadi, apabila masa-masa sebelum sebuah teknologi komunikasi ditemukan, melampaui beberapa generasi manusia, baru teknologi baru ditemukan. Namun saat ini, satu, dua, tiga, bahkan empat generasi manusia dapat menikmati teknologi komunikasi yang sama. Masa-masa ini dapat disebutkan sebagai masa anorni (kekacauan) dalam sebuah proses penemuan teknologi komunikasi sebelum manusia menemukan teknologi komunikasi yang menjadi *platform* teknologi komunikasi dalam abad ini. Pada masa ketika sebuah *platform* teknologi komunikasi sudah ditemukan, maka semua bentuk teknologi komunikasi akan lebih sederhana bila

dibandingkan dengan variannya yang sangat banyak seperti sekarang ini.

3. Era Perkembangan Komputerisasi

Fase yang paling menentukan dalam revolusi komputer adalah pengembangan notasi biner di tahun 1679, di mana notasi biner ini adalah dasar bagi semua bahasa komputer. Seorang filsuf serta ahli matematika yang bernama Gottfried Wilhelm von Leibniz berjasa dalam mengembangkan sebuah sistem di mana semua angka dapat ditulis sebagai 1 atau 0 yang dapat dinyatakan sebagai serkuit terbuka maupun tertutup. Komputer modern beroperasi pada jutaan angka 1 atau 0 dalam pecahan 1 detik. Pada tahun 1973, Howard Aiken merancang IBM Mark 7, merupakan cikal bakal komputer *mainframe* sekarang ini. Saat itu komputer masih setinggi 2,4 meter dan sepanjang 15 meter. Namun Mark 7 masih menggunakan tabung-tabung udara dan memiliki gerakan elektromekanis dan bukan tombol-tombol elektronis (Yenne dan oetrisno, tt.:87).

Baru pada tahun 1951 komputer elektronik pertama berhasil secara komersial dirancang dengan nama UNIVAC oleh Eckert dan Tauchly. Pada tahun 1959, IBM 401 dipasarkan yang menggantikan mesin-mesin mekanis di sektor perdagangan dan industri. Namun pada tahun 1958, komputer transistor kokoh menggantikan tabung-tabung hampa udara sudah dirancang oleh Seymour Cray untuk Control Data Corporation, teknologi ini adalah pelapor generasi prosesor komputer yang kuat dengan ukuran yang jauh lebih kecil dan kecepatan yang lebih tinggi. Secara *hardware*, baru pada tahun 1991, perkembangan komputer dengan kecepatan tinggi mulai dapat diproduksi, seperti superkomputer CM-200 yang diproduksi oleh The Thinking Machines, Inc., yang dapat melakukan 9,03 juta operasi dalam satu detik. Saat ini megakomputer telah

mampu bekerja dalam bermega-mega juta operasi dalam waktu satu detik (Yenne dan Soetrisno, tt.: 87).

Perkembangan teknologi komputer yang sedemikian cepatnya telah membawa dunia memasuki era baru yang lebih cepat dari yang pernah dibayangkan sebelumnya. Setidaknya ada empat era penting sejak ditemukannya komputer sebagai alat pengolah data sampai dengan era Internet saat komputer menjadi senjata utama dalam komputerisasi. Setiap era memiliki karakteristik masing-masing dan secara langsung maupun tidak langsung memiliki hubungan yang erat dengan alam kompetisi dunia usaha, baik secara mikro maupun makro. Yang harus dipahami, tidak semua negara-negara di dunia telah memasuki pemanfaatan komputer yang dicirikan oleh era keempat, selain negara-negara maju, seperti Amerika, Jepang, Australia, Jerman, Inggris, dan negara-negara besar yang lainnya. Padahal mengetahui tren perkembangan teknologi informasi akan membantu manajemen dalam menyusun strategi perusahaannya untuk bersaing.

Berbagai ahli berpendapat bahwa salah satu penyebab utama terjadinya era globalisasi yang datangnya lebih cepat dari dugaan semua pihak adalah karena perkembangan pesat teknologi informasi. Implementasi Internet, *electronic commerce*, *electronic data inter-change*, *virtual office*, *telemedicine*, dan sebagainya telah menerobosbatas-batas fisik antarnegara. Penggabungan antara teknologi komputer dan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi. Data atau informasi yang pada zaman dahulu harus memakan waktu berhari-hari untuk diolah sebelum dikirimkan ke sisi lain di dunia, saat ini dapat dilakukan dalam hitungan detik. Tidak berlebihan jika salah satu pakar IBM menganalogikannya dengan perkembangan otomotif sebagai berikut: "Seandainya dunia otomotif mengalami kemajuan sepesat teknologi informasi, saat ini telah

dapat diproduksi sebuah mobil berbahan, bakar solar, yang dapat dipacu hingga kecepatan maksimum 10.000 km/jam, dan dengan harga beli hanya sekitar 1 dollar Amerika". (Indrajit, 2001: 8)

Secara mikro, ada hal yang cukup menarik untuk dipelajari, yaitu bagaimana evolusi perkembangan teknologi informasi yang ada secara signifikan memengaruhi persaingan antar perusahaan-perusahaan di dunia, khususnya yang bergerak di bidang jasa. Secara garis besar, ada empat periode atau era perkembangan sistem, informasi, yang dimulai dari pertama kali ditemukannya komputer hingga saat ini. Keempat era tersebut terjadi tidak hanya sedemikian pesat, namun juga didukung oleh teori-teori baru mengenai manajemen perusahaan modern. Keempat era tersebut (Cash *et al.*, 1992 dalam Indrajit, 2001: 8) terjadi tidak hanya karena dipicu oleh perkembangan teknologi komputer yang sedemikian pesat, namun didukung pula oleh teori-teori baru mengenai manajemen perusahaan modern. Ahli-ahli manajemen dan organisasi seperti Peter Drucker, Michael Hammer, Porter, sangat mewarnai pandangan manajemen terhadap teknologi informasi di era modern. Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa masih banyak perusahaan terutama di negara berkembang (dunia ketiga), yang masih sulit mengadaptasikan teori-teori baru mengenai manajemen, organisasi, maupun teknologi informasi karena masih melekatnya berbagai faktor budaya lokal atau setempat yang memengaruhi tingkah laku sumber daya manusianya. Sehingga tidak mengherankan jika masih sering ditemukan perusahaan yang mempunyai peralatan komputer canggih, tapi masih dipergunakan sebagai alat-alat administrasi yang notabene merupakan era penggunaan komputer pertama di dunia pada awal tahun 1960-an.

a. Era Komputerisasi

Menurut Indrajit (2001: 9) periode ini mulai sekitar tahun 1960- an ketika *minicomputer* dan *mainframe* diperkenalkan perusahaan, seperti IBM, ke dunia industri. Kemampuan hitung yang sedemikian cepat menyebabkan banyak sekali perusahaan yang memanfaatkan-nya untuk keperluan pengolahan data (*data processing*). Pemakaian komputer di masa ini ditujukan untuk meningkatkan efisiensi, karena terbukti untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu, menggunakan komputer jauh lebih efisien (dari segi waktu dan biaya) dibandingkan dengan mempekerjakan berpuluh-puluh SDM untuk hal serupa. Pada era tersebut, belum terlihat suasana kompetisi yang sedemikian ketat. Jumlah perusahaan pun masih relatif sedikit. Kebanyakan perusahaan-perusahaan besar secara tidak langsung "memonopoli" pasar-pasar tertentu, karena belum ada persaingan yang berarti, hampir semua perusahaan-perusahaan besar yang bergerak di bidang infrastruktur (listrik dan telekomunikasi) dan pertambangan pada saat itu membeli perangkat komputer untuk membantu kegiatan administrasinya. Keperluan organisasi yang paling banyak menyita waktu komputer pada saat itu adalah untuk administrasi *back office* terutama yang berhubungan dengan akuntansi dan keuangan. Di pihak lain, kemampuan *mainframe* untuk melakukan perhitungan rumit juga dimanfaatkan perusahaan untuk membantu menyelesaikan problem-problem teknis operasional, seperti simulasi perhitungan pada industri pertambangan dan manufaktur.

b. Era Teknologi Informasi

Menurut Indrajit (2001:11), kemajuan teknologi digital yang dipadu dengan telekomunikasi telah membawa komputer memasuki masa-masa "revolusi"-nya. Di awal tahun 1970-an,

teknologi PC atau *Personal Computer* mulai diperkenalkan sebagai alternatif pengganti *minicomputer*. Dengan seperangkat komputer yang dapat ditaruh di meja kerja (*desktop*), seorang manajer atau teknisi dapat memperoleh data atau informasi yang telah diolah oleh komputer (dengan kecepatan yang hampir sama dengan kecepatan *minicomputer*, bahkan *mainframe*). Kegunaan komputer di perusahaan bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi, tapi juga untuk mendukung terjadinya proses kerja yang lebih efektif. Tidak seperti halnya pada era komputerisasi ketika komputer hanya menjadi "milik pribadi". Divisi EDP (*Electronic Data Processing*) perusahaan, di era kedua ini setiap individu di organisasi dapat memanfaatkan kecanggihan komputer, seperti untuk mengelola *database*, *spreadsheet*, maupun data *processing* (*end-user computing*). Pemakaian komputer di kalangan perusahaan semakin marak, terutama didukung oleh situasi kompetisi saat itu yang telah mengubah dari monopoli menjadi pasar bebas. Secara tidak langsung, perusahaan yang telah dimanfaatkan teknologi komputer sangat efisien dan efektif dibandingkan perusahaan yang sebagian prosesnya masih dikelola secara manual. Pada era inilah komputer memasuki babak barunya, yaitu sebagai suatu fasilitas yang dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa.

c. Era Sistem Informasi

Mengacu pada Indrajit (2001:12), ia mengatakan, teori-teori manajemen organisasi modern secara intensif mulai diperkenalkan di awal tahun 1980-an. Salah satu teori yang paling banyak dipelajari dan diterapkan adalah mengenai manajemen perubahan (*change management*). Pada hampir semua kerangka teori manajemen perubahan ditekankan pentingnya teknologi informasi sebagai salah satu komponen

utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang ingin menang dalam persaingan bisnis. Tidak seperti kedua era sebelumnya yang lebih menekankan pada unsur teknologi, pada era manajemen perubahan yang lebih ditekankan adalah sistem informasi, karena komputer dan teknologi informasi merupakan komponen dari sistem tersebut. Kunci keberhasilan perusahaan di era tahun 1980-an adalah penciptaan dan penguasaan informasi secara cepat dan akurat. Informasi di dalam perusahaan dianalogikan sebagai darah dalam peredaran darah manusia yang harus selalu mengalir dengan teratur cepat terus-menerus, ke tempat tempat yang membutuhkannya. Beberapa ahli manajemen menekankan bahwa perusahaan yang menguasai informasi adalah yang memiliki keunggulan kompetitif di dalam lingkungan makro "*regulated free market*".

Di dalam periode ini, perubahan secara filosofis dari perusahaan tradisional menuju perusahaan modern terletak pada bagaimana manajemen melihat kunci kinerja perusahaan. Organisasi tradisional melihat struktur perusahaan sebagai kunci utama pengukuran kinerja, sehingga semuanya diukur secara hierarkis berdasarkan divisi-divisi atau departemen. Di era tahun 1980-an sampai dengan awal tahun 1990-an terlihat sangat banyak sekali perusahaan yang melakukan BPR (*Business Process Reengineering*), restrukturisasi, implementasi ISO-9000, implementasi TQM, instalasi dan pemakaian sistem informasi korporat (SAP, Oracle, BAAN), dan lain sebagainya. Pendayagunaan teknologi informasi terlihat sangat mendominasi setiap program manajemen perubahan yang dilakukan perusahaan-perusahaan.

d. Era Globalisasi Informasi

Belum banyak buku yang secara implisit memasukkan era terakhir ini ke dalam sejarah evaluasi teknologi

informasi. Fenomena yang terlihat adalah bahwa sejak pertengahan tahun 1980-an, perkembangan di bidang teknologi informasi (komputer dan telekomunikasi) sedemikian pesatnya, sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi terlihat secara eksponensial. Ketika sebuah seminar internasional mengenai Internet diselenggarakan di San Fransisco pada tahun 1996, para praktisi teknologi informasi yang dahulu bekerja sama dalam penelitian untuk memperkenalkan Internet ke dunia industri pun secara jujur mengaku bahwa mereka tidak pernah menduga perkembangan Internet akan terjadi seperti ini. Ibaratnya mereka melihat bahwa yang ditanam adalah benih pohon ajaib, yang tiba-tiba membelah diri menjadi pohon raksasa yang tinggi menjulang (Indrajit, 2001: 14). Menurut Indrajit (2001) pula, sulit untuk menemukan teori yang dapat menjelaskan semua fenomena yang terjadi sejak awal tahun 1990-an ini, namun fakta yang terjadi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- (1) Tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi. Keberadaannya telah menghilangkan garis-garis batas antarnegara dalam hal ***flow of information***. Tidak ada negara yang mampu mencegah mengalirnya informasi dari atau ke luar negara lain, karena batasan antarnegara tidak dikenal dalam dunia maya. Penerapan teknologi, seperti LAN, WAN Globalnet, Intranet, Internet, Ekstranet, semakin hari semakin merata dan membudaya di masyarakat. Terbukti sangat sulit untuk menentukan perangkat hukum yang sesuai dan terbukti efektif untuk menangkal segala hal yang berhubungan dengan penciptaan dan aliran informasi. Perusahaan-perusahaan pun sudah tidak terikat lagi pada batasan fisik. Melalui dunia maya, seseorang dapat mencari pelanggan di seluruh lapisan masyarakat dunia yang terhubung dengan jaringan

Internet. Sulit untuk dihitung besarnya uang atau investasi yang mengalir bebas melalui jaringan Internet. Transaksi-transaksi perdagangan dapat dengan mudah dilakukan di *cyberspace* melalui transaksi elektronik dengan memanfaatkan cara pembayaran secara elektronik pula (*electronic payment*). Tidak jarang perusahaan yang

akhirnya harus mendefinisikan kembali visi dan misi bisnisnya, terutama yang bergelut di bidang pemberian jasa. Bagi negara dunia ketiga atau yang sedang berkembang, dilema mengenai pemanfaatan teknologi informasi amat terasa. Di suatu sisi banyak perusahaan yang belum siap karena struktur budaya atau SDM-nya, sementara di pihak lain investasi besar harus dikeluarkan untuk membeli perangkat teknologi informasi. Tidak memiliki teknologi informasi, berarti tidak dapat bersaing dengan perusahaan multinasional lainnya, alias harus gulung tikar.

- (2) Hal terakhir yang paling memusingkan kepala manajemen adalah kenyataan bahwa lingkungan bisnis yang ada pada saat ini sedemikian seringnya berubah dan dinamis. Perubahan yang terjadi tidak hanya sebagai dampak kompetisi yang sedemikian ketat, namun karena adanya faktor-faktor eksternal lain seperti politik (demokrasi), ekonomi (krisis), dan sosial budaya (reformasi), yang secara tidak langsung menghasilkan kebijakan-kebijakan dan peraturan-peraturan baru yang harus ditaati perusahaan. Secara operasional, tentu saja fenomena ini sangat menyulitkan para praktisi teknologi informasi dalam menyusun sistemnya. Tidak jarang di tengah-tengah konstruksi sistem informasi, terjadi perubahan kebutuhan sehingga harus di-adakan analisis ulang terhadap sistem yang akan dibangun.

Dengan mencermati keadaan ini, jelas terlihat kebutuhan baru akan teknologi informasi. Yang cocok untuk perusahaan, yaitu teknologi yang mampu adaptif terhadap perubahan. Para praktisi negara maju menjawab tantangan ini dengan menghasilkan produk-produk aplikasi yang berbasis objek, seperti OOP (*Object Oriented Programming*), OODBMS (*Object Oriented Database Management System*), *Object Technology Distributed Object*, dan sebagainya.

TABEL: ERA PERKEMBANGAN KOMPUTERISASI

No.	PERIODE ERA	TAHUN	ARAH PEMANFAATAN
I	Era Komputerisasi	1960-an	Pemakaian komputer
II	Era Teknologi Informasi	1970-an	Kegunaan komputer bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi, tapi juga
III	Era Globalisasi Informasi	1980-an	Komputer sebagai media informasi
IV	Era Sistem Informasi	1980/1990-an	Manajemen pembahan (<i>change</i>

7. Media Masa Depan dan *Platform* Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi membutuhkan *platform* pengembangan yang jelas di masa depan. Seperti yang dijelaskan di depan bahwa saat ini perkembangan teknologi telematika berada pada situasi ekonomi, di mana tidak ada

platform yang jelas arah pengembangan-nya. Hal ini disebabkan karena setiap negara berlomba-lomba mengembangkan teknologi telematika sesuai dengan pasar nasional maupun internasional. Bahkan perkembangan teknologi tersebut tanpa uji coba manfaat, risiko dan masalah model, namun sudah di pasarkan di masyarakat. Dengan kata lain biaya uji coba dibebankan kepada masyarakat pengguna teknologi itu sendiri, produsen teknologi telematika bahkan menggunakan masyarakat konsumen sebagai laboratorium uji coba kelayakan telematika yang diproduksinya.

Sehubungan dengan itu perkembangan media baru (***new media***) menjadi kajian tersendiri yang serius dalam aspek-aspek sosial. Dengan kata lain yang paling merisaukan dari pengembangan teknologi telematika adalah para ahli ilmu-ilmu sosial. Karena para ahli teknologi menciptakan teknologi telematika dengan modus melemparkan beban sosial dari teknologi yang diciptakan itu kepada para ahli ilmu sosial.

Apabila teknologi telematika berkembang sebagai hasil replikasi dari realitas sosial masyarakat, maka saat ini teknologi telematika memiliki beban yang harus diselesaikan. Karena sampai hari ini teknologi baru dapat merefleksi tempat dan waktu serta pewarnaan. Waktu dan tempat (*time and space*) diatasi dengan *real-time*, jadi media telah dapat menembus realitas masyarakat dengan dapat menyiarkan sebuah peristiwa di tempat lain ataupun di belahan bumi lain dalam waktu sesaat atau waktu saat itu. Berbagai kejadian yang terjadi ditempat lain, telah dapat disaksikan oleh orang lain di tempat lain yang sangat jauh sekalipun. Walaupun persoalan tempat dan waktu ini masih memiliki keterbatasan yang prinsipil dari sesungguhnya pemecahan misteri *time and space*, namun sesungguhnya pemecahan misteri *real-time* saat ini sudah dapat membantu manusia untuk mengatasi sekian banyak

keterbatasan masyarakat dalam persoalan waktu dan tempat itu sendiri.

Persoalan pewarnaan secara sempurna telah dapat dipecahkan sehingga media melalui televisi sudah dapat menyiarkan secara *real-time* tentang pewarnaan. Pada awal persoalan pewarnaan ini menjadi wacana dan polemik, karena mungkinkah warna dapat dicitrakan oleh media, namun ternyata wacana itu dapat dijawab. Karena itu di masa depan persoalan; (a) realita maya (*virtual reality*) (b) aroma; (c) rasa; dan (d) sentuhan menjadi misteri yang harus dipecahkan, termasuk juga adalah bagaimana risiko-risiko sosial terhadap pemecahan misteri itu.

Persoalan misteri realita maya, sebagaimana dijelaskan di atas tak lama lagi akan dapat dipecahkan karena begitu cepat perkembangan teknologi pencitraan dan *real-time* saat ini. Namun yang menjadi persoalan besar adalah bagaimana persoalan aroma, rasa, sentuhan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat ketika dia nonton sebuah siaran televisi, bisakah aroma sabun mandi yang disiarkan iklan TV saat itu dapat dicium juga oleh pemirsa, bisakah mie goreng yang sedang diiklankan itu dapat dirasakan, begitu juga dapatkah ia menyentuh kulit bintang iklan sabun yang sedang diiklankan saat itu. Semua ini adalah refleksi kehidupan masyarakat dan menjadi misteri yang mestinya dapat dipecahkan.

Melihat arah pengembangan teknologi telematika saat ini, maka secara optimis dapat diprediksi bahwa teknologi-teknologi dapat diciptakan dalam waktu dekat, apalagi gagasan-gagasan tentang media aroma, rasa, dan sentuhan sejak tahun 1980-an telah dijadikan wacana. Namun demikian, bagaimana dengan persoalan masyarakat yang berkaitan dengan norma dan tatanan dalam masyarakat. Karena setiap temuan teknologi selalu memberi dampak Pada perubahan sosial di masyarakat. Bagaimana pula dengan persoalan hukum, semua

akan berubah, karena masyarakat yang akan datang adalah masyarakat yang ditata berdasarkan logika-logika teknologi, sehingga persoalan normatif juga harus menyesuaikan dengan logika-logika teknologi tersebut, dengan demikian maka gagasan sosioteknologi merupakan gagasan yang penting dan mendesak untuk dipikirkan oleh masyarakat saat ini.

Melihat perkembangan teknologi telematika saat ini, maka sesungguhnya kita membutuhkan *platform* media. Menurut Sayling Wen (2001) *platform* media masa depan adalah (a) jaringan nirkabel ber-*bandwidth* lebar; (b) komputer *notebook* multimedia; dan (c) computer jaringan nirkabel multimedia genggam.

Penggunaan jaringan berkabel memiliki keterbatasan gerak yang luar biasa, karena itu untuk mendukung aktivitas masyarakat yang dinamis, maka *platform* media masa depan adalah nirkabel yang ber-*bandwidth* lebar. Saat ini teknologi nirkabel sudah dapat diciptakan namun masih sangat terbatas seperti *infrared*. Teknologi ini sangat terbatas *density* maupun jaraknya, kemudian disempurnakan dengan *bluetooth*. Teknologi *bluetooth*, cukup menjawab kebutuhan nirkabel namun juga sangat terbatas, dalam waktu dekat *bluetooth* sudah digantikan dengan *wifi*. Teknologi *wifi* sudah amat membantu teknologi nirkabel karena *densitiy* yang memadai dan kendala yang sudah dapat diatasi. Saat ini di tempat-tempat umum, seperti *mall*, *cafe* maupun perkantoran umum kita sudah dapat menggunakan *wifi* untuk mengakses Internet tanpa harus menggunakan kabel telepon. Pada saat yang akan datang kita membutuhkan *wifi* yang disempurnakan lagi dengan *edge*, yang konon merupakan teknologi baru yang memiliki kelebihan yang lain, masyarakat pun tetap menunggu teknologi-teknologi nirkabel lainnya yang ber-*bandwidth* lebar dan tanpa batas.

Platform teknologi komunikasi masa depan juga membutuhkan komputer *notebook* multimedia yang berfungsi sebagai terminal media, komputer ini memiliki kemampuan berkoneksi dengan teknologi apa saja sehingga memudahkan konvergensi dengan teknologi apa saja, di mana saja, dan kapan saja. *Platform* teknologi komunikasi juga membutuhkan jaringan nirkabel multimedia genggam. Teknologi ini sudah dapat digunakan dalam bentuk PDA.

Personal Data Access (PDA) atau asisten digital pribadi, dapat menerima keenam media komunikasi antarpribadi dan media penyimpanan, namun ia lebih kecil dan lebih mudah dibawa-bawa. Selain harganya yang sangat murah, konsumsi energinya yang lebih hemat, ukurannya lebih kecil, dan penggunaannya lebih sederhana. Dengan PDA, kita tidak lagi membutuhkan komputer, telepon, mesin *fax*, *mailbox* suara dan *e-mail* untuk komunikasi, karena PDA telah menyediakan semuanya.

8. Adopsi Inovasi dan Sikap Masyarakat Terhadap Media

Neubeck dan Clasberg (1996: 294-299) telah menulis subbab teknologi dan perubahan sosial dalam bab perubahan sosial dan pergerakan sosial pada bukunya *"Sociology a Critical Approach"*. Ia membahas persoalan produksi energi, perubahan teknologi dan proses ketenagakerjaan, inovasi teknologi. Neubeck dan Clasberg melihat bahwa perubahan sosial ke depan menghadapi persoalan energi terutama menyangkut tenaga kerja manusia, sehingga perlu memikirkan persoalan pengembangan teknologi dalam proses ketenagakerjaan, walaupun hal ini berhadapan dengan persoalan persoalan politik di suatu negara, karena pengambilalihan teknologi terhadap tenaga kerja manusia menjadi persoalan-persoalan politik yang sering kali dapat menjatuhkan sebuah pemerintahan. Namun, area pembicaraan dalam wacana ini

adalah sesungguhnya sebuah difusi dan inovasi terhadap teknologi yang mau ataupun tidak harus dipikirkan karena menyangkut kelangkaan energi tadi itu.

Sementara itu Sztompka (2004: 2) mengatakan bahwa, konsep perubahan sosial tercipta dari teori sistem, di mana perubahan sosial adalah sebuah perubahan yang terjadi dalam sebuah sistem, baik pada tingkat makro; keseluruhan masyarakat dunia kemanusiaan), tingkat menengah (*mezo*), tingkat bangsa (*nation state*), maupun regional. Pada tingkat mikro; seperti komunitas lokal, asosiasi, perusahaan, keluarga, ikatan pertemanan, merupakan sebuah sistem kecil.

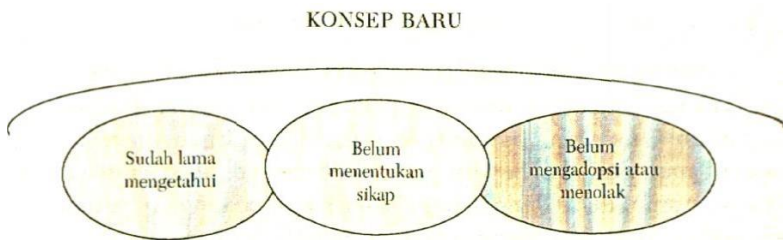
Perubahan-perubahan sosial selalu dipengaruhi oleh hal-hal baru di masyarakat yang menciptakan suatu keadaan yang berbeda dengan keadaan sebelumnya dalam sistem sosial. Jadi, pada kondisi sosial lama terdapat perbedaan, kemudian pada waktu yang berbeda dan di antara sistem sosial yang sama. Maka kondisi ini akan melahirkan perubahan sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Sztompka (2004: 3), bahwa konsep dasar perubahan sosial mencakup tiga gagasan: (1) perbedaan; (2) pada waktu yang berbeda; (3) di antara keadaan sistem sosial yang sama. Dengan demikian, maka menurut (Hawley, 1978: 787 dalam Sztompka, 2004:3), bahwa perubahan sosial adalah setiap perubahan yang tak terulang dari sistem sosial sebagai suatu kesatuan.

Sesuatu yang baru menyebabkan perubahan dalam masyarakat itu selalu berhubungan dengan difusi inovasi, di mana perubahan dipacu oleh penyebaran suatu pengetahuan yang baru. Dengan demikian, dalam proses difusi inovasi terjadi kegiatan mengomunikasikan pengetahuan baru di masyarakat ("tradisional" = mapan). Rogers (1983:10) mengatakan bahwa, ada empat unsur hal yang selalu ada dalam difusi inovasi, yaitu, (1) inovasi; (2) saluran komunikasi; (3) waktu; dan (4) sistem sosial. Keempat unsur ini berlangsung dalam

sistem yang simultan, di mana masing-masing sistem itu berhubungan satu dengan lainnya selama proses difusi inovasi itu berlangsung.

Inovasi berkaitan dengan gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang dan masyarakatnya. Konsep baru ini terbentang antara konsep pengenalan, persuasi, dan keputusan menggunakannya (*adopsi*). Dengan demikian, maka baru itu memiliki spektrum dimensional yang luas seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar: KONSEP BARU DALAM INOVASI



Jadi, dengan demikian, maka inovasi berkaitan dengan teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengomunikasikan sesuatu yang baru itu di masyarakat. Teknologi komunikasi ini tidak saja berhubungan dengan media teknologi, namun juga berkaitan dengan pendekatan komunikasi yang digunakan.

Media teknologi berkaitan dengan perangkat keras, sedangkan pendekatan komunikasi berhubungan dengan perangkat lunaknya. Seperti, dalam rangka meredakan emosi konsumen yang meninggalkan makanan siap saji ayam goreng, karena isu flu burung. Dalam kasus ini, untuk mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap ayam goreng siap saji itu, maka proses yang digunakan sama dengan proses difusi inovasi, perbedaannya hanya pada pengenalan, di mana dalam kasus ini pengenalan daging ayam goreng perlu dikaitkan dengan flu

burung. Maka perusahaan makanan siap saji itu memilih televisi (pilihan yang paling tepat) sebagai media menyampaikan inovasi, dengan pendekatan komunikasi bahwa dalam tayangan acara televisi itu, ada tokoh masyarakat (menteri kesehatan, dokter, tokoh agama, dan tokoh masyarakat lainnya termasuk wakil presiden) sedang makan ayam goreng.

Menggunakan televisi dilakukan dengan pertimbangan, bahwa televisi adalah media paling populer dan media paling massal saat ini sehingga apabila tayangan itu dilakukan di televisi maka akan terkonstruksi sebuah image yang lebih baik dari kondisi semestinya. Kemudian memilih tokoh masyarakat adalah bentuk pendekatan sosial yang dipilih, karena umumnya konsumen makanan ayam goreng adalah masyarakat paternalistik yang masih menjadikan tokoh masyarakat sebagai panutan, termasuk pula otoritas dari berbagai keputusan masyarakat.

Disfusi inovasi berlangsung pada sistem sosial sudah mulai terbuka terhadap ide-ide baru, paling tidak ditandai dengan perubahan wawasan, pandangan, sikap, dan baru masuk pada perubahan perilaku. Seperti yang disebutkan di atas, bahwa difusi inovasi amat dekat dengan perubahan sosial, sedangkan perubahan sosial itu berkaitan dengan sistem sosial masyarakatnya.

Sebagaimana Talcott Parsons. dalam Ritzer (1996: 238) menjelaskan teori sistem sosial, bahwa setiap masyarakat memiliki sistem sosial yang dapat digambarkan dengan AGIL. A adalah *Adaptation*, di mana sistem beradaptasi dengan lingkungannya. G adalah *Goal attainment*, di mana sistem memiliki tujuan-tujuan yang akan dicapai. I adalah *Integration*, di mana setiap bagian sistem berhubungan satu dengan lainnya secara erat dan saling mendukung fungsi-fungsi masing-masing. L adalah *Latency (pattern maintenance)*. Sistem juga secara laten memiliki kemampuan untuk mempertahankan pola-pola, aturan-aturan yang ada, bahkan memiliki kemampuan untuk

memperbaiki sistem yang rusak apabila ada serangan dari luar sistem.

Sebagaimana teori sistem sosial di atas, maka perubahan-perubahan sosial yang terjadi sebagai akibat dari proses sistem sosial yang bergerak, maka setiap saat sistem sosial berhubungan dengan sistem-sistem sosial lainnya yang lebih besar maupun dalam subsistemnya, karena selain sistem sosial, dalam sebuah sistem umum, maka sistem terdiri dari sistem budaya, sistem sosial, perilaku organisme dan sistem kepribadian.

BAB III

Eksistensi Teknologi Komunikasi

Media dan teknologi komunikasi memiliki fungsi utama sebagai sarana untuk melakukan aktivitas komunikasi. Utamanya adalah komunikasi massa. Melalui media, pesan yang disampaikan akan dapat dengan cepat diterima oleh khalayak, sebagaimana yang dijelaskan oleh Djalaluddin Rakhmat bahwa komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Menurut Tovler,¹⁷⁵ membagi periode penting sejarah manusia menjadi tiga gelombang, yaitu: Gelombang Pertama (8000 tahun Sebelum Masehi-1700 SM), Gelombang Kedua (1700 SM-1970), dan Gelombang Ketiga (1979-2000). Pada periode Gelombang Pertama terjadinya perubahan gaya hidup manusia. Manusia mulai mengenai bercocok tanam dan bertani. Hal itulah yang merubah manusia yang dulunya mengumpulkan makanan di hutan, sehingga hidup nomaden berpindah-pindah, tetapi setelah mengenal bercocok tanam dan bertani manusia mulai menetap di suatu tempat. Pada periode Gelombang Kedua terjadi revolusi industri. Dengan ditemukannya tenaga mesin sebagai pengganti

¹⁷⁵ Zulkarimein Nasution, (1989)

hewan dan manusia., maka kehidupan manusia akan lebih maju lagi.

Di era Globalisasi peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi sangat berpengaruh bagi kemajuan suatu bangsa. Dengan menguasai Teknologi Informasi dan Komunikasi berarti Negara tersebut memiliki modal untuk memenangkan persaingan global, dan sebaliknya jika negara tidak mampu menguasai Teknologi Informasi berarti menunjukkan ketertinggalan bangsa tersebut.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini berkembang sangat pesat yang dipergunakan untuk mengelola data, seperti memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, dengan berbagai macam cara dan prosedur untuk menghasilkan informasi yang berkualitas dan bernilai guna tinggi. Perkembangan TIK pun terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan manusia. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi dapat memudahkan manusia untuk belajar dan mendapatkan informasi yang di butuhkan dari mana saja, kapan saja, dan dari siapa saja.

Berbagai macam teknologi telah berkembang di zaman ini. Salah satunya yaitu teknologi informasi. Teknologi informasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan di era globalisasi, karena teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja serta memungkinkan setiap kegiatan dapat diselesaikan dengan cepat, tepat, akurat, selain itu TIK juga mampu meningkatkan produktifitas kerja. Jelasnya, teknologi informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kehidupan manusia, mulai dari wahana yang paling sederhana seperti radio dan televisi, hingga internet dan telepon genggam dengan protokol aplikasi tanpa kabel.

Proses penggunaan teknologi informasi dan komunikasi merupakan dasar yang muncul dan dikenal sebagai Informatika Masyarakat. Masyarakat informatika melibatkan diri lebih dari sekedar pengadopsian teknologi informasi dan komunikasi di dalamnya, tetapi ikut dalam penerapan teknologi informasi dan

komunikasi demi keuntungan masyarakat. Masyarakat informatika tidak hanya menghadapi teknologi, tetapi juga gagasan sosial yang dikenal sebagai modal sosial. Masyarakat informatika juga memperkenalkan dimensi baru ke dalam konsep pembagian masyarakat berdasarkan modal budaya dan kelas sosial yang menstratifikasi masyarakat.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seakan telah mendarah daging dalam diri setiap manusia di era ini, Teknologi Informasi dan Komunikasi yang telah mengglobal mampu menyusup ke segala aspek dalam kehidupan manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi yang mengglobal telah terpengaruh dalam segala aspek kehidupan baik di bidang ekonomi, politik, kebudayaan, seni dan bahkan di dunia pendidikan. Dalam bidang pendidikan, TIK banyak memiliki peranan. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi Informasi seakan telah menjadi pengalihfungsian buku, guru dan sistem pengajaran yang sebelumnya masih bersifat konvensional. Teknologi informasi menyebabkan ilmu pengetahuan menjadi kian berkembang dan berkembang. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi informasi sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Adapun kemudahan-kemudahan yang dapat diperoleh dari kehadiran TIK antara lain sebagai berikut:

1. Mempermudah komunikasi

Manfaat teknologi komunikasi yang ini tentunya sering kita manfaatkan dalam keseharian kita. Dengan adanya teknologi komunikasi kita bisa bebas berkomunikasi dengan teman-teman kita. Jika dulu cara berkomunikasi dengan menggunakan surat, dan memakan waktu yang sangat lama sekali dalam pengirimannya, pada

zaman modern ini kita cukup menggunakan smartphone. Dengan smartphone, anda bisa berkomunikasi dengan bebas bersama keluarga, teman rekan bisnis dan lainnya. Bahkan ada fitur yang canggih yaitu video call. Dengan fitur ini anda bisa melihat apa saja yang sedang di kerjakan oleh teman kamu ketika menelepon.

2. Memberikan informasi kepada publik

Manfaat teknologi komunikasi yang ini tentunya sangat membantu sekali dalam kehidupan sehari-hari karena dengan ini kita bisa dengan mudah mengakses informasi dimanapun kita mau, dengan smartphone kamu, kamu tidak usah repot-repot lagi membeli koran atau majalah demi untuk mendapatkan informasi. kamu cukup duduk manis di rumah saja sambil memainkan smartphone kamu. Banyak sekali berita-berita yang dapat anda peroleh dari internet, misalnya saja okzone, Kompas dan masih banyak lagi koran online sejenisnya.

3. Mendidik masyarakat

Dengan manfaat teknologi komunikasi yang bisa dirasakan oleh masyarakat, secara tidak langsung akan mendidik masyarakat karena terdapat banyak informasi di dalamnya. Misalnya dengan membuka Youtube dan lainnya. Dan dengan teknologi-teknologi ini masyarakat akan terdidik untuk bisa menggunakannya, sehingga tidak canggung oleh hal yang baru.

4. Menghibur Masyarakat

Dengan adanya teknologi modern saat ini, masyarakat mendapatkan hiburan, khususnya bagi yang bekerja di kantor dan sibuk dengan pekerjaan mereka dan tidak ada waktu untuk mencari hiburan. Hal ini tentunya sangat membantu, dengan hanya mengakses Youtube saja mereka akan bisa menikmati hiburan-hiburan mereka melalui smartphone mereka.

Masyarakat informatika adalah bagian dari struktur masyarakat di dunia yang muncul dan memiliki peran di sejumlah tingkat fundamental dalam masyarakat yang berkembang. Masyarakat informatika dapat dideskripsikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk praktik masyarakat, yaitu sebagai penyampaian layanan masyarakat, dan tindakan masyarakat.

Dengan kemajuan tersebut, maka berkembanglah berbagai sektor kehidupan baru seperti bisnis, transportasi, pendidikan, dan sebagainya. Pada periode Gelombang Ketiga adalah gerak perubahan kehidupan pada masa sekarang yang di tandai oleh:

- a) Penggunaan energi yang dapat diperbaharui (*renewable energy*) karena bahan fosil semakin berkurang;
- b) Proses produksi massal lebih cenderung menjauhi pemusatan produksi;
- c) Kecendrungan bahwa konsumen juga produsen dan sebaliknya;
- d) Kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi yang mendorong deurbanisasi.

Bagai roda yang berputar perlahan-lahan dan semakin cepat. Begitupun perkembangan teknologi dewasa ini yang berputar secara pesat sehingga para ilmuwan sepakat menyebut gejala ini dengan revolusi. Sekalipun rodanya masih berputar. Revolusi komunikasi sebagai peledakan teknologi komunikasi seperti terlihat meningkatnya penggunaan satelit, mikro-prosessor, komputer, dan pelayanan radio bertahap tinggi, dan perubahan terjadi sebagai konsekuensi yang ditempa dalam bidang sosial, ekonomi, politik, kultural, dan gaya hidup manusia.¹⁷⁶

Potensi teknologi komunikasi yang semakin berkembang, memperlihatkan perubahan yang signifikan pada kehidupan manusia. Pada era revolusi komunikasi ini manusia untuk saling

¹⁷⁶ Dissayanake dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989)

berhubungan dan memenuhi kebutuhan hampir tanpa memiliki batasan. Keterbatasan saling berhubungan antar manusia dulunya disebabkan oleh jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan, dan lain-lainnya, kini dapat diatasi oleh perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mutakhir. Dengan penggunaan satelit misalnya hampir tidak ada lagi batasan jarak dan waktu untuk menjangkau khalayak yang dituju dimanapun, dan kapan saja diperlukan. Begitu pula dengan kemampuan menyampaikan, menerima, mengumpulkan, menyimpan, dan menelusuri kembali informasi menggunakan videodisc, komputer, television, sehingga tidak ada lagi hambatan untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan sarana yang digunakan, dan tak ada lagi hambatan manusia untuk mengetahui informasi dibelahan dunia manapun.

Tahap perkembangan komunikasi sampai semaju yang terjadi di abad sekarang ini, disebabkan oleh riwayat penting yang cukup panjang. Riwayat tersebut menyebutkan empat revolusi yang terjadi dalam hal manusia berhubungan satu sama lainnya. Keempat revolusi dalam bidang komunikasi tersebut, adalah :

- 1) Dalam hal berbicara
- 2) Ditemukannya tulisan
- 3) Penemuan percetakan
- 4) Dalam hal hubungan jarak jauh (telekomunikasi)

Tuntutan penguasaan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi baik bagi individu maupun organisasi/perusahaan dewasa ini semakin nyata dikarenakan beberapa hal seperti:

- 1) Ketatnya persaingan di pasar global sehingga kecepatan memperoleh informasi sangat menentukan dalam mengatur strategi bersaing,
- 2) Perubahan pasar yang demikian cepat menuntut penguasaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mencermati dan mengantisipasinya,

- 3) Perkembangan ipteks mutakhir menuntut penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin optimal,
- 4) Tuntutan kemudahan akses untuk membangun *relationship* dalam pengembangan diri maupun organisasi,
- 5) Teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi *trend* kehidupan di era global. Teknologi informasi sangat terkait dengan teknologi komputer dan telekomunikasi. Hal ini menjadikan teknologi informasi dan komunikasi seringkali disebut juga dengan *Information dan Communication Technology* (ICT).

Salah satu keunggulan teknologi pada zaman sekarang ini adalah Kini penerima dapat memilih informasi-informasi yang ia perlukan atau dibutuhkan, serta kapanpun dan dimanapun ia perlukan. Bell dalam bukunya Zulkarimein Nasution (1989) menyebutkan beberapa wujud sistem komunikasi yang di hasilkan oleh kemajuan teknologi. Pertama, jaringan pengolahan data yang kelak memungkinkan orang berbelanja cukup dirumah dengan menekan tombol-tombol di komputer. Pesanan akan langsung dikirim kerumah pesanan oleh toko tempat berbelanja. Kedua, bank informasi dan sistem penelusuran, yang memungkinkan pemakainya menelusuri indormasi serta memperoleh cetakannya dalam sekejap. Ketiga, sistem teleteks, yang menyediakan segala informasi mengenai kebutuhan. Seperti berita, cuaca, informasi finansial kata-log segala macam produk dan sebagainya lewat layar di rumah masing-masing. Keempat, sistem faksimal, yang memungkinkan pengirim dokumen secara elektronik. Kelima, jaringan komputer interaktif, yang memungkinkan pihak-pihak berkomunikasi mendiskusikan informasi melalui komputer.

Bukan mainan baru lagi zaman sekarang media baru atau biasa disebut media sosial online, dari anak-anak sampai kakek nenek boleh dikatakan mengenal istilah media sosial tersebut.

Sejarah dan berkembangnya media sosial berbuntut dari kelahiran internet. Tidak adil kiranya kalau hanya menjelaskan mengenai perkembangan media sosial tanpa terlebih dahulu menguraikan sejarah internet.

Menurut Hendarlan (2003) perkembangan teknologi informasi ditinjau dari segi penggunaannya terdiri atas empat tahapan yaitu:

- 1) Era komputerisasi
- 2) Era teknologi informasi,
- 3) Era sistem informasi, dan
- 4) Era globalisasi informasi.

Ditemukannya perangkat sistem komputer bisa dikatakan merupakan cikal bakal kemajuan teknologi informasi. Komputer-komputer yang pada saat itu berukuran besar seiring kemajuan teknologi dikembangkan menjadi *personal computer* (PC) dan terus berkembang menjadi *notebook* dan terus diciptakan komputer yang semakin kecil bentuk fisiknya namun memiliki kemampuan besar dalam mengolah data. Perkembangan teknologi komputer sangat mempengaruhi perkembangan teknologi informasi selanjutnya. Dengan terbangunnya sistem jaringan komputer baik dengan kabel maupun nirkabel maka sistem informasi semakin berkembang apalagi didukung hadirnya teknologi internet yang semakin murah menjadikan globalisasi informasi tidak terbendung. Perkembangannya teknologi terus melaju untuk berevolusi maupun merevolusi teknologi sebelumnya. Produk teknologi yang pada suatu masa dianggap canggih, seiring perjalanan waktu menjadi biasa, bahkan tertinggal ketika terjadi (lagi) revolusi teknologi. Perubahan zaman yang demikian dinamis dan sangat cepat hanya bisa diikuti perkembangannya dengan penguasaan teknologi ICT baik oleh individu maupun organisasi.

Pada tanggal 29 Oktober 1969, komputer SDS Sigma 7 milik University of California Los Angeles (UCLA) Amerika Serikat

(AS) sukses mengirim pesan ke komputer SRI di Universitas Stanford yang jauhnya 560 km. Pesan yang bersejarah itu dikirim oleh peneliti UCLA Bill Duvall kepada rekannya di Stanford, Charley Kline sekitar pukul 22.30 waktu setempat. Pesan berupa teks itu dikirim via jaringan *packet switching* Advanced Research Project Agency NET (ARPANET), yang dalam perkembangannya menjadi cikal bakal dari tulang punggung jaringan internet modern bersama TCP/IP.

Dari sukses pengiriman kata “Login” itu, internet yang awalnya menghubungkan beberapa kampus di AS, kelak berubah menjadi jaringan global. Dalam kurun 45 tahun internet berevolusi sehingga menghubungkan jutaan komputer dengan beragam jenis konten, mulai dari data, musik, gambar, hingga file video beresolusi tinggi dengan kecepatan tinggi pula. Asosiasi profesional teknologi dari Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) dalam sebuah plakat menyatakan UCLA sebagai tempat lahir internet. Dan tercatat pula pada saat itu kelahiran CampuServe yang merupakan *internet service provider* yang mana merupakan internet komersial pertama di Amerika Serikat. Teknologi yang digunakan yaitu *dial-up* yang terkenal sampai pertengahan tahun 1990-an.

Pada tahun 70-an tepatnya 1978 kelahiran media sosial. Saat itu Ward Christensen dan Randy Suess yang merupakan pecinta dunia komputer menemukan sistem papan buletin atau *bulletin board system*(BBS). Dengan menggunakan sistem papan, pengguna (user) dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik atau mengunduh dari perangkat lunak yang tersedia saat itu. Setelah itu muncul Layanan *online* Prodigy diperkenalkan pada tahun 1984 dan tumbuh menjadi penyedia layanan *online* terbesar kedua pada era tahun 1990-an. Pelanggannya saat itu mencapai 465.000, sedangkan CompuServe 600.000 pelanggan. Pada tahun 1994 Prodigy menjual koneksi dial-up ke World Wide Web dan

layanan *hosting web*, serta kini menjadi bagian dari AT&T. Pada tahun 1993 lahir WorldWideWeb yang merupakan layanan browser grafis pertama, mosaic, dan halaman web seperti yang dikenal oleh Nation Center For Super Computig Applications (NCSA) yang ada di University Illinois urbana campaign.

Teknologi dan informatika memegang peranan sebagai teknologi kunci (*enabler technology*). Kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi begitu pesat, sehingga memungkinkan diterapkannya cara-cara baru yang lebih efisien untuk produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa. Dalam era informasi, jarak fisik atau jarak geografis tidak lagi menjadi faktor dalam hubungan antarmanusia atau antarlembaga usaha, sehingga jagad ini menjadi suatu dusun semesta atau "*global village*." Sehingga sering kita dengar istilah "jarak sudah mati" atau "*distance is dead*" makin lama makin nyata kebenarannya. Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan-kegiatan bisnis, memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan yang mendasar pada struktur, operasi dan manajemen organisasi.

Terobosan teknologi komunikasi ini ikut berperan dalam menyuarakan opini dan mengakses beragam informasi. Setelah dua tahun berselang tahun 1995, muncul Geocities yang merupakan situs untuk melayani Web Hosting. Tujuan dari Geocities yaitu berfokus pada penyewaan penyimpanan data-data website agar bisa akses oleh orang lain. Terobosan pembentukan Geocities merupakan tonggak dai pembentukan web-web lainnya. Pada tahun yang sama 1995 muncul situs baru yang bernama Classmates.

Situs Classmates merupakan jaringan sosial yang masih terbatas dimana hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengaksesnya. Dua tahun kemudian munculah sebuah situs

yang digadang-gadang sebagai cikal bakal kelahiran jejaringan sosial pertama yang diberi nama Sixdegree.com. Situs lebih menawarkan jejaring sosial dibandingkan dengan Classmates, dan lagi situs ini juga di lengkapi dengan fitur-fitur seperti profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Pada tahun 1998, Google muncul sebagai mesin pencari utama di internet dan memunculkan penampilan indeks. Laju perkembangan begitu evolutif. Dan pada tahun berikutnya, muncul sebuah situs untuk membuat blog pribadi yaitu Blogger. Di dalam blog pengguna Blogger dapat membuat halaman situs sendiri.

Dengan demikian pengguna Blogger bebas mengisi halaman situsnya dengan berbagai konten, baik itu berupa informasi, pengalaman pribadi, atau kritik-kritikan tentang permasalahan terkini. Tidak dapat dipungkiri Blogger merupakan tonggak penting perkembangan media sosial. Pada tahun 2000 tercatat lahir sejumlah situs sosial dengan corak tersendiri seperti Lunarstorm, Live Journal, Cyword yang fungsinya sekadar memperluas informasi secara searah. Domain *dot com* menjadi populer, di mana saat itu 70 juta komputer terhubung ke internet. Kepentingan para pebisnis pun muncul di situs jejaring dengan munculnya Ryze.com pada tahun 2001. Situs ini bertujuan untuk memperluas dan memperbesar jejaring bisnis. Beragam kepentingan yang lebih spesifik makin bermunculan dalam situs. Kemudian pada tahun 2001, Wikipedia, sebuah ensiklopedia *online* dan wiki terbesar di dunia muncul. Berikutnya pada 2002, muncul Friendster sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Konektivitas dalam jaringan maya menjadi awal untuk kemudian dapat disusul dengan temu darat.

Oleh karena itu, situs ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan. Friendster mengalami *booming* dan kehadirannya begitu fenomenal. Bak jamur yang tumbuh di musim hujan, dalam waktu singkat bermunculan situs sosial interaktif lain menyusul Friendster. Seakan Friendster tidak dibiarkan eksis sendirian dalam jangka waktu lama, karena sejak

2003 terus bermunculan berbagai medsos dengan seabrek keunggulan, keunikan, karakteristik dan segmentasi yang beragam. LinkedIn yang lahir tahun 2003, muncul semata-mata tidak hanya untuk bersosialisasi saja. Situs ini juga bermanfaat untuk bertukar informasi mengenai pekerjaan atau mencari pekerjaan, sehingga fungsi medsos makin berkembang. Tahun 2003 lahir pula MySpace.

Kemudahan dalam penggunaan ditawarkan oleh MySpace, sehingga situs jejaring sosial ini bisa dikatakan begitu mudah digunakan atau *user friendly*. Hingga akhir tahun 2005, Friendster dan MySpace merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati. Kemunculan sejumlah situs jejaring sosial itu pada intinya bermula dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari berbagai latar belakang yang ada di seluruh belahan bumi.

Dalam perkembangan lebih lanjut, medsos kini menjadi sarana atau aktivitas yang masuk kategori *digital marketing*, karena banyak dijejali kemasan dan muatan pemasaran. Salah satu unsur mendasar yang ada pada situs-situs medsos tersebut adalah fungsi dan layanan jejaring sosial. Layanan jejaring sosial memberikan jasa konektivitas melalui situs, *platform* dan sarana yang berfungsi memfasilitasi pembentukan jaringan atau hubungan sosial di antara beragam orang yang mempunyai ketertarikan, minat (*interest*), kegiatan, latar belakang, maksud, kepentingan, tujuan, atau korelasi dunia nyata yang sama.

Sebuah layanan jejaring sosial biasanya terdiri atas representasi setiap pengguna dalam wujud profil, aktivitas, relasi sosial, dan sejumlah layanan tambahan. Layanan itu biasanya berbasis web dan pengguna berinteraksi melalui internet, seperti pesan instan, surat elektronik dan mengunduh foto, gambar atau video. Berbagai situs jejaring sosial memudahkan pengguna untuk berbagi ide, saran, pandangan, aktivitas, informasi, acara, ajakan dan ketertarikan di dalam jaringan individu masing-masing orang.

Selain layanan jejaring sosial bersifat terpusat pada individu, sosok atau tokoh, berkembang pula layanan komunitas

yang sifatnya lebih terpusat pada grup atau kelompok bersama. Pada tahun 2004 Facebook lahir. Situs jejaring sosial ini sampai kini masuk dalam jajaran lima besar yang paling dikenal karena memiliki banyak anggota. Memasuki tahun 2006, penggunaan Friendster dan MySpace mulai tergeser dengan adanya Facebook. Situs ini dengan corak tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2006 Twitter lahir.

Kemunculan Twitter menambah jumlah situs sosial bagi kaum muda. Pengguna Twitter hanya bisa meng-*update* status yang bernama *tweet* atau kicauan, dan dibatasi hanya 140 karakter saja. Twitter menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (*followunfollow*), di mana seseorang dapat melihat status terbaru dari orang yang diikuti (*follow*). Pada 2007 Wiser lahir. Situs jejaring sosial ini meluncur bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007, dengan tujuan menjadi sebuah direktori *online* organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk gerakan pro lingkungan hidup yang dilakukan individu, organisasi dan kelompok.

Tidak mau ketinggalan oleh situs jejaring sosial yang lebih dulu eksis, Google pada tahun 2011 mengeluarkan Google+. Situs jejaring sosial ini di awal peluncurannya hanya terbatas pada orang yang telah di-*invite* oleh Google. Akan tetapi tidak lama kemudian, Google+ diluncurkan secara umum. Tahun 2012 muncul Ketiker. Situs untuk semua usia ini menambah daftar panjang situs-situs jejaring sosial. Situs web ini lebih menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog yang memberi peluang bagi penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan secara leluasa. Belakangan, kemunculan Line, We Chat, Kakao Talk dan yang lainnya terus menambah panjang daftar situs-situs jejaring sosial yang sudah ada. Hal itu ditopang oleh kemajuan perangkat *gadget*, teknologi informasi dan kecepatan jaringan internet yang makin pesat.

Pemanfaatan sarana komunikasi dewasa ini semakin tinggi dan meluas dalam masyarakat. Sebagai makhluk sosial

manusia tidak bisa hidup sendiri. Mereka harus saling berinteraksi untuk saling bertukar informasi ataupun kebutuhan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Cara-cara komunikasi tradisional saat ini cenderung mulai ditinggalkan. Jika dulu pengiriman pesan hanya bisa melalui jasa pos (surat) sehingga memerlukan waktu sehari-hari untuk dapat dibaca. Namun sekarang telah ada teknologi SMS, *e-mail* dan *chatting* yang hanya dalam hitungan detik telah dapat di baca oleh si penerima. Dalam pesan pun tidak hanya tulisan saja namun juga dapat dilengkapi dengan gambar dan suara. Beberapa dekade yang lalu orang bepergian tanpa membawa telepon tidak akan risau namun saat ini jika bepergian *handphone* tertinggal akan kebingungan. Dalam penulisan alamat di kartu nama seringkali tidak hanya sekedar alamat rumah ataupun kantor namun juga seringkali disertai alamat *e-mail* maupun *website/homepage*.

Teknologi komunikasi memperkaya gaya komunikasi antar individu maupun masyarakat. Pengembangan *e-government* di lingkungan pemerintah diyakini pula mampu mendorong kemajuan untuk meningkatkan pelayanan terhadap publik, menjalin relasi dengan para investor maupun kerjasama antarpemerintahan. Teknologi Komunikasi juga mendekatkan pemerintah terhadap rakyatnya, investor maupun antarpemerintahan. Di bidang ekonomi peran teknologi komunikasi sangat potensial dan strategis untuk proses pengambilan keputusan, memperluas pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif dan pelayanan terhadap pelanggan maupun supplier.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya internet dapat digunakan untuk menjembatani informasi dan pengetahuan yang tersebar di antara yang menguasai informasi dan yang tidak. Akses terhadap komunikasi digital membantu meningkatkan akses terhadap peluang pendidikan, meningkatkan transparansi dan efisiensi layanan pemerintah, memperbesar partisipasi secara

langsung dari "*used-to-be-silent-public*" (masyarakat yang tidak mampu berpendapat) dalam proses demokrasi, meningkatkan peluang perdagangan dan pemasaran, memperbesar pemberdayaan masyarakat dengan memberikan suara kepada kelompok yang semula tidak bersuara (perempuan) dan kelompok yang rentan, menciptakan jaringan komunikasi dan peluang pendapatan untuk wanita, akses terhadap informasi pengobatan untuk masyarakat yang terisolasi dan meningkatkan peluang tenaga kerja.¹⁷⁷

Teknologi informasi mendorong dunia usaha mengembangkan *e-commerce* dan *e-business*. Lewat *e-commerce* dan *e-business* untuk membeli produk kita tidak harus datang ke toko/retail cukup klik dan ketik *account/rekening* dan alamat maka barang pun bisa sampai ke tangan. Belanja di toko sekarang tidak perlu lagi membawa uang tunai terlalu banyak, cukup tinggal gesek kartu ATM/Kredit. Adanya teknologi komunikasi membawa cara bisnis maupun gaya belanja baru bagi masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi juga mendorong timbulnya bisnis baru seperti wartel, warnet, *game-online*, lowongan kerja dan lainnya.

Dalam penyebaran Islam, kemajuan teknologi sangat membantu dalam proses menyeimbangkan dan proses penyampaian pesan/materi dakwah. Proses penyampaian materi menjadi semakin interaktif karena teknologi komunikasi mampu mencari dan mendapatkan materi yang *up to date*, metode yang menarik dan media yang relevan. Di lingkup gerakan dakwah juga mendorong terciptanya *distance learning*, *e-book* dan *e-library*. Mereka yang berkecimpung di dunia dakwah akan dianggap ketinggalan atau gagap teknologi jika tidak mengenal,

¹⁷⁷ Servaes J. 2007. *Harnessing the UN System Into a Common Approach on Communication for Development*. International Communication Gazette 2007; 69; 483.

menggunakan ataupun memanfaatkan teknologi dalam proses dakwah.

Dengan demikian peran yang dapat disumbangkan oleh teknologi komunikasi yang dapat disumbangkan oleh teknologi informasi ini adalah melahirkan aplikasi untuk mendapatkan informasi dalam kehidupan pribadi seperti informasi tentang kesehatan, hobi, rekreasi dan rohani. Untuk profesi seperti sains, teknologi, perdagangan, berita bisnis dan asosiasi profesi. Sarana kerjasama antara pribadi atau kelompok yang satu dengan pribadi atau kelompok yang lainnya tanpa mengenal batas jarak dan waktu, negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor lainnya yang dapat menghambat bertukar pikiran. Perkembangan teknologi informasi memacu suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan e seperti *e-commerce*, *e-government*, *e-education*, *e-library*, *e-journal*, *e-medicine*, *e-laboratory*, *e-biodiversity* dan lainnya yang berbasis elektronika.

Fakta yang agak mengejutkan adalah bahwa aplikasi teknologi komunikasi memiliki kontribusi yang tidak terukur secara ekonomi. Dalam waktu yang sama, pemanfaatan teknologi komunikasi dalam pembangunan berkelanjutan membutuhkan proses pendidikan/pelatihan dan peningkatan kapasitas karena masih terdapat kesenjangan secara teknis maupun keterampilan dalam bisnis secara elektronik (*e-business*). Membangun sebuah masa depan elektronik (berwawasan teknologi komunikasi) yang berkelanjutan (*sustainable e-future*) memerlukan strategi dan program untuk menyiapkan da'i, media dakwah, materi serta metode dakwah dengan kompetensi teknologi.

A. MEDIA DALAM PERPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

Berbicara konsep Islam tentang media berarti menelusuri konsep media komunikasi dalam Al-Quran, As-Sunnah dan pandangan ulama sebagai komentator kedua sumber Islam tersebut. Hamid Mowlana menarik teori komunikasi dari kata tabligh yang dikembangkan Ibnu Khaldun.¹⁷⁸ Dari sana terlihat konsep dakwah sebagai komunikasi dalam Islam. Sementara itu dari tujuan ataupun yang mengarah pada content (isi) dapat ditemukan kata-kata seperti hikmah, maudzah hasanah, mujâdalah yang ahsan, ya'murûna bil ma'rûf wa yanhawna 'anil-mungkar, qûlû li an-nâsi husna, qaulan sadidan dan lain-lain. Dari sudut efek misalnya, terungkap kata yastami'ûna al-qaula wa yattabi'ûna a'hsanahu, wamâ 'alaika illa al-balâgh.¹⁷⁹ Sayyid Qutub setelah mengkritik berbagai paham filsafat Barat dengan segala konsekuensinya mengajukan paradigma Islam.¹⁸⁰

Jika melihat paradigma yang ditawarkan Sayyid Qutub keenam ciri paradigma Islam tersebut harus ada dalam media komunikasi Islam. Katakanlah content (isi) media, sebagai contoh, menurut paradigma ini harus memiliki ciri rabaniyah. Artinya content (isi) harus merupakan arahan dan bimbingan Tuhan juga harus merupakan Juga harus merupakan sesuatu yang berisikan tauhid, realistis, ketentuan yang permanen, komprehensif, yang senantiasa seimbang dan positif.⁴⁶⁴ Paradigma seperti yang digagas Sayyid Qutub di atas dipakai oleh Dilnawas Siddiqul (1973-2006). Misalnya, dalam melihat produksi pemberitaan dalam perspektif Islam dibandingkan dengan perspektif Barat, Ia menggunakan konsep Unity dalam berbagai

¹⁷⁸ Ibnu Khaldun, *The Muqaddimah* (An Introduction to History), dalam Hamid Mowlana, *Global Communication as Cultural Ecology*. International Comparative Research Group stratetegic and Analysis Canadian Heritage, 1998. h. 43

¹⁷⁹ Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012. h. 17

¹⁸⁰ Sayyid Qutub. *Khaasais Tâshawuru-i-Islâm*. Dalam M. Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam*. h.18

dimensi. Walaupun Siddiqui belum membahas konsep media secara menyeluruh, namun sudah dapat memberikan arah konsep Islam tentang pemberitaan yang merupakan bagian dari isi (content) media.

Dalam melihat tafsir terhadap Islam, ada empat hal yang harus diperhatikan. (1) Pelaku (intrepretator), yang harus memiliki syarat-syarat tertentu yang dipenuhi; (2) Sumbernya, yakni Al-Quran dan Al-Hadis; (3) Tujuan penafsiran, yang dimaksudkan untuk kemaslahatan umat Islam, (4) Metodologi, yang mengacu kepada kaidah ushul fiqh dan ditangani oleh orang yang benar-benar mengerti metodologi itu.

Ibnu Hamad mengemukakan kaedah dan metedologi yang dipakai harus dikaitkan dengan perkembangan teknologi maju, tidak dengan cara-cara konservatif. Menurutnya, fiqh adalah teknologi harus disinkronkan dengan keberadaan teknologi saat ini.

Sementara itu Andi Faisal Bakti telah menyoroti sisi transformasi ide dalam melihat proses komunikasi. Akan tetapi, sisi relegiusitasnya tampak ketika penyajian wisdom sebagai paradigma sehingga apa yang dilakukan dari komunikasi massa dilihat secara menyeluruh harus berperan dalam membentuk pengetahuan bagi receivernya. Pada akhirnya mencapai derajat wisdom yang dipengaruhi oleh Qadariyah dan Mu'tazillah

Baik Mowlana, Sayyid Qutub maupun Bakti terlihat ingin menyampaikan bahwa kajian Islam dalam komunikasi harus senantiasa menggunakan pendekatan holistic. Diagram yang ditawarkan Bakti, melompat jauh dari yang ditawarkan Thayer. Bila Thayer baru sampai pada penggambaran proses komunikasi, dengan kesimpulan bahwa message dikonstruksi oleh penerima. Bakti lebih jauh mencoba memotret proses komunikasi dengan menampilkan keseluruhan aspek yang terlibat sampai pada pengaruh dan dampaknya.

Dalam diseminasi media Seringkali kita di hadapkan pada pola kerja penyampaian informasi termasuk informasi yang fragmentaris dan bertindak bagaikan cerobong asap tanpa filter.

Apabila hal ini dibiarkan berlarut-larut, bukan mustahil akan terjadi ‘polusi pemikiran’, bahkan kebingungan di tengah masyarakat.

Bagaimanapun, proses diseminasi pesan-pesan informasi perlu disertai ide, imajinasi, ‘self-expression’, kemampuan intelektual dan pikiran sehingga dapat menyajikan informasi yang memadai dan penuh kebijakan (wisdom). Kiranya hal inilah yang perlu direnungkan secara saksama oleh para da’i. Imam Al-Ghazali mengistilahkan kebijakan ini dalam bahasa Arab, yaitu hikma. Menurutnya kebijakan akan terjadi apabila “knowledge” dikembangkan secara tepat dan sempurna sehingga dapat membedakan penilaian yang benar dari yang salah, memisahkan kepercayaan yang baik dari yang jelek, dan membedakan tindakan yang baik dari tindakan yang salah.

Tantangan yang tampak dalam kegiatan informasi adalah menerapkan unsur kebijakan penyajian dan penyebarannya, tidak terlepas dari tiga komponen utama, yaitu fakta, informasi dan pengetahuan. Dalam setiap sajian informasi, kita dituntut untuk dapat mengintegrasikan informasi itu sendiri dengan pengetahuan, kebijakan, dan tempat sehingga dapat diformulasikan suatu konstruksi pesan-pesan informasi yang berwawasan luas. Fakta dalam suatu peristiwa merupakan mata rantai yang tidak terlepas dari sumber fakta, sifat informasi, sistem nilai, serta refleksi kehidupan masyarakat pada waktu fakta informasi tersebut muncul ke permukaan. Hal ini kiranya perlu dijadikan landasan berpijak atau setidaknya menjadi rujukan berfikir manakala kita dihadapkan pada kenyataan timbulnya informasi kontemporer. Bagaimana strategi diseminasi yang akan ditempuh agar pesan-pesan informasi yang disediakan atau disajikan tidak terlepas dari tatanan yang menghendaki terciptanya “intellectual practice and development” pada masyarakat luas.

B. KONSEP MEDIA DALAM ISLAM

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Ada beberapa karakteristik media massa, yaitu: *pertama*, bersifat melembaga. Artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yaitu mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai kepada penyajian informasi. *Kedua*, bersifat satu arah. Artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau seandainya terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda. *Ketiga*, meluas dan serempak. Artinya dapat mengatasi rintangan dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama. *Keempat*, memakai peralatan teknis atau mekanis. Seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya. *Kelima*, bersifat terbuka. Artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.¹⁸¹

Bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka dan dengan akses yang juga terbatas menuju pada ketersediaan media hari ini. Dari sisi industri, biaya produksi media dan alat produksinya semakin murah menyebabkan kemunculan media secara massal. Misalnya media cetak, bukan lagi barang yang langka dan bisa dijumpai di setiap sudut kota. Atau media komunikasi seperti telepon genggam seolah-olah menjadi kebutuhan meniadakan bagi semua orang untuk melakukan koneksi komunikasi jarak jauh lebih lama dibanding telepon genggam. Tidak hanya itu teknologi juga memungkinkan industri media untuk memproduksi media yang lebih beragam, setidaknya kondisi ini dapat dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa

¹⁸¹ Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. Hal. 140-141

menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Artinya media saat ini tidak hanya banyak dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya mulai dari cetak, audio, visual, audio visual, hingga online.¹⁸²

Dari segi perangkat media, era media baru juga ditandai dengan apa yang disebut dengan konvergensi media. Secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yaitu *telekomunikasi*, *data komunikasi* dan *komunikasi massa* dalam satu medium. Dalam tataran praktis, konvergensi media bisa terjadi melalui beberapa level yaitu: pertama, level struktural seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer. Kedua, level transportasi seperti web TV yang menggunakan kabel atau satelit. Ketiga, level manajemen seperti perusahaan telepon yang juga memanfaatkan jaringan telepon untuk TV berlangganan. Keempat, level pelayanan (service) seperti penyatuan layanan informasi dan komunikasi di internet. Kelima, level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara maupun gambar.¹⁸³

Dari sinilah kemudian muncul dan berkembang media siber sebagai bentuk cara berkomunikasi baru. Komunikasi yang terjadi di media siber ini pada intinya karena ada koneksi perangkat komputer dengan komputer yang lainnya, yang disebut dengan jaringan internet yaitu menghubungkan (*interconnected*) computer secara global. Konteks kata global disini tidak selamanya diterjemahkan dalam pengertian lintas negara atau wilayah, namun lebih menunjukkan bahwa cara kerja yang terhubung di dalam jaringan (online) terjadi tanpa mempertimbangkan batasan lokasi, perangkat keras atau program apa yang digunakan. Terkait dengan internet tersebut ada istilah portal dan web yang merupakan kata yang penting untuk memahami cara kerja dan

¹⁸² Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Prenada Media Group. Hal.1

¹⁸³Nasrullah, 2014, *Ibid*, Hal. 15

sekaligus melihat bagaimana perkembangan teknologi jejaring global ini. Portal adalah pintu untuk memasuki ruang siber atau juga bermakna gerbang yang mengantarkan pengguna untuk memanfaatkan sarana yang terdapat dalam siber untuk kepentingan Islam dan dakwah.

Badlihiham (2012) berpendapat bahwa Islam dan dakwah adalah satu kebangkitan yang seiring dan menuju destinasi yang sama. Lebih jelas lagi jika dikatakan bahwa dakwah adalah sebahagian dari Islam yang tidak boleh dipisahkan. Simbiosis yang kukuh di antara Islam dan dakwah membuka suatu penelitian dan panduan yang berguna kepada semua pihak yang terlibat dalam perjuangan suci ini. Media dakwah bererti saluran dakwah atau saluran sesuatu isi dakwah untuk disampaikan kepada sasaran. Dalam bahasa Arab ia disebut *wasilah al-da'wah*-wasilah dakwah.¹⁸⁴

Berdakwah dalam Islam bukan sekadar berceramah semata-mata. Ianya meliputi aspek bagaimana dakwah itu harus diatur, disusun menjadi suatu program yang harus dijalankan secara sistematik.¹⁸⁵ Media menjadi salah satu wasilah dakwah yang digunakan oleh para pendakwah pada masa kini. Sebagaimana media banyak membantu komunikasi dan sebaran informasi di kalangan masyarakat, ia juga banyak membantu gerakan dakwah dalam sesuatu organisasi mahupun individu itu sendiri dalam memperjuangkan amanah Allah di muka bumi.

Media dalam Islam juga banyak membantu pendakwah dalam memahami sasaran dakwahnya. Etika dalam komunikasi media yang berkesan akan membuatkan sasaran dakwah percaya kepada pendakwah dan akan menceritakan permasalahannya yang wujud.¹⁸⁶ Adalah menjadi satu kewajipan kepada para pendakwah untuk menyumbang kepada dakwah melalui pendekatan yang sesuai dan selaras dengan tahap

¹⁸⁴ Abdullah et al. 1997

¹⁸⁵ Mahfudh et al. 1994

¹⁸⁶ Izwah 2010

golongan sasaran melalui saluran media yang berkesan pada abad ini yang disebabkan oleh populariti dan peranannya sebagai senjata yang mempunyai serampang dua mata.¹⁸⁷ Penggunaan media telah lama digunakan dalam Islam dan ianya telah muncul sejak awal zaman Rasulullah SAW. Sebagai contoh, al-Quran mendatangkan cerita-cerita zaman dahulu yang boleh digambarkan seolah cerita-cerita drama. Begitu juga Rasulullah telah menugaskan beberapa orang sahabat untuk berseni di pentas-pentas syair sebagai cara menyebarkan dakwah dan juga membalas tohmahan para musyrikin seperti mana baginda mengarahkan Hassan bin Tsabit ketika perang Bani Quraizhah: "Seranglah kaum Musyrikin (dengan syairmu), kerana Jibril bersamamu".¹⁸⁸ Ini kerana pentas syair boleh dianggap sebagai media utama masyarakat Arab ketika itu.

1. Paradigma Media Islam

Evolusi kehidupan manusia senantiasa bergerak dan melaju tanpa dapat dibatasi, berbagai perkembangan pengalaman dan pengetahuan manusia memicu perkembangan kebutuhan dan sarana hidupnya. Apa yang dahulu dipandang tidak perlu entah karena belum ditemukan atau karena kesederhanaan kehidupannya kini menjadi kebutuhan. Misalnya pada masa lalu seseorang tidak memerlukan penyedap rasa ketika memasak, melainkan cukup mengandalkan rasa pada hasil perpaduan berbagai bahan saja, kini menjadi kebutuhan, bahkan tidak mustahil akan terlahir suatu generasi tak lagi mampu memadukan rasa secara alami, karena tersedianya bumbu instan.

Perkembangan tersebut terjadi juga dalam cara berkomunikasi manusia untuk menyampaikan apa yang ada pada dirinya kepada orang lain. Pada masa awal hanya cukup dengan simbol bunyi dan kata-kata, kemudian berkembang menjadi simbol tertulis, lahirlah bahasa lisan dan tulisan. Teknik

¹⁸⁷ Badlihiham 2012

¹⁸⁸ al-Bukhari, no. 6153 dan Muslim no. 2486

penyampiannya pun semakin hari semakin berkembang bermula dari yang sangat sederhana sampai pada yang sangat sistimatis dan terorganisir rapih, demikian juga dengan kawasan pencapaian sasaran, bermula dari orang perorang, kemudian berkembang menjadi kerumunan dan bahkan terbentuklah suatu jamaah dan komunitas sasaran.

Komunitas ini pun pada gilirannya menjadi sangat luas, berangkat dari komunitas kelompok yang saling berhubungan secara langsung kemudian komunitas yang hanya bisa membaca atau mendengar informasi yang tersampaikan oleh sumber berita, komunitas ini biasa disebut pemirsa. Perkembangan selanjutnya tidak hanya bisa membaca dan mendengar tapi bisa juga mendengar, melihat dan membaca sekaligus, bahkan akhirnya bisa langsung berinteraksi dengan sumber informasi melalui acara dialog interaktif program televisi atau radio, atau dengan surat pembaca pada koran dan majalah.

Kehidupan manusia di abad 21 tidak bisa terlepas dari ketergantungan kepada media. Dunia saat ini dipenuhi berbagai media seperti televisi, radio, film, surat kabar, majalah, buku serta media lainnya yang semuanya bisa diakses kapan dan di mana saja, oleh siapa saja. Media menjadi suatu yang tidak terelakkan sebagai produk peradaban modern. Ia bisa menemui siapa saja dan menyampaikan informasi baik yang dikehendaki maupun yang tidak dikehendaki. Stanley J. Baran mengawali tulisannya tentang media sebagai berikut: "*The mass media play a large and growing role in how we spend our time and live our lives, as we devote more time to interacting with the mass media: television, news paper, radio, film, magazines, and books, our environments change. We experience things vicariously or indirectly and people around us share those experience and have others of their own*".

Upaya keras dari berbagai kalangan untuk menguasai media, sebut saja kalangan politisi, perindustrian, perdagangan dan termasuk didalamnya kalangan agamawan. Para da'i ketika memasukkan pesan dakwah dalam media, maka menjadi menarik, sebab kehadiran media dalam kegiatan dakwah bukan tidak

menanggung resiko, keberagaman institusi serta pemilik media. Maraknya media baik cetak maupun elektronik telah melahirkan berbagai problema sosial, kekerasan, kriminalitas, perilaku seks bebas sering dihubungkan dengan media sebagai pemberi stimulus atas perubahan sikap dan perilaku tersebut. Dari hasil penelitiannya tentang *Erotika Media Massa Dan Peer Group Terhadap Sikap Seks Di Kalangan Remaja Perkotaan*, Burhan Bungin menyimpulkan bahwa media massa merupakan variabel utama yang mempengaruhi kehidupan seksual remaja terutama remaja di perkotaan. Lebih lanjut ia menyatakan; Kehidupan masyarakat kota yang didominasi oleh media komunikasi, menyebabkan masyarakat kota tergantung pada media komunikasi yang ada termasuk di dalamnya adalah media massa, karena itu hasil penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa media massa yang ada di masyarakat itu ikut menentukan sikap masyarakatnya. Berkenaan dengan macam media, ia menyatakan bahwa pengaruh media elektronika lebih besar pengaruhnya terhadap sikap seks remaja dari pengaruh media massa cetak dan peer group.

Ketika sebuah stasiun tv swasta didatangi pengunjung rasa karena tayangannya yang dianggap kurang baik, saat diwawancarai oleh suatu stasiun tv pihak pengelola tv itu mengatakan bahwa *remote kontrol* sebenarnya sudah merupakan alat kontrol bagi audien, kalau ternyata tidak suka tinggal pindah channel saja. Ungkapan sang pengelola tv tadi menunjukkan bahwa ia penganut teori yang dikemukakan Klapper (1960) yang menyatakan bahwa audien “aktif” dalam memilih media, serta kemampuan media dalam mempengaruhi audien sangat terbatas.

Kajian tentang media mulai dikembangkan sejak kemunculan media terutama media televisi kehadiran media yang satu ini membuat masyarakat terperangah dan mulai muncul berbagai kajian, terutama berkenaan dengan efek media terhadap perilaku masyarakat. Berbagai pendekatan dipakai dalam mengkaji media, seperti marxisme, empirisme, dan bahkan pluralism. Perkembangan dari kajian tersebut melahirkan berbagai teori

media dengan segala slogan yang dimilikinya tanpa mengindahkan berbagai dampak social telah begitu kuat memompa informasi-informasi kepada audien dengan “minat serta selera” audien sebagai sasaran utamanya.

Realitas ini terjadi karena teori tentang media yang berlaku disandarkan pada kapitalisme dan materialime, selain media bergeser menjadi industri yang harus menghasilkan uang semata, sisi ekonomi dan sisi idiologis media membuatnya menjadi mesin penghancur manusia alih-alih menjadi pembina sebagaimana yang tertera dalam berbagai konstitusi.

Akibatnya konsep yang dikembangkan dikalangan pengelola media lebih mengarah pada konsep bisnis (ekonomi), ratting tertinggi dalam merebut oudien dan bukan pada kualitas isi yang berdampak pada pemilihan “gaya” dan program atau rubrikasi suatu media.

Perubahan paradigmatik tentang media menjadi salah satu pilihan yang harus dilakukan dalam rangka mengembalikan peran media pada fungsi yang sebenarnya; sebagai sarana pembangunan manusia. Persepsi tentang media harus dirubah dari persepsi bisnis menjadi persepsi edukasi. Sehingga apapun fungsi yang dimiliki media tetap dalam kerangka makro edukasi, dengan kata lain hiburannya bersifat edukatif dan informasinya juga edukatif demikian juga info komersialnya.

Selanjutnya dalam konteks Islam tentu akan ditemukan juga fungsi media dan peranannya sejalan dengan nilai pilosofi dan tatanan norma yang sejalan dengan Islam. Hal tersebut akan sangat berhubungan dengan konsep Islam tentang komunikasi massa yang akibatnya akan menelurkan konsep media dalam Islam terutama dari sudut fungsi dan peran.

Ketika dihubungkan dengan Islam maka permasalahan fungsi dan peran media massa tersebut tentu saja akan berhubungan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Bagaimana Islam memandang komunikasi lalu ketika komunikasi itu dihubungkan dengan publik, format komunikasi seperti apa yang layak disajikan dalam pandangan Islam. Katakanlah empat

fungsi dan peran media tersebut; informasi, edukasi, hiburan dan mempengaruhi, ketika dihadapkan dengan Islam maka akan terungkap permasalahan: pertama bagaimana konsep informasi menurut Islam, kedua, konsep edukasi menurut Islam, ketiga konsep hiburan dalam pandangan Islam, serta keempat konsep mempengaruhi menurut Islam.

Tentang informasi, tentu akan didapatkan kaidah-kaidah Islam tentang pemberian informasi, sensor informasi dan kewajiban informasi. Demikian juga dengan prinsip edukasi, apa yang harus disampaikan dan bagaimana cara menyampaikan pesan edukasi tersebut. Pertanyaan berikutnya juga akan muncul sekitar hiburan, sebagaimana namanya hiburan mesti berfungsi untuk menghibur, bagaimana bentuk hiburan dalam pandangan Islam, aspek-aspek kebolehan yang dinyatakan layak menurut ajaran Islam termasuk di dalamnya. Fungsi mempengaruhi, pengaruh apa yang diharapkan dari sebuah “pesan” yang diproduksi untuk disampaikan kepada publik menjadi pertanyaan yang patut diajukan dalam konteks ini.

2. Kriteria Media Dalam Islam

Penggunaan media seperti internet yang meluas melalui laman *blog*, *Facebook*, *Twitter*, *Skype*, *Instagram* dan lain-lain di samping media massa yang ada seperti koran, radio dan televisi membantu menyebarkan informasi di antara masyarakat. Oleh karena itu pada hari ini media massa memainkan peranan dan tanggungjawab penting dalam menyampaikan informasi yang benar, tepat dan berguna bagi masyarakat. Bukan itu saja, bahkan informasi yang disampaikan melalui media massa juga perlu mendidik masyarakat ke arah kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Oleh itu, persiapan perlu disiapkan dengan sebaiknya agar dapat meyakinkan tentang topik yang akan dibicarakan.¹⁸⁹

¹⁸⁹ S. Salahuddin 2011

Ghazali (2007) berpendapat bahwa dalam mengaplikasikan media komunikasi sesuai dengan konsep Islam, diperlukan beberapa syarat yaitu:

- a. Memperbaiki niat semata-mata kerana Allah. Artinya, dalam melaksanakan tuntutan dakwah, setiap perkara yang dilakukan hendaklah semata-mata kerana Allah. Niat yang benar akan mendapatkan hasil positif bagi audiens. Tugas untuk menyebarkan dakwah ini bukanlah sesuatu yang dapat dilakukan secara pribadi. Dibutuhkan niat dan kesejahteraan untuk berkontribusi pada pengembangan masyarakat.
- b. Media dari perspektif Islam harus cenderung mengajak yang makruf dan mencegah kemunkaran. Media harus jujur dan tidak merusak situasi dan kebenaran demi diri atau kelompok.¹⁹⁰
- c. Masalah yang publikasikan hendaknya sesuai dengan hukum Islam. Artinya, hal-hal yang dipublikasikan melalui media harus sesuai. Saluran informasi yang diberikan juga harus akurat dan sesuai dengan ajaran Islam sehingga masyarakat tidak salah paham dan mudah memahami isi dakwah. Implementasi peran media harus sesuai dengan hukum yang disahkan oleh syari'at, tidak melanggar hukum dan kewajiban menyebarkan ajaran Islam sebagai melaksanakan tugas fardu kifayah. Menurut Ahmad (2006) media Islam pada hari ini juga perlu tampil sebagai pembina budaya dengan melakukan islah budaya yang berjiwa tauhid dalam kerangka dan batas syariat. Penggunaan media amat membantu kepada perkembangan Islam. Melalui medium ini, pesan Islam dapat disampaikan secara lebih efektif. Kondisi kehidupan manusia hari ini dipengaruhi oleh teknologi modern dan masyarakat yang suguhi oleh media di mana ideologi dan penerapan nilai-nilai ditularkan dari satu generasi ke

¹⁹⁰ Zulkiple Abd Ghani 2001:30

generasi lain melalui media seperti televisi, musik, dan internet.

- d. Kemajuan media yang berkembang pesat membawa kepada erubahan sosial yang pelbagai. Masyarakat Muslim kini sedang berhadapan dengan perubahan era teknologi informasi dan komunikasi yang mempengaruhi kehidupan seharian. Justru, perkembangan dakwah juga harus seiring dengan perkembangan zaman. Pendakwah harus lebih berani mengaplikasi apa jua teknologi bagi memperkukuh metode dakwah agar lebih efektif. Manfaat dari upaya ini adalah mengajak manusia kembali ke jalan Allah sehingga memperluas ajaran Islam dalam bentuk perjuangan lain seperti keterlibatan dalam sektor ekonomi, politik, seni Islam dan banyak lagi. Penggunaan media sangat membantu perkembangan Islam. Melalui media ini, pesan Islam dapat disampaikan secara. Masyarakat Muslim kini sedang berhadapan dengan perubahan era teknologi informasi dan komunikasi yang rata-ratanya mempengaruhi kehidupan seharian. Justeru, perkembangan dakwah juga harus seiring dengan perkembangan zaman. Pendakwah harus lebih berani mengaplikasikan teknologi bagi memperkukuh metode dakwah supaya lebih efektif.
- e. Tidak meninggalkan prinsip dasar iman seseorang selama proses persiapan media. Dalam menjalankan dakwahnya, para pendakwah diperingatkan untuk tidak meninggalkan prinsip dasar iman umat Islam. Melalui penggunaan media, kebutuhan informasi umat Islam saat ini dapat dipenuhi oleh umat Islam sendiri sesuai dengan keinginan yang sejalan dengan ajaran Islam dan yang selalu menjadi alternatif umat Islam saat ini. Penggunaan media dalam Islam harus menekankan konsep monoteisme dan menjadikan Islam standar hidup mereka.
- f. Peran media dalam Islam harus menyatakan prinsip-prinsip yang sejalan dengan ajaran Islam. Dalam konteks

komunikasi Islam media harus sejalan dengan peran Islam.¹⁹¹

Berdasarkan persyaratan di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip media dalam Islam itu harus sesuai dengan ajaran Islam. Di samping itu, para da'i juga harus menekankan materi dakwahnya agar lebih rasional dan tidak emosional. Saluran informasi yang diberikan juga harus akurat dan sesuai dengan ajaran Islam sehingga masyarakat tidak bingung dan mudah memahami materi dakwah.

3. Peranan Media Dalam Islam

Manusia diciptakan oleh Allah SWT dengan kemampuan untuk berfikir. Dengan anugerah akal tersebut, manusia berusaha menyesuaikan diri dengan persekitaran yang sentiasa berubah-ubah termasuk penciptaan teknologi informasi yang boleh membantu dalam aspek kehidupan.¹⁹² Teknologi yang dicipta oleh manusia merupakan satu peluang dan kebaikan kepada manusia. Ini kerana, melalui penciptaan teknologi kita dapat menyebarkan pelbagai informasi kepada umum apatah lagi untuk tujuan murni seperti dakwah.

Melalui penggunaan media, pelbagai keperluan semasa umat Islam dapat dicurahkan oleh umat Islam itu sendiri mengikut citarasa kontemporari yang sesuai dengan ajaran Islam dan yang sentiasa menjadi pilihan alternatif umat Islam sekarang. Penggunaan media dalam Islam seharusnya lebih menekankan konsep tauhid dan menjadikan Islam sebagai acuan hidup mereka. Peranan media dalam Islam mesti menonjolkan prinsip yang selari dengan ajaran yang telah ditetapkan oleh Islam. Dalam konteks komunikasi Islam yang mempunyai ruang lingkup yang lebih luas tentang media, Islam telah menetapkan bahwa media Islam mestilah selari dengan peranan agama Islam

¹⁹¹Ruzain 2011

¹⁹² Muhammed 2012

itu sendiri. Ianya terkandung dalam al-Quran Surah al-Hujurat ayat 6 dengan maksud:

Wahai orang-orang yang beriman! Jika datang kepada kamu seorang fasik membawa sesuatu berita, maka selidikilah untuk menentukan kebenarannya, supaya kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini dengan sebab kejahilan kamu mengenainya sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan.

Namun demikian, menurut Ghazali (2007) dalam menghadapi realitas umat Islam dan tantangannya, peranan media informasi Islam terdiri dari lima aspek terpenting iaitu:

- a. Menyebarkan Islam dan menjelaskan kebenaran kepada orang ramai.
- b. Mempertahankan isu-isu yang berkaitan dengan kehidupan ummat.
- c. Menggunakan pendekatan dan metode yang bijaksana dalam menghasilkan komunikasi yang efektif.
- a. Melancarkan perang saraf terhadap musuh sebagai salah satu cara dakwah menangkis serangan media Barat serta melemahkan argumen dan posisi mereka di samping mengukuhkan sasaran dan perspektif Islam.
- b. Menghadapi perang media propaganda asing serta melindungi ummat dari usaha yang menyesatkan.

Jelas di sini bahwa peranan media harus berdasarkan dan bercorakkan kepada prinsip kebenaran dengan didukung oleh fakta dan bukti yang jelas. Tanpa bukti dan fakta yang jelas, ianya akan merusak persatuan, malah akan mengakibatkan perpecahan antara umat Islam. Berita yang disampaikan atas dasar dugaan, kabar angin ataupun kebohongan harus dihindarkan. Peranan yang ditetapkan dalam Islam perlu digagas oleh penggiat yang menjadikan media sebagai salah satu platform dalam mengembangkan agama. Hal tersebut harus disampaikan dengan bijaksana dan sistematik agar dapat membantu masyarakat dalam

memahami Islam.

Zulkiple (2001) menjelaskan ada lima peranan utama media yang digariskan oleh pengkaji media dari Barat tidak banyak berbeda dengan Islam walaupun diakui masalah ini jarang dibicarakan. Secara terperinci Abu Hassan (2012) mengutarakan lima peranan media Islam iaitu:

- a. Media Islam berperan sebagai pendidik (*Muaddib*) kepada masyarakat agar melaksanakan segala perintah Allah dan menjauhi segala laranganNya. Tugas pendidik yang dipikul oleh mereka haruslah berlandaskan syariat dan ajaran Islam yang syumul.
- b. Sebagai agen informasi (*Musaddid*) yaitu mereka menjadi penghalang dalam menangkis informasi yang sering disalah tafsir oleh para orientalis Barat dalam memutarbalikkan fakta Islam kepada masyarakat. Oleh karena itu, tugas penggiat media Islam sebagai agen informasi tentang Islam dan bertanggungjawab meningkatkan kafahaman masyarakat Islam.
- c. Sebagai pembaharu (*Mujaddid*) iaitu penyebar faham pembaharuan dalam Islam.
- d. Sebagai penyatu (*Muwahhid*) yang mana harus mampu menjadi jambatan yang menyatukan umat Islam. Dalam keadaan masyarakat yang tidak bersatu padu, mereka mampu membangkitkan kembali hubungan diantara kedua belah pihak yang berdebat.
- e. Sebagai pejuang (*Mujahid*) yaitu berjuang dan membela Islam. Melalui media, penggiat media harus bekerja keras membentuk opini publik yang mendorong tertegaknya nilai-nilai Islam.

4. Media Dakwah dan Perkembangannya

Dalam kamus komunikasi pengertian media adalah “sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran

untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya, banyak jumlahnya atau kedua-duanya.”¹⁹³ Media adalah segala yang membantu juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya secara efektif dan efisien.¹⁹⁴

Dalam arti sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah. Alat bantu dakwah berarti media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Artinya proses dakwah tanpa adanya media masih kurang dapat mencapai tujuan yang maksimal. Hakekat dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologi (pengajaknya). Sedangkan pengajak (da'i) sudah barang tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya. Proses dakwah tersebut agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponennya adalah media dakwah.¹⁹⁵

Menurut M. Bahri Ghazali, kepentingan dakwah terhadap adanya media atau alat yang tepat dalam berdakwah sangat urgen sekali, sehingga dapat dikatakan dengan media dakwah akan mudah diterima oleh komunikan (*mad'u*).¹⁹⁶

Ada beberapa media komunikasi dakwah, yang dapat digolongkan menjadi lima golongan besar, yaitu:

- a. Lisan: termasuk dalam bentuk ini adalah khutbah, pidato, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, ramah tamah dalam suatu acara, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan yang semuanya dilakukan dengan lisan atau bersuara.

¹⁹³ Onong Udjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung , CV Mandar Maju, 1998), h.220

¹⁹⁴ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah 2*, (Jakarta, Media Dakwah, 1984), h. 225

¹⁹⁵ *Ibid.*, hal. 165

¹⁹⁶ M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Pedoman Ilmu Jaya, 1997), h. 12

- b. Tulisan: dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan umpamanya; buku-buku, majalah surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk-spanduk dan lain sebagainya.
- c. Lukisan: yakni gambar-gambar dalam seni lukis, foto dan lain sebagainya. Bentuk terlukis ini banyak menarik perhatian orang banyak dan dipakai untuk menggambarkan suatu maksud yang ingin disampaikan kepada orang lain termasuk umpamanya komik-komik bergambar islami untuk anak-anak.
- d. Audio Visual: yaitu suatu cara menyampaikan sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini dilaksanakan dalam televisi, radio, film, dan sebagainya.
- e. Akhlak: yaitu suatu cara menyampaikan langsung ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata.¹⁹⁷

Di zaman maju seperti sekarang ini dakwah tidak cukup disampaikan dengan lisan tanpa bantuan alat-alat modern yang sekarang ini dikenal dengan sebutan alat-alat atau media komunikasi massa, yaitu; pers (percetakan), radio, film dan televisi. Kata-kata yang terucapkan dulu terbatas jarak antara ruang dan waktu. Sekarang sudah tidak ada halangan lagi. Beberapa media baik elektronik maupun cetak, keduanya sama-sama berperan besar dalam mempercepat informasi dan kabar yang baru saja terjadi di tempat lain.

Dakwah yang disampaikan dalam surat-surat kabar, majalah, brosur dan buku-buku, misalnya bukan hanya sampai pada orang-orang yang hidup sekarang, tetapi sampai pada masyarakat yang hidup berabad-abad sampai pada zaman yang akan datang. Dakwah yang disampaikan dengan radio tidak hanya didengar oleh orang-orang setempat, tetapi pada saat itu juga dapat menembus luar angkasa dan didengar bukan hanya penduduk Indonesia, tetapi seluruh dunia mendengar. Lain pula

¹⁹⁷ DR. Hamzah Ya'kub, "*Publisistik Islam : Teknik Dakwah dan Leadership*", (Bandung : Diponegoro, 1998), hal. 47-48

dengan film dan televisi, di sini dakwah itu berbentuk audio visual, sehingga panca indera mata dan telinga serta emosi manusia sekaligus menerima dan menanggapi maksud-maksud dan tujuan dakwah yang diharapkan itu.¹⁹⁸

¹⁹⁸ Abdul Munir Mulkan, "*Idiologisasi Gerakan Dakwah*", (Yogyakarta : SIPERS, 1996), hal. 58

BAB IV

KONSEP TEKNOLOGI KONVERGENSI DAN MEDIA BARU

A. KONVERGENSI MEDIA

1. Pengertian Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “Convergence” yang memiliki arti tindakan bertemu atau bersatu di suatu tempat, atau bisa diartikan juga pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Dengan demikian, secara bahasa konvergensi media adalah pertemuan atau gabungan segala jenis media, yakni integrasi antara media konvensional dan media baru.

Henry Jenkins (2008), mengatakan, konvergensi media adalah aliran konten di beberapa platform media, kerjasama industri dengan media dan kegiatan migrasi media. Fenomena ini terjadi akibat kemunculan teknologi digital dan media baru. Flow; konvergensi media terdiri dari tiga poin penting, computing dan information technology, communication network, dan digital content yang berdampak pada terjadinya perubahan media informasi, perubahan cara melakukan komunikasi, perubahan media cetak dan perubahan penggunaan media digital.

Burnett & Marshall: mendefinisikan konvergensi media merupakan penggabungan media, industry telekomunikasi dan segala bentuk media komunikasi kedalam digital. Konvergensi media erat kaitannya dengan proses digitalisasi. Grand & Wilkinson: konvergensi media memiliki pengaruh yang besar dari dua jenis teknologi, yakni teknologi digital dan jaringan komputer.

Secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yaitu telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa dalam satu medium. Dalam tataran praktis, konvergensi media bisa terjadi melalui beberapa level yaitu: *pertama, level structural* seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer. *Kedua, level transportasi* seperti web TV yang menggunakan kabel atau satelit. *Ketiga, level manajemen* seperti perusahaan telepon yang juga memanfaatkan jaringan telepon untuk TV berlangganan. Keempat, level pelayanan (service) seperti penyatuan layanan informasi dan komunikasi di internet. Kelima, level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara maupun gambar.¹⁹⁹ Khalayak selaku pengakses media, tinggal meng-click informasi yang diinginkan di internet, dalam waktu sekejap ribuan informasi yang dicari pun akan mudah didapatkan. Alhasil, aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mem-*by pass* jalur transportasi pengiriman informasi media kepada khalayaknya.²⁰⁰

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar, mkasudnya media merupakan perantara/ penghubung yang terletak antara dua

¹⁹⁹ Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Prenada Media Group. Hal. 15

²⁰⁰ Anang Hermawan, *Tantangan Masa Depan Konvergensi Media*, BERNAS JOGJA edisi Kamis, 5 April 2007. Hal. 24

pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.²⁰¹

Media merupakan semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju, selain itu media mengandung arti sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana penghubung atau perantara dalam penyampaian informasi maupun penyampaian hiburan dari pengirim informasi kepada penerima informasi (komunikasi).²⁰²

Dengan demikian, konvergensi media adalah pengintegrasian atau penggabungan media-media yang ada untuk diarahkan dan digunakan ke dalam satu titik tujuan, dimana konvergensi media berinteraksi karena adanya perkembangan teknologi komunikasi digital yang menyebabkan efisiennya telepon, video, dan komunikasi data dalam suatu jaringan (konvergensi jaringan).

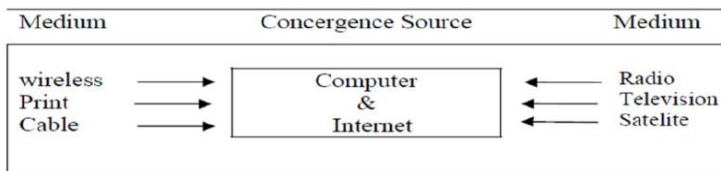
Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Di ranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan seleranya. Persis seperti yang dikatakan Preston (2001), bahwa konvergensi media memberikan kesempatan baru dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh informasi, baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa konvergensi media adalah fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya

²⁰¹ Dagun, Save M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN). Hl. 634

²⁰² Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.hal. 4

dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik (misalnya televisi, radio, surat kabar, dan komputer) menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal. Sedangkan model definisi dari konvergensi media adalah seperti gambar berikut:



From: Borders, Gracie Lawson. *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2006 Page 5

2. Sejarah Konvergensi Media

Berbagai situs jejaring sosial memudahkan pengguna untuk berbagi ide, saran, pandangan, aktivitas, informasi, acara, ajakan dan ketertarikan di dalam jaringan individu masing-masing orang. Selain layanan jejaring sosial bersifat terpusat pada individu, sosok atau tokoh, berkembang pula layanan komunitas yang sifatnya lebih terpusat pada grup atau kelompok bersama. Pada tahun 2004 Facebook lahir. Situs jejaring sosial ini sampai kini masuk dalam jajaran lima besar yang paling dikenal karena memiliki banyak anggota. Memasuki tahun 2006, penggunaan Friendster dan MySpace mulai tergeser dengan adanya Facebook. Situs ini dengan corak tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2006 Twitter lahir. Kemunculan Twitter menambah jumlah situs sosial bagi kaum muda. Pengguna Twitter hanya bisa meng-*update* status yang bernama *tweet* atau kicauan, dan dibatasi hanya 140 karakter saja. Twitter menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti

(*followunfollow*), di mana seseorang dapat melihat status terbaru dari orang yang diikuti (*follow*).

Pada 2007 Wisar lahir. Situs jejaring sosial ini meluncur bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007, dengan tujuan menjadi sebuah direktori *online* organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk gerakan pro lingkungan hidup yang dilakukan individu, organisasi dan kelompok. Tidak mau ketinggalan oleh situs jejaring sosial yang lebih dulu eksis, Google pada tahun 2011 mengeluarkan Google+. Situs jejaring sosial ini di awal peluncurannya hanya terbatas pada orang yang telah di-*invite* oleh Google. Akan tetapi tidak lama kemudian, Google+ diluncurkan secara umum.

Tahun 2012 muncul Ketiker. Situs untuk semua usia ini menambah daftar panjang situs-situs jejaring sosial. Situs web ini lebih menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog yang memberi peluang bagi penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan secara leluasa. Belakangan, kemunculan Line, We Chat, Kakao Talk dan yang lainnya terus menambah panjang daftar situs-situs jejaring sosial yang sudah ada. Hal itu ditopang oleh kemajuan perangkat *gadget*, teknologi informasi dan kecepatan jaringan internet yang makin pesat dengan wujudnya konvergensi media.

Konvergensi media merupakan sarana perubahan dari media lama ke media baru. Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru.

Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai *platform* media untuk menciptakan pengalaman yang baru, bentuk-bentuk baru dalam media dan konten yang menghubungkan kita secara sosial termasuk ketika

para khalayak dalam penelitian ini menggunakan media konvensional dalam membaca berita sekarang sudah bisa mengakses dalam media online dan tidak susah untuk berlangganan dalam media cetak.

Istilah konvergensi media mulai muncul pada tahun 1990-an, dimana istilah ini sering digunakan dalam perkembangan teknologi digital dalam proses pengintegrasian teks, suara, angka, video, dan gambar (multimedia). Perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan terjadinya konvergensi media, hilangnya perbedaan antar media, semenjak diperkenalkan Personal Computer (PC) pada akhir tahun 1970-an. Terlebih ketika mulai berkembangnya internet dalam teknologi informasi dan komunikasi yang menyebabkan perbedaan antara media massa semakin tipis dengan sebelumnya dan menyebabkan perubahan pola telekomunikasi yaitu media massa yang tradisional memberikan model komunikasi “satu untuk banyak”, sedangkan internet memberikan model tambahan “banyak untuk satu” internet juga memberikan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasi dan lebih demokratis tanpa batas ruang dan waktu.

Maka dapat disimpulkan bahwa konvergensi media muncul karena adanya perkembangan teknologi dan komunikasi terutama perkembangan internet, selama internet masih berkembang maka konvergensi media juga akan terus berkembang mendampingi perkembangan internet sebagai media tumbuh.

Perkembangan medsos kini menjadi sarana atau aktivitas yang masuk kategori *digital marketing*, karena banyak dipasarkan produk. Salah satu unsur mendasar yang ada pada situs-situs medsos tersebut adalah fungsi dan layanan jejaring sosial. Layanan jejaring sosial memberikan jasa konektivitas melalui situs, *platform* dan sarana yang berfungsi memfasilitasi pembentukan jaringan atau hubungan sosial di antara beragam

orang yang mempunyai ketertarikan, minat (*interest*), kegiatan, latar belakang, maksud, kepentingan, tujuan, atau korelasi dunia nyata yang sama. Sebuah layanan jejaring sosial biasanya terdiri atas representasi setiap penggunaanya dalam wujud profil, aktivitas, relasi sosial, dan sejumlah layanan tambahan. Layanan itu biasanya berbasis web dan penggunaanya berinteraksi melalui internet, seperti pesan instan, surat elektronik dan mengunduh foto, gambar atau video.

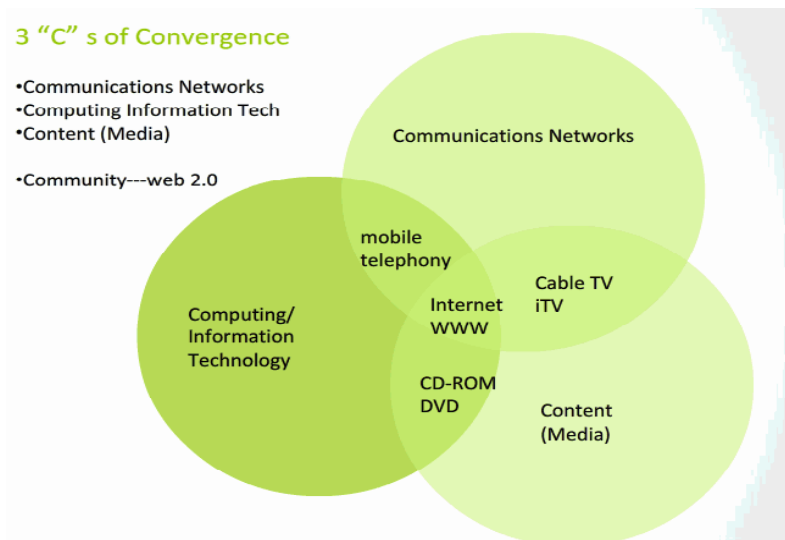
Pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis media baru adalah pendekatan Convergence Theory. Rogers dan Kincaid (1981) dalam *Communication for Social Change: An Integrated Model for Measuring the Process and Its Outcomes* menjelaskan bahwa Convergence Theory menggambarkan komunikasi sebagai proses horizontal antara dua orang atau lebih dalam sebuah social networks. Model ini menjelaskan komunikasi sebagai proses yang berkesinambungan dimana antara partisipan terdapat proses saling tukar informasi dalam upaya mencapai sebuah mutual understanding.²⁰³

Di jaman yang semakin maju dan teknologi semakin berkembang membuat internet yang saat ini hampir digunakan di seluruh dunia menjadi satu tempat yang melebur semua media inilah proses konvergensi media. Melalui internet dan digitalisasi informasi sebagai media tumbuh konvergensi media inilah dapat menyatukan tiga C (3C) yaitu:

1. *Computing* (Memasukkan data Melalui Komputer)
2. *Communication* (Komunikasi)
3. *Content* (Isi)

Untuk lebih jelasnya bagai mana konvergensi media memberikan konstribusinya terhadap penyebaran informasi sejagat dapat dilihat pada diagram berikut:

²⁰³ Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Sheridan Books, Inc.



Terry Flew, *New Media: An Introduction*. 3rd Ed. Oxford University Press, Chapter 2: Twenty Key New Media Concepts. Pp 21-36
<http://arnoldk01.files.wordpress.com/2013/02/three-cs.png>

3. Faktor Munculnya Konvergensi Media

Beberapa faktor yang menyebabkan muncul dan berkembangnya konvergensi media, seperti:

- a. Adanya perubahan perilaku masyarakat pengguna media dari media konvensional kepada ke media online.
- b. Konvergensi media lebih mudah dan murah.
- c. Konvergensi media, mendorong industri media cetak mengalihkan atau mengembangkan usahanya masuk kedalam jaringan internet.
- d. Konvergensi media menciptakan kerjasama dalam industri media yaitu media cetak, media siar dan media web.

- e. Konvergensi media memberikan sinyal bahwa industri media konvensional akan sulit berkembang.
- f. Konvergensi media berita yang disampaikan lebih cepat dan wilayah penyebarannya tidak terbatas, dapat diakses dimana dan kapan saja.
- g. Konvergensi media menciptakan komunikasi dua arah.

Ada pun faktor-faktor yang mendukung proses wujudnya konvergensi media yang terjadi di era sekarang ini adalah:

- a) Proses-proses komputer (perangkat lunak atau software) termasuk perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi.
- b) Telekomunikasi (media massa konvensional termasuk media cetak maupun media elektronik)
- c) Media dalam lingkungan digital (internet dan perkembangannya).

4. Dimensi-Dimensi Konvergensi

Quinn Dalam bukunya yang berjudul *The Meaning of Convergence*, Rich Gordon membagi konvergensi ke dalam lima dimensi atau level. Pertama, *ownership convergence*. Konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media. Misalnya, sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media online, dan media penyiaran. Kedua, *tactical convergence*. Konvergensi ini merupakan bentuk trik atau cara kerja sama dengan melakukan promosi silang serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen atau bekerja sama. Misalnya, liputan khusus sebuah surat kabar dipromosikan di televisi atau sebaliknya, program khusus televisi diiklankan di surat kabar dan online.

Ketiga, *structural convergence*. Konvergensi ini membutuhkan *redesign* pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Struktur organisasi dan *job description* yang sudah mengimplementasikan konvergensi ditata ulang dan disesuaikan dengan kebutuhan konvergensi.

Keempat, *information gathering convergence*. Jenis konvergensi ini terjadi ketika para jurnalis yang disebut sebagai *backpack journalist* atau jurnalis yang memiliki keterampilan bekerja di lebih satu jenis media diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolah dan menyajikan data dalam berbagai *platform*. Dengan kata lain, jurnalis wajib melaporkan hasil liputannya ke dalam *platform* yang berbeda. Bisa ke *platform* cetak, televise maupun *online*.

Kelima, *storytelling convergence*. Bentuk konvergensi ini menuntut keterampilan jurnalis dalam mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan dan dilengkapi dengan foto, video, maupun grafis.

Dalam konvergensi media, ada klausul mendasar yang harus dilakukan, yaitu harus muncul kesadaran untuk saling berbagi sumber daya manusia maupun peralatan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan konvergensi dalam *newsroom* yang menghasilkan proses produksi konten yang lebih baik daripada ketika sebelum konvergensi.

Sedangkan bentuk-bentuk konvergensi media yang umum dapat diketahui melalui sarana yang digunakan sampai sumber manusia yang mengelolanya, seperti:

a) *Konvergensi telematika*

Konvergensi telematika adalah penggabungan berbagai bentuk saluran media konvensional (media cetak maupun media elektronik) ke dalam suatu media tunggal. Berbagai layanan informasi yang dulu

disajikan dalam beberapa media konvensional dapat disajikan dalam satu media tunggal.

b) *Konvergensi kepemilikan media*

Konvergensi kepemilikan media adalah satu grup usaha memiliki beberapa media baik media cetak maupun elektronik yang berdampak pemusatan pada kepemilikan beberapa pengusaha media tersebut karena kepentingan bisnis.

c) *Konvergensi kepemilikan silang bisnis media dan nonmedia*

Konvergensi kepemilikan silang bisnis media dan nonmedia adalah kepemilikan bisnis nonmedia seperti properti atau tambang dan memiliki kepemilikan media oleh pengusaha-pengusaha bermodal kuat yang dekat dengan komunitas politik. Mereka bertujuan menggunakan media untuk mengintervensi proses pembentukan opini publik tentang bisnis nonmedia.

Dengan demikian jelas, bahwa konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan kita secara sosial, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media.

4. Teknologi Konvergensi

Pengertian harfiahnya adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Secara umum, konvergensi adalah penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta

informasi (*ICTS - Information and Communication Technology and Services*).

Konvergensi dapat merujuk pada teknologi yang sebelumnya terpisah, seperti suara (dan fitur telepon), data (dan produktivitas aplikasi) dan video, yang sekarang berbagi sumber daya dan berinteraksi antara satu dengan yang lain, sinergis menciptakan efisiensi baru.

Teknologi konvergensi merupakan teknologi integrasi yang progresif dari beberapa platform jaringan yang berbeda untuk menyalurkan layanan yang serupa dan atau layanan-layanan yang berbeda yang disalurkan pada platform jaringan yang sama.

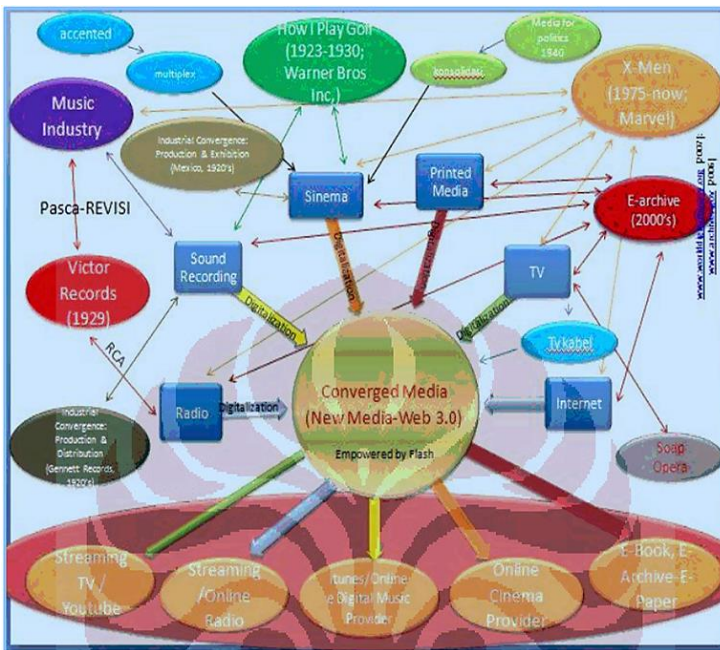
Konvergensi jaringan adalah konsistensi efisien telepon, video dalam satu jaringan. Penggunaan beberapa mode komunikasi dalam jaringan tunggal menawarkan kenyamanan dan fleksibilitas bukan tidak mungkin dengan prasarana yang terpisah.

Konvergensi media adalah penggabungan media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan. Konvergensi media biasanya merujuk pada perkembangan komunikasi digital yang dimungkinkan dengan adanya konvergensi jaringan. Salah satu contoh konvergensi media adalah internet. Sebagai jaringan, internet merupakan konvergensi antara komputer dengan teknologi jaringan serta infrastruktur telekomunikasi telepon (PSTN dan nirkabel/*wireless*). Sebagai alat internet merupakan konvergensi fungsi transmisi data, gambar, suara, dan gambar bergerak.

Dalam sejarah teknologi, kemunculan teknologi, merupakan bagian dari perkembangan mutakhir, mewakili kemajuan dewasa ini dan inovasi di sekitar abad ke-21 di berbagai bidang teknologi. Berbagai integrasi teknologi telah muncul dalam konvergensi teknologi dari sistem yang berbeda yang berkembang menuju

melaksanakan tugas serupa. Konvergensi teknologi yang terbesar dalam pandangan sosial zaman ini adalah ketika ditemukan telepon, televisi, dan komputer. Kemudian ketika teknologi ini dapat disatukan dalam sebuah teknologi baru bernama teknologi internet yang akhirnya berkembang tanpa batas.

Konvergensi teknologi menjadi sebuah trend baru yang bakal mengubah cara hidup bermasyarakat dan perilaku bisnis. Fakta ini seolah kian menegaskan, masyarakat dunia telah memasuki era baru yang serba *mobile*, praktis, personal, dan digital. Bisnis informasi dan komunikasi sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi dunia yang telah mengalami pergeseran. Studi juga menunjukkan bahwa pertumbuhan *internet mobile* merupakan sebuah fenomena global, bukan hanya terbatas pada negara maju, yang biasanya terjadi dengan teknologi sebelum trend. Lima kunci trend konvergensi teknologi untuk memacu pertumbuhan majunya penggunaan *internet mobile* termasuk 3G (dan segera hadir layanan 4G) broadband, popularitas jaringan sosial, video online, layanan VOIP seperti Skype, serta adanya perangkat *mobile* yang dapat melakukan tugas-tugas seperti layaknya sebuah komputer desktop atau laptop.



a. Broadband

Merupakan sebuah istilah dalam internet yang merupakan koneksi internet transmisi data kecepatan tinggi. Ada dua jenis jalur lebar yang umum, yaitu DSL dan kabel modem, yang mampu mentransfer 512 kbps atau lebih, kira-kira 9 kali lebih cepat dari modem yang menggunakan kabel telepon standar.

Teknologi Internet broadband secara umum didefinisikan sebagai jaringan atau servis Internet yang memiliki kecepatan transfer yang tinggi karena lebar jalur data yang besar. Kecepatan transfer yang biasa dijanjikan oleh servis broadband adalah sampai sekitar 128 Kbps atau lebih. Teknologi ini dapat menggabungkan lebih dari satu channel ke dalam transmisi komunikasi. Teknologi yang tergolong dalam jenis ini diantaranya adalah sinyal televisi, televisi kabel, satelit, SONET, dan lain-lain. Broadband dapat dikatakan koneksi yang cukup ekonomis, karena dengan membayar biaya yang relatif murah, kita bisa mendapatkan koneksi Internet yang cukup. Namun kecepatannya

tidak terjamin ketika banyak pengguna sedang terkoneksi. Area dari koneksi broadband juga sering menjadi kelemahannya. Area coverage belum bisa terlalu luas karena memang ada keterbatasan teknis.

b. Baseband

Merupakan metode penggunaan media komunikasi dimana frekuensi yang dilewatkan pada carrier hanya satu buah untuk mentransmisikan data. Salah satu contoh pengguna metode baseband adalah ethernet.

c. Bandwidth

Merupakan besaran lalu lintas data yang diperbolehkan melalui website anda ke seluruh internet. Besaran bandwidth yang bisa disediakan perusahaan hosting ditentukan oleh koneksi jaringan mereka, baik yang melalui internal (data center) mereka maupun ke eksternal (internet publik).

d. Narrowband

Merupakan pita dengan saluran sempit. Dengan kemampuan kecil. Definisi dari narrowband adalah saluran nirkabel, *narrowband* menunjukkan bahwa saluran yang digunakan cukup sempit dan respon frekuensi dapat dianggap datar. Narrowband juga dapat digunakan dengan audio spektrum untuk menggambarkan suara yang menempati rentang frekuensi yang cukup sempit. Dalam telepon, narrowband biasanya dianggap untuk menutup frekuensi 300-3400 Hz. Biasanya Narrowband mengacu pada situasi di komunikasi radio dimana bandwidth pesan tidak signifikan melebihi saluran *coherence bandwidth*. Ini adalah kesalahpahaman umum jika narrowband mengacu ke saluran yang menempati hanya “kecil” jumlah ruang pada spektrum radio.

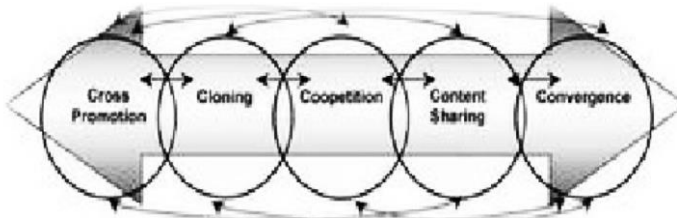
e. VPN

Merupakan sebuah koneksi *virtual* karena pada dasarnya jaringan ini tidak ada secara fisik hanya berupa jaringan virtual

dan disebut *private* karena jaringan ini merupakan jaringan yang sifatnya *private* yang tidak semua orang bisa mengaksesnya. VPN Menghubungkan PC dengan jaringan public atau internet namun sifatnya *private*, karena bersifat *private* maka tidak semua orang bisa terkoneksi ke jaringan ini dan mengaksesnya. Kegunaan VPN adalah Anda dapat mengakses server tertentu melalui VPN dimana saja, entah itu di rumah atau di jalan secara aman meskipun anda menggunakan infrastruktur jaringan internet dalam penggunaannya.

5. Proses Konvergensi

Terkait dengan proses konvergensi konten yang dilakukan, Dailey, Demo, dan Spillman (2005) mendefinisikan lima tahap aktivitas dalam konvergensi berdasarkan tingkat partisipasinya yang lebih dikenal dengan sebutan *convergence continuum*, bisa dilihat dari gambar di bawah ini:



Dari gambar di atas memperlihatkan bahwa model kontinum konvergensi memiliki lima tahapan dalam prosesnya yaitu:

1. *Cross-promotion*, berarti kerja sama di antara dua media untuk saling memberikan ruang untuk memperkenalkan konten media satu sama lain.
2. *Cloning*, yaitu ketika konten media diperbanyak untuk dimuat di media lainnya. Artinya, satu media menampilkan konten berita dari ruang berita media lain apa adanya tanpa perubahan.

3. *Coopetition* yaitu tahap ketika entitas media yang terkongvergensi saling bekerja sama dan berkompetisi di saat yang bersamaan.
4. *Content Sharing* yang memungkinkan kedua media yang berlainan saling berbagi konten dalam bentuk pengemasan ulang (repackaged) atau bahkan termasuk berbagi budgeting. Kongvergensi media dalam tahap ini sebagian besar dilakukan oleh media yang berada di bawah satu kepemilikan.
5. *Full Convergence*, yaitu ketika media yang berbeda bekerja sama secara penuh, baik dalam hal pengumpulan, produksi, dan distribusi konten, dan bertujuan untuk memaksimalkan keunikan karakteristik masing-masing media untuk menyampaikan konten. Dalam tahap full convergence, media yang bekerja sama menghasilkan konten dan topik secara kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan platform media masing-masing. Tahap *full convergence* ini jarang ditemui penerapannya di berbagai grup media.

B. KONSEP JEJARING SOSIAL

Jejaring Sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut.

Konsep dasar situs jejaring sosial ialah menyediakan layanan senyaman mungkin kepada pengguna dalam melakukan kegiatan sosial di dalam ruang virtual. Hal yang harus dilakukan sebelum menggunakannya, pengguna harus melakukan registrasi, dari membuat ID dan password hingga identitas pribadi, jika mereka ingin mengakses konten – konten di dalamnya. Biasanya situs jejaring sosial memiliki fasilitas pertemanan (Facebook, Twitter), dimana para pengguna akan mengajak teman atau

kerabat untuk bergabung dan menjadi pengguna dalam situs tersebut. Dan ada juga yang menyediakan fasilitas komersial untuk jual beli contohnya situs *kaskus.co.id*. Inilah yang menjadi cara utama situs jejaring sosial untuk menarik banyak pengunjung ke dalam situs mereka.

1. Sejarah Jejaring Sosial

Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan.

Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan situs sosial lunarstorm, live journal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001. Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Tahun 2002, muncul friendster sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam keanjutannya, friendster ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan friendster, Flickr R, You Tube, Myspace.

Pada tahun 2005, layanan jejaring sosial MySpace, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan Google dengan Facebook, pesaing yang tumbuh dengan cepat. Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun

2005 ketika Yahoo meluncurkan Yahoo! 360°. Pada bulan juli 2005 News Corporation membeli MySpace, diikuti oleh ITV (UK) membeli Friends Reunited pada Desember 2005. Diperkirakan ada lebih dari 200 situs jejaring sosial menggunakan model jejaring sosial ini.

Beberapa jenis jejaring sosial yang terkenal saat ini adalah:

- 1) Facebook (www.facebook.com)
- 2) Twitter (www.twitter.com)
- 3) Kaskus (www.kaskus.co.id)

Dan masih banyak lagi, namun pada kesempatan ini saya akan sedikit membahas jejaring sosial *facebook*. **Facebook** adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 yang dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook, Inc. Pada Mei 2012, Facebook memiliki lebih dari 900 juta pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan peralatan bergerak. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat". Nama layanan ini berasal dari nama bukuyang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh beberapa pihak administrasi universitas di Amerika Serikat dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. Facebook memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini.

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hugnes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei *Consumer Reports* bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

2. Layanan Jejaring Sosial

Banyak layanan jejaring sosial berbasiskan web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-unggah foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya.

1) Dampak Positif

- a) Mempermudah komunikasi jarak jauh, dimanapun dan kapanpun.
- b) Sebagai media untuk berbagi informasi dengan cepat.
- c) Menambah teman serta memperluas pergaulan.
- d) Sebagai media promosi bisnis.

2) Dampak Negatif

- a) Intensitas berinteraksi langsung menjadi berkurang, seperti bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.
- b) Dapat menimbulkan gangguan kesehatan jika terlalu lama menggunakan komputer atau laptop seperti sakit mata, obesitas, dan lain - lain.
- c) Membuat pengguna menjadi malas beraktivitas di luar rumah.
- d) Membuat pengguna menjadi kecanduan.

a) Podcasting

Podcasting adalah sebuah sistem untuk mendownload file dari berbagai sumber seperti radio internet, ke dalam komputer personal dan mendengarkannya melalui komputer ataupun player media digital. Untuk dapat menikmati layanan ini, anda perlu melakukan registrasi pada radio internet ataupun sumber-sumber lain, dengan menggunakan software khusus. Setelah itu, software ini secara otomatis akan mendownload ke dalam komputer anda, setiap episode terbaru yang muncul di internet. Anda dapat mendengarkannya kapan saja dan di mana saja, seperti pada saat berangkat atau pulang dari kerja.

Berasal dari kata iPod dan Broadcasting, Podcasting pun kini sudah mulai banyak dilakukan oleh masyarakat melalui dunia maya. Meskipun Podcasting berasal dari kata iPod, bukan berarti untuk melakukan Podcasting memerlukan iPod. Podcasting sendiri penekanannya lebih kepada Broadcasting-nya, yaitu melakukan proses penyiaran. Hanya saja berbeda dengan dunia broadcasting, untuk menyiarkan suara melalui Podcasting tidak diperlukan media gelombang radio, melainkan Internet.

Konsep Podcasting berasal dari gabungan teknologi blogger dengan MP3. Hanya saja jika blogger masih dominan oleh teks dan gambar, sebaliknya Podcasting menggunakan suara. Oleh sebab itu, ada juga yang mengatakan bahwa Podcasting adalah audio

blogger. Dengan Podcasting, Anda dapat melakukan siaran radio tanpa harus memiliki izin dan peralatan yang canggih. Seseorang yang mendengarkan suara atau lagu Anda tidak perlu lagi harus ada di depan komputer pada saat yang bersamaan Anda melakukan siaran. Tetapi, ia dapat menyimpan terlebih dahulu dan mendengarkannya nanti. Baik dengan komputer itu sendiri atau dengan menggunakan MP3 Player atau Portable Media Player yang dimilikinya. Mengapa Podcasting dikatakan sebagai penggabungan blogger dengan MP3 Player. Karena format yang digunakan oleh file audio dalam Podcasting adalah MP3, format audio yang sudah umum digunakan saat ini.

1. Manfaat Podcasting

- a) Menyediakan alat komunikasi bisnis yang efektif dan efisien.
- b) Menyediakan retensi memori yang lebih baik.
- c) Memberikan kesempatan untuk peningkatan lalu lintas pemasaran situs.
- d) Memberikan kenyamanan pengunjung situs sehingga tidak bosan untuk berkunjung kembali.
- e) Menyediakan kemudahan dalam pemakaian.
- f) Meningkatkan visibilitas situs pengguna.

2. Komponen Podcasting

- a) File audio

Suatu file dimana isinya berupa suatu suara(audio) yang hanya bisa dibuka dengan media player.

- b) *Podcast Server*
- c) *RSS FEED*

Sebuah file berformat XML untuk sindikasi yang telah digunakan (diantaranya dan kebanyakan) situs web berita dan weblog.

3. Cara Kerja *Podcasting*

Pada dasarnya setiap orang yang memiliki komputer dan akses ke Internet dapat turut berpartisipasi menyajikan konten untuk layanan podcast. Anda dapat merekam suara, lagu, puisi, pidato, ceramah, kultum, atau bahkan khotbah, kemudian menyimpannya dalam format MP3 dan meng-upload-nya ke salah satu website podcast yang ada. Selanjutnya biarkan orang lain yang tertarik dengan konten buatan Anda untuk men-download dan mendengarkannya di komputer atau MP3 player mereka.

Sedangkan untuk mendengarkan siaran podcast dari orang lain, Anda dapat masuk ke salah satu website podcast, men-download freeware untuk podcasting yang mereka sediakan (seperti iPodder atau iTunes), dan meng-install-nya di komputer. Selanjutnya, dari aplikasi tersebut Anda dapat mengklik hyperlink untuk mendengarkan konten podcast yang diinginkan. Anda dapat mendengarkannya langsung dari komputer, atau men-download-nya ke dalam MP3 player.

Contoh cara berlangganan podcast VOA gratis

VOA menawarkan tiga cara berlangganan podcast yang dapat Anda mainkan kapan saja dengan gadget portable dan komputer Anda:

1. iTunes : Bila iTunes terpasang di komputer Anda, klik icon iTunes di bawah deskripsi program dan ikuti petunjuk untuk berlangganan iTunes.
2. MyYahoo : Bila Anda punya account Yahoo, Anda dapat berlangganan menggunakan MyYahoo. Klik icon MyYahoo di bawah deskripsi program dan ikuti petunjuk untuk berlangganan di MyYahoo.
3. RSS: Bila Anda tak punya iTunes ataupun Yahoo, Anda dapat menggunakan program reader podcast atau RSS untuk berlangganan. Kopi link untuk berlangganan yang terdaftar di bawah deskripsi

program untuk berlangganan dengan program reader podcast atau RSS.

b) Pengertian Rich Site Summary (RSS)

RSS adalah sebuah file berformat XML untuk sindikasi yang telah digunakan (di antaranya dan kebanyakan) situs web berita dan weblog. Singkatan ini biasanya mengarah ke beberapa

a) Rich Site Summary (RSS 0.91)

b) RDF Site Summary (RSS 0.9 and 1.0)

c) Really Simple Syndication (RSS 2.0)

Teknologi yang dibangun dengan RSS mengizinkan kita untuk berlangganan kepada situs web yang menyediakan umpan web (*feed*) RSS, biasanya situs web yang isinya selalu diganti secara reguler. Untuk memanfaatkan teknologi ini kita membutuhkan layanan pengumpul. Pengumpul bisa dibayangkan sebagai kotak surat pribadi. Kita kemudian dapat mendaftar ke situs yang ingin kita tahu perubahannya. Namun, berbeda dengan langganan koran atau majalah, untuk berlangganan RSS tidak diperlukan biaya, gratis. Tapi, kita biasanya hanya mendapatkan satu baris atau sebuah pengantar dari isi situs berikut alamat terkait untuk membaca isi lengkap artikelnya. Fungsi utama RSS ialah memberikan makanan pada search engine, dimana feed tersebut berisi update terbaru dari content website kita. Ada beberapa format Web Syndication, yaitu : RSS, ATOM, dan RDF.

c) Cara Kerja RSS

Untuk dapat menggunakan RSS, pertama anda harus men-download perangkat lunak (sistem manajemen konten), dengan format XML yang dapat dibaca. Judul dan kutipan dari artikel, dan link ke artikel penuh. Selain hanya teks, anda juga dapat menyisipkan file multimedia di RSS feed seperti gambar, video, MP3 dan lain-lain. Broadcasting, picturecasting, photocasting, dan

podcasting adalah beberapa fitur yang dapat anda memasukkan ke dalam feed, tapi tidak akan dibahas dalam artikel ini. Bagi pengguna yang ingin mengakses RSS feed, mereka perlu menggunakan aggregator atau feed reader. Pencarian agregator untuk update pada halaman RSS kemudian menampilkannya. Ini dapat menjadi program mandiri atau ekstensi web browser, tergantung pada sistem operasi anda. Search engine untuk konten web disiarkan melalui RSS feed juga tersedia seperti *Plazoo* dan *Feedster*.

d) Layanan RSS

Ada beberapa website yang menyediakan RSS, antarlain :

- a) Pheedo.com
- b) Feedm8.com
- c) Feedburner.com/fb/a/advertising
- d) Text-Link-Ads.com/feedvertising

4. Internet Protocol Television (IPTV)

Internet Protocol Television adalah suatu layanan multimedia yang terdiri atas program televisi, video (gambar bergerak), audio (suara), tulisan (*text*), *graphics* (gambar diam) dan data yang disalurkan ke pelanggan melalui suatu jaringan tertutup yang berbasis IP. Proses penerimaan siaran televisi pada IPTV tidak berbeda dengan dua metode yang sudah dikenal sebelumnya, yakni menggunakan antena penerima sinyal dari pemancar untuk televisi konvensional, dan menggunakan kabel untuk televisi kabel. Perbedaannya terletak pada tipe data yang dikirimkan dari stasiun televisi ke rumah-rumah. Pada IPTV, data yang dikirimkan oleh penyedia siaran televisi berupa paket-paket berbasis IP yang diterjemahkan oleh pesawat televisi pelanggan sebagai data gambar dan suara.

a) Cara kerja IPTV

Decoder yang sudah tertancap di pesawat televisi dihubungkan dengan jalur Internet DSL di rumah-rumah. Alat ini bertanggung jawab menyatukan kembali paket-paket berbasis IP yang diterima dari penyedia siaran IPTV ke dalam bentuk video stream yang koheren, dan men-decode-nya menjadi gambar dan suara.

Tugas tersebut sebenarnya bisa digantikan oleh komputer. Namun, sangat jarang orang meletakkan komputer yang selalu menyala di samping pesawat televisi. Oleh karena itu, sebuah kotak decoder yang dinilai kecil dinilai masih lebih efisien ketimbang memaksa komputer melakukan tugas tersebut. Sebagian besar video dalam sistem IPTV di-encode dalam format MPEG-2, kendati format H.264 dan Windows Media juga memungkinkan. Video stream ini dipecah menjadi paket-paket berbasis IP dan dimasukkan ke dalam jaringan milik penyedia siaran IPTV (yang juga perusahaan telekomunikasi) tempat dimana data-data lain (voice dan data) berjalan.

b) Layanan IPTV

- 1) *Live tv*, merupakan siaran televisi yang dipancarkan oleh stasiun-stasiun tv biasa.
- 2) *Video, Music and News On Demand* yaitu layanan siaran musik, video dan siaran berita sesuai permintaan penonton.
- 3) *Voice Over Internet Protocol (VoIP)* adalah teknologi yang memungkinkan komunikasi suara dan fax dengan menggunakan jaringan berbasis IP.
- 4) *Parental guide*, merupakan layanan untuk melindungi anak dan remaja dari siaran yang yang tidak diperuntukkan bagi usia mereka.

Konvergensi menjadi kunci masa depan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Bahkan tak perlu menunggu waktu terlalu lama, konvergensi antara telekomunikasi, media (penyiaran) dan

informatika telah hadir di sekitar kita. Secara mudahnya, lihat saja ponsel-ponsel sekarang ini, selain untuk berbicara, juga bisa mengirim SMS/MMS, mobile TV, faksimili, video call, maupun berinternet ria. Semua itu menyebabkan kita sekarang kesulitan untuk memilah-milah mana yang menjadi domain telekomunikasi, media maupun informatika, karena batas-batas ketiganya kian kabur.

Selain faktor tersebut, hal utama lainnya yang mendesak perlu direvisinya UU 36/1999 adalah peningkatan peran telekomunikasi dalam kehidupan masyarakat yang kurang diimbangi dengan perangkat hukum yang melindungi masyarakat sebagai pengguna. Padahal, dalam lima tahun terakhir, perilaku dan gaya hidup masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan yang drastis. Karena merasakan manfaatnya, kebutuhan telekomunikasi bergeser menjadi kebutuhan pokok yang harus mereka penuhi sehari-hari. Mulai dari masyarakat maju hingga masyarakat awam, di kota-kota hingga ke desa-desa, dari mulai orang tua hingga anak-anak, dari para eksekutif hingga petani maupun buruh. Terkait dengan hal tersebut, UU yang baru nanti semestinya melindungi ketahanan negara dan bangsa serta privasi para penduduknya agar tidak diketahui dengan mudah oleh pihak-pihak asing. UU seyogyanya menjaga kaidah fair-trade, sehingga industri nasional dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi juga maju, termasuk berkembangnya small medium and micro enterprises (SMME).

Yang menjadi tantangan adalah bagaimana mengatur suasana persaingan yang kondusif, win-win dan tidak saling mematikan antara industri nasional dan para pemain asing. Dengan menjaga harmonisasi ini, diharapkan Indonesia ke depan segera akan mencapai "Teknologi Komunikasi dan Informasi (TKI) untuk semua" secara berkelanjutan yang pada gilirannya akan mendukung kemajuan masyarakat Indonesia secara keseluruhan, dan bukan menjadikan Indonesia hanya sekadar pasar dengan potensi pembeli yang sangat menjanjikan. (Source : Depkoninfo)

4. Pengaruh Konvergensi Media

Perkembangan teknologi kini sudah tidak bisa dihindari lagi, salah satu buktinya adalah dengan adanya konvergensi media. Konvergensi media adalah penyatuan atau penggabungan berbagai media dan teknologi komunikasi. Konvergensi media merupakan integrasi dari fungsi-fungsi beberapa media ke dalam satu media. Hal ini membuat runtuhnya tembok pemisah antara berbagai teknologi dan aplikasi komunikasi dan informasi, sehingga antara teknologi satu dan yang lainnya tidak dapat dibedakan lagi. Konvergensi muncul didorong oleh kebutuhan pengguna akan beberapa fungsi teknologi. Fungsi-fungsi tersebut awalnya berada pada media yang berbeda-beda, karena dorongan ini maka dihasilkanlah perpaduan dari beberapa fungsi ini ke dalam satu media saja. Disinilah konvergensi terjadi.

Konvergensi berkaitan dengan dunia digitalisasi . Setiap informasi berkembang dari format analog menjadi format digital. Apa itu digital? Teknologi digital berkaitan dengan internet, maka dari itu konvergensi memungkinkan bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Dibanding analog, digital memiliki beberapa kelebihan seperti memproses informasi lebih cepat, tidak mudah terganggu oleh gangguan luar seperti cuaca dan bangunan, dan tampilan yang modern. Konvergensi teknologi yang besar dimulai ketika ditemukan telepon, televisi dan komputer yang kemudian teknologi ini disatukan dengan teknologi internet yang akhirnya berkembang tanpa batas. Fenomena konvergensi media yaitu hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dengan teknologi komunikasi tradisional (Preston, 2001 : 2).

Contohnya, Televisi digital, televisi multisaluran/televisi kabel. Saat ini masyarakat tidak hanya menonton televisi dari televisi saja. Konvergensi terjadi antara komputer dan televisi, dimana kita bisa menonton televisi melalui komputer. Tidak hanya itu, bahkan televisi bisa ditonton melalui ponsel. Hal ini

membuktikan konvergensi media membuat berbagai hal menjadi praktis dalam satu media, bayangkan saja sekarang kita bisa menonton televisi kapan saja dan bisa dibawa kemanapun melalui ponsel tanpa harus duduk diam menonton televisi di rumah. Komputer kini tidak hanya digunakan untuk akses informasi dan mengolah data informasi saja, namun sudah bertumbuh dengan adanya akses internet dan siaran televisi. Menurut saya, konvergensi media mengubah paradigma orang tentang televisi, dulu saya hanya beranggapan bahwa televisi itu berbentuk besar, kotak, memiliki antenna dalam dan luar. Namun perkembangan yang terjadi membuat paradigma saya berubah bahwa televisi memiliki berbagai bentuk, mulai dari televisi di ponsel yang berukuran kecil, televisi di komputer sampai layar LCD televisi yang besar. Ada juga televisi kabel dari konvergensi antara televisi dan telepon, yang memungkinkan pengguna untuk bisa memilih sendiri siaran yang disukai serta mengajukan permintaan siaran melalui layanan telepon yang disediakan.

Hanphone/ ponsel. Konvergensi media terjadi juga pada ponsel. Kita tidak menggunakan ponsel hanya untuk komunikasi saja tapi ada fungsi-fungsi lainnya. Saat ini terdapat banyak layanan-layanan media didalam ponsel, yang tidak terbatas hanya untuk sms dan telepon. Kamera foto, video, musik atau mp3, televisi, radio, 3G, bahkan akses internet ada dalam satu media ponsel. Hal ini jelas memudahkan dan menguntungkan pengguna ponsel dalam melakukan berbagai aktifitas. Pengguna tidak perlu membeli kamera foto yang harganya cukup mahal, tapi bisa memotret dengan menggunakan ponsel.

Televisi *online*. Adalah televisi melalui internet dimana teknologi ini adalah penggabungan dari media televisi dan internet. Masyarakat sekarang bisa menonton televisi melalui internet. Di Indonesia sendiri contoh-contoh televisi *online* adalah seperti yang dimiliki Metro TV yaitu www.metrotvnews.com, dan SCTV yaitu www.liputan6.com.

IPTV (Televisi Internet protokol) Merupakan televisi hasil konvergensi dari siaran televisi, televisi kabel, akses internet dan layanan telepon yang dikirimkan menggunakan protokol Internet melalui jaringan *broadband* (August E. Grant & Jennifer H. Meadows, 2008 : 113). IPTV merupakan televisi interaktif yang menggambarkan konvergensi televisi dengan teknologi media digital seperti komputer, perekam video pribadi, dan perangkat mobile telepon, yang memungkinkan interaktivitas pengguna. Konsep program interaktif ini berupa kuis interaktif, partisipasi penonton, pemilihan akhir drama, dan memesan produk atau *home shopping*.

Hadirnya internet membuktikan konvergensi media. Cukup dengan satu media komputer kita sudah bisa mengakses berbagai informasi, membaca surat/*email*, menonton televisi, mendengarkan musik, radio, layanan *banking*, berbicara melalui video (*skype*), dan menelepon. Wah, saya sendiri pun tercengang dengan perkembangan teknologi yang canggih ini.

IPad merupakan bentuk dari salah satu perkembangan teknologi yang maju. Ipad adalah produk konvergensi dari telepon dan komputer. Perpaduan dua media ini menghasilkan media yang canggih dan modern dimana Ipad menyajikan bermacam-macam layanan yang ada di telepon maupun di komputer termasuk akses internet.

Berbicara tentang implikasi (akibat, dampak, atau pengaruh) dari konvergensi media tentu banyak sekali. Konvergensi media memiliki implikasi positif dan negatif. Implikasi positifnya :

1. Konvergensi media memperkaya informasi secara meluas tentang seluruh dunia karena ada akses internet.
2. Memberikan banyak pilihan kepada masyarakat pengguna untuk dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai selera, contohnya saja adalah televisi interaktif dan

televisi multisaluran dimana pengguna memilih sendiri program siaran yang disukai. Sehingga penggunaan teknologi konvergensi menjadi lebih personal.

3. Lebih mudah, praktis dan efisien. Tidak perlu punya dua media kalau ternyata bisa punya satu media saja dengan dua fungsi.
4. Timbulnya demokratisasi informasi dimana semua orang bisa mengakses informasi secara bebas dan luas dengan berbagai cara dan bentuk.
5. Dalam implikasi ekonomi, konvergensi berpengaruh terhadap perusahaan dan industri teknologi komunikasi karena mengubah perilaku bisnis. Keuntungan yang didapat dari hasil konvergensi media sangat menguntungkan dan memajukan perusahaan. Selain itu, mudahnya akses informasi membuat industri dan perusahaan semakin mudah dan cepat mengantisipasi tantangan, kebutuhan baru konsumen serta persaingan yang menegat.
6. Di bidang pekerjaan, jelas sekali di jaman sekarang ini jenis-jenis pekerjaan yang berhubungan dengan teknologi digandrungi banyak orang dan peminat seperti hal-hal yang berbau IT atau sistem informasi, menurut saya hal ini menjadi bukti kuatnya teknologi dalam kehidupan manusia.
7. Masyarakat mendapatkan informasi lebih cepat. Contohnya, para pembaca berita online hanya dengan mengklik informasi yang diinginkan di komputer maka sejenak informasi itu pun muncul.
8. Interaktif. Masyarakat bisa langsung memberikan umpan balik terhadap informasi-informasi yang disampaikan. Media konvergen memunculkan karakter baru yang makin interaktif, dimana penggunaanya mampu berkomunikasi secara langsung dan memperoleh konsekuensi langsung atas pesan (Severin dan Tankard, 2001: 370).

9. Konvergensi media menyediakan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi secara visual, audio, data dan sebagainya (Preston, 2001: 27). Konvergensi media juga tidak terlepas dari implikasi negatif, yaitu :
 - a. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi kecanduan teknologi (*cybermedia* dan *cybersociety*). Adanya ketergantungan teknologi dimana segala sesuatu menjadi serba praktis dan otomatis. Menurut saya teknologi yang praktis memang bagus karena mempercepat dan memudahkan, namun hal ini juga bisa menjadi buruk jika kita tidak bijak menggunakannya, mengapa? Karena dengan adanya praktis kita cenderung menjadi orang yang “malas” dimana segala yang otomatis akan mempercepat hilangnya pekerjaan karena pekerjaan manusia sudah bisa digantikan dengan teknologi yang canggih.
 - b. Munculnya masyarakat digital/ masyarakat maya. Kemajuan teknologi konvergensi yang maju telah mempersempit jarak dan mempersingkat waktu. Jarak dan waktu sudah bukan masalah lagi, misalnya anda di Eropa dengan saya di Asia bisa saling berkomunikasi saat itu juga melalui internet atau media lainnya tanpa perlu bertemu langsung. Hal ini menimbulkan masyarakat maya dimana komunikasi langsung secara *face to face* sudah tidak diminati lagi. Pendapat saya ini diperkuat dalam buku berjudul *Handbook of new media: social shaping and social consequences of ICTs*, dikatakan bahwa media konvergen menyebabkan derajat massivitas massa berkurang, karena komunikasinya makin personal dan interaktif (Lievrouw dan Livingstone, 2006: 164).
 - c. Media cetak/media tradisional/media konvensional mulai kalah dengan media modern/media baru/ media *online*.

d. Kesenjangan sosial yang semakin besar.

Adanya dampak positif dan negatif dari konvergensi media pada akhirnya menimbulkan tantangan-tantangan baru yaitu :

- a. Menurunnya media cetak, dimana media tradisional atau konvensional tertinggal sehingga pers tradisional digantikan oleh pers *online*. Dalam media digital wartawan bebas mengupdate informasi secara langsung dengan teknologi konvergensi, akibatnya fungsi editor berkurang dalam pers. Masyarakat melalui media digital dapat mengetahui berita pada waktu sesungguhnya atau pada saat peristiwa berlangsung, hal ini berbeda dengan media cetak yang harus menunggu keesokan harinya agar berita dapat disebarluaskan. Contoh konvergensi dalam hal ini seperti www.detik.com dan www.lintasberita.com. Ditambah lagi pemerintah juga sudah memanfaatkan teknologi konvergensi ini dengan membuka laman internet untuk publikasi informasi. Maka dari itu hal ini menjadi tantangan media massa konvensional agar tidak terus ketinggalan dengan media digital dan harus mengembangkan manajemen pemberitaannya menjadi lebih cepat, akurat, lengkap dan dapat segera diakses masyarakat di seluruh dunia.
- b. Berkurangnya interaksi sosial secara langsung menyebabkan komunikasi yang tidak efektif. Hal ini sebagai tantangan dari dampak negatif konvergensi media dimana *face to face* mulai tidak diminati lagi, orang lebih cenderung suka berkomunikasi lewat media. Akibatnya adalah hilangnya *social presence* sehingga komunikasi tidak efektif. Mengapa tidak efektif? karena tidak melihat dan merasakan langsung ekspresi wajah serta bahasa tubuh lawan bicara yang akhirnya malah akan timbul kesalahpahaman isi pesan. Contohnya, sekarang orang lebih suka berbicara melalui ponsel dibandingkan bertemu

langsung, alhasil resiko adanya *misunderstanding* semakin besar.

- c. Timbulnya kesenjangan sosial yang semakin besar merupakan tantangan bagi konvergensi media. Dulu perbedaan kelas-kelas sosial dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan, dst, namun di masa digital ini, perbedaan kelas sosial semakin jelas terlihat karena dipengaruhi oleh kemampuan akses informasi seseorang. Contohnya, masyarakat di perkotaan dengan yang tinggal di pedesaan memiliki perbedaan dalam mengakses teknologi, dimana masyarakat di kota lebih cepat dan mudah dalam mengakses teknologi dibanding di pedesaan.
- d. Hal lain yang menjadi tantangan konvergensi media adalah kesiapan masyarakat agar tidak menimbulkan *cultural shock*. Perkembangan teknologi seperti konvergensi media merupakan hal baru dan canggih bagi masyarakat, namun kadang sebagian masyarakat belum siap dengan inovasi teknologi ini baik siap secara ekonomi maupun secara pengetahuan. Maka dari itu, perusahaan-perusahaan yang menyediakan teknologi ini harus benar-benar memikirkan daya kesiapan masyarakat dengan hal yang baru, harus secepat mungkin mengadaptasikan teknologi ini kepada masyarakat. Tantangan lainnya adalah latar belakang budaya dan kebiasaan teknologi masyarakat. Para pelaku konvergensi media harus bisa menyesuaikan teknologi konvergensi media ini dengan budaya-budaya yang ada dalam masyarakat.
- e. Tantangan selanjutnya adalah antara konvergensi dengan peraturan (regulasi). Dalam hal ini pemerintah selaku regulator bertanggung jawab penuh dalam menciptakan peraturan untuk melindungi seluruh masyarakat dari pengaruh negatif media dan mengatur kebebasan konvergensi media agar tetap pada batasnya. Hal ini diharuskan agar tidak terjadi tabrakan kepentingan yang merugikan satu pihak dimana biasanya para

pengguna/masyarakatlah yang menjadi korban konvergensi.

Regulasi berkaitan dengan seberapa jauh hak masyarakat dalam menggunakan/ mengakses media konvergensi serta seberapa jauh distribusi media konvergensi dapat dijangkau oleh masyarakat. Isi media konvergen juga harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan norma dan etika yang berlaku dalam masyarakat.

Tahun berganti tahun perkembangan teknologi terjadi, pengetahuan manusia berkembang hari demi hari yang akhirnya menghasilkan inovasi kreatif dan kemajuan teknologi terus menerus. Konvergensi media merupakan bukti kedinamisan dunia yang selalu mengalami perubahan. Perkembangan yang terjadi memang akan menghasilkan masyarakat yang modern apalagi dengan konvergensi media ini, namun perlu digaris bawahi bahwa kemajuan yang ada juga harus disertai regulasi yang mengatur, karena regulasi sudah hampir ketinggalan dari perkembangan teknologi. Jangan sampai kemajuan besar-besaran yang canggih menjadi terlalu bebas sehingga tidak mempertimbangkan dan memperhatikan nilai sosial budaya, nilai moral dan etika yang ada di masyarakat. Perlu diingat pula bahwa teknologi hanya membantu memudahkan aktivitas masyarakat, bukan berarti menjadikan ketergantungan pada teknologi.

BAB V

KARATERISTIK MEDIA DAKWAH

A. SEJARAH PERKEMBANGAN MEDIA DAKWAH

1. Abad Awal

Media dakwah merupakan semua sarana yang digunakan oleh pelaku dakwah dalam penyampaian pesan dakwah kepada *mad'û*. Abdal-Naim dalam bukunya Syahbuddin Gade menyebutkan karakteristik media dakwah meliputi media lisan, amal, suri tauladan dan media massa. Pendapat sama diungkap Hamzah Yaq'ub dalam buku sama membagikan media dakwah sebagai berikut media lisan yaitu media dakwah paling sederhana menggunakan lidah, media tulisan yaitu media dakwah menggunakan tulisan, buku, surat kabar dan surat menyurat, media lukisan yaitu media dakwah menggunakan gambar atau kalikatur dan sebagainya, media audio visual yaitu media dakwah dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan seperti film, televisi, radio dan sebagainya dan media akhlak yaitu media dakwah dengan perbuatan nyata.²⁰⁴

Islam sebagai sebuah agama dan sebuah kepercayaan berkembang sedemikian rupa dari abad awal ke 7 hingga saat ini, dinamika perkembangan Islam ini tidak terlepas dari peran dan

²⁰⁴ Syahbuddin Gade, *Pemikiran Pendidikan dan...*, hal. 117-119.

pengaruh para tokoh aktor sejarah yang didalamnya menjalankan tinta emasnya demi tegaknya panji-panji keanggunan Tuhan, AllaH.²⁰⁵ Rasulullah sendiri seperti digambarkan dalam sejarah melakukan dakwah melalui ketiga media adalah media lisan (dakwah *bi-lisān*), tulisan (dakwah *bi-kitabah*), dan perbuatan (dakwah *bil-hāl*).²⁰⁶ Rasulullah dalam menawarkan Islam kepada orang-orang yang paling dekat dengan Rasulullah, keluarganya, dan teman-temannya. Dakwah era Rasulullah yang terjadi komunikasi antara Rasul dengan umat berada dalam satu tempat dan bertatap muka. Rasul menyampaikan kepada umat secara langsung tanpa perantara. Dakwah seperti ini terus berlanjut terus dilanjutkan oleh para sahabat sehingga menjadi relatif efektif sehingga dampaknya dapat dipantau sejauh mana pesan dakwah membawa pengaruh terhadap umat. Menyuru untuk ber-Islam kepada kafir Quraisy serta mengajak untuk mempertinggi kualitas keislaman kepada mereka yang telah ber-Islam merupakan pekerjaan Rasulullah selama hidupnya. Perilaku seperti dijalankan Rasulullah terus dikembangkan oleh sahabat, Abubakar Sidiq, Usman bin Affan, Umar bin Khatab dan Ālī bin Abī Thālib.²⁰⁷

Dalam catatan sejarah, Rasulullah sendiri pernah berdakwah dengan menggunakan media tulis ketika menyuru untuk memeluk Islam kepada salah seorang penguasa yang masih berpendirian non Islam. Sedangkan media perbuatan Rasulullah dikenal *uswatul hasanah* yaitu sosok yang menjadi pola dalam membentuk perilaku umat manusia.²⁰⁸

2. Abad Pertengahan

Setelah beberapa abad umat Islam menguasai dunia di awal abad 13 kekuasaan Islam mulai terguncang. Periode ini

²⁰⁵ Jasafat dkk, *Dakwah Media Aktualisasi...*, hal. 149.

²⁰⁶ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori...*, hal. 35.

²⁰⁷ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan...*, hal. 61-62.

²⁰⁸ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori...*, hal. 35-37.

terbagi dalam dua fase adalah yaitu fase kemunduran (1250-1500) masehi dan fase tiga kerajaan yang dimulai dengan kemajuan (1500-1700) masehi dan kemunduran lagi (1700-1800) masehi. Meski pada tahun-tahun Islam sempat mundur, peran juru dakwah tetap semangat memperjuangkan kebenaran agama Islam oleh kaum muslimin untuk menyampaikan agama Islam.²⁰⁹ Sejarah kemajuan peradaban di seluruh dunia tidak terlepas dengan peran aktif yang dimainkan oleh para mubaliq, sebagai pembawa pencerahan dalam berbagai aspek kehidupan umat yang kemudian diperkuat oleh ilmuan di bidangnya masing-masing.²¹⁰

Tersebar nya agama Islam ke pelosok dunia adalah disebarkan oleh berbagai faktor baik sosial, politik, maupun agama, akan tetapi di samping itu satu faktor yang paling kuat dan menentukan adalah kemauan dan kegiatan yang tak dikenal lelah dari para mubalig Islam dan Nabi Muhammad sebagai contoh yang telah berjuang mengajak orang-orang kafir masuk Islam dengan menggunakan media lisan, tulisan dan perbuatan.²¹¹

3. Abad Modern

Abad modern merupakan zaman kebangkitan umat Islam (1800-sampai sekarang). Perkembangan zaman ini sudah dijumpai seruan ke jalan Allah melalui berbagai media termasuk perkembangan media massa seperti radio maupun televisi dan media *online* juga mengambil peran besar sebagai perpanjangan tangan dakwah. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang sudah sampai ke pelosok serta semakin kompleksnya masalah kemasyarakatan yang dihadapi oleh manusia menjadikan tantangan bagi dunia dakwah. Peluang dakwah Islam akan semakin terbuka ketika para *dā'i* mampu memanfaatkan media massa dengan meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari media yang ada.

²⁰⁹ Thomas W Arnold, *Sejarah Dakwah Islam* (Jakarta: Wijaya, 1977), hal. 1.

²¹⁰ Jasafat dkk, *Dakwah Media Aktualisasi...*, hal. 150.

²¹¹ Thomas W Arnold, *Sejarah Dakwah Islam...*, hal. 2.

Dalam proses komunikasi, pesan dakwah harus dikemas secara menarik.²¹²

Media yang digunakan *dā'i* akan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian pesan dakwah kepada *mad'û*. Apabila media yang digunakan tepat, pesan dakwah pun akan mudah diterima oleh *mad'û* sehingga tujuan dakwah dapat tercapai. Di dalam kemajuan teknologi seperti ini para mubaligh Islam harus menyesuaikan diri dan mengambil peranan yang aktif di bidang jurnalistik. Gelanggang dakwah menggapai jurnalistik dan pengarang Islam dapat memegang peranan aktif dalam media komunikasi modern. Kemajuan teknologi dan telekomunikasi harus dimanfaatkan oleh aktivis dakwah sebagai media dalam melakukan dakwah Islam.²¹³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sejak awal Islam merupakan agama dakwah baik dalam teori dan praktek sebagaimana kehidupan Rasulullah mencontohkan dan Nabi sendiri bertindak selaku pimpinan dakwah Islam dalam kurun waktu yang lama berhasil menarik penganut. Penggunaan media dakwah yang efektif akan menentukan dakwah kepada umat dan tentunya memanfaatkan media dengan perkembangan zaman.

B. MEDIA DAKWAH DI ERA GLOBALISASI

Era dunia baru yang disebut globalisasi itu mengandung sejumlah harapan sekaligus ancaman dan kecemasan. Melalui globalisasi yang semakin niscaya di satu sisi tantangan dunia baru itu membuka berbagai peluang yang sarat dengan pilihan-pilihan untuk maju dan berkembang dalam membangun peradaban umat manusia. Namun di sisi lain dalam globalisasi tersebut juga

²¹² Hamzah Yaq'ub, *Publistik Islam Teknik...*, hal. 89-90.

²¹³ Jasafat dkk, *Dakwah Media Aktualisasi...*, hal. 139.

terkandung kerawanan-kerawanan baru yang dapat mengancam kelangsungan masa depan peradaban umat manusia.²¹⁴

Seiring kemajuan teknologi, cara berdakwah mengalami perkembangan. Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana tetapi mulai memanfaatkan teknologi, apalagi di era globalisasi pada abad ke 21, dakwah lebih meluas dan intensif dengan tujuan membantu *dā'i* dalam menyampaikan pesan agama kepada umat. Dakwah bisa dilakukan melalui media komunikasi massa dan diterima oleh orang banyak, karena sifatnya massa, maka penerima pesan dakwah tidak hanya kalangan tertentu saja tetapi kalangan yang dijangkau bisa luas. Internet merupakan media komunikasi massa terbaru baik dalam penemuan dan pemanfaatannya teknologinya. Dengan memanfaatkan jalur telekomunikasi, internet menjadi media komunikasi massa yang paling efektif menjangkau hampir seluruh kalangan. Internet pada era globalisasi menjadi *channel* yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah sebagai media dakwah.²¹⁵

C. PRINSIP MEDIA DAKWAH

Media dakwah dapat berfungsi sebagaimana mestinya apabila tepat dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta prinsip-prinsip penggunaannya. Prinsip yang dapat digunakan sebagai pedoman umum dalam menggunakan media dakwah yaitu:

- a. Penggunaan media dakwah bukan dimaksudkan untuk mengganti pekerjaan *dā'i* atau mengurangi peranan *dā'i*.
- b. Tiada media satu pun yang harus dipakai dengan media yang lainnya.
- c. Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangannya.

²¹⁴ Syafii Maarif dan Haedar Nashir, *Dakwah Kultural Muhammadiyah* (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2004), hal. 42.

²¹⁵ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan...*, hal. 63.

- d. Setiap hendak menggunakan media dakwah harus dipersiapkan apa yang harus dilakukan sebelum, selama dan sesudahnya.²¹⁶

Menurut Siti Muriah menambahkan prinsip dakwah meliputi prinsip keteladanan, penegakan kebenaran dan jalan yang lurus, berdasarkan akal tuntutan dan ilmu pengetahuan, prinsip petunjuk Allah disampaikan dengan keberanian dan keikhlasan dan dilakukan oleh seorang mukmin yang patuh kepada sang Khalik.²¹⁷

D. KODE ETIK MEDIA DAKWAH

Kode etik merujuk pada aturan-aturan yang merumuskan perlakuan benar dan salah. Secara umum etika dakwah itu adalah etika Islam itu sendiri dimana secara umum seorang *dā'i* harus melakukan tindakan-tindakan terpuji dan menjauhkan diri dari prilaku tercela. Jadi, pengertian dari kode etik dakwah adalah rambu-rambu etis yang harus dimiliki oleh seorang juru dakwah.²¹⁸ Dengan demikian jurnalisme Islam kode etiknya mengacu pada kode etik Qur'āni yaitu, tidak memisahkan antara dakwah *bi al-lisān* dan *bi al-qalam* dengan perbuatan, tidak mencerca sembahsan lawan (non muslim), tidak melakukan kompromi dalam masalah agama, tidak memunggut imbalan, tidak melakukan diskriminatif sosial, tidak menjadikan pelaku maksiat sebagai kawan, tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui.²¹⁹

²¹⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), hal. 167.

²¹⁷ Siti Muriah, *Meteorologi Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2002), hal. 22-23.

²¹⁸ M Yunan Yusuf, *Metode Dakwa* (Jakarta: Rahmat Semesta Forum Komunikasi Mahasiswa dan Alumni Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, 2012), hal. 82.

²¹⁹ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 206-209.

Perintah menjelaskan setiap perkataan itu harus sesuai dengan perbuatan ditegaskan Allah dalam surat ash-Saff ayat 2-3:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ

تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٣﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan"(Q.S. ash-shaff: 2-3)²²⁰

Ayat tersebut menjelaskan, cacian dan ingkaran ditujukan pada pelanggaran mereka terhadap apa yang mereka janjikan. Ucapan di sini menjadi sasaran untuk menjelaskan kedurhakaan mereka itu adalah ganda sebab mereka telah meninggalkan perbuatan yang baik dan telah berjanji untuk mengerjakan. Menempati janji merupakan bukti bagi akhlak yang mulia dan budi pekerti yang baik. Sebaliknya jika suatu umar tersiar ingkar janji maka kecillah kepercayaan di antara individu-individunya dan akan lepas pula tali-tali pengikat dan bercerai berai dan tidak bermanfaat.²²¹

Selain kode etik Qur'āni jurnalis Islam juga mempunyai kode etik wartawan muslim adalah:

- a. Wartawan muslim adalah hamba Allah yang secara individu maupun profesinya wajib menggunakan dan menyampaikan dan memperjuangkan kebenaran di setiap tempat dan saat dengan segala konsekuensinya.
- b. Dalam menyampaikan informasi, wartawan muslim hendaknya melandasinya dengan *i'tikad* yang tinggi untuk senantiasa melakukan pengecekan kepada pihak-pihak

²²⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya...*, hal. 928.

²²¹ Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi Juz 28* (Semarang: Karya Toha Putra Semarang, 1987), hal. 128-129.

yang bersangkutan sehingga tulisannya pribadi dan khalayak tidak akan dirugikan.

- c. Ketika menyampaikan karyanya wartawan muslim hendaknya menggunakan bahasa yang baik dan benar dalam gaya bahasa yang santun dan bijaksana. Dengan demikian apa yang disampaikan dapat dimengerti, dirasakan dan menjadi hikmat bagi khalayak.
- d. Dalam melaksanakan tugas jurnalistik, hendaknya wartawan muslim melaksanakannya secara profesional dalam iklim kerja yang produktif sehingga karyanya akan memiliki hasil yang optimal yang selanjutnya akan dipandang sebagai aset utama perusahaan.
- e. Dalam melaksanakan tugasnya, wartawan muslim hendaknya menghindari sejauh mungkin prasangka maupun pemikiran negatif sebelum menemukan objektif berdasarkan pertimbangan yang adil dan berimbang dan diputuskan pihak berwenang.
- f. Dalam kehidupan sehari-hari wartawan muslim hendaknya senantiasa dilandasi etika Islam dan gemar melaksanakan aktivitas sosial yang bermanfaat bagi umat. Wartawan muslim sudah seharusnya memperkaya wawasan keislamannya untuk meningkatkan amal ibadah sehari-hari.
- g. Dalam melaksanakan tugasnya wartawan muslim hendaknya menjunjung tinggi azas kejujuran, kedisiplinan dan selalu menghindari diri dari hal-hal yang akan merusak profesionalisme dan nama baik perusahaannya.
- h. Dalam melaksanakan tugasnya wartawan muslim hendaknya senantiasa mempererat persaudaraan sesama profesi berdasarkan prinsip ukhuwah islamiyah tanpa harus meninggalkan azas kompetisi sehat menjadi tuntutan perusahaan modern.
- i. Dalam melaksanakan tugasnya wartawan muslim hendaknya menyadari betul bahwa akibat dari karyanya akan memiliki pengaruh yang luas terhadap khalayak.

Karena itu hendaknya secara kegiatan jurnalistiknya ditujukan untuk tujuan-tujuan yang konstruktif dalam rangka pendidikan dan penerangan umat.

- j. Dalam melaksanakan tugasnya wartawan muslim hendaknya dengan penuh kesadaran memahami betul profesinya merupakan amanat Allah, umat dan perusahaan. Karena itu wartawan muslim hendaknya selalu siap mempertanggung jawabkan pekerjaannya kepada Allah, umat dan perusahaannya.²²²

Dengan demikian dapat disimpulkan keberadaan kode etik dan rambu dalam jurnalistik Islam akan menjadi panduan dan bimbingan sehingga dalam penyampaian pesan dakwah Islamiah tidak lari dari aturan yang sudah ada.

E. BERITA DAKWAH

Berita dakwah dapat dimaknai sebagai suatu proses meliputi, mengolah dan menyebarkan segala peristiwa dengan berbagai muatan nilai-nilai Islam kepada khalayak serta berbagai pandangan dengan perspektif Islam. Menurut Alamsyah Ratu Perwiranegara dalam bukunya Suf Kasman menyebutkan, seharusnya media massa Islam memegang peranan penting dan berjasa besar dalam kehidupan, beragama, bermasyarakat terutama masyarakat Islami.

Perintah mengedepankan fungsi konkret dari tulis menulis dan hal ini relevan dengan surat al-Jatsiyah ayat 29:

هَذَا كِتَابُنَا يَنْطِقُ عَلَيْكُمْ بِالْحَقِّ إِنَّا كُنَّا نَسْتَنْسِخُ مَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٢٩﴾

Artinya: (Allah berfirman): "Inilah Kitab (catatan) kami yang menuturkan kepadamu dengan benar. Sesungguhnya

²²² Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 67-71.

kami Telah menyuruh mencatat apa yang Telah kamu kerjakan". (QS. al-Jatsiyah: 29)²²³

Dalam *Tafsir al-Maraghi* Allah menyatakan, bahwa inilah catatan yang telah ditulis oleh para Malaikat penjaga dan dicantumkan pada amal-amal kalian, memberikan kesaksian kepadamu dengan kesaksian yang benar tanpa menambah dan mengurangi. Catatan ini merupakan gambaran yang sesuai dengan apa yang pernah kamu perbuat satu demi satu. Kemudian Allah memberikan alasan tentang cocoknya kesaksian ini dengan amal perbuatan mereka adalah sesungguhnya Allah dahulu menyuruh para Malaikat supaya mencatat amal perbuatan kamu, menulis dan menetapkan terhadapmu secara beruntun dari sejak semula semasa di dunia. Maka catatan itu sesuai dengan apa yang kamu perbuat dengan sangat teliti dan tepat. Hal ini merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang terbentik dalam hati yakni perkataan siapakah yang menjaga perbuatan-perbuatan kita yang telah begitu banyak, padahal kita begitu panjang dan jauh masanya. Maka mereka dijawab dengan jawaban seperti tadi.²²⁴

Sedangkan ayat al-Qur'ān yang mengandung perintah, khususnya kepada wartawan muslim atau penyampai informasi, untuk senantiasa berhati-hati, teliti, dan tidak gegabah dalam menyiarkan berita kepada khalayak, terdapat dalam surat al-Hujaraat ayat 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَآءَكُمۡ فَاسِقٌۭ بِبَيِّنٰتٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا بِمِثْلِهِۦ

فَتُصْحٰحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ ﴿٦﴾

²²³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*..., hal. 819.

²²⁴ Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi Juz 25* (Semarang: Karya Toha Putra Semarang, 1987), hal. 298.

*Artinya: "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" (QS. al-Hujaraat: 6)*²²⁵

Ahmad Mushthafa al-Maraghi menjelaskan, kepada orang-orang yang beriman, apabila datang kepada kalian seseorang fasik dengan membawa sebuah berita, maka janganlah kamu bertindak terlebih dahulu, tetapi periksalah kejelasan utusan itu dan berusaha untuk mengetahui yang sebenarnya. Dan janganlah kamu bersandar pada perkataannya. Karena orang tidak peduli melakukan kefasikan, lebih-lebih ia takkan peduli berbuat dusta dan tidak menjaga diri dari kedustaan dan sangat sulit dipercaya. Hal ini perlu dilakukan agar kamu jangan sampai melakukan penganiayaan terhadap sesuatu kaum yang tidak kamu ketahui ihwal mereka sehingga menyebabkan kamu menyesal atas tindakan yang terlanjur kamu lakukan dan berangan-angan sekiranya kamu tidak berbuat demikian.²²⁶

Al-Qur'an memberikan petunjuk untuk mempertanggungjawabkan setiap perbuatan, khususnya dalam penyampaian informasi, ilmu dan berita. Kalau ingin menyampaikan berita sesuatu hendaklah secara jujur, benar, adil agar tidak ada pihak-pihak tertentu dirugikan oleh berita yang disiarkan. Ini berarti kejujuran dan kebenaran tidak boleh dikorbankan oleh kepentingan apa pun, apalagi hanya uang dan kepentingan duniawi lainnya.²²⁷

²²⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya...*, hal. 846.

²²⁶ Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi Juz 26* (Semarang: Karya Toha Putra Semarang, 1987), hal. 212.

²²⁷ Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru Dilengkapi Undang-undang dan Kode Etik Tentang Penyiaran dan Jurnalistik* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), hal. 41.

Dengan demikian dapat disimpulkan penyampaian berita dakwah harus bertanggung jawab dan untuk senantiasa berhati-hati, teliti, dan tidak gegabah dalam menyiarkan berita kepada khalayak. Begitu juga keadilan, kejujuran tidak boleh dikorbankan oleh kepentingan apapun.

1. Prinsip dan Tujuan Berita Dakwah

Prinsip berita dakwah adalah suatu proses meliputi, mengolah dan menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik atau norma-norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah maka jurnalistik Islam pada prinsipnya mengutamakan dakwah Islamiah.²²⁸ Sedangkan secara umum prinsip berita, dalam penyajian berita harus diperhatikan yaitu; masuk akal, jelas, hemat dan ekonomis, konsisten, seimbang (*cover both side*), narasumber punya otoritas, patuhi azas praduga tak bersalah, memperhatikan rumusan 5 W + 1 H (memuat unsur apa, siapa, dimana, kapan, kenapa dan bagaimana), hindari kata-kata subjektif, *angel* harus jelas, *lead* menarik, mudah dimengerti, mengandung informasi baru, struktur harus rapi, cermat dan akurat dan jangan bohong yaitu disampaikan harus sesuai fakta dan kebenaran.²²⁹

Hartono A. Jaiz dalam bukunya Suf Kasman mengutarakan berita dakwah terbagi tiga tujuan sebagai berikut:

- a. Melayani kebutuhan masyarakat akan informasi Islam. Informasi dimaksud adalah bersumber dari al-Qur'an dan al-hadith.
- b. Berupaya mewujudkan seruan al-Qur'an secara cermat melalui berbagai media untuk mengembalikan kepada fitrah dan keuniversalnya serta menyajikan produk-produk Islam yang selaras dengan pemikiran.

²²⁸ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 51.

²²⁹ Zaenuddin, *The Journalist Bacaan...*, hal. 131-132.

- c. Menghidupkan dialog-dialog bernuansa pemikiran politik, budaya, sosial dan lain-lain.²³⁰

2. Kriteria Berita Dakwah

Berita dakwah harus benar-benar menghayati risalah Islam, bukan sekedar bermoto Islam yang terpenting harus mempunyai tugas mempersatukan umat dan berdiri di atas semua golongan. Kriteria berita dakwah atau jurnalistik Islam sebagai berikut:

- a. Kritis terhadap lingkungan luar dan sanggup menyaring informasi Barat yang kadang menanam bias kejahatan terhadap Islam.
- b. Mampu menjadi penerjemah bagi pembaharuan.
- c. Sangup melakukan sosialisasi sebagai upaya memelihara dan mengembangkan khazanah intelektual Islam.
- d. Mempersatukan kelompok-kelompok umat sambil memberikan kesiapan untuk bersikap terbuka perbedaan paham.²³¹

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Suf Kasman menyatakan seorang jurnalis Islam harus berperan sebagai *mu'addid* (pendidik umat), *mussaddid* (pelurus informasi tentang ajaran dan umat Islam), *mujaddid* (pembaru pemahaman tentang Islam), *muwahdid* (pemersatu ukhwah islamiyah) dan sekaligus menyimpulkan semua peran tersebut yaitu sebagai *mujahid* (pejuang, pembela dan penegak agama Islam).²³²

Sementara kriteria berita secara umum yaitu; aktualitas yaitu berita atau peristiwa yang baru terjadi sehingga semakin tinggi nilai beritanya, kedekatan yaitu peristiwa yang mengandung kedekatan dengan pembaca akan menarik

²³⁰ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 124.

²³¹ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 8.

²³² Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 9.

perhatian, keterkenalan yaitu kejadian yang menyangkut tokoh terkenal sehingga banyak menarik pembaca, dampak yaitu peristiwa yang terjadi sejauh mana dampak bagi masyarakat pembaca dan *human interest* yaitu terkandung unsur menarik simpati atau mengugah perasaan khalayak yang membacanya.²³³

3. Fenomena Berita Dakwah

Membaca berita dakwah karya orang lain tentu merupakan apresiasi atas penulisnya. Jika seorang jurnalis atau juru dakwah berhasil menorehkan penanya dalam sebuah berita kepada khalayak maka pembacalah diharapkan untuk melakukan sebuah penciptaan makna. Sejalan dengan lajunya perkembangan zaman pula, dakwah telah mampu memanfaatkan hasil sains, teknologi dan informasi modern untuk mencapai tujuan dakwah. Oleh karena itu dakwah melalui berita dimaksudkan untuk mengantar pembaca menjadi mahir dan efektif dalam menyampaikan dakwah khususnya dalam bahasa tulis menulis.²³⁴ Jadi, kehadiran jurnalistik Islam adalah sebagai sarana dan peluang dakwah *bi al-qalam* selain fungsi sebagai alat informasi pendidikan juga sebagai pembimbing rohani atau pengembang misi *amar mar'uf nahi mungkar*.²³⁵

4. Model Dakwah Dalam Pemberitaan

Kata model dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* berarti pola, contoh, acuan, ragam dan macam, Di sini dikatakan bahwa model bermakna contoh orang atau benda yang harus dicontohi dan diteladani. Maka dimaksud model dakwah adalah pola interaksi dalam aktivitas dakwah yang diharapkan menjadi acuan bagi pelaksanaan aktivitas dakwah yang diharapkan menjadi bagi pelaksanaan aktivitas dakwah sehingga pencapaian matlamat dari proses aktivitas dakwah itu akan

²³³ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan...*, hal. 61-64.

²³⁴ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. x-xii.

²³⁵ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal Menelusuri...*, hal. 6.

semakin efektif dan efisien.²³⁶ Jika dilihat pemikiran dakwah Islamiah maka didapati berbagai model dakwah atau pola interaksi dakwah masa kini dan masa mendatang berkaitan dengan berita dakwah yakni:

- a. Model dakwah perorangan yaitu model dakwah ini adalah penyampaian ajaran agama yang ditujukan kepada seseorang secara berhadapan. Maka model dakwah ini hakikatnya merupakan interaksi antara seorang *dā'i* dengan seorang *mad'û* yang berlaku dalam suasana tatap muka dan dialog sehingga sambutan *mad'û* mengenai pesan dakwah boleh diketahui segera.
- b. Model dakwah kumpulan yaitu model dakwah ini merupakan proses dakwah yang berlaku antara *dā'i* dan *mad'û* sama ada dalam kumpulan kecil maupun dalam kumpulan besar. Jika *mad'û* dalam kumpulan kecil maka tanggapan *mad'û* pesan disampaikan dapat segera diketahui, sebaliknya jika *mad'û* dalam kumpulan besar maka tanggapan *mad'û* mengenai pesan dakwah sukar diketahui seketika itu. Model dakwah ini bisa digunakan dengan lisan, tulisan, perbuatan, dengan nasihat, wasiat, bimbingan, bantuan, keteladanan prilaku dan diskusi.
- c. Model dakwah perutusan yaitu model dakwah ini merupakan model dakwah yang dilakukan melalui perutusan orang tertentu untuk menyampaikan dakwah. Pelaku dakwah adalah pihak yang mengutus dan tidak berjumlah langsung dengan *mad'û*. Dakwah ini dalam konteks kekinian seperti pengiriman duta besar dan ke Negara lain.
- d. Model dakwah korespondensi yaitu model dakwah ini dimana pesan dakwah disampaikan kepada *mad'û* melalui surat menyurat. Dalam kaitannya pembawa surat tugas utamanya hanyalah sepakat menyampaikan surat, kecuali pihak *mad'û* berupaya mencari informasi lain pada pihak

²³⁶ Syahbuddin Gade, *Pemikiran Pendidikan dan...*, hal. 120-121.

pembawa surat. Namun kini dakwah korespondensi bentuknya semakin berkembang dimana pesan dakwah bukan hanya ditulis di atas selembar surat yang dikirim melalui sipembawa surat, tetapi boleh melalui media massa ataupun internet.

- e. Model dakwah perdamaian yaitu model dakwah ini merupakan model dakwah dilakukan mewujudkan perdamaian antara para pihak yang sedang bertikai, berseteru atau berkonflik sehingga boleh menghapus rasa marah dan dendam.
- f. Model dakwah organisasi yaitu model dakwah ini dimaknai dengan organisasi. Model dakwah ini pelaksanaan dibina sesuai dengan aturan dan kebijakan organisasi masing-masing. Namun secara umum semua organisasi mempunyai ruh yang sama dalam bidang dakwah adalah berupaya mewujudkan perubahan di tengah-tengah umat Islam dan umat manusia pada umumnya menuju kemajuan, kedamaian dan kesejahteraan sesuai dengan ajaran Islam.
- g. Model dakwah umum yaitu model dakwah ini dilakukan dimana pelaku dakwah seorang diri dan *mad'û* orang banyak. Dakwah ini boleh dengan menggunakan media masa seperti tulis menulis di surat kabar, jurnal, buku-buku atau menggunakan media elektronik.
- h. Model dakwah bersepadu yaitu model dakwah ini adalah suatu proses pelaksanaan dakwah dengan pengabungan atau penjalinan berbagai unsur sesuai keperluan. Model dakwah ini sama antara konsep dan praktiknya memperhatikan prinsip kerjasama ataupun penggabungan antara berbagai unsur dakwah di mana setiap unsur mestilah dipahami dijalankan secara bersepadu sehingga menjadi suatu model dakwah.²³⁷

²³⁷ Syahbuddin Gade, *Pemikiran Pendidikan dan...*, hal. 120-148.

F. PERSAMAAN DAN PERBEDAAN MEDIA DAN MEDIA DAKWAH

Dari pembahasan terdahulu maka jelas bahwa yang disebut media adalah alat perantara atau saluran. Media lebih dikenal dengan penyebutan media massa adalah meliputi surat kabar, radio, televisi dan media *online* merupakan sebagai alat penyampaian pesan dan informasi kepada khalayak ramai. Sedangkan media dakwah adalah sesuatu yang boleh mendekatkan orang atau *mad'û* kepada dakwah. Dengan kata lain media dakwah adalah semua sarana yang digunakan oleh pelaku dakwah dalam penyampaian pesan dakwah kepada madu.

1. Persamaan media dan media dakwah

Dari penjelasan terdahulu didapati persamaan media dan media dakwah adalah sama-sama berfungsi dan mempunyai tujuan sebagai sarana atau saluran penyampaian informasi kepada khalayak atau *mad'û*. Untuk media penyampaian informasi lebih secara umum dan khusus, sedangkan media dakwah lebih kepada khusus sesuai ajaran agama Islam. Ini sependapat dengan pernyataan Suf Kasman yang menyebutkan persamaannya yaitu memberantas masyarakat dari buta huruf lewat pendidikan membaca dan menulis, meluruskan informasi, mengajak umat atau manusia memiliki akhlak terpuji dan menanamkan kegemaran membaca.

2. Perbedaan media dan media dakwah

Dari pembahasan terdahulu didapati perbedaan antara media dan media dakwah tidak jauh. Namun penggunaan media lebih kepada pemanfaatan teknologi dengan perkembangan zaman, sedangkan media dakwah selain masih menggunakan secara tradisional juga sudah memanfaatkan teknologi terutama media-media berhaluan Islam. Ini sesuai dengan diutarakan Suf Kasman menyatakan media dakwah khusus melayani kebutuhan masyarakat akan informasi Islam. Informasi Islam yang dimaksud di sini adalah informasi yang bersumber dari al-Qur'ân dan al-hadîth.

G. MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA DAKWAH

Media *online* merupakan salah satu teknologi yang berkembang sangat cepat. Saat ini internet tidak saja menampilkan teks saja tapi juga gambar, suara dan audio sehingga abad 21 saat ini hampir segala bidang telah memanfaatkan teknologi internet.²³⁸ Sebelum internet lahir, berita aktual hanya bisa diakses dengan surat kabar, televisi, dan radio. Sifatnya mengesampingkan masalah waktu dan tempat, maka seseorang dapat dengan mudah mengakses berita atau informasi terbaru tidak hanya nasional tetapi internasional dari lokasi manapun asalnya fasilitas tersedia. Salah satu desain media *online* paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern berupa situs berita. Media *online* disebut media massa yang tersaji secara *online* pada *website*. Media *online* merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak, koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik, radio, televisi dan film atau video.²³⁹

Lahirnya media *online* tidak terlepas dari *booming* media *online* di luar negeri pada pertengahan tahun 1990-an. Pada bulan Mei 1992 *Chicago Online*, koran pertama diluncurkan *Chichago Tribune* di Amerika Serikat. Media *online* pada 1996-1997 adalah sebagai fotokopi dari media cetak. Di Indonesia media *online* pada awalnya hanya memindahkan isi berita di surat kabar ke media internet atau di *online*-kan istilahnya. Dengan kata lain produk berita versi cetak dengan *online* tidak ada perbedaan. Namun situs www.detik.com sejak terbit perdana pada 9 Juli 1998, tidaklah demikian.²⁴⁰ Detik.com tidak memindahkan berita versi cetak ke *online*. Detik.com tidak punya versi cetak, meski dalam perkembangan pernah membuat versi cetak. Hanya saja dengan terbit dua kali sehari itu untuk versi cetaknya tidaklah berumur

²³⁸ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan....*, hal. 10.

²³⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan....*, hal. 30.

²⁴⁰ A Sapto Anggoro, *Detik.com Legenda Media Online* (Yogyakarta: Meco Media, 2012), hal. 2.

panjang dan harus segera ditutup. Selanjutnya kembali ke *online* saja dan berita ditampilkan hanya di *online*.²⁴¹

Dengan demikian sangat jelas bahwa keberadaan media *online* dibutuhkan dengan perkembangan zaman saat ini. Apalagi media ini sangat efektif dan efisien dalam mengakses informasi terbaru tentunya harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

1. Jenis dan Karakteristik Media Online

Media *online* secara teknis atau fisik adalah media berbasis telekomunikasi yakni komputer dan internet. Termasuk kategori media *online* adalah *portal*, *website* (situs *web*, termasuk *blog* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*), *radio online*, dan televisi *online* dan *email*.²⁴²

a. Portal

Portal adalah sebuah hubungan internet yang bertindak sebagai titik awal untuk mencari informasi di *web*. Beberapa contoh adalah *portal* Yahoo! dan Lycos. Masih banyak fitur lain disediakan oleh *portal web*. *Portal web* berarti situs *web* yang menyediakan sejumlah layanan, seperti *email*, forum, *search engine* dan tempat berbelanja *online*.²⁴³

b. Website

Website atau situs adalah halaman yang mengandung *content* termasuk teks, video, audio dan gambar. *Website* dapat diakses melalui internet dan memiliki alamat dikenal dengan URL (*uniform resource locator*) yang berawalan *www* (*waring ware wanua*) atau *http://* (*hypertext transfer protocol*).²⁴⁴ Menurut Asep Syamsul, jenis-jenis *website* digolongkan menjadi

²⁴¹ Yonnas Widodo, *Makalah Perkembangan Media Online* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2012), hal. 5.

²⁴² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 31.

²⁴³ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan....*, hal. 75.

²⁴⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 12.

enam jenis adalah *news* organisasi *website* adalah situs lembaga atau penyiaran, misalnya edisi *online* surat kabar, televisi, berita dan radio, *commercial organization website* adalah situs lembaga bisnis atau perusahaan seperti jasa keuangan, termasuk toko-toko *online* dan bisnis *online*, *website* pemerintah di Indonesia ditandai dengan *domain (dot) go.id* seperti Indonesia.go.id, setneg.go.id dan dpr.go.id, *website* kelompok kepentingan termasuk *website* ormas, parpol dan LSM (lembaga swadaya manusia), *website* organisasi non-profit adalah seperti lembaga amal atau grup komunitas dan personal *website* (blog)²⁴⁵ Untuk *website* terbagi:

1) Situs Berita

Situs berita sering disingkat istilah situs adalah halaman *web* yang memiliki topik saling terkait terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video atau berkas lainnya. Gabungan atas semua situs dapat diakses publik di internet disebut pula sebagai *www*. *Web* situs terdiri atas halaman saling terkait satu dengan lainnya melalui *link* dan informasi tersedia berbagai ragam topik.²⁴⁶

2) *Blog*

Blog merupakan singkatan dari *web log* adalah bentuk aplikasi *web* yang menyerupai tulisan-tulisan pada sebuah halaman *web* umum. Umumnya *blog* adalah jurnal pribadi disebut catatan harian *online* berisi tulisan yang dipikirkan, dialami, dirasakan tentang satu masalah atau peristiwa.²⁴⁷

²⁴⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 32-33.

²⁴⁶ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan...*, hal. 39.

²⁴⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 84-85.

3) Media Sosial

Media sosial termasuk teknologi berbasis *web* dan *mobile* digunakan untuk mengaktifkan komunikasi ke dalam dialog interaktif. Kaplan dan Haenlain dalam bukunya Asep Syamsul, menjelaskan skema klasifikasi untuk jenis media sosial yaitu: *Collaborative projects (eg, Wikipedia)*, *Blog and microblogs (eg, Twitter)*, *Content communities (eg, You Tube)*, *Social networking sites (eg, Facebook)*, *Virtual game worlds (eg, World of Warcraft)*, dan *Virtual social world (eg, Second Life)*.²⁴⁸

c. Radio Online

Radio *online* atau radio internet juga *web* radio, net radio, *streaming* radio, atau *e-radio* adalah siaran radio yang ditransmisikan melalui internet. Radio *online* dapat diakses dibelahan dunia dimana pun. Siaran radio *online* menggunakan teknologi *streaming* yaitu teknologi yang dapat menerima dan mengirim informasi menggunakan alat yang dapat menerima aliran media *streaming* tersebut. Pengguna radio *online* bisa didengarkan melalui *webcast*, *winamp*, *i-tunes*, *win media player* dan *mobile phone*.²⁴⁹

d. TV Online

Televisi *online* atau televisi internet juga dikenal dengan televisi *daring* adalah situs yang memiliki tayangan video yang terkonsep. TV *online* sering juga disebut *Television on the Desktop (TOD)*, *TV over IP (Television over Internet Protocol)*, *Television Protokol Internet*, *Vlog* dan *Vodcast*. Untuk mengaksesnya hanya perlu menghubungkan ke komputer dengan koneksi

²⁴⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 105.

²⁴⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 113.

internet serta bisa disiarkan oleh pengguna internet.²⁵⁰

e. *Email*

Email adalah singkatan dari *elektronik mail* atau surat elektronik. Surat ini bukan berbentuk fisik seperti kertas tetapi ditampilkan dilayar komputer. *Email* dapat dicetak di kertas seperti hal dokumen yang sering diketik di komputer. *Email* hanya butuh waktu beberapa detik saja walau pun tujuan yang akan disampaikan ada di ujung dunia. *Email* bisa didapatkan gratis dengan mendaftarkan ke situs yang menyediakan layanan seperti www.hotmail.com, www.yahoo.com, atau www.ukhuwah.or.id.²⁵¹

2. Efektivitas Media Online

Media *online* memberikan beberapa keuntungan sebagai media dakwah.²⁵² Akses internet merupakan media yang tidak bisa dihindari karena sudah menjadi peradaban baru dalam dunia informasi dan komunikasi tingkat global. Dengan adanya akses ini maka banyak informasi yang dapat dan layak diakses oleh masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, pendidikan, bisnis dan lain-lain. Munculnya jaringan internet dianggap sebagai sebuah revolusi dalam dunia komunikasi dan informasi. Menurut Syarif Hidayatullah, dakwah menggunakan media *online* diperoleh keuntungan sebagai berikut:

- a. Tidak tergantung waktu dan tempat adalah informasi Islam dapat kapan saja diakses dan di mana saja sehingga kegiatan dakwah bisa terus dilakukan selama 24 jam.
- b. Cakupan luas adalah cakupannya bisa seluruh dunia, sehingga dakwah tidak lagi terbatas untuk kalangan

²⁵⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 114.

²⁵¹ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Dharmawan, *Islam Virtual Keberadaan...*, hal.42.

²⁵² Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan...*, hal. 63.

tertentu, akan tetapi informasi akan bersifat universal karena semua orang dapat membacanya.

- c. Pendistribusian yang cepat adalah sebuah artikel dimuat di media *online*, maka dapat dimuat lagi pada media *online* lain sehingga penyebaran semakin cepat dan sangat efektif sebagai media dakwah.
- d. Keragaman penyampaian adalah penyampaian dakwah bisa beragam bisa dalam bentuk tulisan dan audio pada internet. Apalagi selama ini banyak ulama menggunakan fasilitas ini sebagai media dakwah.²⁵³

Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana tetapi memanfaatkan kemajuan teknologi, sehingga dakwah dapat meluas dan agar dakwah bisa dilakukan lebih intensif tujuannya adalah membantu *dā'i* dalam berdakwah. Jadi, fasilitas media internet bisa menjadi tempat paling baik untuk mempererat tali ukhuwah Islamiah. Berbagai forum komunitas menjamur secara aktif mengajak umat bersilaturahmi. Teknologi informasi telah memudahkan dan memungkinkan banyak hal batasan ruang waktu menjadi nihil. Ukhwah Islamiyah menjadi lebih berkualitas seiring frekwensi interaksi bebas hambatan dilakukan di media internet.²⁵⁴ Perkembangan dan efektif media *online* dapat beberapa hal sebagai berikut:

- a. Media informasi yaitu dapat mengesampingkan masalah waktu dan tempat maka seseorang dapat mengakses informasi dimana saja.
- b. Kebebasan informasi yaitu bisa dikatakan sebagai media tanpa sensor sehingga berbagai materi mudah didapati.
- c. Pengaruh globalisasi yaitu dapat menaikkan popularitas media *online*. Banyak perusahaan-

²⁵³ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan....*, hal. 64.

²⁵⁴ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan....*, h. 55 dan 66.

perusahaan atau lembaga lainnya memanfaatkan fasilitas tersebut.²⁵⁵

3. Kandungan Media *Online*

Jurnalistik *online* menjadikannya sebagai jurnalistik masa depan, wartawan tidak hanya menyusun teks berita dan menampilkan foto, tetapi juga melengkapinya dengan suara dan gambar (audio dan video). Dengan jurnalistik kini tidak ada istilah lagi berita tidak dapat dipublikasi, apalagi kini publik sering menjadikan media *online* sebagai rujukan utama ketika mereka membutuhkan informasi apa pun. Budaya internet kian kuat di kalangan masyarakat dengan hadirnya situs-situs mesin pencari seperti Goggle, Yahoo, Bing dan Ask. Dengan mengetik kaca kunci di situs pencari.²⁵⁶

Media *online* tentunya mempunyai kandungan yaitu:

1. Multimedia yaitu dapat memuat atau menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualisasi yaitu berisi info aktual karena kecepatan penyajian.
3. Cepat yaitu begitu *diposting* atau *diupload* langsung bisa diakses.
4. *Update* yaitu pembaharuan informasi dapat dilakukan dengan cepat.
5. Kapasitas luas yaitu halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibel yaitu pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja dan setiap saat.
7. Luas yaitu menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif yaitu tersedia fasilitas kolom komentar.

²⁵⁵ Syarif Hidayatullah dan Zulfikar S Darmawan, *Islam Virtual Keberadaan....*, hal. 21-22.

²⁵⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 14.

9. Terdokumentasi yaitu informasi tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui *link* atau fasilitas pencari.
10. *Hyperlinked* yaitu terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.²⁵⁷

H. MEDIA DAKWAH ANTARA HARAPAN DAN TANTANGAN

Media dakwah dengan berbagai bentuk tentunya ada harapan dan tantangan. Dalam menyebarkan agama Islam kepada orang lain dengan tugasnya adalah meluruskan *'itiqad*, mendorong dan merangsang untuk beramal, mencegah kemungkaran, membersihkan jiwa, memperkokoh pribadi, membina persatuan dan persaudaraan dan menolak kebudayaan yang merusak.²⁵⁸ Jadi, harapan-harapan tersebut diharapkan bisa dituangkan dalam media dakwah sebagai penyampaian kepada kepada khalayak. Namun sebaliknya tentu mempunyai tantangan terutama media dakwah yang kini modern seperti media internet. Tentu media dituntut harus mampu menawarkan alternatif yang dapat menyajikan pesan-pesan Islam dalam format sajian dakwah yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di antara tantangan cukup beragam media adanya ikatan baru dalam ruang kebudayaan tempat berkumpulnya masyarakat dakwah.²⁵⁹

Media dakwah ialah objek yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat seperti seperti diungkapkan Hamzah Ya'qub, media dakwah digolongkan menjadi lima besar yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak. Oleh karena itu penggunaan media ini oleh para *dā'i* perlu dihubungkan dengan kondisi umat. Perlu diperhatikan media dakwah

²⁵⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan...*, hal. 33-34.

²⁵⁸ Hamzah Yaq'ub, *Publistik Islam Teknik...*, hal. 39-47.

²⁵⁹ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori...*, hal. 61-62.

merupakan kebutuhan umat sebagai sarana menyampaikan pesan agama. Sebagai contoh, masyarakat yang buta huruf sudah tentu media dakwah secara tulis tidak dapat digunakan. Untuk masyarakat yang masih sederhana cara berpikirnya maka media akhlak adalah media yang paling efektif karena lebih mudah dimengerti dari para media dakwah lainnya.²⁶⁰

Sedangkan petani yang masih sederhana berpikirnya, akan lebih berhasil apabila kepada mereka diperhatikan cara bagaimana menggunakan pupuk buatan yang kemudian akan jelas perbedaannya antara tanaman yang dipupuk dengan yang tidak dipupuk dari pada menjelaskan kepada mereka pidato dan gambar-gambar yang masih sukar bagi mereka untuk memercayainya. Adapun bagi umat yang terpelajar, media tulisan dapat diharapkan berhasil dengan baik karena bisa ditangkap oleh mereka. Kini sudah banyak penyebaran agama menggunakan media dakwah modern seperti televisi, radio, media *online* dan sebagainya. Karena itu kemajuan di bidang teknologi alat-alat komunikasi massa mengharuskan penyesuaian pula dalam teknologi. Kemajuan dunia saat ini, para *dā'i* Islam harus menyesuaikan diri dan mengambil peranan aktif di bidang jurnalistik sebagai media komunikasi modern.

Dengan demikian jelas bahwa media dakwah hari ini sangat dibutuhkan *mad'û* yang mendunia karena sudah menjadi kebutuhan dan harapan meski masih ditemukan tantangan. Tentunya media dakwah harus dilakukan dengan maksimal oleh *dā'i* dalam menyampaikan pesan agama Islam kepada umat.

²⁶⁰ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam Teknik...*, hal. 47-49.

Daftar Pustaka

- A.S. Haris Sumadiria. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Symbiosa Rekatama Media, Bandung
- Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Media Dakwah, 1984)
- Abdul Munir Mulkan, *Idiologisasi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta : SIPERS, 1996)
- Abdullah, Dzikron, *Metodologi Dakwah*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1988
- Afdjani, Hadiono, *Dampak Globalisasi Media Terhadap Masyarakat dan Agama dan Masyarakat*, Yogyakarta: Teras.
- Ahmad, Amrullah. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: PLP2M, 1985.
- al-Bukhari, no. 6153 dan Muslim no. 2486
- Ali Azis, Moh.2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta:Prenada Media Group.
- Amin, M. Masyhur, 1997, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, Jakarta: Al amin
- Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009
- Anang Hermawan, *Tantangan Masa Depan Konvergensi Media*, BERNAS JOGJA edisi Kamis, 5 April 2007.
- Anas, Ahmad. 2005. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Anshari, Hafi, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993
- Antar Venus. 2004. *Manajemen Kampanye: Penduan Teoretis dan Praktis Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, H.M, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000
- Arnold Steinberg. 1981. *Kampanye Politik dalam Praktek*. Jakarta: PT Intermasa.

- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Azizy, Qodri. 2003. *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ball, Rokeach dan DeFluer (Terj), 1988. *Teori Komunikasi Massa*, Kuala Lumpur Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Bennet, Tony. "Theories of the Media, Theories of Society" dalam Michael Gurevich, et.al. (Editor), *Culture, Society, and The Media*. New York: Methuen & Co., 1985
- Borders, Gracie Lawson. *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2006
- Bordewijk dan Kaam dalam Denis Mc Quail. 2010. *Mass Communication Theory 5th ed*. London: Sage Publication. Hal. 148.
- Boyd, M. Danah. 2007. *Social Networks Sites: Definition History and Scholarship*. University of California-Berkeley.
- Boyd-Barrett, Oliver. 1980. *The International News Agency*. London: SAGE.
- Branston Gill, dan Roy Stafford. *The Media Student's Book*, Ed.III; London: Routledge, 2003.
- Buhal. *Visi Iptek Memasuki Milenium III*. Jakarta: UI Press. 2000.
- Burhan Bungin. (2014). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cohen, Bernard. *Revolution in Science*. England: Harvard University Press, 1985.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press.
- Cross, Mary. 2011. *Bloggerati, Twiterrati : How Blogs And Twitter Transforming Popular Culture*. California. Praeger
- Dagun, Save M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).

- Dan Nimmo dalam Khoirul Anwar dan Vina Salviana. 2006. *Perilaku Partai Politik: Studi Perilaku Partai Politik dalam Kampanye dan Kecenderungan Pemilih pada Pemilu 2004*. Malang: UMM Press.
- Dan Nimmo. 1970. *The Political Persuaders: The Techniques of Modern Election Campaigns*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Depari, Edward dan Ma Andrrews, Collin. 1982. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1997
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 1993
- Dewdney Andrew and Ride Peter. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge
- Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: Random House.
- Dulwabah, Encep, "Dakwah di Era Konvergensi Media", Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 5, No. 16 Juli-Desember, 2010
- Dwyer, T. 2010. *Media Convergence: Issues in Cultural and Media Studies*, London: McGraw Hill & Open University Press
- Dwyer, Tim. *Media Convergence*. England: Open University Press, 2010
- Eadie, William F. *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Washington DC: Sage Publications, 2009.
- Eadie, William F. *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Washington DC: Sage Publications, 2009.
- Effendy, Onong U. 2000. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Eriyanto, 2011, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKis.
- Everard, J., 2000, *The Virtual States: The Internet and The Boundaries of The Nation-States*, London: Routledge.
- Everett M. Rogers. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Ferber, P., Foltz, F., dan Pugliese, R., 2007, "Cyberdemocracy and Online Politics: A New Model of Interactivity", (internet), Oktober 2007, 27, hal. 391-400. <http://bst.sagepub.com>.

- Fiddler, Roger. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang
- Budaya Filak, Stephen Quinn & Vincent F.(2005).
- Figueroa Maria, Kincaid,D.Lawrence, Rani, Manju, Lewis, Gary. 2002*Communication For Social Change: An Integrated Model for Measuring the Process and Its Outcomes*. New York: The Rockefeller Foundation
- Filak, Stephen Quinn & Vincent F.(2005). *Convergent journalism an introduction*. New York: Focal Press
- Fortier, F, 2001, *Virtuality Check: Power Relations and Alternatif Strategies in Information Society*, London: Verso.
- Fuchs, C., 2008, *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*, London: Routledge.
- Gamble, Michael W. Teri Kwal Gamble. 2002. *Introduction Mass Communication*. Singapore: McGraw-Hill.
- Gane, N., dan David, B., 2008, *New Media: The Key Concepts*, New York: Berg, Garet, P. dan Allan, B., 1998, "Media and Discourse: A Critical Overview", dalam
- Garret P. dan Bell, Allan., (ed.), 1998, *Approaches to Media Discourse*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Grant, August E. & Meadows, Jennifer H. (2008). *Communication Technology Update and Fundamentals*,focal Press USA
- Green, Leila. 2010.*The Internet. An Introduction to New Media*. New York: Berg
- Jenkins, Henry 2006.*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realita Politik dalam Media Massa (suatu study Critical Discourse Analysis terhadap berita-berita Politik)*. Jakarta: Granit.
- Hamzah Ya'kub, "*Publisistik Islam : Teknik Dakwah dan Leadership*", (Bandung: Diponegoro, 1998)
- Harahap, Krisna. 2002. *Kebebasan Pers di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jakarta: Grafiti Budi Utami.
- Hartley. John. *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. New York: Routledge, 2004
- Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2000
- Hasjmi, A, *Dustur Dakwah Menurut Al-Quran*, Jakarta: Bulan Bintang, 1994
- Hasuddin, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005

- Hermawan, Anang, Tantangan Masa Depan Konvergensi Media, Yogyakarta: BERNAS JOGJA edisi Kamis, 5 April 2007
- Holmes, David, 2012. *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ibrahim, Marwah Daud. *Teknologi, Emansipasi, dan Transendensi: Wacana Peradaban dengan Visi Islam*, Cet.II; Bandung: Mizan, 1995.
- Ismail, Nawari. 2010. *Pergumulan Dakwah Islam Dalam Konteks Sosial Budaya; Analisis Kasus Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Jeffres, Leo W. *Mass Media: Processes and Effect*, Illinois: Waveland, 1986.
- Juniawati, *Dakwah Melalui Media Elektronik*, dalam E-Journal UIN SUKA, Jurnal Dakwah, Vol. XV, No. 2 Tahun 2014
- Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, Jogjakarta: Sipsess.
- Ketut Sukardi, Dewa, *Suatu Bimbingan dan Penyuluhan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1983
- Khadziq, 2009, Islam dan Budaya Lokal; Belajar Memahami Realitas *Komunika 1*, (2007), 55-78.
- Khun, Thomas S. *Peran Paradigma Dalam Revolusi Sain*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989.
- Koentjaraningrat. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Leah Lievrouw dan Sonia Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London: Sage Publications Ltd.
- Leah Lievrouw dan Sonia Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London: Sage Publications Ltd. Hal. 4-7
- Lievrouw, Leah A. & Livingstone, Sonia M. (2006). *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. SAGE. London.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Lily Romli (ed.). 2009. *Evaluasi Pemilu Legislatif 2009: Tinjauan Atas Proses Pemilu, Strategi Kampanye, Perilaku Memilih dan Konstelasi Politik Hasil Pemilu*. Jakarta: LIPI Press.

- Lily Romli (ed.). 2009. *Evaluasi Pemilu Legislatif 2009: Tinjauan Atas Proses Pemilu, Strategi Kampanye, Perilaku Memilih dan Konstelasi Politik Hasil Pemilu*. Jakarta: LIPI Press. Hal. 57
- Little John, Steven W. 2000. *Theories of Human Communication*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Lukens-Bull, Ronald, Amanda Pandich, John P. Woods, "Islamization as
- M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Pedoman Ilmu Jaya, 1997)
- M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Pedoman Ilmu Jaya, 1997)
- Madjid, Nurcholis, 2000, *Islam Doktrin dan Peradaban; Sebuah Telaah Kritis Tentang Masalah Keimanan, Kemanusiaan, dan Kemoderenan*, cet-IV, Jakarta: Yayasan Wakaf Paramadina.
- Madjid, Abd.2000. *Tantangan dan Harapan Umat Islam di Era Globalisasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Mahayana, Dimitri. *Menjemput Masa Depan: Futuristik dan Rekayasa Masyarakat Menuju Era Global*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Mahfudz, Syeikh Ali, 1975, *Hidayah Al-Mursyidin*, cet ke-VII, Mesir: Dar al-Mishr.
- Martin, Royston dan Creebe, Glen. 2009. *Digital Cultures Understanding New Media*.
- Masduki, Jurnalistik Radio, Yogyakarta: LkiS, 2001
- McLuhen, Marshall. 2004. *Understanding Media*. New York: Routledge Classics.
- Melkote, Srinivas R. (1998). *Communication for development in the third world: theory and practise*. Cetakan ke-7. London: Sage Publications
- Mirah Mahaswari (2011). *Media Baru dan Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Miriam Budiardjo. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005

- Momon Sudarma. ((2014). *Sosiologi Komunikasi*. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Moog dan Sluyter-Beltrao dalam Barrie Axford dan Richard Huggins (eds.). 2001. *New Media and Politics*. London: Sage Publications Ltd.
- Moog dan Sluyter-Beltrao dalam Barrie Axford dan Richard Huggins (eds.). 2001. *New Media and Politics*. London: Sage Publications Ltd. Hal. 34
- Mubarok, Achmad, *Solusi Krisis Kerohanian Manusia Modern ; Jiwa dalam Al- Quran*, Jakarta: Paramadina, 2000
- Muhidin, Asep. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Muis, A. *Komunikasi Islam*, Cet. I; Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2001.
- Mulkhan, Abdul Munir, 1996, *Ideologisasi Gerakan Dakwah; Episod*
- Mulyana, Asep, S.IP.,M.A.*Konglomerasi Media di Era Digital dan Kebebasan Informasi*. Jakarta: Bagian Pengkajian dan Penelitian Biro Pemajuan Hak Asasi Manusia Komisi Nasional Hal Asasi Manusia, 2012
- Müller, Johannes, 2006, *Perkembangan Masyarakat Lintas Ilmu*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nanang, Martono. *Sosiologi Perubah-An Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Postkolonial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012.
- Nasrullah, Rulli, 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Natsir, M. "Fungsi Dakwah Perjuangan" dalam Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta: Sipres, 1996
- Onong Udjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung , CV Mandar Maju, 1998)
- Onong Udjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung , CV Mandar Maju, 1998)
- Paxson, Peyton.2010. *Mass Communication and Media Studies: An Introduction*. New York: Sheridan Books, Inc.
- Peter Dahlgren dalam Klaus Bruhn. 2004. *A Handbook of Media and Communication Research: Quantitative and Qualitative Methodologist*. London: Routledge.

- Phillip N. Howard. 2006. *New Media Campaigns and Managed Citizen*. New York: Cambridge University Press.
- Pooerwardamita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993
- Preston, Paschal. (2001). *Reshaping Communications: Technology, Information and Social Change* SAGE London
- Prihartono, Wahyu Anton, "Surat Kabar dan Konvergensi Media Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos" *Jurnal Channel* Vol. 4 No. 1 April 2016
- R. Wayne Pace dan Don F. Faules. 2002. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rafiq, Mohd., "Tantangan dan Peluang Komunikasi Islam di Era Globalisasi Cet ke VI, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Razak, Mohd Abbas Abdul, "Globalization and its Impact on Education and Rice R.E. 1984. *The New Media: Communication, Research and Technology*. California: Sage.
- Rice R.E. 1984. *The New Media: Communication, Research and Technology*. California: Sage.
- Rochyati Wahyuni Triana. 2007. *Seri Buku Ajar: Azas-Azas Manajemen 1*. Surabaya: Fisip Unair.
- Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick. 2008. *Mass Media Research: An Introduction*. 9th Edition. Belmont, CA: Thomson Wadsworth Publishing Co.
- Rogers dan Kincaid dalam Maria Elena Figueroa, dkk. 2002. *Communication for Social Change: An Integrated Model for Measuring the Process and Its Outcomes*. New York: The Rockefeller Foundation.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*.
- Ronald Rice dan William Paisley. 1981. *Public Communication Campaign*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Roqib, Moh., "Dakwah Islam; Antara Harmonisasi dan Dinamisasi", *Jurnal*
- Rubba, Sheh Sulhawi, *Institusi Islamisasi dan Metoda Dakwah di Wilayah Nusantara*, Surabaya: GARISI, 2015

- Rubiyannah. Masturi, Ade, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Saefuddin, Asep. "Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban", dalam *Jurnal Mediator*, Vol. 9. No. 2. Desember 2008.
- Safei, Agus Ahmad, 2003, *Memimpin Dengan Hati yang Selesai: Jejak Langkah dan Pemikiran Baru Dakwah K.H. Syukriadi Sambas*, Bandung: Pustaka Setia.
- Sanwar, Aminuddin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 2000
- Saputra, Wahidin, 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sardar, Ziauddin.1996. *Tantangan Dunia Islam Abad 21 Menjangkau Informasi*. Bandung:
- Scheufele, Dietram A. 1999. *Framing as Theory of Media Effect*. Makalah. International Communication Assosiation.
- Shihab, M.Quraissy, *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, 2001
- Sitindaon, Martin, "10 Negara Pengguna Facebook Terbesar di Dunia",
- Sochoet, Hoeta, *Media Komunikasi*, Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2003
- Soeito, Samuel, *Psikologi Pendidikan II*, Jakarta: FEUI, 1982
- Soekartono, S.IP., M.SI. *Konvergensi Media dan Masa Depan Bangsa*, 2010
- Soyogyo, dan Pujiwati Soyogyo, *Sosiologi Pedesaan Kumpulan Bacaan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1999
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Suhandang, Kustadi, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2013
- Suryasubrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998
- Syaiful Rohim. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syukir, Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al ikhlas, 1986

- Tamburaka, Apriadi, 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada.
- Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011
- Thayer, Lee. *Communication and Communication Systems: in Organization, Management, and Interpersonal Relations*, Illinois, Richard D. Irwin, Inc., 1968.
- Univerity of Copenhagen. *Media Convergence, Mediated Communication, and the Transformation of the Public Sphere*
- Usman Ks. 2009. *Ekonomi Media: Pengantar Konsep Dan Aplikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- W. Lance Bennet. 2003. *Contesting Media Power*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Wahono, Tri (ed), "Twitter Tembus 145 Juta Pengguna", *Kompas*, 5
- Watkinson, John. *Convergence in Broadcast and Communications Media*. Oxford: Focal Press, 2001
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2007, *Introducing Communication*
- Widiatmaja, Rochiati, *Metode Penelitian Tindakan Kelas*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2007
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*, Cet. I; Jakarta: PT Grasindo, 2000.
- Wisnu Martha Adiputra. 2010. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media.
- Ya'qub, Hamzah, Publistik Islam, Bandung: Diponegoro, 1992
- Yunus, Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1990
- Zulkarimein Nasution (1989), *Teknologi Komunikasi dalam Perspektif Jilid I: Latar Belakang dan Perkembangannya*, Jakarta, Lembaga Penerbi Fak. Ekonomi UI.

Jurnal

- Aboshouk, Ahmed Ibrahim, "Globalization and Muslim Identity Challenges and Prospect", *The Moslem World Journal* 96, (2006), 487-505,

- http://identities.org.ru/readings/Globalisation_Muslim_I_D.pdf (diakses 17 Juni 2013).
- Al-Bayanuni, M. Abul al-Fath, 1991, *Al-Madkhal ila'Ilm al-Da'wah*, Alhadath, Ardian, "Media Massa dan Transformasi Sosial; Sebuah Pengantar", *Jurnal CIVIC* 1, (2003), 11-26, <http://www.fisip.ui.ac.id/pacivisui/repository/civic/civici2/2-Ardian.pdf> (diakses 16 Juni 2013).
- Ardians, Sisi Positif dan Negatif Konvergensi, <http://unikom.ac.id/>, diakses tanggal 30 Desember 2012
- Budaya Indonesia", (2007), <http://jurnal.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2007/04/blcom-04-vol2-no2-april20071.pdf> (diakses 15 juni 2013).
- Chenault, Brittney G., "Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer-Mediated Communication", *CMC Magazine*, 1998, <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chena ult.html>
- Convergent journalism an introduction. New York: Focal Press
- Melkote, Srinivas R. (1998). *Communication for development in the third world: theory and practise*. Cetakan ke-7. London: Sage Publications
- Culture", *World Journal of Islamic History and Civilization*,1, (2011), 59-69, [http://idosi.org/wjihc/wjihc1\(1\)11/6.pdf](http://idosi.org/wjihc/wjihc1(1)11/6.pdf) (diakses 12 juni 2013).
- Danaeefard, Hassan dan Tayebbeh Abbasi, "Globalization and Global Innovation", (2011), 67-80, http://cdn.intechopen.com/pdfs/17417/InTech-Globalization_and_global_innovations.pdf (diakses 16 Juni 2013).
- Dulwahab, Encep, "Dakwah di Era Konvergensi Media", *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 5, No. 16 Juli-Desember, 2010
- Hakam, Ulil (Dosen Sekolah Tinggi Multi Media MMTc Yogyakarta) *Konvergensi Media dalam Radio Komunitas.Yogyakarta: uulwach74@yahoo.co.id* ,2011 disetujui 14 Juni 2011
- Hakam, Ulil (Dosen Sekolah Tinggi Multi Media MMTc Yogyakarta) *Konvergensi Media dalam Radio Komunitas*.

- Yogyakarta: uulwach74@yahoo.co.id ,2011 disetujui 14 Juni 2011
- Haynes, Audrey. 2008. *Making an Impression in the 21st Century: An Examination of Campaign Use of New Media in the 2008 Presidential Nomination Campaign*. School of Public and International Affairs University of Georgia. Diakses tanggal 26 Maret 2013
- Haynes, Audrey. 2008. *Making an Impression in the 21st Century: An Examination of Campaign Use of New Media in the 2008 Presidential Nomination Campaign*. School of Public and International Affairs University of Georgia. Diakses tanggal 26 Maret 2013
- Ilaihi, Wahyu, Komunikasi Dakwah, Bandung: Rosdakarya, 2010
- indonesia-urutan-pertama-pengguna-twitter-di-asia (diakses 17 Juni Informasi", *Jurnal Analitica Islamica*, Vol.5, No.3, (2003), 149-168, <http://idb2.wikispaces.com/file/view/ok2015.pdf> (diakses 17 Juni Juni 2013).
- Jenkins, H. (2004). *The cultural logic of media convergence, International*
- Jenkins, Henry. 2001 *Convergence? I Diverge*. Technology Review *Journal of Cultural Studies*, Volume 7(1): 33-43.
- Jurriens, Edwin 2009. *From Monologue to Dialogue: Radio and Reform In Indonesia*. Leiden: KITLV Press
- Lipman, Victor, "The World's Most Active Twitter Country? (Hint: Its Citizens Can't Use Twitter)", Forbes, January,5, 2013, <http://www.forbes.com/sites/victorlipman/2013/05/01/the-worlds-most-active-twitter-country-hint-its-citizens-cant-use-twitter/> (diakses, 17 Juni 2013).
- Mulyana, Asep, S.IP.,M.A..*Konglomerasi Media di Era Digital dan Kebebasan Informasi*.Jakarta: Bagian Pengkajian dan Penelitian Biro Pemajuan Hak Asasi Manusia Komisi Nasional Hal Asasi Manusia, 2012
- Nimmo, Dan, 2005, *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan, dan Media*, Part of Globalization: Some Southeast Asian Examples", *Journal of International and Global Studies*, Vol. 3, 32-46, <http://www.lindenwood.edu/jigs/docs/volume3Issue2/essays/32-46.pdf> (diakses 17 Juni 2013).

- Prihartono, Wahyu Anton, "Surat Kabar dan Konvergensi Media Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos" Jurnal Channel Vol. 4 No. 1 April 2016
- Raharjo, Budi, "Rancangan abc eBook", Disampaikan pada Seminar "Kiat Menulis Buku dan Informasi Ilmiah".Diselenggarakan oleh Penerbit ITB & Departemen Fisika ITB, (Bandung 20 Agustus 2002), [http://eprints.rclis.org/11757/1/ebook-abc2 - by BR.pdf](http://eprints.rclis.org/11757/1/ebook-abc2-by BR.pdf)
- Ridell, Petter G., "Globalisation, Western and Islamic, into the 21st Century: Perspectives from Southeast Asia and Beyond", *Journal Asian Christian Review* , 2, (2008), 128-152, http://www.asianchristianreview.org/acr_pdf/acr_pdf_0202-
- Select Committee on Communications. *Media Convergence*. London: Authority of the House of Lords,2013 diterbitkan 27 Maret 2013
- Select Committee on Communications. *Media Convergence*. London: Authority of the House of Lords,2013 diterbitkan 27 Maret 2013
- Setiawan, Judhie. (2009). *Konvergensi Teknologi dan Media* (internet). Tersedia dalam: <http://www.slideshare.net/judhie/konvergensi> (diakses 20 Maret 2019).
- Sjafriani, Ririn, (Red) "Indonesia Urutan Pertama Pengguna Twitter di Asia", *Republika*, 28 Januari 2010, <http://www.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/10/01/28/102496>
- Soekartono,S.IP.,M.SI. *Konvergensi Media dan Masa Depan Bangsa*, 2010
- Tapper, H., "The Potential Risks of the Local in the Global Information society", *Journal of Social Philosophy*, 31, (2000), 524-434. *Theory, Third Edition*, New York: The McGraw Hill.
- Tjahyana, Lady Joanne. Moblog sebagai Konvergensi New Media. Surabaya: joanne@peter.petra.ac.id, 2008
- Tjahyana,Lady Joanne. *Moblog sebagai Konvergensi New Media*. Surabaya: joanne@ peter.petra.ac.id. 2008

University of Copenhagen. *Media Convergence, Mediated Communication, and the Transformation of the Public Sphere* Oktober 2003

Zamris Habib, *Peranan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah*, dalam www.zamrishabib.web.id diakses tanggal 15 Januari 2016

Sumber Internet:

http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/144207-pengguna_twitter_capai_105_juta (diakses 17 Juni 2018).

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, (diakses 17 Juni 2018).

<http://www.internetworldstats.com/facebook.htm> (diakses 17 Juni 2018). <http://www.nu.or.id>

<http://www.muhammadiyah.or.id>

<http://www.persis.or.id> <http://www.fpi.or.id>

<http://www.slideshare.net/judhie/konvergensi>

http://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media

<http://mauhibi.blogspot.com/2010/12/pengertian-bandwith-baseband-broadband.html>

<http://nizaru.blogspot.com/2011/11/konsep-teknologi-konvergensi-jejaring.html>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>

<http://www.voaindonesia.com/info/podcasts/2170.html>

<http://id.wikipedia.org/wiki/RSS>

<http://www.kadekbagus.com/sejarah-rss.html>

<http://nana-afrina.blogspot.com/2011/04/cara-kerja-iptv.html>

<http://strawberry-mucha.blogspot.com/2009/12/sejarah-ip-tv.html>

<http://arnoldk01.files.wordpress.com/2013/02/three-cs.png>
(gambar)

http://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media

<http://konvergensi.komunikasi.or.id/5/post/2011/09/teknologi-5-dimensi-bernama-konvergensi.html> tersedia online [18 April 2018]

<http://sahira.blog.binusian.org/2011/04/15/response-konvergensi-media/> tersedia online [18 April 2013]

Dr. Jasafat, M.A

Ardians, Sisi Positif dan Negatif Konvergensi,
<http://unikom.ac.id/>, diakses tanggal 30 Desember 2018
http://wikipedia.com//konvergensi_media, diakses tanggal 14
Juni 2018