

MEDIA DAKWAH DAN TANTANGANNYA DI ERA GLOBALISASI

SKRIPSI

Diajukan oleh:

AKMAL SAPUTRA

NIM: 411005981

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2017 M /1438 H**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**AKMAL SAPUTRA
NIM. 411005981**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

 27/7/2017.
Dr. Jasafat, MA.
NIP. 196312311994021001

Pembimbing II,

 28/7/2017
Taufik, SE., Ak., M. Ed
NIP. 197705102009011013

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**AKMAL SAPUTRA
NIM. 411005981**

Pada Hari/Tanggal

**Kamis, 3 Agustus 2017 M
10 Zulqa'idah 1438 H**

di

Darussalam-Banda Aceh

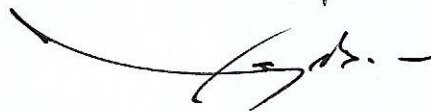
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



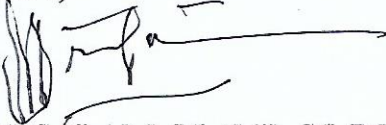
**Dr. Usafat, MA
NIP. 196312311994021001**

Sekretaris,



**Taufik, SE.Ak., M.Ed
NIP. 197705102009011013**

Anggota I,



**Drs. M. Sufi Abd. Muthlib, M. Pd
NIP. 195212121980031006**

Anggota II,



**Drs. Syukri Syamaun, M. Ag
NIP. 196412311996031006**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



**Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.
NIP. 19641220 198412 2 001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Akmal Saputra

NIM : 411005981

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 20 juli 2017

Yang Menyatakan,



Akmal Saputra

NIM. 411005981

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	ix
 BAB I: PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Defenisi Operasional	11
 BAB II: LANDASAN TEORI.....	 15
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	15
B. Media.....	20
1. Pengertian Media.....	20
2. Jenis-Jenis Media.....	21
3. Bentuk-bentuk Media	22
4. Fungsi Media	28
C. Dakwah.....	29
1. Pengertian dakwah.....	29
2. Dasar Hukum Dakwah	30
3. Tujuan Dakwah	32
4. Metode Dakwah.....	33

D. Media Dakwah.....	35
1. Pengertian Media dakwah	42
2. Jenis-Jenis Media Dakwah	44
3. Bentuk-bentuk media dakwah	40
4. Prinsip-Prinsip Media Dakwah	40
5. Fungsi Media Dakwah	42
6. Manfaat Media dakwah.....	43
E. Era Globalisasi	44
1. Pengertian Era Globalisasi	44
2. Awal Mula Era Globalisasi	45
3. Ciri-Ciri Era Globalisasi	47
4. Dampak Era Globalisasi.....	48
F. Perkembangan Media Dakwah Sebelum Era Globalisasi	49
BAB III: METODE PENELITIAN.....	56
A. Metode Penelitian.....	56
B. Pendekatan Penelitian	58
C. Subjek Penelitian.....	58
D. Teknik Pengumpulan Data.....	59
E. Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Perkembangan Media Dakwah Di Era Globalisasi	61
1. Perkembangan media dakwah dari aspek fungsinya	63
2. Perkembangan media dakwah dari aspek manfaatnya	69
3. Kelebihan Dan Kekurangan Media dakwah Di Era Globalisasi .	70

B. Perkembangan Media Yang Mempengaruhi Cara Berdakwah	76
1. Pengaruh Perkembangan Media Dari Segi Jumlah Audien	80
a) Metode Dakwah Perorangan	80
b) Dakwah Klompok	80
2. Pengaruh Media Dakwah Dari Aspek Penyampaian	81
a) Cara Berdakwah Secara Lngsung	81
b) Cara Berdakwah Secara Tidak Langsug	81
C. Tantangan Media Dakwah Di Era Globalisasi.....	81
a) Tantangan Media Cetak Di Era Globalisasi	90
b) Tantangan Media Elektronik Di Era Globalisasi.....	91
c) Tantangan Media Onlane Di Era Globalisasi	92
Bab V: Penutup	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	ix
 BAB I: PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Defenisi Operasional	11
 BAB II: LANDASAN TEORI.....	 15
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	15
B. Media.....	20
1. Pengertian Media.....	20
2. Jenis-Jenis Media.....	21
3. Bentuk-bentuk Media	22
4. Fungsi Media	28
C. Dakwah.....	29
1. Pengertian dakwah.....	29
2. Dasar Hukum Dakwah	30
3. Tujuan Dakwah	32
4. Metode Dakwah.....	33

D. Media Dakwah.....	35
1. Pengertian Media dakwah	42
2. Jenis-Jenis Media Dakwah	44
3. Bentuk-bentuk media dakwah	40
4. Prinsip-Prinsip Media Dakwah	40
5. Fungsi Media Dakwah	42
6. Manfaat Media dakwah.....	43
E. Era Globalisasi	44
1. Pengertian Era Globalisasi	44
2. Awal Mula Era Globalisasi	45
3. Ciri-Ciri Era Globalisasi	47
4. Dampak Era Globalisasi.....	48
F. Perkembangan Media Dakwah Sebelum Era Globalisasi	49
BAB III: METODE PENELITIAN.....	56
A. Metode Penelitian.....	56
B. Pendekatan Penelitian	58
C. Subjek Penelitian.....	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59
E. Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Perkembangan Media Dakwah Di Era Globalisasi	61
1. Perkembangan media dakwah dari aspek fungsinya	63
2. Perkembangan media dakwah dari aspek manfaatnya	69
3. Kelebihan Dan Kekurangan Media dakwah Di Era Globalisasi	70

B. Perkembangan Media Yang Mempengaruhi Cara Berdakwah	76
1. Pengaruh Perkembangan Media Dari Segi Jumlah Audien	80
a) Metode Dakwah Perorangan	80
b) Dakwah Klompok	80
2. Pengaruh Media Dakwah Dari Aspek Penyampaian	81
a) Cara Berdakwah Secara Lngsung	81
b) Cara Berdakwah Secara Tidak Langsug	81
C. Tantangan Media Dakwah Di Era Globalisasi.....	81
a) Tantangan Media Cetak Di Era Globalisasi	90
b) Tantangan Media Elektronik Di Era Globalisasi.....	91
c) Tantangan Media Onlane Di Era Globalisasi	92
Bab V: Penutup	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah Islamiyah bisa dilakukan melalui media teknologi, seperti media televisi, radio, media cetak maupun internet (*facebook*). Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media, dimana hal ini merupakan salah satu wujud dari era reformasi dan keterbukaan informasi. Terkait hal tersebut masalah penelitian ini adalah bagaimana perkembangan media dakwah di era globalisasi, apakah media yang ada saat ini mempengaruhi cara berdakwah dan apa hambatan dan tantangan media dakwah di era globalisasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perkembangan media dakwah di era globalisasi, untuk mengetahui pengaruh media yang ada dalam berdakwah dan untuk mengetahui hambatan dan tantangan media dakwah di era globalisasi. Adapun metode yang digunakan adalah kajian kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian dalam skripsi ini adalah dakwah sebagai salah satu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada kemajuan yang semakin canggih dan tidak terlepas dari adaptasi terhadap kemajuan itu, artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada ceramah-ceramah di masjid atau tabligh akbar. Saat ini, dakwah harus dikemas dengan kondisi zaman, seperti pada zaman kenabian, pada zaman ghaib, zaman tradisional dan zaman IT. Hal ini dirangkum dalam minat pendengar. Sedangkan dengan tantangan dakwah, dimana saat ini penggunaan media dakwah telah terjadi eksesi globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Kemajuan pesat iptek telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi.

Kata kunci: *Media dakwah dan era globalisasi*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Islam merupakan agama terakhir yang diturunkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW, untuk membina umat manusia supaya berpegang teguh kepada ajaran-ajaran yang benar dan diridhai Allah serta untuk mencapai kebahagiaan hidup manusia, baik dunia maupun akhirat. Agama Islam merupakan agama penyempurna dari keberadaan agama-agama sebelumnya. Perkembangan agama Islam yang disebarkan oleh Nabi Muhammad SAW di Makkah, Madinah dan kemudian berkembang keseluruh dunia tidak lain adalah karena adanya proses dakwah yang dilakukan oleh tokoh Islam. Perkembangan dakwah Islamiyah inilah yang menyebabkan agama Islam senantiasa berkembang dan disebarluaskan kepada masyarakat.¹

Menurut L. Stoddard, dalam bukunya, *The New World of Islam*², sebagaimana yang dikutip oleh Samsul Munir Amir dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, menyebutkan: “Bangkitnya Islam merupakan suatu peristiwa paling menakjubkan dalam sejarah manusia. Hanya dalam tempo seabad saja, dari gurun tandus dan suku bangsa terbelakang, Islam tersebar hampir menggenangi separuh dunia. Menghancurkan

¹Sayyid Muhammad Alwi Al-Maliki Al-Hasani. *Kiat Sukses Dalam Berdakwah*, (Jakarta: Amzah, 2006). hlm. xi

² L.Stoddard, *The New World of Islam (Dunia Baru Islam)*, (Terj. M. Muljadi Djojomartono). Malang: Panitia Dunia Baru Islam, 1966). hlm. 174.

kerajaan-kerajaan besar, memusnahkan beberapa agama besar, yang telah dianut berbilang zaman dan abad. Mengadakan revolusi berpikir dalam jiwa dan bangsa. Dan sekaligus membina satu dunia baru, yaitu dunia Islam”.³

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim untuk mengajak manusia ke jalan Allah, seperti yang telah ditegaskan Allah dalam Q.S an-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

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

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl: 125).

Dalam tafsir Ibnu Katsir, ayat di atas menjelaskan bahwa Allah Swt telah berfirman seraya memerintahkan Rasul-Nya, Nabi Muhammad Saw agar menyeru umat manusia dengan penuh hikmah. Ibnu Jarir mengatakan, yaitu apa yang telah diturunkan kepada beliau berupa Al-qur'an dan Sunnah serta pelajaran yang baik, yang di dalamnya berwujud larangan dan berbagai peristiwa yang disebutkan agar mereka waspada terhadap siksa Allah Swt. Firman Allah Swt, “Dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik”, yakni, barangsiapa yang membutuhkan dialog dan tukar

³ Samsul Munir Amir. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2009). hlm. 17.

pikiran, maka hendaklah dilakukan dengan cara yang baik, lemah lembut, serta tutur kata yang baik.⁴

Hal di atas sesuai dengan firman Allah Ta'ala: “Dan janganlah kamu berdebat dengan Ahli Kitab, melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang dhalim di antara mereka,” dan ayat seterusnya. Dengan demikian, Allah Swt memerintahkannya untuk berlemah lembut, sebagaimana yang Dia perintahkan kepada Musa as. dan Harun as. ketika Dia mengutus keduanya kepada Fir'aun, melalui firman-Nya: “Maka bicaralah kamu berdua dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan dia ingat atau takut.”⁵

Jalan dakwah yang merupakan segala-galanya bagi seorang aktivis dakwah adalah jalan yang lebih membutuhkan bekal yang menghindarkan aktivis dari penyimpangan, kegagalan atau menghambat perjalanan. Sebab hal itu mengakibatkan kerugian nyata, hilangnya kebaikan yang banyak, dan terhalang untuk mendapatkan keuntungan besar.⁶ Oleh karenanya, dalam mengembangkan misi dakwah, baik yang dilakukan sendiri maupun jama'ah atau lembaga-lembaga dakwah bertujuan untuk mengajak umat manusia masuk ke dalam sistem ajaran Islam dalam semua segi kehidupan sehingga Islam terwujud dalam dinamika kehidupan fardiyah, usrah, jama'ah dan ummah. Sampai terbentuknya apa yang disebutkan dengan *Khairul*

⁴ Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2003). hlm. 181.

⁵ Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*....

⁶ Syaikh Musthafa Masyhur. *Fiqh Dakwah Jilid 2*. (Jakarta: Al-I'tishom Cahaya Umat, 2005). hlm. 7

Ummah.⁷ Tentunya, dari persoalan dakwah hendaknya harus dilakukan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan akhirat.⁸ Sebagaimana firman Allah Swt dalam Quran Surat Al-Fushsilat ayat 33.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?.*

Tafsir al azhar ayat di atas menjelaskan tentang tidak ada yang paling baik ucapannya, jalannya dan keadaannya, yaitu dengan mengajarkan orang-orang yang tidak tahu, menasehati orang-orang yang lalai dan berpaling serta membantah orang-orang yang batil, yaitu dengan memerintahkan manusia beribadah kepada Allah dengan semua bentuknya, mendorong melakukannya, menghias semampunya, melarang apa yang dilarang Allah, memperburuk larangan itu dengan segala cara agar manusia menjauhinya. Terutama sekali dalam hal ini (dakwah) adalah mengajak manusia masuk Islam, agar mereka mengikrarkan Laailaahailallah, menghiasnya, membantah musuh-musuhnya dengan cara yang baik, melarang hal yang berlawanan dengannya berupa kekafiran dan kemusyrikan, serta melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Termasuk *dakwah ilallah* adalah membuat manusia mencintai Allah dengan menyebutkan lebih rinci nikmat-nikmat-Nya, luasnya kepemurahan-Nya,

⁷ Khatib Pahlawan Kayo. *Kepemimpinan Islam dan Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2005). hlm. 1

⁸ Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Ombak; anggota IKAPI, 2013). hlm. 11.

sempurnanya rahmat-Nya, serta menyebutkan sifat-sifat sempurna-Nya dan sifat-sifat keagungan-Nya. Termasuk pula mendorong manusia mengamalkan akhlak Islam seperti berakhlak mulia, berbuat ihsan kepada manusia, membalas keburukan dengan kebaikan, menyambung tali silaturahmi dan berbakti kepada kedua orang tua. Termasuk pula memberi nasihat kepada manusia pada musim-musim tertentu di mana mereka berkumpul pada musim-musim itu dengan dakwah yang sesuai dengan kondisi ketika itu dan lain sebagainya yang isinya mengajak kepada semua kebaikan serta menakut-nakuti terhadap semua keburukan.⁹

Dakwah tidak hanya dilakukan sebatas pemberian khutbah di Masjid atau Mushalla, kantor-kantor, sekolah dan lembaga formal lainnya. Tetapi seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah Islamiyah bisa dilakukan melalui media teknologi, seperti media televisi, radio, media cetak maupun internet (facebook). Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media. Merebaknya media saat ini seperti media cetak dan online merupakan salah satu wujud dari era reformasi dan keterbukaan informasi. Fungsi media itu sendiri adalah memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.¹⁰

Penguasaan terhadap media merupakan terobosan terhadap efisiensi dan efektifitas dakwah, karena hal ini berhubungan erat dengan transformasi pemikiran, terutama dikalangan *educated middle class* (pendidikan kelas menengah) sebagai elemen strategis dari unsur perubahan masyarakat. Kalangan ini selalu mencari

⁹ Hamka. *Tafsir Al Azhar*. (Surabaya: Pustaka Islam, 1960). hlm. 186.

¹⁰ Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam*. (Jakarta: Harakah, 2002). hlm. 64.

tatanan terbaik yang akan meningkatkan kualitas masyarakat di masa depan. Faktanya, mereka adalah kalangan yang paling intens berinteraksi dengan media, baik televisi, radio bahkan dalam dunia *cyber* (internet).¹¹

Seiring kemajuan teknologi dan informasi, membuat cara berdakwah pun mengalami perkembangan. Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana, tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi agar pesan dakwah lebih meluas dan bisa dilakukan secara efektif. Kegiatan dakwah sifatnya massal maka penerima pesan dakwah tidak hanya dikalangan tertentu saja. Kalangan yang dijangkau bisa luas begitu pula dampak yang ditimbulkannya. Dari kemajuan teknologi informasi di era globalisasi, asas manfaat dari tujuan yang akan dicapai oleh kegiatan dakwah adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah SWT dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari sehingga tercipta makhluk yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik, keluarga yang sakinah atau harmonis, komunitas yang tangguh serta masyarakat madani yang pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju.¹²

Globalisasi adalah sebuah fenomena ketika informasi dapat diperoleh dengan mudah melalui media massa, seperti radio, televisi, surat kabar dan internet. Dalam buku *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, karangan A. Qodry Azizy seperti yang dikutip dari Akbar S Ahmed dan Hansting Donnan menyebutkan

¹¹ Dian Mursyidah dan Agus Salim. Dalam *Media Akademika*, Vol. 27, No.4, Oktober 2012.

¹² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 9.

globalisasi sebagai perkembangan-peembangan yang cepat didalam teknologi komunikasi, transformasi, informasi yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh (menjadi hal-hal) yang bisa dijangkau dengan mudah.¹³

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

1. Budaya dan gaya hidup serba seragam dengan tanpa mempertimbangkan urgensinya, seperti pada menu makan, mode pakaian dan kesenangan hiburan.
2. Infiltrasi budaya dan tata nilai asing yang lebih intens dan masif yang banyak bertentangan dengan identitas kepribadian bangsa dan moral agama, seperti melalui televisi dan film.
3. Merebaknya konsumtivisme yang menggiring umat manusia kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik.¹⁴

¹³ A. Qodri Azizy, *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2004). hlm. 74.

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

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau memang terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, film, internet, dan yang sejenis.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

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

- a. Media cetak, yaitu segala sesuatu yang dicetak seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dan lain-lain.

¹⁴ Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi*. Dalam Jurnal At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 1, nomor 1, Januari-Juni 2013.

- b. Media visual, yaitu media yang dapat dilihat seperti pameran, lukisan, foto, slide, dan lain-lain.
- c. Media audio, yaitu media yang dapat didengar seperti radio, tape recorder, gramofon, telephon, dan lain-lain.
- d. Media audio-visual, yaitu media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus seperti, televisi, video, VCD, film, dan lain-lain.

Semua media dakwah tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pesan kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan tersebut.¹⁵ Oleh karena itu, penulis memilih judul ini agar media dakwah juga mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan dan menunjang dakwah di era globalisasi. Menariknya, saat ini dakwah melalui media sangat berpengaruh bagi orang banyak dalam menentukan sikap dalam berdakwah, seperti kasus Front Pembela Islam melawan Ahokers (pendukung Ahok).

Dalam kajian sebelumnya, persoalan media dakwah juga sudah dibahas dengan studi kajian yang berbeda atau dari sisi lainnya. Namun, dalam penelitian ini, penulis membahas tentang “Media Dakwah dan Tantangannya di Era Globalisasi”. Dalam kajiannya, peneliti mengkaji peluang dan tantangan media dakwah di era globalisasi. Artinya, dalam kajian ini lebih melihat rasionalitas kondisi pendakwah di

¹⁵ Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006). hlm. 102

era modern serta bagaimana mewujudkan dakwah melalui media yang baik dan menyeluruh.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di sampaikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut

1. Bagaimana perkembangan media dakwah di era globalisasi?
2. Apakah perkembangan media mempengaruhi cara berdakwah?
3. Apa tantangan media dakwah di era globalisasi?

C. Tujuan Penelitian.

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan media dakwah di era globalisasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh media yang ada dalam berdakwah.
3. Untuk mengetahui tantangan media dakwah di era globalisasi.

D. Manfaat Penelitian.

1. Secara Teoritis.

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi jurnalistik, khususnya yang berkaitan dengan media dakwah di era globalisasi.

2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi bagi ilmu komunikasi jurnalistik.
3. Dalam penelitian ini juga akan dibahas tentang peran ulama dalam berdakwah melalui media, seperti facebook maupun televisi.

2. Secara Praktis.

1. Dalam skripsi ini, penulis melakukan penelitian di Aceh, khususnya pada tempat-tempat yang berhubungan dengan dakwah, seperti media dakwah yang dilakukan di Televisi, surat kabar, mimbar dan media dakwah lainnya.
2. Penelitian ini membahas tentang pendapat akademisi dan lembaga dakwah di Aceh, guna untuk mengetahui hasil yang sebenarnya melalui kajian buku.
3. Bagi penikmat media, agar senantiasa meluangkan waktu untuk mendengarkan, membaca terkait dengan dakwah di media.
4. Dengan pemahaman dari penelitian ini, sebaiknya penikmat media harus bersama menjaga dan memberikan arahan kepada sesama manusia, khususnya anak-anak.

E. Defenisi Operasional.

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan di atas, berikut ini peneliti menjelaskan definisi operasional. Adapun maksudnya agar permasalahan yang diteliti menjadi jelas, terarah dan tidak terlalu luas, sehingga dapat di hindari salah pengertian tentang masalah penelitian.

1. Media.

Dalam buku *Komunikasi Untuk Dakwah Suatu pengantar*, karangan HM. Kholili mengatakan, media adalah alat yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan.¹⁶ Media adalah medium yang digunakan untuk membawa menyampaikan suatu pesan, di mana medium ini merupakan jalan atau alat dengan suatu pesan berjalan antara komunitas dengan komunikasi.¹⁷

2. Dakwah.

Dakwah secara etimologi (harfiah) mempunyai arti ajakan, panggilan, seruan, permohonan (doa), pembelaan dan lain sebagainya.¹⁸ Sedangkan secara terminologi (istilah) dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti memanggil, menyeru, mengundang atau mengajak.¹⁹ Selanjutnya, dalam Kamus Arab-Indonesia, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti mengajak, menyeru, menjamu.²⁰ Sedangkan menurut istilah dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan

¹⁶ HM. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah; Suatu pengantar*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2009). hlm. 18-19.

¹⁷ Ahmad Rohani, *Media Instruksional Edukatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992). hlm. 2.

¹⁸ Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis*, (Semarang: RaSAIL, 2015). hlm. 13.

¹⁹ Andi Dermawan, *Ibda' Bi Nafsika; Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005). hlm. 35.

²⁰ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1998). hlm. 127.

dunia akhirat.²¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti mengajak, menyeru, dan menjamu. Sedangkan berdakwah berarti mengajak menyeru (menyerukan) untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.²² Menurut penulis, dakwah merupakan upaya untuk mengajak seseorang, sekelompok orang dan jama'ah untuk mengamalkan ajaran Islam melalui metode dakwah dalam mewujudkan kehidupan yang sejahtera dan damai.

3. Media dakwah.

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.²³ Selanjutnya, kata media berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi berarti alat perantara. Media dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.²⁴ Media dakwah merupakan alat

²¹ M. Munir, dan Wahyu Ilaihi,, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Pranada Media, 2006). hlm. 17

²² Hoetomo, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005). hlm. 129

²³ Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996). hlm. 35.

²⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 9.

atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.²⁵

4. Globalisasi.

Kata globalisasi diambil dari kata *globe* yang artinya bola bumi tiruan atau dunia tiruan. Kemudian, kata *globe* menjadi *global*, yang berarti universal atau keseluruhan yang saling berkaitan. Globalisasi adalah proses menyatunya warga dunia secara umum dan menyeluruh menjadi kelompok masyarakat. Selanjutnya, globalisasi atau *globalization* dalam bahasa arab disebut *al-'aulamah* yaitu *masdar* dari *al-'ālam* berdasarkan timbangan atau *wazan fau'alah* yang memiliki arti alam atau dunia. Sebagian menginterpretasikan globalisasi sebagai upaya melenyapkan dinding dan jarak antara satu bangsa dengan bangsa lain, dan antara satu kebudayaan dengan kebudayaan yang lain. Sehingga, semuanya menjadi dekat dengan kebudayaan dunia, pasar dunia dan keluarga dunia.²⁶ Globalisasi (*al-'ālamiah*) yang dipahami oleh Islam adalah sesuatu yang berasaskan nilai-nilai penghormatan dan persamaan kepada seluruh manusia.²⁷

²⁵ Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006). hlm. 100.

²⁶ Yusuf al-Qardhawi, *Islam dan Globalisasi Dunia*, (Jakarta: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2001). hlm. 21.

²⁷ Terdapat Dalam Alquranul Karim Terjemahan, QS. Al-Isra: 70.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian ini. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dalam penelitian ini. adapun penelitian terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jurnal yang ditulis oleh Nur Ahmad, tim redaksi At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam yang diterbitkan oleh Jurusan Dakwah STAIN Kudus Gedung Barat, Jawa Tengah, tahun 2013. Dalam jurnal tersebut memuat beberapa bab yang berhubungan dengan tantangan media dakwah di era globalisasi, diantaranya pada bab Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi (Formulasi Karakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah). Dalam penelitiannya Nur Ahmad¹ menyimpulkan teknologi di era globalisasi telah mengalami kemajuan yang begitu pesatnya, beragam macam media komunikasi bersaing dalam memberikan informasi yang tanpa batas. Dunia kini telah dan sedang berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi yang melahirkan peradaban baru sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas

¹ Nur Ahmad merupakan dosen Jurusan Dakwah, program studi Komunikasi Penyiaran Islam, STAIN Kudus, Jawa Tengah.

sosial. Kehadiran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan internet, sebagai komunikasi abad modern telah berpengaruh luas. Suatu pesan atau berita dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dalam waktu yang relatif singkat. Fasilitas internet merupakan yang terlengkap dan efisien, dimana segala bentuk dan macam informasi dapat diakses dengan mudah dan murah termasuk dalam hal ini adalah dakwah di era teknologi didukung dengan semakin menjamurnya warung internet yang memasang tarif murah, kemana dan dengan siapapun.

Sekarang kita bisa lakukan dakwah dengan menggunakan fasilitas digital bisa melalui radio, televisi, telpon seluler, media internet, facebook, atau twitter. Fasilitas tersebut biasa dikenal dengan istilah *mailing list*, yaitu berkomunikasi atau juga berdakwah yang dilakukan melalui tulisan maupun yang bersifat langsung. Berdakwah melalui media internet, facebook, atau twitter merupakan salah satu media komunikasi yang fenomenal dan canggih lahir di Era 60-an. Namun, kemajuan teknologi dan informasi, khususnya media televisi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprofisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak.

Mengingat peran media, khususnya televisi memang tidak bisa dilepaskan dari wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i, juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias. Pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi seseorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seorang da'i memperoleh popularitas dimata

pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti (publik figur) dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan “dakwahnya”, sering dinilai dengan materi.

Tulisan lain ditulis oleh Istina Rakhmawati, Kudus-Jawa Tengah tahun 2013, dengan judul Potret Dakwah di Tengah Era Globalisasi dan Perkembangan Zaman.² Dalam jurnal yang ditulis Istina disimpulkan secara dikotomis potret dakwah terbagi dalam dua macam yakni *dakwah bil-lisan* dan *dakwah bil-hal*. Selama ini ada semacam kerancuan paradigma dalam konsep dakwah kita, baik secara bil-lisan maupun dakwah secara bil-hal. Proses dakwah selama ini cenderung mengarah pada konsep komunikasi ala bank, dimana masyarakat diibaratkan sebagai wadah kosong yang harus diisi dengan perangkat keyakinan serta nilai moral dan praktek kehidupan agar disimpan juga dikeluarkan sewaktu dibutuhkan.

Era globalisasi telah membawa manusia pada kemajuan peradaban. Era ini ditandai dengan penemuan baru dan kemajuan di berbagai bidang. Berbagai bentuk perubahan sosial yang menyertai era globalisasi tersebut pada gilirannya mempengaruhi cara pandang manusia terhadap kehidupan. Pada era globalisasi nilai moral dan cara hidup berganti begitu cepat menjadi tatanan baru. Tatanan itu semakin menjauhkan manusia dari kepastian moral dan nilai luhur yang telah dipegang teguh. Salah satu persoalan krusial sebagai dampak proses globalisasi yang terkait dengan kehidupan keagamaan adalah makin menipisnya ruang religiusitas dalam konteks kehidupan manusia. Temuan-temuan empirik menghadapkan kepada manusia yang

² Istina Rakhmawati merupakan seorang guru SMP 1 Undaan Kudus yang tulisannya di muat pada jurnal At-Tabsyir pada edisi; Vol.1, No.1, Januari-Juli 2013.

beragama menjadi sebuah realitas akan kekuasaan manusia dimuka bumi ini. Sementara globalisasi beserta masalah yang ditimbulkan merupakan bentuk kenyataan yang tidak bisa dihindari, sebagai perkembangan zaman dari ralitas sejarah kemanusiaan.

Selanjutnya, dalam jurnal Al-Bayan, vol. 22, No. 31, Januari-Juni 2015 yang ditulis oleh Abdul Karim Syeikh, tahun 2015 di Lampung, dengan judul Pola Dakwah Dalam Era Informasi. Dalam jurnal tersebut Abdul Karim menyebutkan dengan tersedianya alat-alat teknologi informasi, seperti internet, e-mail, twitter, facebook, whatsapp, BBM, e-book, televisi digital dan lain-lain pada zaman sekarang, telah mengubah dunia menjadi sempit, karena setiap manusia bisa saling berkomunikasi dari belahan bumi yang satu dengan orang-orang yang berada di belahan bumi yang lain. Masa meluncurnya arus informasi dari suatu bangsa ke bangsa yang lain, melewati batas benua dan samudera, melalui alat-alat teknologi informasi yang sangat cepat itu disebut dengan era informasi. Kehadiran alat-alat teknologi informasi yang telah menimbulkan era informasi dan globalisasi, disamping telah memberi dampak positif yang mampu membawa kemudahan-kemudahan dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup umat manusia, juga telah menimbulkan efek negatif yang tidak dikehendaki yang dapat mengancam nilai-nilai agama, moral dan kehidupan manusia sendiri.

Oleh karena itu, kehadiran alat-alat teknologi informasi di samping menjadi tantangan bagi pelaksanaan kegiatan dakwah, juga dapat menjadi peluang bagi penyelenggaraan aktivitas dakwah dalam era informasi ini. Pola dakwah dalam

menghadapi problema masyarakat di era informasi serta proses dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan tantangan-tantangan yang muncul dapat diatasi secara bijaksana. Ada beberapa kiat sebagai aktualisasi dari pola dakwah di era informasi ini, di antaranya adalah makna da'i harus diperluas, tidak hanya terbatas pada apa yang disebut dengan muballigh, *teungku*, ustadz dan ulama yang tampil memberi ceramah, khutbah dan taushiyah keagamaan di tengah-tengah masyarakat, tetapi juga termasuk dalam makna da'i, seperti pekerja sosial yang muslim, dokter yang muslim dan konselor yang muslim, asalkan mereka ada usaha mengajak orang yang dihadapinya untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Pola dakwah selanjutnya yang perlu dipertimbangkan adalah agar materi dakwah dapat diperluas dan diaktualisasikan menjadi realitas kehidupan duniawi untuk menuju kehidupan ukhrawi yang abadi.

Selanjutnya mengenai medan dakwah sebagai tempat beradanya mitra dakwah tidak hanya dipusatkan di mesjid-mesjid, mushalla, meunasah dan tempat-tempat pengajian, tapi perlu diperluas kepada objek dakwah yang berada di cafe-cafe, restoran, kantor pemerintah dan swasta, hotel, rumah sakit, lembaga pemasyarakatan, stasion kereta api, terminal bis dan terminal kapal udara dan ditempat lainnya. Dalam era informasi ini pendekatan dakwah tidak hanya dirasa cukup dengan menggunakan pendekatan konvensional, seperti yang biasa digunakan selama ini, tapi harus diperluas dengan penggunaan pendekatan multi-dimensional, meliputi pendekatan struktural, pendekatan kultural, pendekatan sentripetal, pendekatan amal, pendekatan ekonomi, pendekatan seni, pendekatan keilmuan serta menggunakan multi media.

Jadi, dapat penulis simpulkan bahwa jurnal atau bacaan-bacaan terdahulu yang membahas tentang media dakwah dan tantangannya di era globalisasi sangat banyak dengan berbagai macam latar kajian. Namun persoalan yang mendasar terletak pada cara melakukan komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas dan bagi semua pengguna media komunikasi terkini. Tidak hanya itu, para pendakwah juga dituntut untuk dapat menggunakan media dengan baik dalam menyampaikan pesan dakwah kepada umat melalui media dakwah, jangan hanya melalui mimbar atau mushalla saja. Di era teknologi dan informasi, para mendakwah harus bisa berdaya saing dengan media komunikasi yang serba canggih untuk menyampaikan pesan-pesan kemuliaan dan kepatuhan kepada Allah Swt dan Rasul-Nya.

B. Media.

1. Pengertian Media.

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara”, atau “pengantar”. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara (وسائل) atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach dan Ely mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap.³ Apabila media

³ Gerlach dan Ely, *Teaching and Media: A Systematic Approach*, 1971. Second Edition, by V.S. Gerlach & D.P. Ely, 1980, Boston, MA: Allyn and Bacon. Copyright 1980 by Pearson Education.

membawa pesan-pesan atau informasi yang bertujuan instruksional atau mengandung maksud-maksud pengajaran maka media itu disebut media pembelajaran. Media dalam komunikasi berasal dari kata “mediasi” karena mereka hadir di antara pemirsa dan lingkungan. Istilah ini sering digunakan untuk menyebutkan media massa⁴. Menurut *National Education Asociation* (NEA), media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya. *Asociation of Education Comunication Technology* (AECT), media adalah segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan.

2. Jenis-Jenis Media.

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:⁵

- 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,

⁴ Wikipedia, *media* Diakses di internet pada tanggal 23 juli 2017 dari situs: <https://id.wikipedia.org>

⁵ Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2009), hlm. 21.

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.

3. Bentuk-Bentuk Media

Bentuk media secara umum yaitu:

1) Media cetak

yaitu untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Dalam hal ini media massa sebagai media penyebaran informasi biasa digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islamiyah. Pada masa kini publikasi tercetak sangat efektif untuk penyebar informasi kepada khalayak ramai.

2) Media elektronik

yaitu media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dalam hal ini pesan keagamaan-kepada khalayak penerima dakwah. Pada era

sekarang, media elektronik dalam hal ini televisi, sangat efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan khalayak ramai. Oleh karena itu dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik, agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif.

3) Media Alternatif.

Media alternatif adalah bentuk media yang berbeda dari bentuk media yang dominan dari segi konten, cara produksi, ataupun cara distribusi mereka. Media alternatif, seperti media pada umumnya, dapat memiliki banyak bentuk seperti cetak, audio, video, internet, atau seni jalanan. beberapa di antara contoh media alternatif adalah radio komunitas.⁶ Media alternatif sering di maknai dengan media non-komersial yang merepresentasikan berbagai kepentingan golongan yang berada di luar arus utama seperti golongan miskin, minoritas etnis dan politis, buruh, perempuan, hingga golongan LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender). Biasanya media-media ini berusaha menyuarakan berbagai suara dan sudut pandang yang kerap terlewatkan, seperti isu buruh perempuan dan membangun komunitas berdasarkan identitas. Media alternatif sering didefinisikan sebagai anti hegemoni, yaitu melawan berbagai nilai dan kepercayaan yang dominan dalam suatu budaya. Posisi media alternatif akhirnya

⁶ Wikipedia, *Media Alternatif*. Diakses di internet pada tanggal 22 Desember 2016 dari situs: <https://id.wikipedia.org>

cenderung terpolarisasi pada sudut pandang tertentu, dan juga berukuran lebih kecil dibandingkan media arus utama.

Dalam buku “Ilmu Dakwah”, karangan Samsul Munir Amin, tahun 2009 menjelaskan, untuk menghadapi berbagai tantangan umat Islam dewasa ini, dakwah merupakan suatu yang sangat relevan untuk dikembangkan di era informasi, salah satu media dakwah yang efektif dan dapat dikembangkan pada era ini adalah pers Islam. Pers Islam adalah proses meliput, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam pada khalayak.⁷ Sedangkan peran pers Islam yang harus dilakukan antara lain:

- a) Pers Islam harus bersifat kritis terhadap lingkungan luar, sanggup menyaring informasi barat yang relevan dan tidak bias terhadap umat Islam. Sesuai dengan firman Allah Swt

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

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-Hujarat: 6).

Imam Bukhari meriwayatkan dengan sanadnya yang sampai kepada Ibnu Abi Mulaikah ia berkata, “Hampir saja dua orang yang dipilih membuat Abu Bakar dan Umar binasa radhiyallahu 'anhuma, keduanya mengeraskan suaranya di hadapan Nabi

⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. xiv-xv

Saw ketika rombongan dari Bani Tamim datang kepada Beliau, lalu yang satu menunjuk Aqra' bin Habis saudara Bani Mujaasyi', sedangkan yang satu lagi menunjuk yang lain. Nafi' (perawi hadits) berkata, "Saya tidak hafal namanya." Lalu Abu Bakar berkata kepada Umar, "Engkau tidak bermaksud selain menyelisihiku." Umar menjawab, "Aku tidak bermaksud menyelisihimu." Suara keduanya pun semakin keras dalam hal itu, maka Allah Swt menurunkan ayat, "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu meninggikan suaramu...dst." Ibnuz Zubair berkata, "Maka Umar tidak lagi memperdengarkan (mengeraskan suaranya) kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam setelah ayat ini, sampai Beliau meminta kejelasan (kata-katanya)." Ia tidak menyebutkan hal itu dari bapaknya, yakni Abu Bakar (Abdullah bin Abi Mulaikah atau Abdullah bin Az Zubair, tidak menyebutkan dari bapaknya yang tergolong sahabat).

- b) Pers Islam harus mampu menjadi penerjemah. Islam perlu diorientasikan kedepan agar sanggup berbicaa dengan berbagai problema sosial. Sesuai dengan firman Allah Swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (QS. Al-Hasyr: 18).⁸

⁸ Lihat di Tafsir Ibnu Katsir pada tafsir QS. Al-Hujurat.

Dalam *Tafsîr Ibnu Katsîr* bahwa taqwa sendiri diaplikasikan dalam dua hal, menepati aturan Allah dan menjauhkan diri dari laranganNya. Jadi, tidak bisa kita mengatakan “*saya telah menegakkan shalat*”, setelah itu berbuat maksiat kembali. Karena makna taqwa sendiri saling bersinergi, tidak dapat dipisahkan. Bandingkan dengan penjelasan al-Qurthubiy dalam kitab tafsirnya *Al-Jâmi’ li Ahkâm al-Qurân*, yang menyatakan bahwa perintah taqwa (pada rangkaian ayat ini) bermakna: “Bertaqwalah pada semua perintah dan larangannya, dengan cara melaksanakan *farâidh*-Nya (kewajiban-kewajiban) yang dibebankan oleh Allah kepada diri kita sebagai orang yang beriman dan menjauhi *ma’âshî*-Nya (larangan-larangan) Allah, yang secara keseluruhan harus kita tinggalkan dalam seluruh aspek kehidupan kita.

- c) Pers Islam hendaknya sanggup melakukan proses sosialisasi.
- d) Pers Islam harus sanggup mempersatukan setiap kelompok umat dengan memberikan kesiapan untuk bersikap terbuka bagi perbedaan paham. Firman Allah Swt dalam Alquran, Surah Ali Imran ayat 103 sebagai berikut.

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۚ وَادْكُرُوا اللَّهَ عَلَيْهِكُمْ إِذْ كُنْتُمْ
 أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ
 مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya: *Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu*

Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk. (QS. Ali Imran: 103).⁹

Dalam Ibnu Jarir Ath Thabari berkata tentang tafsir ayat ini: Allah *Ta'ala* menghendaki dengan ayat ini, “*Dan berpeganglah kamu semuanya kepada agama Allah yang telah Dia perintahkan, dan (berpeganglah kamu semuanya) kepada janjiNya yang Dia (Allah) telah mengadakan perjanjian atas kamu di dalam kitabNya, yang berupa persatuan dan kesepakatan di atas kalimat yang haq dan berserah diri terhadap perintah Allah*”. Al Hafidz Ibnu Katsir berkata, “Dia (Allah) memerintahkan mereka (umat Islam) untuk berjama’ah dan melarang perpecahan. Dan telah datang banyak hadits, yang (berisi) larangan perpecahan dan perintah persatuan. Mereka dijamin terjaga dari kesalahan manakala mereka bersepakat, sebagaimana tersebut banyak hadits tentang hal itu juga. Dikhawatirkan terjadi perpecahan dan perselisihan atas mereka. Namun hal itu telah terjadi pada umat ini, sehingga mereka berpecah menjadi 73 *firqah*. Diantaranya terdapat satu *firqah najiyah* (yang selamat) menuju surga dan selamat dari siksa neraka. Mereka ialah orang-orang yang berada di atas apa-apa yang ada pada diri Nabi n dan para sahabat beliau.” [*Tafsir Al Qur’ani*l ‘*Azhim*, surat Ali Imran:103]. Selanjutnya, Al Qurthubi berkata tentang tafsir ayat ini, “Sesungguhnya Allah Swt memerintahkan persatuan dan melarang dari perpecahan. Karena sesungguhnya perpecahan merupakan kebinasaan dan *al jama’ah* (persatuan) merupakan keselamatan.

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah....*

Di era informasi saat ini, tidak mungkin dakwah hanya dilakukan di Mushalla yang hanya diikuti oleh mereka yang hadir disana. Penggunaan media-media komunikasi modern adalah sesuatu yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan menyampaikan ajaran-ajaran Islam atau dakwah Islam, karena pada umumnya dakwah pada masa sekarang ini lebih banyak menggunakan media untuk digunakan sebagai perantara berdakwah, banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah.¹⁰

4. Fungsi Media.

Sangat banyak fungsi media yang digunakan oleh masyarakat, diantaranya:

- a. Pemusat perhatian.
- b. Menggugah emosi.
- c. Membantu mengorganisasikan informasi.
- d. Membangkitkan motivasi.
- e. Membuat informasi menjadi lebih konkret.
- f. Mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indra.
- g. Mengaktifkan respon siswa.

Secara kontemporer media terbagi dalam tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media adalah:

- a. To inform.
- b. To comment.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*....113

- c. To provide.

Sedangkan fungsi sekundernya adalah:

- a. Untuk kampanye proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu.
- b. Untuk memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun, dan cerita-cerita khusus.
- c. Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

C. Dakwah.

1. Pengertian dakwah.

Dakwah (Arab: دعوة, *da'wah*; “ajakan”) adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam. Kata dakwah merupakan *masdar* (kata benda) dari kata kerja *da'a yad'u* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan. Kata dakwah sering dirangkaikan dengan kata “*Ilmu*” dan kata “*Islam*”, sehingga menjadi “*Ilmu dakwah*” dan “*Dakwah Islam*” atau *ad-dakwah al-Islamiyah*.¹¹

Secara etimologis, kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata *yad'u* (fi'il mudhari') dan *da'a* (fi'il madli) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to*

¹¹ Wikipedia, *Dakwah*. Diakses di internet pada tanggal 23 Juli 2017 dari situs: <https://id.wikipedia.org>

urge) dan memohon (*to pray*). Selain kata “dakwah”, al-Qur’an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “tabligh” yang berarti penyampaian, dan “bayan” yang berarti penjelasan.¹²

2. Dasar Hukum Dakwah.

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian (Pimay, 2005: 30). Dalam Al Qur’an terdapat banyak ayat yang secara implisit menunjukkan suatu kewajiban melaksanakan dakwah, di antaranya adalah surat Ali Imran ayat 104.

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

Artinya: *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.*¹³

Dalam Alquran disebutkan dakwah dengan arti sepenuhnya, dimana Allah Swt menyeru manusia ke Darussalam (surga).

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: *Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam).* (QS. Yunus: 25).

Tafsir ibnu katsir ayat di atas menjelaskan dengan berbuat ihsan dalam beribadah kepada Allah, yaitu dengan beribadah sambil merasakan seakan-akan

¹² Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006). hlm. 2

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Jumanatul Ali, 2005), hlm. 50.

melihat-Nya atau minimal merasakan pengawasan dari-Nya. Demikian juga berbuat ihsan kepada hamba-hamba Allah dengan melakukan perbuatan baik yang mampu dilakukan baik berupa perkataan maupun perbuatan kepada hamba-hamba Allah, termasuk di dalamnya beramar ma'ruf dan bernahi munkar, mengajarkan orang yang tidak tahu, menasehati orang yang berpaling dan sebagainya.¹⁴

Mengenai kewajiban menyampaikan dakwah, para ulama berbeda pendapat mengenai status hukumnya. Perbedaan penafsiran ini terletak pada kata *minkum* yang berfungsi sebagai penjelas (*lil bayan*) bukan untuk menunjukkan arti sebagian (*littab'idh*) sebab Allah telah mewajibkan dakwah kepada umat Islam secara keseluruhan sebagaimana dalam firman-Nya surat Ali Imran ayat 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۚ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمْ الْفَاسِقُونَ

Artinya: *Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.*¹⁵

¹⁴ Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2003). hlm. 78

¹⁵ *Ibid.*

3. Tujuan Dakwah.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).¹⁶

Didin Hafidhudin mengemukakan tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam dataran kenyataan kehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga, maupun sosial kemasyarakatan, agar mendapat kebaikan dunia dan akhirat serta terbebas dari azab neraka.¹⁷ Amrullah Ahmad dalam bukunya Ali Aziz, menyinggung tentang tujuan dakwah yaitu untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan.¹⁸

Dari beberapa tujuan dakwah tersebut, secara garis besar tujuan dakwah dapat dibagi dua, yaitu:¹⁹

¹⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya, Al-Ikhlas, 1983), hlm. 49.

¹⁷ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani, 2008), hlm. 78.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Ed: Revisi), (Jakarta, Kencana, 2004), hlm. 60.

¹⁹ Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006). hlm. 8-13.

a. Tujuan umum.

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

b. Tujuan khusus.

Tujuan khusus dakwah antara lain:

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

4. Metode Dakwah.

Banyak metode dakwah yang disebutkan dalam al-Qur'an dan hadits akan tetapi yang dijadikan pedoman pokok dari keseluruhan metode dakwah tersebut adalah firman Allah dalam surah an Nahl ayat 125.

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

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari

*jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*²⁰

Metode dakwah sebenarnya dapat diklasifikasikan menjadi berbagai macam metode tergantung dari segi tinjauannya. Dari segi jumlah audien dakwah dibagi dalam dua cara, yaitu:²¹

1. Dakwah perorangan, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap orang seorang secara langsung. Metode ini kelihatannya tidak efektif tapi nyatanya dakwah perorangan lebih efektif jika dilakukan terhadap orang yang mempunyai pengaruh terhadap suatu lingkungan.
2. Dakwah kelompok, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap kelompok tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Misalnya kelompok ibu-ibu dan sebagainya.

Dari segi cara penyampaian metode dakwah dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

1. Cara langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka antara komunikator dengan komunikan.
2. Cara tidak langsung, yaitu dakwah yang dilakukan tanpa tatap muka antara da'i dan audiennya. Dilakukan dengan bantuan sarana lain yang cocok. Misalnya dengan bantuan televisi, radio, internet dan lain sebagainya.

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Ed: Revisi), (Jakarta, Kencana, 2004), hlm. 135

²¹ Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Al- Ikhlas, 1994), hlm. 82-83.

D. Media Dakwah.

1. Pengertian Media Dakwah.

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.²² Secara etimologi berarti alat perantara. Media dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.²³ Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.²⁴

Secara etimologis sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan.²⁵ Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.²⁶ Wilbur Schramm dalam bukunya *Big media Little Media*, tahun 1977, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.²⁷ Secara

²² Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996). hlm. 35.

²³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 9.

²⁴ Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006). hlm. 100.

²⁵ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990). hlm, 784.

²⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), hlm. 131.

²⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), hlm. 113

bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wushlah at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud.²⁸

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

2. Jenis-Jenis Media Dakwah.

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi, dunia dihadapkan pada cepatnya perkembangan informasi. Pemanfaatan alat-alat elektronika sebagai media penyampai informasi kepada masyarakat merupakan bagian dari kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan khalayak. Keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus juga dapat dimanfaatkan untuk penyabaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam. Pelaksanaan aktivitas dakwah bagi muslim bukan hanya sebatas memberikan nasehat di atas panggung melainkan proses dakwah dapat tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media yang ada, bisa dengan harta benda yang dimiliki, bisa dengan perintah atau larangan bagi orang yang mempunyai kekuasaan, bisa memakai senyuman atau hiburan dakwah bagi pendengar.

Banyak media yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah. Media massa seperti koran, radio, televisi, bulletin dan lain sebagainya. Namun ada juga sarana

²⁸ Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung,: Widya Padjajaran, 2009) , hlm. 93.

yang dianggap cukup efektif, dapat tersebar luas, tahan lama hingga dapat disimpan dalam waktu lama, selalu dapat didiskusikan untuk penyempurnaannya, dan banyak lagi keunggulan yang dimiliki, walaupun memang tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Sebagai akibatnya buku dapat dijadikan sebagai alternatif yang cukup representatif sebagai sarana dakwah.²⁹ Penggunaan media komunikasi modern adalah sebuah keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaanya untuk kepentingan menyampaikan ajaran Islam atau dakwah Islam. Setidaknya harus dikemas dalam beraneka macam cara dan sarana dengan satu tujuan dapat berlangsung lebih efektif.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk pemberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).³⁰ Begitu juga halnya dengan seorang Da'i. dimana Da'i ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen dakwah secara baik dan tepat. Komponen yang harus dilihat dalam berdakwah antara lain:

1. Non Media Massa, biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan

²⁹ Yunus Hasyim Syam, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007). hlm 41.

³⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983). hlm. 49.

komunikannya tidak bersifat massal,³¹ seperti manusia atau benda yang berarti utusan, telepon, surat dan lain-lain.

2. Media Massa, yaitu yang digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah,³² seperti manusia dan benda yang berarti bisa dilakukan pada acara pertemuan, rapat umum, sekolah, spanduk, buku, selebaran, poster serta media massa periodic-cetak dan elektronik, visual, audio dan audio visual.

Selanjutnya, peranan media dakwah adalah sebagai alat bantu yang berarti memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah.³³ Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih media dakwah, yaitu:

- 1) Tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- 2) Materi dakwah.
- 3) Sasaran dakwah.
- 4) Kemampuan da'i.
- 5) Ketersediaan media.

³¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 106.

³² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah....* hlm. 105.

³³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm.

6) Kualitas media.³⁴

Tidak hanya itu, jenis media dakwah juga bisa dilihat dari sisi penyampaian yang digolongkan ke dalam lima bagian, yaitu:³⁵

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

³⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam....* hlm. 166.

³⁵ Ya'qub Hamzah, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1992). hlm. 47-48. Bisa juga dilihat pada buku karangan Mohd. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004). hlm. 120.

rumah, pembangunan masjid dan sekolah, poliklinik, kebersihan, pertanian, peternakan, dan lain sebagainya.

3. Bentuk-Bentuk Media Dakwah

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

- 1) Media tradisional (tanpa teknologi komunikasi), merupakan berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, lenong dan sebagainya.
- 2) Media modern atau media elektronika (dengan teknologi komunikasi) adalah media yang dilahirkan dari teknologi, seperti televisi, radio, pers dan sebagainya.³⁶

4. Prinsip-Prinsip Media Dakwah.

Islam adalah suatu agama yang universal dan menjadi rahmat bagi sekalian alam. Karena bersifat universal itulah, ajaran Islam akan selalu relevan dan kontekstual pada setiap zaman dan tempat. Sehingga bisa mengayomi kehidupan seluruh umat manusia. Ajarannya penuh dengan kesejukan dan sungguh tidak menghendaki penganutnya dalam suatu kesulitan. Allah Swt tidak menghendaki

³⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (bandung: remaja rosdakarya, 2010). hlm. 107.

kehidupan manusia berada dalam kesempitan akibat adanya pembebanan yang ada di luar kemampuan hamba Nya.

Oleh karena itu, sebagai umat manusia dalam menjalani dakwahnya, tentu harus melihat berbagai prospek dan prinsip dalam berdakwah. Hakikatnya, dakwah itu untuk mengajak masyarakat agar mau menjalankan amar makruf nahi munkar. Adapun prinsip-prinsip dakwah sebagai berikut:

- a. Iman (percaya) kepada apa yang ia dakwahkan.
- b. *Qudwah* (keteladanan) yang baik.
- c. Istiqamah (konsisten).
- d. Sabar menghadapi berbagai kendala dan penderitaan.
- e. Lapang dada dan lembut (santun).
- f. Tawadhu (merendah diri).
- g. Zuhud dan tekun beribadah.
- h. Tekun dan kuat beribadah.
- i. Ikhlas (tanpa pamrih).
- j. Tanggap dan mengerti tentang kondisi lingkungan di sekitarnya.³⁷

³⁷ Muhammad Sayyid Al-Wakil, *Prinsip Dan Kode Etik Dakwah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2002), hlm. 107-132

5. Fungsi Media Dakwah.

Media adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis. Dengan adanya media, kita dapat menggunakannya sebagai sarana komunikasi dan juga sebagai sarana mendapatkan informasi yang aktual. Adapun fungsi media dakwah bisa berupa³⁸:

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

Dakwah sebagai aktivitas dan fenomena agama telah tumbuh sebagai bidang kajian yang dipelajari dan dikembangkan di perguruan tinggi. Meskipun demikian dakwah sebagai kegiatan dan fenomena sosial dapat juga ditelaah dan dikaji melalui studi komunikasi yang sudah berkembang secara internasional. Media dakwah dan komunikasi memiliki kaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Media dakwah salah satu bentuk komunikasi antar manusia.

Selain media komunikasi yang banyak melayani khalayak ramai, seperti pers, film, radio, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial. Bahkan penggunaan media bisa dimanfaatkan untuk alat perjuangan politik, alat perjuangan ekonomi, alat perjuangan *la khayr amar ma'ruf* dan *nahy mungkar* (dakwah), baik dalam arti

³⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). hlm. 48.

universal maupun dalam arti khusus. Selanjutnya, di era globalisasi saat ini sangat banyak fungsi media yang bisa diperankan untuk berdakwah. Hal ini untuk menjaga agar media dakwah selalu mengabarkan kepada hal kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal. Fungsi dakwah yang bersifat universal dari media massa telah melekat secara inheren dalam pelaksanaan kode etiknya dan konsisten menjaga dan membina moral dan etika masyarakat.³⁹

6. Manfaat media dakwah

Secara umum, manfaat media dakwah yaitu:

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

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

- a. Media dapat memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil.

³⁹ Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 37.

- b. Media dapat meningkatkan dan mengarahkan perhatian anak sehingga dapat menimbulkan motivasi, interaksi dengan siapa saja.
- c. Media dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang dan waktu.

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

E. Era Globalisasi.

1. Pengertian Era Globalisasi.

Istilah globalisasi berasal dari kata *globe* (peta dunia yang berbentuk bola). Dari kata *globe* selanjutnya lahir istilah *global* (yang artinya meliputi seluruh dunia). Dari kata *global* lahirlah istilah *globalisasi*, yang bermakna sebuah proses mendunia. Globalisasi adalah suatu proses dibentuknya suatu tatanan, aturan, dan sistem yang berlaku bagi bangsa-bangsa di seluruh dunia. Globalisasi tidak mengenal adanya batas-batas wilayah bahkan tidak mengenal aturan lokal, regional, kebijakan negara yang dapat mengurangi ruang gerak masuknya nilai, ide, pikiran atau gagasan yang dianggap sudah merupakan kemauan masyarakat dunia harus dihilangkan. Globalisasi berlaku di semua bidang kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya.⁴⁰

⁴⁰ B. Suhartini, *Perspektif Global*. Diakses di internet pada tanggal 24 Juli 2017 dari situs: <http://staffnew.uny.ac.id>

2. Awal Mula Era Globalisasi.

Globalisasi terjadi ketika ditetapkan formasi sosial global baru dengan ditandai oleh diberlakukannya secara global suatu mekanisme perdagangan melalui penciptaan kebijakan free-trade, yakni berhasil ditanda tangannya kesepakatan internasional tentang perdagangan pada bulan April tahun 1994 di Maroko. Kesepakatan ini merupakan suatu perjanjian internasional, perdagangan yang dikenal dengan *General Agreement On Tariff and Trade* (GATT). GAAT merupakan suatu kumpulan aturan internasional yang mengatur perilaku perdagangan antar pemerintah. GAAT juga merupakan forum negoisasi perdagangan antar pemerintah, serta juga merupakan pengadilan untuk menyelesaikan jika terjadi perselisihan dagang antar bangsa. Kesepakatan ini dibangun diatas asumsi bahwa sistem dagang yang terbuka lebih evisien dari pada system proteksionis, dan dibangun diatas keyakinan bahwa persaingan bebas akan menguntungkan bagi negara-negara yang menganut prinsip-prinsip efektifitas dan efisiensi. Pada tahun 1995, suatu organisasi pengawasan perdagangan dan kontrol perdagangan. Kontrol dunia yang dikenal sebagai *World Trade Organization* (WTO) didirikan. Organisasi global ini sejak didirikan mengambil alih GATT. WTO dirancang bukan sebagai organisasi monitoring bagi Negara-negara yang tidak mematuhi GATT, melainkan akan bertindak berdasar komplin yang diajukan oleh anggotanya. Dengan demikian WTO

merupakan salah satu actor dan forum perundingan antar perdagangan dari mekanisme globalisasi yang terpenting.⁴¹

Globalisasi sebagai proses bukanlah suatu fenomena baru karena proses globalisasi sebenarnya telah ada sejak berabad-abad lamanya. Di akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 arus globalisasi semakin berkembang pesat di berbagai negara ketika mulai ditemukan teknologi komunikasi, informasi, dan transportasi. Loncatan teknologi yang semakin canggih pada pertengahan abad ke-20 yaitu internet dan sekarang ini telah menjamur telepon genggam (*handphone*) dengan segala fasilitasnya.

Bagi Indonesia, proses globalisasi telah begitu terasa sekali sejak awal dilaksanakan pembangunan. Dengan kembalinya tenaga ahli Indonesia yang menjalankan studi di luar negeri dan datangnya tenaga ahli (konsultan) dari negara asing, proses globalisasi yang berupa pemikiran atau sistem nilai kehidupan mulai diadopsi dan dilaksanakan sesuai dengan kondisi di Indonesia. Globalisasi secara fisik ditandai dengan perkembangan kota-kota yang menjadi bagian dari jaringan kota dunia. Hal ini dapat dilihat dari infrastruktur telekomunikasi, jaringan transportasi, perusahaan-perusahaan berskala internasional serta cabang-cabangnya.

⁴¹ Rudy, May T (2003) *Hubungan Internasional Kontemporer dan Masalah Masalah Global*, Rafika Aditama, (Bandung: Rafika Aditama, 2001), hlm. 47

3. Ciri-Ciri Era Globalisasi

Berikut adalah beberapa ciri ciri globalisasi:⁴²

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

⁴² Robert Lauer,. *Prespektif Tentang Perubahan Sosial*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2001), hlm. 73.

4. Dampak Era Globalisasi.

Dampak Positif dan Negatif Internet itu diakibatkan dengan majunya zaman Era Globalisasi, dan Era Globalisasi pun terdapat dampak positif dan negatifnya bagi kehidupan manusia.⁴³

1. Dampak Positif.

- a) Perubahan Tata Nilai dan Sikap. Adanya modernisasi dan globalisasi dalam budaya menyebabkan pergeseran nilai dan sikap masyarakat yang semua irasional menjadi rasional.
- b) Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi masyarakat menjadi lebih mudah dalam beraktivitas dan mendorong untuk berpikir lebih maju.
- c) Tingkat Kehidupan yang lebih Baik. Dibukanya industri yang memproduksi alat-alat komunikasi dan transportasi yang canggih merupakan salah satu usaha mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

2. Dampak Negatif.

Dampak negatif modernisasi dan globalisasi adalah sebagai berikut.

- a) Pola Hidup Konsumtif. Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang kebutuhan masyarakat melimpah. Dengan begitu

⁴³ Pendidikan Nasional, *Globalisasi dan Pengembangan Kesenian Rakyat Suatu Penghampiran Awal*. Diakses di internet pada tanggal 24 Juli 2017 dari situs: Depdiknas.go.id,

masyarakat mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada.

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

F. Perkembangan Media Dakwah Sebelum Era Globalisasi.

Jauh sebelum masuk pada zaman modern, dakwah itu sudah dilakukan sejak sebelum masa Rasulullah Saw. Namun, dalam penelitian ini, peneliti membahas dakwah yang dilakukan pada zaman Rasulullah Saw, baik periode Mekkah maupun Madinah.

1. Dakwah periode Mekkah.

Objek dakwah Rasulullah Saw pada awal kenabian adalah masyarakat Arab Jahiliyah, atau masyarakat yang masih berada dalam kebodohan. Dalam bidang

agama, umumnya masyarakat Arab waktu itu sudah menyimpang jauh dari ajaran agama tauhid, yang telah diajarkan oleh para rasul terdahulu, seperti Nabi Adam A.S. Mereka umumnya beragama watsani atau agama penyembah berhala. Berhala-berhala yang mereka puja itu mereka letakkan di Ka'bah. Di antara berhala-berhala yang termahsyur bernama *Ma'abi*, *Hubai*, *Khuza'ah*, *Lata*, *Uzza* dan *Manar*. Selain itu ada pula sebagian masyarakat Arab Jahiliyah yang menyembah malaikat dan bintang yang dilakukan kaum Sabi'in.

Selain itu, kondisi objektif masyarakat arab saat Nabi Muhammad di utus hampir tenggelam dengan prilaku jahiliyah mereka. Kepercayaan jahiliyyah begitu kuat sehingga merambah hampir semua lapisan masyarakat. Dalam berdakwah, Rasulullah Saw memberikan materi dakwah apa yang disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti tentang tauhid, iman kepada hari kiamat, pembersih jiwa dengan menjauhi segala kemungkaran dan kekejian yang menimbulkan akibat buruk, dan dengan melakukan hal-hal yang baik dan utama. Strategi yang dilakukan Rasulullah Saw saat itu secara rahasia selama tiga tahun. Tahapan dakwah secara terang-terangan terhadap penduduk mekkah, mulai tahun ke empat kenabian sampai akhir tahun kesepuluh kenabian.

2. Dakwah periode Madinah.

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

a. Mendirikan Masjid.

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

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia dihadapkan dengan situasi dan kondisi dimana mereka harus saling berinteraksi dengan manusia lainnya, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Proses interaksi antar manusia ini disebut dengan komunikasi. Secara umum, istilah komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak yang lainnya agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya (*feedback*).

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

Bahkan, media dalam berdakwah pun sangat banyak digunakan melalui alat-alat elektronik. Cuma sedikit da'i yang melakukan dakwah dengan menggunakan sistem tradisional (mimbar). Di Indonesia, media yang digunakan dalam berdakwah, baik secara lisan maupun tulisan sebagai berikut.

1. Televisi.

2. Radio.
3. Telepon.
4. Pager.
5. Handphone.
6. Wi-fi/internet.

Di Indonesia, jumlah pengguna Internet menurut perkiraan sebesar 1 juta orang dari sekitar 200 juta penduduk Indonesia. Angka tersebut sangatlah kecil dibandingkan dengan rasio pengguna di Amerika Serikat. Berdasarkan data yang didapat dari APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) dari 11.000 Sekolah Menengah Umum (SMU) di Indonesia, kurang dari 2% yang mempunyai sambungan ke Internet. Itu pun terkonsentrasi di wilayah Jabotabek dan kota-kota besar di Pulau Jawa. Kondisi ini sangat memprihatinkan dan menjadikan Indonesia tertinggal jauh dibanding negara-negara lainnya yang telah terbiasa memanfaatkan Internet untuk pendidikan di sekolah-sekolah. Hal inilah yang mendukung para da'i untuk melakukan dakwah melalui media-media elektronik, agar dakwah yang disampaikan secara langsung bisa diserap dan dimanapun dan kapanpun dakwah bisa didengar.

Selanjutnya, dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, dunia dihadapkan kepada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampai informasi kepada khalayak, sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam. Aktivitas dakwah Islam

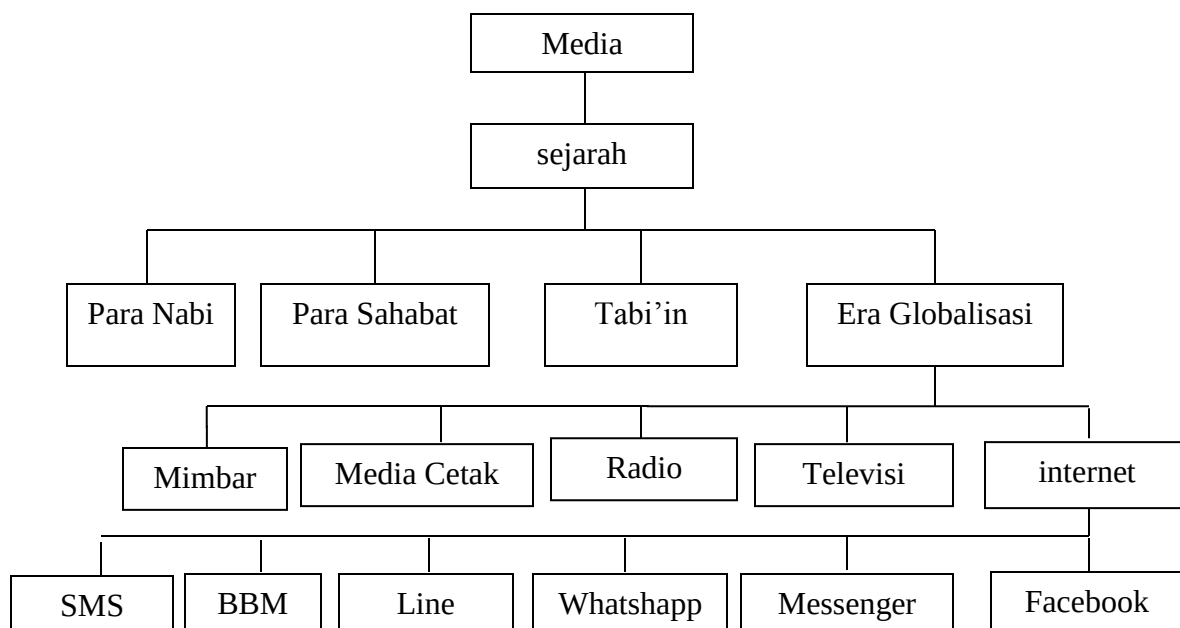
saat ini tidak cukup dengan media tradisional, seperti melalui ceramah dan pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengenai sasaran dan tidak *out of date*.

Dakwah pada dasarnya merupakan suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya. Dalam era informasi ini, banyak para ahli dan pakar penelitian menganggap di era informasi dakwah mesti melibatkan media masa modern sebagai media dakwah. Tanpa ini, maka keberhasilan dakwah akan sulit di capai pendapat demikian didasarkan pada alasan bahwa masyarakat di era informasi memiliki tingkat kesibukan yang insentif, sehingga tidak memiliki waktu untuk hadir di masjid maupun di majelis ta'lim untuk memperdalam dan mengkaji ajaran keIslaman. Waktu senggang sering digunakan untuk menyimak program atau acara yang ditayangkan dan di siarkan di media modern, hal demikian dapat di maklumi, mengingat media modern telah memanjakan mereka tanpa harus keluar rumah, maka mereka dapat menyimak dan mendengarkan siaran keIslaman tanpa ke masjid maupun ke majelis ta'lim.

Seiring perkembangan zaman dakwah Islam pun mulai merambah berbagai media dan metode, tidak seperti dulu yang hanya penyebaran melalui mulut ke mulut sambil berdagang. Agama Islam memang agama yang sangat menghargai ilmu pengetahuan, karena wahyu yang pertama turun merupakan perintah untuk membaca, bukan hanya terbatas pada membaca tulisan saja tetapi membaca tanda tanda

kebesaran Allah Swt di dunia. Pada hakikatnya aktifitas dakwah merupakan hal yang fleksibel dan dapat dilakukan dengan berbagai cara atau metode dan direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan dasar keridhaan Allah Swt.⁴⁴

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



⁴⁴ Taufiq Abdullah, *Sejarah Umat Islam Indonesia*. (Jakarta: MUI, 2003). hlm. 62-63

Seiring perkembangan zaman, media dakwah juga semakin canggih. Tidak hanya menyampaikan dakwah melalui mulut ke mulut, mimbar atau pada tempat-tempat tertentu. Saat ini, perkembangan media dakwah cukup baik, karena didukung elektronik, seperti alat komunikasi dan media televisi. Alat media tersebut bisa digunakan dalam berdakwah, dimana alat ini bisa menyampaikan pesan-pesan keislaman serta dapat mewujudkan generasi yang baik dalam berdakwah. Begitu juga sejarah perkembangan media dalam berdakwah, dimana pada masa Rasulullah dan sahabat masih menggunakan metode dakwah sembunyi-sembunyi hingga berdakwah secara terbuka dengan mengajak pengikut dan mulai berdakwah, begitu juga pada masa sahabat.

Setelah masa Rasulullah dan sahabat, masuk di era globalisasi, dimana era ini sudah mempunyai berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, seperti radio, surat kabar, televisi maupun handphone.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.

Metode penelitian terdiri atas dua kata, yaitu kata metode dan kata penelitian. Kata metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.¹

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Hakikat penelitian dapat dipahami dengan mempelajari berbagai aspek yang mendorong penelitian untuk melakukan penelitian. Setiap orang mempunyai motivasi yang berbeda, di antaranya dipengaruhi oleh tujuan dan profesi masing-masing. Motivasi dan tujuan penelitian secara umum pada dasarnya adalah sama, yaitu bahwa penelitian merupakan refleksi dari keinginan manusia yang selalu

¹ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hlm. 24

berusaha untuk mengetahui sesuatu. Keinginan untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan merupakan kebutuhan dasar manusia yang umumnya menjadi motivasi untuk melakukan penelitian.²

Adapun pengertian penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis, untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara ilmiah, eksperimental maupun non eksperimental, interaktif maupun non interaktif.³ Sugiyono dalam bukunya “Metode Penelitian Pendidikan” menjelaskan, secara lebih luas metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁴

Jadi, dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah konten analisis (analisis isi) dimana metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif terhadap pesan yang tampak, seperti buku bacaan, jurnal atau artikel yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

² Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian*. (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hlm. 28.

³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosda Karya, 2005), hlm 5.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. (Bandung: Alfabeta, 2009). hlm. 6

B. Pendekatan Penelitian.

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Sedangkan masalah yang ada pada penelitian ini dilakukan secara deduktif-induktif, yaitu dengan cara menelaah berbagai referensi yang berkenaan dengan judul penelitian serta mencari referensi lainnya, seperti jurnal maupun artikel. Tujuannya untuk memperkuat analisis penulis dalam menjawab penelitian dalam skripsi ini.

C. Subjek Penelitian.

Dalam buku Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, mengatakan subjek penelitian adalah sumber data yang diperoleh dari dalam penelitian.⁵ Subjek penelitian yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini adalah berbagai rujukan yang membahas masalah yang sedang penulis kaji.⁶

Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini adalah buku-buku yang relevan, artikel, jurnal maupun kajian lainnya yang bisa dipertanggungjawabkan, seperti buku karangan M. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah*; Suatu pengantar, Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* dan referensi lainnya.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993). hlm. 102.

⁶ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1982), hlm, 107. Bisa juga dilihat pada Moh Agus Tulus, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm, 10.

Alasan penulis memilih buku tersebut untuk menselaraskan isi buku bacaan dengan apa yang sedang peneliti kaji, guna untuk memperkaya dan memperbanyak referensi sesuai dengan kajian yang sedang peneliti lakukan.

D. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara untuk memperoleh data yang lengkap, objektif dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya sesuai dengan permasalahan penelitian. Adapun data-data yang dikumpulkan agar dapat memberikan penjelasan yang utuh tentunya berdasarkan jenis sumber data yang tepat dan terarah, seperti buku-buku, majalah, jurnal dan referensi lainnya yang sesuai dengan kajian dalam penelitian ini.

Tahapan yang peneliti lakukan dalam pengumpulan data menggunakan sistem data. Artinya, pengumpulan data yang peneliti gunakan bersumber dari data primer dan sekunder, seperti buku karangan A. Qodri Azizy dengan judul, *Melawan Globalisasi: Reinterpretasi Ajaran Islam*, kemudian buku karangan Onong Uchyana Effendy, dengan judul buku *Komunikasi Dakwah*, selanjutnya, buku karangan Asmuni Syukir dengan judul, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. begitu juga dengan berbagai jurnal dan artikel lainnya, seperti Nur Ahmad dengan judul, *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah*. Selanjutnya, dalam jurnal *Komunikasi Islam* dengan judul, *Dakwah di Tengah Indrustalisasi Media*, karangan Ropingi el Ishaq.

E. Teknik Analisis Data.

Adapun teknis yang dilakukan dalam menganalisis data terkait dengan isi (konten analisis) adalah melalui:

- a. Pengumpulan data. Peneliti mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil berbagai kajian kepustakaan.
- b. Reduksi data. Reduksi data yaitu memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus peneliti. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang direduksi.
- c. Penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- d. Pengambilan simpulan atau verifikasi. Peneliti berusaha mencari pola model, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering muncul, hipotesis dan sebagainya, jadi dari data tersebut peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Verifikasi dapat dilakukan dengan keputusan didasarkan pada reduksi data dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.

Sedangkan menurut Emzir dalam bukunya, “Metodologi Penelitian Kualitatif; Analisis Data”, menyebutkan, dalam penelitian kuantitatif analisis dan interpretasi data antara lain:

1. Analisis data cenderung terdiri dari analisis statistik.
2. Analisis data cenderung melibatkan pendeskripsian kecenderungan-kecenderungan, membandingkan perbedaan kelompok atau menghubungkan variabel-variabel.
3. Interpretasi cenderung berisi perbandingan hasil dengan prediksi sebelum dan sesudah penelitian.⁷

⁷ Emzir, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Rajawali pers, 2011), hlm.24

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan Media Dakwah Di Era Globalisasi.

Era globalisasi adalah merupakan hal yang netral. Artinya perkembangan tersebut dapat dilakukan kejalan yang baik tidak terkecuali dalam pengembangan dakwah. Namun dapat juga berdampak negatif jika perkembangan tersebut tidak disikapi dengan sebaik mungkin. Menyendiri atau lari dari globalisasi bukanlah solusi yang terbaik, tapi bagaimana memanfaatkan berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh era globalisasi ini ke jalan yang baik sesuai dengan tuntunan dan ajaran Islam. Melihat kenyataan hidup di era globalisasi sangat penuh tantangan karena persoalannya tidak sederhana bahkan semakin kompleks.

Masyarakat perlu dibentengi dengan nilai-nilai islam, sehingga nilai tersebut dapat melembaga dalam dirinya, dan tidak mudah goyah dengan berbagai fenomena kemodernan yang sangat menantang ini. Setiap muslim berkewajiban untuk menyampaikan pesan dakwah kapanpun dan dimanapun sebagaimana Hadits Nabi, *”sampaikanlah olehmu dariku, walaupun hanya satu ayat”*. Esensi hadits tersebut adalah ajakan kepada setiap Muslim agar senantiasa menyempatkan diri untuk berdakwah melalui berbagai media. Aktualisasi peran dakwah setiap muslim ini menjadi sangat terbuka dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, yaitu dengan memanfaatkan multimedia sebagai wahana Dakwah. Globalisasi sendiri sebenarnya sejalan dengan dengan

ajaran agama Islam, ajaran atau agama yang diturunkan sebagai rahmat alam semesta. Jika globalisasi digunakan untuk menduniakan nilai-nilai moral islami, baik yang bersifat personal (personal morality) maupun yang public (public morality), maka kehidupan umat manusia di dunia ini dapat berjalan dengan tertib, aman, damai dan sejahtera¹

1. Perkembangan Media Dakwah Dari Aspek Fungsinya

Berdasarkan uraian yang telah dibahas pada bab II ada beberapa fungsi Media dakwah, yaitu:

a. Pemusat Perhatian.

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

¹ Ulumuddin, *Globalisasi Dan Tantangan Dakwah*, (Digital Jurnal Almanar Edisi 1, Versi pdf, 2004), hal, 3.

b. Menggugah Emosi

Fenomena media dakwah saat ini menunjukkan banyaknya juru dakwah yang memanipulasi perasaan dan emosi para jemaah, dan kurang melatih daya pikir mereka. Bahkan para ustadz tidak jarang isi ceramahnya menyentuh perut (berisi lelucon dan tertawaan) dari pada menyentuh akal. Keberagaman yang emosional memang memberikan kehangatan dan gairah, tetapi biasanya ia tidak tahan banting dalam kompetisi pemikiran (*al-ghazu al-fikri*), yang emosional mudah tersisih oleh yang rasional. Dalam hal ini, seperti kasus yang terjadi di negara Palestina (Gaza), bagaimana masyarakat disana mengalami konflik kemanusiaan.

c. Membantu Mengorganisasikan Informasi

Dalam membantu mengorganisasikan informasi, maka perlu pembagian tugas, agar dapat dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab. Dengan pembagian tugas diharapkan setiap anggota organisasi dapat meningkatkan keterampilannya secara khusus (spesialisasi) dalam menangani tugas-tugas yang dibebankan. Apabila pengorganisasian itu dilakukan secara serampangan, tidak sesuai dengan bidang keahlian seseorang, maka tidak mustahil dapat menimbulkan kegagalan dalam penyelenggaraan pekerjaan itu.

d. Membangkitkan Motivasi.

Para juru dakwah akan mendapatkan ridha dan cinta Allah, rahmatNya, ampunanNya, dan pahala yang dilipatgandakan yang tidak akan terputus.

Semua anugerah itu diberikan Allah karena para juru dakwah telah mengikuti jalan yang ditempuh Rasulullah SAW. Keberuntungan yang Allah berikan kepada seorang juru dakwah sangatlah sayang untuk sekedar dilewatkan begitu saja. Takutlah akan siksa Allah bila kita mempunyai kemampuan untuk berdakwah tetapi kita tidak melakukannya. Maka sepantasnya bagi kita untuk menyatukan langkah, menyeru kepada kebaikan, mengajak kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Sungguh, Allah akan memberi pertolongan kepada hamba-hambaNya yang menolong agama Allah dan akan meneguhkan pijakan kaki-kaki mereka di atas agama yang lurus. Niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu. Contoh seperti adanya seminar motivasi tentang perkara dakwah.

Dari segi fungsi utama media Seperti yang telah teruraia pada bab II fungsi media ada tiga, yaitu:

- a) *To inform* (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam komunitas, negara, dan dunia).
- b) *To comment* (mengomentari pesan dan mengembangkannya dalam fokus berita).
- c) *To provide* (menyediakan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemesanan iklan di media).²

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hal 414

Melihat perkembangan dakwah Islamiyah, saat ini banyak ditemukan media berdakwah dengan menggunakan syair lagu. Pada dasarnya media merupakan cara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada audiens. Untuk menyampaikan ajaran Islam dapat menggunakan berbagai wasilah (media). Hamzah Ya'qub membagi wasilah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak.³

Apa yang disebutkan dalam buku M. Munir dan Wahyu Ilaihi, penggunaan syair lagu sebagai salah satu media dakwah dapat difungsikan sebagai filter bagi masyarakat, yakni dengan memanfaatkan media lagu, maka penyajian informasi-informasi keagamaan (pesan dakwah) dapat disisipkan di dalamnya. Hal ini mampu menjadikan syair lagu lebih bermanfaat dibanding dengan tujuan semula yang hanya merupakan produk dari hasil karya seni seseorang. Oleh Karena itu bagi penyelenggara dakwah pemanfaatan media seperti ini agar dapat dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan misi-misi dakwah Islamiyah. Dalam masa yang lebih maju, media dakwah sudah semakin berkembang, dakwah sudah tidak lagi dikembangkan hanya sebatas menggunakan media tradisional akan tetapi sudah mulai dikembangkan melalui pemanfaatan media-media lain baik melalui lembaga-lembaga formal maupun informal, selain itu pemanfaatan media massa cetak maupun media elektronik ataupun berbagai varian media.

³ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana 2006). hlm. 32

Selanjutnya, buku karangan Moh. Ali Aziz, dengan judul, “*Ilmu Dakwah*” menyebutkan, di era informasi saat ini tidak mungkin dakwah masih hanya di Mushalla yang hanya diikuti oleh jamaah yang hadir saja. Penggunaan media-media komunikasi modern adalah sesuatu yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan menyampaikan ajaran-ajaran Islam atau dakwah Islam,⁴ karena pada umumnya dakwah saat ini lebih banyak menggunakan media untuk digunakan sebagai perantara berdakwah, banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Dalam komunikasi, media dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

- 1) Media terucap yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sebagainya.
- 2) Media tertulis yaitu media yang berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, dan lain sebagainya.
- 3) Media dengar pandang yang biasanya disebut *Audio visual* yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar seperti film, video, televisi, dan sejenisnya.⁵

Selain itu, ada yang mengklasifikasi jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional dan media modern. Begitu juga dengan peranan media

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 113.

⁵ *Ibid.*, hlm. 406.

dakwah, yaitu sebagai alat bantu yang berarti memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah.⁶

Tentunya, menurut peneliti bahwa dalam berdakwah, para da'i tidak serta merta melakukan dakwahnya, apalagi di era globalisasi saat ini. Para da'i banyak menggunakan cara modern dalam berdakwah, seperti melalui televisi, radio maupun alat komunikasi.

Benar apa yang disebutkan dalam buku Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, dimana dalam bukunya menyebutkan ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih media dakwah, diantaranya:

1. Tujuan dakwah yang hendak dicapai.
2. Materi dakwah.
3. Sasaran dakwah.
4. Kemampuan da'i.
5. Ketersediaan media.
6. Kualitas media.⁷

⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm. 164.

⁷ *Ibid.*, hlm. 166.

2. Perkembangan Media Dakwah Dari Aspek Manfaatnya

Secara umum, manfaat media dakwah yaitu:

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

Selanjutnya, perkembangan media dakwah di era globalisasi harus memiliki beberapa prinsip, tujuannya untuk efesiensi dakwah yang akan dilakukan bagi pendengar. Adapun prinsip yang perlu diperhatikan antara lain:

- 1) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
- 2) Adanya perhatian dari *mad'u* terhadap media yang digunakan.
- 3) Pemilihan media dilakukan secara objektif.⁸

Globalisasi memang menjadi lokomotif perubahan tata dunia yang tentu saja akan menarik gerbong-gerbongnya yang berisi budaya, pemikiran maupun materi. Ada beberapa dampak negatif era globalisasi yang digulirkan oleh dunia Barat yang rawan mempengaruhi kehidupan seorang muslim, dan sekaligus menjadi tantangan dakwah di era globalisasi, yaitu:⁹

- 1) Kecenderungan maddiyyah (materialisme) yang selalu kuat pada zaman sekarang ini.

⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm 166-167.

⁹ Alta, Metode Dakwah. Diakses di internet pada 25 juli 2017 dari situs: <http://altajdidstain.blogspot.com/>

- 2) Adanya proses atomisasi, individualistis. Kehidupan kolektif, kebersamaan, gotong royong, telah diganti dengan semangat individualisme yang kuat.
 - 3) Sekulerisme yang senantiasa memisahkan kehidupan agama dengan urusan masyarakat, karena agama dinilai hanya persoalan privat antar individu semata. Dan keempat, munculnya relativitas norma-norma etika, moral, dan akhlak.
3. Kelebihan Dan Kekurangan Media dakwah Di Era Globalisasi

1. Media Cetak.

Berdakwah menggunakan sarana media cetak memerlukan bakat mengarang karena media cetak merupakan sarana komunikasi tulisan. Banyak da'i yang mampu berbicara didepan mimbar tetapi tidak mampu menuangkannya dalam sebuah karangan. Jadi, frekuensinya *dakwah bil lisan* jauh lebih besar daripada *dakwah bil qalam*. Selain itu, ada juga da'i yang hebat di mimbar dan mahir dalam menuangkan pemikiran melalui tulisan-tulisan dakwah, seperti Buya Hamka dan Muhammad Nastir. Dalam Islam, faktor tulisan dan menulis ini merupakan media awal yang sama usianya dengan media tatap muka.¹⁰

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini cukup canggih dan dengan berbagai fitur kecanggihannya. Tetapi teknologi terhadap kepenulisan merupakan tahapan yang tidak akan pernah hilang. Masyarakat dengan mudah memilih jenis

¹⁰ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008). hlm. 195-196

media yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya dan mudah untuk menjangkaunya. Termasuk di dalamnya informasi-informasi yang bersifat kerohanian atau keagamaan.¹¹ Melalui media cetak, ada beberapa tujuan yang ingin diharapkan, yaitu:

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

Adapun yang termasuk dalam media cetak, antara lain:

- 1. Buku.
- 2. Surat kabar.
- 3. Majalah.

Di samping media cetak yang telah disebutkan di atas, juga terdapat media cetak lain yang dapat digunakan sebagai media dakwah, seperti brosur, bulletin dan lain-lain yang mempunyai fungsi sama yaitu menyebarkan informasi melalui media cetak.¹²

¹¹ Yunus Hasyim Syam, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007). hlm. 37

¹² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 123-125

Adapun Kelebihan Media Cetak Adalah:

1. Biasanya relatif tidak mahal.
2. *Fleksibel* (lebih luwes dalam menentukan jadwal publikasi iklan dan surat kabar yang mempublikasikan (apakah lokal, regional atau nasional) berkaitan dengan khalayak yang dijadikan sasaran iklan).
3. Dapat di nikmati lebih lama.
4. *Market coverage* yakni surat kabar mampu menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan wilayahnya.
5. *Comparison shopping* yakni surat kabar sering digunakan sebagai bahan acuan atau referensi konsumen dalam membeli barang atau jasa.
6. *Positive consumer attitude* yakni aktualitas informasi yang disampaikan digunakan juga sebagai acuan pembaca.
7. *Repeatable*, dapat dibaca berkali-kali dengan cara menyimpannya.
8. Harganya lebih terjangkau maupun dalam distribusinya.
9. Lebih mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks atau rigid.
10. Analisa lebih tajam, dapat membuat orang benar-benar mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan.¹³

¹³ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 27

Sedangkan kekurangan yang dimiliki media cetak, diantaranya:

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

8. Media cetak sering kali hanya memuat berita yang telah disebarluaskan oleh media lainnya.¹⁴

1. Media Elektronik.

Da'i yang mempergunakan media massa sebagai sarana dakwahnya harus menyadari bahwa dia terkait pada sistem kekerabatan yang merupakan dasar utama sebuah media massa. Komunikasi media massa ditunjukkan kepada masyarakat yang luas, heterogen dan anonym. Lebih luas daripada komunikasi tatap muka dalam kelompok besar. Khalayak disebut luas apabila komunikasi disampaikan kepada sekumpulan individu yang beragam dalam tingkat pendidikan, beragam status sosial ekonominya, dan beragam tempat tinggal.¹⁵

Dalam buku "Dinamika Komunikasi" yang dikarang oleh Efendi pada tahun 1986 disebutkan, media ini sangat penting dijadikan media dakwah, sebab media ini memiliki beberapa kelebihan,¹⁶ yaitu:

1. Bersifat langsung. Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui pers, majalah, dan sebagainya.
2. Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio

¹⁴ *Ibid*, hlm. 27-28

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*..... hlm. 186-188.

¹⁶ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986). hlm. 173.

tidak mengenal jarak dan rintangan, termasuk daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah.

3. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik, kata-kata, dan efek suara.
4. Biayanya relatif murah. Banyak negara di dunia ketiga asia, afrika, dan amerika latin, radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin.
5. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil. Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungkan tempat-tempat terpencil.
6. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis.¹⁷

Adapun kelebihan menyampaikan pesan dakwah menggunakan internet adalah:

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

¹⁷ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 411- 412.

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

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

B. Perkembangan Media Yang Ada Mempengaruhi Cara Berdakwah

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

Pemanfaatan *Searching Google* seringkali dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Berbeda dengan era

agraris, peran ulama dan tokoh agama begitu kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka ditiru, didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat rela berkorban dan mau datang ke tempat pengajian yang jaraknya jauh sekalipun, hanya karena cinta mereka kepada para ulama dan ingin mendapatkan taushiyah yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan yang baik dan benar. Dengan khusyu, tawadlu', dan memiliki semangat yang tinggi, mereka mendengarkan apa yang diucapkan oleh ulama dan berupaya secara maksimal melaksanakan apa yang telah disampaikan.

Moh. Ali Aziz menyatakan bahwa dakwah perlu dilakukan *rebranding* dengan cara membangun landasan filosofis dari keilmuan dakwah dan memperkuat peran organisasi dakwah secara profesional. Perlunya brand baru disebabkan karena term dakwah dikenal di masyarakat sebagai term normatif, kurang compatible dengan era modern dan cenderung bersifat keakhiratan. Kalaupun dikenal, dakwah identik dengan ceramah atau tabligh.¹⁸ Begitu pun pada masyarakat Barat, pemaknaan dakwah diterjemahkan sebagai kegiatan missionaris dan propaganda.¹⁹

Untuk mendukung adanya perubahan dalam berdakwah, para da'i perlu terus menerus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan teknis yang diperlukan dalam melakukan dakwah. *Da'i* tidak merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar, belajar sepanjang hayat (*long life education*). Apalagi pada era

¹⁸ Moh Ali Aziz, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005), hlm. 3.

¹⁹ Deddy Mulyana, *Konteks Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1996), hlm. 116.

informasi seperti sekarang ini, kemampuan *da'i* dalam mengoperasikan komputer dan internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar.²⁰ Dengan komputer *da'i* bisa menulis dan menyimpan gagasan-gagasan yang akan disampaikan kepada masyarakat, bisa dimanfaatkan untuk mengoperasikan LCD, membaca kitab-kitab dan Al-qur'an dengan bantuan *cd-room*, mengakses internet dan lain-lain. Mengapa *da'i* perlu memiliki kemampuan di bidang komputer dan internet? Karena masyarakat sebagai obyek dakwah, semakin banyak yang memanfaatkan komputer dan internet. Sekarang ini komputer dan internet sudah diperkenalkan pada anak-anak di tingkat Sekolah Dasar, bahkan sejak Taman Kanak-Kanak. Pemerintah pun sudah berupaya membantu jaringan internet agar bisa masuk ke desa-desa. Fasilitas handphone sudah dipenuhi dengan sistem yang bisa mengakses internet. Rumah makan, hotel, kampus, sekolah, perkantoran dan lain sebagainya telah menyediakan hotspot area (daerah bebas berinternet). Jika masyarakat telah begitu terbuka untuk bisa memanfaatkan komputer dan internet, sementara *da'i* tidak mau tahu komputer dan internet, bisa terjadi “kiamat” bagi *da'i* tersebut dan kegiatan dakwahnya kurang mengikuti perkembangan masyarakat.

Kemudian pada era modern ini, ilmu yang berkembang bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang selama ini menjadi pegangan *da'i* (sumber utama) perlu diperkuat dengan keilmuan lainnya agar apa yang

²⁰ Belajar komputer dan internet bukanlah perkara yang sulit bagi para *da'i*, jauh lebih sulit belajar bahasa Arab atau bahasa Jawa. Satu sampai tiga hari, dijamin bisa manakala ada kemauan kuat untuk belajar. Prinsipnya jangan takut salah, komputer tidak akan rusak atau terbakar, dan jangan malu bertanya.

disampaikan ke masyarakat menjadi kokoh dan dapat dioperasionalkan di lapangan. Ilmu agama Islam dapat diperkuat dengan menggunakan kajian ilmu psikologi, sosiologi, sejarah dan sebagainya. Oleh karena itu, da'i perlu memperkuat ilmu agama yang dimilikinya dengan menambah wawasan dan pengetahuan yang berdasar dari ilmu-ilmu sosial, humaniora maupun ilmu-ilmu alam.

Dalam era modern ini, perkembangan di bidang teknologi informasi sedemikian pesatnya sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi terlihat secara eksponensial dan tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi.²¹ Sangat disayangkan apabila kemajuan teknologi informasi ini tidak dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Apalagi dalam realitas sekarang ini, hampir sebagian besar masyarakat telah memiliki peralatan teknologi informasi, baik komputer, internet, handphone, dan sebagainya. Ibaratnya, dunia masyarakat sekarang ini adalah dunia teknologi informasi. Masyarakat akan dianggap “kuper” (kurang pergaulan) atau “gaptek” (gagap teknologi) apabila tidak mempunyai peralatan teknologi informasi. Salah satu contoh peralatan teknologi yang banyak disukai oleh masyarakat adalah televisi. Kehadiran televisi bagi masyarakat industri bagaikan “agama baru”. Betapa tidak, televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khutbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar dari jamaah agama apapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan dan dapat menggetarkan hati serta

²¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 143.

mempengaruhi bawah sadar manusia. Kehadiran televisi juga telah mengambil sebagian besar waktu manusia untuk menonton televisi.

Jadi, pengaruh media terhadap cara berdakwah di era modern ini dapat dilakukan dengan memposisikan dakwah sebagai ilmu yang dapat dikembangkan dan dievaluasi keberadaannya. Lantas, keilmuan dakwah yang ada sekarang ini sudah saatnya dikembangkan menjadi ilmu komunikasi Islam yang lebih *compatible* dengan perkembangan masyarakat dan ilmu pengetahuan di era modern saat ini. Selain itu, kemampuan *da'i* dalam menciptakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media dakwah perlu terus menerus diupayakan agar dakwah betul-betul dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

1. Pengaruh Perkembangan Media Dari Segi Jumlah Audien

- a) Dakwah perorangan, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap orang seorang secara langsung. Metode ini kelihatannya tidak efektif tapi nyatanya dakwah perorangan lebih efektif jika dilakukan terhadap orang yang mempunyai pengaruh terhadap suatu lingkungan. misalkan seorang ustad menasehati temannya secara *fastufes* dan apa bila ada responnya dari sipendengarnya langsung bisa diperjelas sama ustad.
- b) Dakwah kelompok, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap kelompok tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Misalnya jamaah tabligh, jamaah tahlilan, zikir serta jamaah ibu ibu dan sebagainya.

2. Pengaruh Media Dari Aspek Penyampaian

- a) Cara langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka antara komunikator dengan komunikan.
- b) Cara tidak langsung, yaitu dakwah yang dilakukan tanpa tatap muka antara da'i dan audiennya. Dilakukan dengan bantuan sarana lain yang cocok. Misalnya dengan bantuan televisi, radio, internet dan lain sebagainya.

C. Tantangan Media Dakwah Di Era Globalisasi.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan bagi masyarakat, baik di dalam cara berpikir, sikap maupun tingkah laku. Dari satu sisi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membuat manusia lebih sempurna dalam menguasai, mengolah dan melestarikan alam untuk kepentingan dan kesejahteraan hidup manusia. Namun dari sisi lain kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah merusak dan meracuni sisi mental dan moral generasi muda.²²

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

²² A. Rosyad shaleh, *Management Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977). hlm. 1-2.

informasi dan transformasi budaya dan makna. Masyarakat menjadikan televisi sebagai sumber informasi. Karenanya di era globalisasi informasi, dimana televisi dan informasi sudah terbuka dan bernilai ekonomi tinggi, menjadikan televisi dipercaya dan mempunyai kekuatan dalam mengantarkan informasi terhadap masyarakat.

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

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

Di sisi lain, para da'i dituntut agar peka dengan setiap isu yang muncul disamping bisa menguasai manajemen dalam mengelola media yang ingin ditransfer

ide dakwah. Dengan demikian, tingkat penyebaran nilai-nilai agama menjadi lebih luas dan dengan waktu yang singkat, minimal dalam tataran informatif. Orang-orang dapat mengambil banyak manfaat dari maraknya program agama Islam di radio, televisi, koran dan internet, dimana sebagiannya sibuk sehingga tidak bisa menghadiri secara langsung. Hadirnya nilai-nilai agama dengan perantaraan teknologi media tersebut sangat membantu mereka dalam menjaga kontinuitas keberagamaannya.

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

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

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

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

1. Masalah-masalah yang tumbuh di masyarakat semakin kompleks dan meluas seperti krisis moral di berbagai bidang kehidupan, kekerasan dalam berbagai bentuk, perilaku sosial yang semakin menjauh dari nilai-nilai keagamaan, penindasan manusia atas manusia dalam beragam corak, pengrusakan lingkungan dan alam kehidupan yang semakin semena-mena, dan berbagai tindakan lainnya.
2. Semakin berkembangnya berbagai pemikiran yang ekstrem atau radikal dari yang cenderung radikal konservatif-fundamentalistik hingga radikal liberal-sekularistik, yang menimbulkan pertentangan yang tajam dan hingga batas tertentu sehingga hilangnya jangkar teologis dan moral yang kokoh dalam menghadapi gelombang kehidupan modern yang dahsyat. Setiap radikalisme atau ekstrimitas apapun bentuknya selalu melahirkan ketimpangan dan

mengundang banyak benturan. Ekstrem konservatif memang memberi peneguhan pada kemapanan beragama, tetapi menjadi naif dan kehilangan kecerdasan dalam menghadapi kehidupan yang serba kompleks. Ekstrem liberal memberi horizon yang cerdas atau luas tetapi sering kehilangan pijakan nilai dan moral yang kokoh sehingga memberi ruang pada sekularisasi bahkan nihilisme kehidupan. Di sinilah pentingnya wawasan baru pemikiran dan gerakan dakwah yang berdimensi pemurnian (purifikasi) sekaligus pembaruan (tajdid, dinamisasi) yang harus semakin kaya (bergizi tinggi) tanpa harus terseret pada polarisasi yang ekstrem.

3. Semakin berperan dan meluasnya para juru dakwah kontemporer di media massa elektronik dan majelis-majelis taklim yang mempengaruhi ruang publik umat sedemikian rupa. Kehadiran dakwah media-elektronik dan majelis-majelis taklim maupun majelis-dzikir yang menguasai ruang publik umat dan masyarakat saat ini seungguhnya merupakan fenomena baru yang berhasil menggeser peran-peran dakwah konvensional yang selama ini dilakukan oleh organisasi-organisasi Islam besar seperti Muhammadiyah, Nahdhatul Ulama, Persatuan Islam, Dewan Dakwah Islam Indonesia, Al-Irsyad, dan lain-lain.
4. Semakin berperannya media massa, seperti media elektronik dan media massa dalam mempengaruhi, membentuk, dan mengubah orientasi hidup manusia modern saat ini. Dengan kata lain media massa modern tersebut sebenarnya telah menjelma menjadi "organisasi dakwah" yang berwajah lain, sekaligus menjadi pesaing tangguh organisasi-organisasi dakwah Islam yang selama ini

berkiprah di belantara kehidupan umat dan masyarakat. Pengaruh dan daya jelajah media massa bahkan sangat spektakuler, sehingga dalam hitungan detik dapat menjangkau setiap relung kehidupan manusia di mana pun dan kapan pun tanpa harus permissi atau minta izin.²³

Hal yang sama juga disebutkan dalam jurnal Addin yaitu masa sekarang ini adalah masa yang sangat istimewa di mana semua orang bisa mendapatkan dan mengerjakan sesuatu dengan sangat mudah. Mungkin di zaman sebelum penemuan media elektronik ada, orang tersebut memerlukan berbagai kitab maupun referensi berupa buku. Sedangkan di era digital ini orang tinggal mencari sesuatu yang diinginkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang diperlukan akan muncul dengan berbagai model. Era ini adalah puncak dimana semuanya yang serba instan dan banyak dinikmati oleh masyarakat.²⁴

Dari berbagai penjelasan di atas, penulis melihat bahwa seorang da'i (*mubaligh*) bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui media-media yang ada seperti berdakwah dengan media televisi, radio, dan juga media tulisan. Realitas yang ada banyak sekali da'i yang sudah memanfaatkannya terutama dalam pertelevisian. Terkadang terfikirkan ternyata tidak hanya artis saja yang ingin masuk televisi, bahkan para da'i pun juga banyak, hingga menjamur dimana-mana. Bagus

²³ Moh. Ali Azis, *Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Global dan Revitalisasi Fakultas Dakwah*. (Jakarta, Kerjasama Fakultas Dakwah IAIN Mataram dan Sentra Media, 2011). hlm. 26.

²⁴ Nur Ahmad, Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah. Dalam Jurnal Addin Vol. 8, No. 2, Agustus 2014. hlm. 319-321.

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

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

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

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

1. Budaya dan gaya hidup serba seragam dengan tanpa mempertimbangkan urgensinya, seperti pada menu makan, mode pakaian dan kesenangan hiburan.
2. Infiltrasi budaya dan tata nilai asing yang lebih intens dan masif yang banyak bertentangan dengan identitas kepribadian bangsa dan moral agama, seperti melalui televisi dan film.
3. Merebaknya konsumtivisme yang menggiring umat manusia kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik.²⁵

²⁵ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 23.

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

Dakwah melalui internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Sementara mewujudkannya mulai dari tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan internet. Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi. Artinya, dari sisi dakwah, kekuatan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan.²⁶

²⁶ Nur Ahmad, Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah..., hlm. 327.

Dari penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa media (terutama televisi) menjadi sarana ampuh untuk memberikan motivasi dan inspirasi bagi masyarakat luas. Kekuatan media ini, tentu, akan sangat efektif jika dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah, sementara ceramah-ceramah keagamaan tidak lagi menarik untuk disimak kecuali hanya sebagai penghibur. Sehingga ceramah keagamaan yang tidak lucu tidak diterima karena tidak menghibur layaknya tontonan yang memberikan aspek relaksasi. Di sinilah tantangan dakwah di media. Bagaimana pesan-pesan keagamaan dikemas secara menarik layaknya tontonan atau hiburan agar dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada khalayak televisi maupun pengguna media untuk menjalankan pesan-pesan dakwah. Dakwah yang identik dengan ceramah perlu dirumuskan kembali guna dapat memanfaatkan media yang bersifat massif. Pemanfaatan media sebagai sarana dakwah menjadi penting. Media sebagai salah satu pilar sosial memberikan ruang bagi agama untuk membentuk struktur sosial yang berbasis agama.

1. Tantangan Media Cetak Di Era Globalisasi

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

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

Meskipun ditengah terjang era konvergensi media pada saat ini, dizaman yang menuntut untuk segala akses yang mudah dan praktis. Ternyata media cetak tetap mampu menahan eksistensi nya dikalangan masyarakat. banyak faktort dan pengaruh yang menjadikan media cetak tetap beratahan dipasaran sampai saat ini. Namun jika media cetak pun dapat tetap mempertahankan keutamaan informasi dan profesionalitas maka media cetak pun senantiasa akan selalu hadir dan eksis ditengah masyarakat.

2. Tantangan Media Elektronik Di Era Globalisasi

Menurut penulis tantangan media elektronik di era globalisasi yang harus di hadapi oleh media elektronik saat ini Tantangan terbesar globalisasi informasi ini

identik dengan persaingan mainstream media online. Pihak yang merasakan dampak cukup besar dengan kehadiran media online adalah. Tantangan yang sering dialami media dakwah elektronik, seperti yang terjadi di media TV mereka harus menunggu jam tayangnya. Harus memotong durasi penayangannya. perlunya waktu untuk mengedit audio visualnya.

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

3. Tantangan Media Online Di Era Globalisasi

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

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

1. Perkembangan media dakwah di era globalisasi dianggap sebagai sebuah kegiatan komunikasi keagamaan yang dihadapkan pada kemajuan teknologi. Artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada ceramah-ceramah di masjid atau tabligh akbar. Saat ini, dakwah harus dikemas dengan kondisi zaman dan peminat para pendengar serta melalui media massa dakwah merupakan sebuah alternatif yang cukup efektif. Dakwah dapat menggunakan media-media yang digunakan sebagai media komunikasi, seperti surat kabar, radio, televise, media alternatif dan lain sebagainya.
2. Keberadaan media sangat berpengaruh terhadap isi dakwah yang disampaikan pada masyarakat. Media dapat membentuk opini bahkan mengubah perilaku masyarakat. Seiring dengan itu, kehadiran media membawa nilai positif juga negatif. Tentunya dakwah melalui media diarahkan pada pembentukan perilaku yang baik bagi masyarakat sehingga media mampu memberi kontribusi melalui pemberitaan dalam pengembangan dakwah dalam masyarakat. Sekarang ini penyampaian pesan dakwah diunggah di youtube memudahkan khalayak menontonnya kapanpun dia inginkan.

3. Tantangan media dakwah di era globalisasi beraneka ragam bentuknya, selama ini masyarakat mengenal dakwah secara tradisional maupun secara media. Banyak para da'i mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Lainnya yang dihadapi media dakwah harus adanya settingan yang sesuai perkembangan zaman, seperti da'i harus mampu membuat penonton terhibur, harus mempunyai ciri khas dalam berdakwah serta mampu menguasai komunikasi agar teratasi persoalan dalam berdakwah. Penda'i sekarang ini harus mempunyai gejed sendiri untuk mengunggah ceramahnya di media sosial, membuat situs yang mudah diakses jamaahnya agar program dakwahnya selalu populer dikalangan pemuda dan masyarakat.

B. Saran.

Dalam skripsi ini, sangat banyak saran-saran yang ingin peneliti berikan agar nantinya media dakwah di era globalisasi ini mampu berdaya saing dan menjalin kerjasama dengan pihak terkait dalam menyukkseskan berbagai kegiatan dakwah melalui pemanfaatan media. Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, hendaknya dapat menjalin kerjasama dengan beberapa media agar para da'i leluasa dalam menjalankan dakwah pada masyarakat dan disaksikan seluruh masyarakat.

2. Bagi pendakwah juga harus mampu menguasai era digital dalam melakukan berbagai kegiatan dakwah melalui media.
3. Bagi lembaga swasta juga kiranya dapat membantu para media dan para da'i dalam mewujudkan dan mengembangkan dakwah berbasis media.
4. Bagi masyarakat, agar kiranya dapat secara seksama menghadiri berbagai kegiatan dakwah, baik yang dilaksanakan melalui media maupun masih menggunakan cara tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

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

- Didin Hafiduddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998).
- Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986).
- Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009).
- Hamka. *Tafsir Al Azhar*. (Surabaya: Pustaka Islam, 1960).
- HM. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah; Suatu pengantar*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2009).
- Hoetomo, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005).
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000).
- Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir*. (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2003).
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2008).
- Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group, 2006).
- Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1983).
- Khatib Pahlawan Kayo. *Kepemimpinan Islam dan Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2005).
- L.Stoddard, *The New World of Islam (Dunia Baru Islam)*, (Terj. M. Muljadi Djojomartono). Malang: Panitia Dunia Baru Islam, 1966).
- Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1998).
- M. Munir dan Wahyu Ilaihi,, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Pranada Media, 2006).
- Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Muhammad Sayyid Al-Wakil, *Prinsip Dan Kode Etik Dakwah* (Jakarta: Akademika Pressindo, 2002).
- Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009).

- M. Sadat Ismail, *Benturan Antar peradaban dan Masa Depan Politik Dunia*, (Yogyakarta: Qalam, 2000).
- Moh. Ali Azis, *Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Global dan Revitalisasi Fakultas Dakwah*. (Jakarta, Kerjasama Fakultas Dakwah IAIN Mataram dan Sentra Media, 2011).
- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
- Nur Ahmad, *Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi*. Dalam Jurnal At-Tabasyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 1, nomor 1, Januari-Juni 2013.
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosda Karya, 2005).
- Onong Uchyana Effendy, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja rosdakarya, 1986).
- Purnamawati dan Eldarni, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali, 2001).
- Ropingi el Ishaq, *Dakwah di Tengah Industrialisasi Media*. Dalam Jurnal Komunikasi Islam Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian*. (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989).
- Sayyid Muhammad Alwi Al-Maliki Al-Hasani. *Kiat Sukses Dalam Berdakwah*, (Jakarta: Amzah, 2006).
- Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008).
- Wahyu Ila'hi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Yusuf al-Qardhawi, *Islam dan Globalisasi Dunia*, (Jakarta: CV. Pustaka Al-Kautsar, 2001).

internet

Pendidikan Nasional, *Globalisasi dan Pengembangan Kesenian Rakyat Suatu Penghampiran Awal*. Diakses di internet pada tanggal 24 Juli 2017 dari situs: *Depdiknas.go.id*,

B. Suhartini, *Perspektif Global*. Diakses di internet pada tanggal 24 Juli 2017 dari situs: *http://staffnew.uny.ac.id*

Metode Dakwah. Diakses di internet pada 25 juli 2017 dari situs: *http://altajdidstain.blogspot.com/*

Wikipedia, *Media Alternatif*. Diakses di internet pada tanggal 22 Desember 2016 dari situs: *https://id.wikipedia.org*

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.2056/Un.08/FDK/KP.00.4/06/2017

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2016/2017

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2016, Tanggal 7 Desember 2015

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Dr. Jasafat, MA.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Taufik, SE.Ak., M.Ed.....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

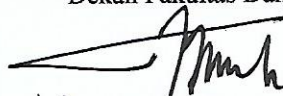
Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Akmal Saputra
NIM/Jurusan : 411005981/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Media Dakwah dan Tantangannya di Era Globalisasi*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 6 Juni 2017 M
11 Ramadhan 1438 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Kusmayati Hatta

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : AKMAL SAPUTRA
2. Tempat / Tgl. Lahir : Weu Bada / 28-12-1991
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 411005981 / Kpi.j
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Weu Bada
 - a. Kecamatan : Montasik
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : saputraakmal629@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat Tahun Lulus 2004
10. MTs/SMP/Sederajat Tahun Lulus 2007
11. MA/SMA/Sederajat Tahun Lulus 2010

Orang Tua/Wali

12. Nama ayah : Syukri
13. Nama Ibu : Sarinah
14. Pekerjaan Orang Tua : Petani
15. Alamat Orang Tua : Weu bada
 - a. Kecamatan : Montasik
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 20 juli 2017
Peneliti,

dto

(Akmal Saputra)