



Pengantar Tentang Konsep Dasar Siaran Radio ,Televisi Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah

Erwan Efendi¹, Forsaktinahot Hasugian², Ajulan Siregar³, Ahmad Fauzan⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract

Received: 3 Januari 2023

Revised: 5 Januari 2023

Accepted: 7 Januari 2023

Da'wah for Muslims is an obligation and is the responsibility of every Muslim. In the current era of globalization, preachers must be able to keep up with technological sophistication in conveying da'wah, so that the general public can receive every da'wah message properly. Nowadays, the media is one of the easiest tools to convey da'wah. Multimedia da'wah is a da'wah innovation for preachers in Indonesia, preachers can easily deliver da'wah. In this day and age, preachers only need to preach in one place and spread it through the media, be it television, radio or even the one that is most often used today, namely social media (multimedia). da'wah through the media will provide very effective results because many people understand the progress of this sophisticated technology so that the general public can easily see the preachers' various da'wah through television media, radio media and more importantly social media. preachers should use media that are widely spread in the community, such as combining da'wah media through pulpits, audio, radio, television, print media, the internet and even what we see more often, namely social media.

Keywords: *Da'wah, Multimedia, Era Of Globalization*

(*) Corresponding Author:

erwaneffendi6@gmail.com1, forsaktihhas@gmail.com2,
pekanb449@gmail.com3, ahmaddfauzann15@gmail.com4

How to Cite: Efendi, E., Hasugian, F., Siregar, A., & Fauzan, A. (2023). Pengantar Tentang Konsep Dasar Siaran Radio ,Televisi Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 131-140. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7678106>.

PENDAHULUAN

Dakwah bagi umat Islam adalah sebuah kewajiban dan merupakan tanggung jawab setiap umat Islam. Di era globalisasi sekarang bagi para dai harus bisa mengikuti kecanggihan teknologi dalam menyampaikan dakwah, agar khalayak ramai dapat menerima setiap pesan-pesan dakwah dengan baik. Pada zaman sekarang media merupakan salah satu alat yang mudah untuk menyampaikan dakwah. Multimedia dakwah merupakan inovasi dakwah bagi dai di Indonesia, para dai bisa dengan mudah menyampaikan dakwah. pada zaman sekarang para dai hanya perlu berdakwah di satu tempat dan menyebarkannya melalui media baik itu melalui Televisi, radio bahkan yang paling sering digunakan pada zaman sekarang yaitu media sosial (multimedia).

Dakwah melalui media akan memberikan hasil yang sangat efektif karena banyak khalayak ramai yang telah memahami kemajuan teknologi canggih tersebut dengan begitu para khalayak ramai bisa dengan mudah melihat berbagai dakwah para dai tersebut baik itu melalui media televisi media radio dan yang lebih pentingnya adalah media sosial. Para dai sebaiknya menggunakan media yang banyak tersebar di lingkungan masyarakat, seperti menggabungkan media dakwah melalui mimbar, audio, radio, televisi, media cetak, internet dan bahkan yang lebih sering kita lihat yaitu media sosial. Pada era sekarang ini, media massa terus



berkembang sehingga memunculkan media online sebagai media massa terbaru yang sebelumnya media massa hanya dikenal dengan adanya media elektronik seperti televisi, dan radio, serta media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid.

Memasuki masa globalisasi seperti sekarang, tentunya harus menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat, era modernisasi dan globalisasi telah membuat orang lupa akan apa yang menjadi tujuan hidup sehingga perlu kajian dakwah untuk menjadi media alternatif dalam menyikapi fenomena ini. Dakwah ialah usaha menyampai, mengajak atau menyeru manusia kepada mengenali Islam, menerima dan menghayatinya yang didapat melalui kaedah, cara dan pendekatan tertentu. Peran teknologi sangat menarik ketika pengaruh multimedia yang memanfaatkan media video, audio, gambar, grafik, animasi, teks dan sebagainya, untuk menyampaikan pesan. dakwah melalui multimedia dibenarkan oleh Islam atau karena pendakwah dapat memanfaatkan multimedia sebagai tawaran solusi bagi umat Islam

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini artinya metode kualitatif. berdasarkan Denzin & Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif artinya penelitian yang menggunakan latar halaman menggunakan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang Et ekson (1968), menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha buat menemukan dan mendeskripsikan secara naratif aktivitas yang dilakukan dan akibat dari tindakan yang di hilangkan terhadap kehidupan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. (Samsur Munir Amin, 2009)

Adapun yang dimaksud dengan media (wasilah) 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 paing efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut: (Moh. Ali Aziz, 2004)

1. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
2. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
3. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
4. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
5. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i.
6. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
7. Efektifitas dan efesiensi harus diperhatikan.

8. Pembagian Media Dakwah Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nonmassa. (*Wahyu ilaihi, 2010*)

Pengertian Media Massa

A. Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi 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. Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikasi yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikasi dalam jumlah yang banyak. (*Quddarullah, 2019*)

B. Media Non massa

Media ini biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, email, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikasinya tidak bersifat massal. Disadari atau tidak, media dalam penggunaan komunikasi terutama media massa telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Termasuk dalam hal ini tak ketinggalan adalah dalam komunikasi dakwah massa. Media yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan, atau mengingatkan sesuatu dalam dakwah, secara terperinci, Hamzah Ya'qub membagi media Dakwah itu menjadi lima:

- A. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- B. Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
- C. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- D. Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bisa berbentuk televisi, slide, ohap, internet, dan sebagainya. (*Moh. Ali. Aziz, 2004*)

Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u. Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

1. The spoken words (berbentuk ucapan) Yang termasuk dalam kategori ini adalah alat yang mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga dan biasa disebut dengan the audial media dan dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon, radio dan lain-lain.
2. The printed writing (yang berbentuk tulisan) Yang termasuk didalamnya adalah barang-barang tercetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, buku, surat kabar, majalah, brosure, pamphlet, dan sebagainya.

3. The audio visual (berbentuk gambar hidup) Yaitu merupakan penggabungan dari kedua golongan diatas, yang termasuk dalam kategori ini adalah film, video, DVD, CD, dan sebagainya. (*Wahyu Ilaihi 2010*).

Disamping penggolongan wasilah diatas, wasilah dakwah dari segi sifatnya juga dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan didepan umum terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, lenong dan sebagainya.
2. Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronika” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media modern ini antara lain televise, radio, pers dan sebagainya.(*Moh,Ali Aziz,2004*).

C. Benda Sebagai Media Dakwah

Secara umum, media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi empat:

1. Media Visual Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu:
2. Film Slide, Film slide ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang cukup jelas kepada audiensi tentang informasi yang disampaikan seorang juru dakwah. Disamping itu juga dapat dipakai berulang-ulang sejauh programnya sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan kelemahannya adalah bahwa untuk membuat program melalui film slide diperlukan dalam bidang fotografi dan grafis. Selain itu juga diperlukan ruangan khusus dengan menggunakan aliran listrik.
3. Overhead Proyektor (OHP), OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastic transparan. Perangkat ini tepat sekali untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan selera da’i dan apalagi jika diwarnai dengan seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya yaitu memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik juga menuntut kreatifitas da’i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik.
4. Gambar dan Foto ,Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimana-mana, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik seperti surat kabar, majalah dan sebagainya. Dalam perkembangannya gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da’i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak terlalu mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan.

Kelemahannya, seorang da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, salian itu juga menuntut da'i untuk kreatif dan inovatif. (*Samsul Munir Amin, 2009*)

D. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran.

- a. Radio Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio dia akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsure yang ada padanya yakni music, kata-kata dan efek suara.
- b. Tape Recorder, Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara kedalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplay back dalam bentuk suara. Dakwah dengan tape recorder ini relative menghabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai kebutuhan.

Disamping itu da'i juga dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya dapat disebar pada kesempatan lain dan seterusnya. (*Moh Ali Aziz, 2004*)

E. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsure gambar dan suara secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi.

1. Televisi Di beberapa daerah terutama di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televise. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi.
2. Film, Jika film digunakan sebagai media dakwah maka harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan. Disamping itu, secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan animation memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.
3. Internet, Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasaan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, cultural dan lainnya. Menyikapi fenomena ini, Nurcholis Madjid mengatakan "Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan

baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekerja.”Begitu besarnya potensi dan efisiennya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan cybermuslim atau cyberdakwah. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya. (T.Nuraini, 2018)

F. Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana.

- A. Buku Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas . Menembus ruang dan waktu. Para da'i atau ulama penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya. Seperti halnya Imam Al-Ghazali menulis *Ihya' 'Ulumuddin*, Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Shalihin*, dan lain-lain.
- B. Surat kabar, Surat kabar beredar dimana-mana, karena di samping harganya yang murah beritanya juga sangat up to date dan memuat berbagai jenis berita. Surat kabar cepat sekali peredarannya karena jika terlambat beritanya akan out of date. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai penjur. Karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.
- C. Majalah, Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Majalah biasanya mempunyai ciri tertentu, ada yang khusus wanita, remaja, pendidikan, keagamaan, teknologi, kesehatan, olahraga, dan sebagainya. Sekalipun majalah mempunyai ciri tersendiri tetapi majalah masih dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, bagi majalah bertema umum. Jika majalah tersebut majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang dai'I dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam. (Ahmad Zaini, 2014).

G. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideology bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman.

Strategi pengembangan dakwah harus seiring fungsi Islam sebagai rahmat bagiseluruh alam semesta. Diperlukan kemampuan untuk mengakses pesan-pesan dakwah yang dapat bersaing dengan kemasan-kemasan yang maksiat yang semakin menggoda. Dakwah harus memberi makna dan fungsi dalam tindakan kearah masa depan. Di era globalisasi, dakwah harus memiliki perhitungan-perhitungan yang jitu, melakukan analisis kondisi,antisipasi masa depan dengan pemikiran teoritik, kebijakan praktis dan sistematis serta memiliki strategi tertentu yaitu informasi dikendalikan untuk cakrawala umat Islam sekaligus memperkokoh ketahanan nilai-nilai Islam.

Globalisasi dan informasi dengan dampak negatif dan positif merupakan tantangan dahsyat. Olehnya itu umat Islam mesti melakukan strategi yang tepat karena era globalisasi menjadikan dunia tanpa batas, budaya-budaya kini digantikan oleh budaya global, daerah yang terisolir, kini terbuka oleh pintu globalisasi. Para remaja dihadapkan oleh berbagai pengaruh negatif dan positif dari globalisasi dan informasi. Remaja yang hidup di zaman sekarang harus memiliki alat penyaring untuk memfilter pengaruh yang negatif. Islam didakwakan dengan strategi yang tepat dengan mengembangkan pada pemanfaatan teknologi informasi untuk mengambil porsi pengaruh positif yang besar terhadap para pencari informasi melalui pengembangan dakwah dengan menggunakan teknologi informasi (media cetak, elektronik, internet). Metode dan strategi dengan cara yang bijaksana. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. An-Nahl/15:125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَا دِلْهُمْ بِأَلْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya: 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.

Berdasarkan ayat tersebut bahwa seorang dai harus pandai dalam memilih metode dan media dakwah. Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi akan menghadap dan menjadi idaman dalam kehidupan masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan metode dan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman, Metode dan media dakwah merupakan wasilah bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan. Dai di zaman sekarang tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah di atas mimbar, tetapi dai zaman sekarang adalah penggerak kepada penyelesaian masalah secara praktis yang menempatkan pada posisi strategis dengan mengikutsertakan teknologi informasi sebagai mitranya dalam dakwah amar ma'ruf nahi munkar. Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, dai, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi muda agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.

H. Peluang Dakwah

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, telah membuat kehidupandunia menjadi satu kesatuan, baik dalam bidang ekonomi, kebudayaan, pendidikan, pandangan hidup maupun bidang lainnya. Era globalisasi bagi umat Islam membawaharapan dan tantangan yang cukup kompleks, dan di satu sisi membawa akibat yang tidak menguntungkan, di sisi lain era globalisasi merupakan era kebangkitan agama, karena agama akan merupakan alternatif bagi umat manusia untuk dapat mempertahankan identitas kemanusiaannya. Olehnya itu para cendekiawan telah sepakat untuk menjadikan agama sebagai rujukan dalam melaksanakan pembangunan umat Islam harus mampu menjawab secara tegas dan tuntas persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat baik persoalan pribadi, keluarga maupun persoalan secara keseluruhan. Abad teknologi canggih manusia modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupannya.

Perkembangan teknologikomunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia tidak terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Era globalisasi saat ini, bahwa manusia modern khususnya umat Islam dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kehidupannya, dan dakwah harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti TV, Film, Pers, internet. Sehubungan hal tersebut bahwa peluang dakwah yaitu: agenda-agenda seputar Islam seperti ekonomi syariah, pesantren terpadu, ekonomi-bisnis dan lainnya memerlukan dukungan sistem informasi yang bisa lebih mudah dipadukan (integrasikan).

Dengan strategi yang tepat dan kerjasama antar entitas Islam, integrasi dan kolaborasi akan lebih mudah mewujudkan transformasi data tersebut. Media Web di Internet menyediakan kesempatan baru bagi pengembangan pendidikan, budaya, ekonomi, dan bisnis. Banyaknya 'ruang untuk mengembangkan diri' bagi profesional di bidang IT, termasuk dalam bidang dakwah yang berbasis IT. Berdasarkan uraian di atas tampak dengan begitu besar pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa terutama internet, akan tetapi kesadaran untuk memiliki dan menggunakannya terutama media-media tersebut (sebagai produsen) di kalangan umat Islam masih rendah, dan apabila umat Islam tidak memanfaatkan media tersebut di zaman modern yang ditandai dengan kecanggihan komunikasi, maka dakwah Islam akan semakin terasing dari umat manusia dari persaingan ideologi dengan agama besar lainnya.

I. Tantangan Dakwah

Tantangan dakwah dewasa ini adalah tergesernya kultur lokal pada tatanan modern di era global. Kemajuan teknologi memberikan fasilitas dan kemudahan gerakpun semakin sempit karena semuanya bisa dikendalikan oleh mesin monitor. Dengan duduk di dalam kamar bisa menikmati makanan kecil, bisa menggenggam dunia dengan internet atau TV berparabola. Olehnya itu bisa memantau semua perkembangan yang terjadi di belahan dunia sana tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Komunikasi internasional dewasa ini perkara yang sangat gampang. Setiap orang bebas membuat e-mail dan meregister Yahoo Messenger untuk melakukan komunikasi secara live. Intinya manusia sekarang diuji dengan kenikmatan fasilitas yang mudah, dan bagi yang bisa memanfaatkannya secara

profesional, banyak hal yang positif yang diperoleh untuk menghantarkan kepada kejayaan.

Namun tidak jarang pula manusia di ambang kehancuran dengan teknologi yang tidak bisa dimanfaatkan dengan baik. Tantangan dakwah pada era globalisasi adalah dampak sosial budaya, masyarakat industri dan informasi yang padat akan teknologi. Masyarakat yang demikian itu cenderung untuk terperangkap dalam kerangka sistem budaya dan teknologi sedemikian rupa sehingga dirinya menjadi komponen yang amat tergantung pada sistem tersebut. Beberapa tantangan teknologi informasi antara lain sebagai berikut:

- 1) Faktor pendidikan dan sarana yang menjadikan keterbatasan sumberdaya manusia untuk menjalankan teknologi informasi
- 2) Citra teknologi informasi utamanya internet yang masih minor dikalangan sebagian masyarakat. Seperti internet identik dengan situs pornografi.
- 3) Masih cukup banyak masjid, pesantren atau tempat-tempat sebagai centrum dakwah yang belum mempunyai akses teknologi informasi (internet) karena masalah biaya, SDM dan wawasan. Keterbatasan infrastruktur untuk komunikasi, interaksi dan kolaborasi antar kelompok / komunitas Islam.
- 4) Minat warga muslim terhadap penggunaan teknologi informasi masih terbatas.
- 5) Informasi yang berkaitan dengan komunitas Islam bertebaran melalui berbagai media cetak, elektronik maupun Internet, tetapi kurang terkelola dan terkordinasi dengan baik, sehingga cenderung menjadi 'sampah informasi'.
- 6) Perhatian dari berbagai organisasi profesi dan perusahaan terhadap penggunaan dakwah pada bidang IT masih kurang. (*Murniaty Sirajuddin, 2014*)

J. Dakwah Komunikasi Visual

Dakwah komunikasi visual diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang mengajak untuk berbuat amar ma'ruf nahi mungkar sesuai dengan pedoman dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, dengan memanfaatkan media komunikasi visual. Media komunikasi visual yang digunakan seperti iklan, poster, baliho, dan lain-lain. Salah satu bentuk dakwah komunikasi visual yang sedang trend adalah melalui poster. Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat. Poster bisa menjadi sarana iklan, pendidikan, propaganda, sosialisasi dan dekorasi. Selain itu bisa pula berupa salinan karya seni terkenal. Cat poster biasa juga disebut cat plakat karena memiliki sifat yang pekat, sifatnya datar cocok untuk menggambar dekoratif. Poster dapat dibuat di atas kertas, kain, batang kayu, seng dan sebagainya. Poster tidak saja penting untuk menyampaikan pesan atau kesan tertentu akan tetapi mampu pula untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya. (*Nilnan ni'mah, 2016*)

KESIMPULAN

Pekembangan media massa merupakan sebuah peluang besar dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas. Dakwah tidak lagi berkutat dalam lingkaran kehidupan nyata saja tetapi dapat merambah dalam dunia maya. Sebagaimana diketahui bahwa media massa telah banyak memberikan

dampak kepada masyarakat, baik itu positif maupun negatif. Melalui metode dakwah yang diadopsi dari QS. an-Nahl/ 16: 125 yakni bil hikmah, al-mau'izah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan dapat diterapkan dengan baik melalui media massa yang memiliki banyak pilihan sebagai wadah penyampaian dakwah yang beragam. Begitu pula dengan tiga jenis dakwah, yakni dakwah bil lisan, dakwah bil kalam dan dakwah bil hal juga dapat diterapkan dalam dakwah yang menggunakan media sosial sebagai dakwah kontemporer.

Melalui media massa, dakwah dapat dilakukan oleh semua orang dengan kapasitas yang dimilikinya. Tidak harus berdakwah di atas mimbar, menggelar kajian atau menjadi jamaah tabligh. Sebaran dakwah akan semakin dinamis, fleksibel, dan juga memiliki segmentasi yang lebih luas dengan penggunaan media massa dalam menyampaikan dakwah. Namun, yang perlu diperhatikan yaitu keterampilan da'I dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media massa. Dalam hal ini da'I tidak hanya dituntut menyampaikan pesan-pesan dakwah dan saja tetapi juga dituntut mengenal dan mendalami metode dan media yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain itu, keterampilan da'i dalam membuat konten-konten dakwah dan juga pengetahuan dalam menggunakan media sosial sangat diperlukan agar dakwah yang disampaikan juga lebih menarik sehingga tujuan dakwah kontemporer akan dicapai dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah.
Aziz, Moh. Ali. 2004. Ilmu Dakwah. Jakarta: Prenada Media.
Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya
Prilani ,M.Si 2018 " Dakwah melalui multimedia dalam perspektif komunikasi Islam"
Murniaty Sirajuddin , 2014 " Pengembangan strategi dakwah melalui media internet (peluang dan tantangan)
Quddarullah,2019 " Media massa sebagai sarana dakwah kontemporer Dakwah Islam di Era Multimedia (Studi atas Minat Para Da'i IKMI Kota Pekanbaru Menggunakan Media Cetak Sebagai Media Dakwah) Zulkarnain
Nilman ni'mah, Dakwah komunikasi visual 2016.
T. Nuraini, 2018, "Bab II landasan teori,media audio visual"