

PEMILIHAN MEDIA UNTUK DAKWAH

Meisil B. Wulur

Komunikasi Penyiaran Islam| Unismuh Makassar

ABSTRAK

Peran media cetak dalam dakwah Islam dilakukan melalui peran strategis media Islam dalam tiga hal, sebagai berikut: 1. Media Massa sebagai penyebaran ide-ide perubahan, pencerahan, semangat ke Islaman dan optimism keislaman. 2. Media propaganda kemajuan Islam. Ini sangat perlu menentukan demi kemajuan Islam untuk dapat diekspos keseluruhan penjuru Negeri maupun dunia dan 3. Sebagai media pencitraan Islam. Sekarang ini islam dikenal dengan stigma-stigma negative, sebagai radikalisme, terorisme, dan sebagainya yang memperburuk citra Islam itu sendiri. Peranan media sangat mempengaruhi pola pikir`an dan tingkah laku seseorang. Khususnya terhadap remaja dan anak-anak yang dalam siaran hiburan, seperti sinetron, infotainment, film, dan acara music yang sekarang lagi heboh-hebohnya dalam setiap ajang pencari bakat televise swasta di Indonesia.

Kata Kunci: Media, Dakwah

ABSTRACT

The role of the print media in Islamic da'wah is carried out through the strategic role of Islamic media in three ways, as follows: 1. Mass media as the spread of ideas of change, enlightenment, enthusiasm for Islam and Islamic optimism. 2. Propaganda media on the progress of Islam. It is very necessary to determine the progress of Islam to be exposed throughout the country and the world and 3. As an Islamic media for imaging. Today, Islam is known as negative stigmas, as radicalism, terrorism, and etc. that exacerbate the image of Islam itself. The role of the media greatly influences one's mindset and behavior. Especially for teenagers and children who are in entertainment broadcasts, such as soap operas, infotainment, films, and music shows which are now more excited in every private television talent scout event in Indonesia.

Keywords: Media, Da'wah

PENDAHULUAN

Media merupakan sarana penting dalam kebutuhan informasi manusia, media memiliki peran yang strategis dalam perkembangan umat kedepan. Berbagai fungsi strategis media massa memiliki nilai plus dalam mengembangkan strategi pembangunan keumatan.

Bahkan tidak dipungkiri dalam sejarah media massa yang dapat menggerakkan berbagai perubahan diberbagai belahan dunia. Khususnya masalah-masalah kebijakan pemerintah. Untuk mengetahui kebijakan pemerintah, masyarakat tidak perlu turut hadir untuk menyaksikan secara langsung apa yang akan menjadi keputasan pemerintah, cukup dengan menyalaikan siaran berita melalui TV, membaca Koran, atau mendengar radio, maka dengan secara langsung lewat jaringan pesawat TV, radio, koran, kita sudah dapat melihat dan mendengar apa-apa yang menjadi kebijakan pemerintah dalam mengambil keputusan atas permasalahan yang dihadapi masyarakatnya atau bangsanya.

Selain melihat kebijakan pemerintahan, namun masih banyak lagi informasi-informasi penting yang kita dapat lihat dan kita dengar dalam saluran media massa tersebut. Seperti ilmu pengetahuan dari berbagai manca Negara, hiburan music baik dalam Negeri maupun luar Negeri, dan masih ada lagi info-info yng menarik lainnya.

Setidaknya ada beberapa hal penting dalam memanfaatkan media massa, karena dapat disimpan agar bisa dibaca berulang-ulang, bisa dikumpul dan dijili datau dikliping sebagai dokumentasi, mendapatkan informasi terbaru, dan actual, dan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau objek kajian dalam bidang ilmu apapun.

Media massa mencakup media cetak dan elektronik. Medi massa cetak seperti, koran, majalah, bulletin. Dan media elektronik, radio dan televise, internet, handphone, yang memiliki peran strategis ditengah-tengah masyarakat. Secara teoritis sebagai saluran informasi. Saluran pendidikan dan saluran hiburan.

Peranan media sangat mempengaruhi pola pikir`an dan tingkah laku seseorang. Khususnya terhadap remaja dan anak-anak yang dalam siaran hiburan, seperti sinetron, *infotainment*, film, dan acara music yang sekarang lagi heboh-hebohnya dalam setiap ajang pencari bakat televise swasta di Indonesia.

Efek media dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu pendek sehingga dengan cepat mempengaruhi bagi penggunaanya, namun juga memberi efek yang lama, sehingga dapat memberi perubahan dalam waktu yang lama. Hal tersebut karena efek media massa terjadi secara disengaja dan adapula yang tidak disengaja yang diterima oleh masyarakat.

Tidak dapat dipungkiri terjadinya kerusakan moral ditengah-tengah masyarakat diakibatkan dari efek media yang tidak terbandung. Hal ini diakibatkan oleh oknum-oknum penyelenggara program acara yang hanya mementingkan keuntungan dalam tayangan acara tersebut, tanpa memperhatikan nilai-nilai positif didalamnya.

Untuk itu diperlukan program acarayang bersifat religi sebagai langkah dakwah lewat media untuk membendung program-program yang tidak memiliki nilai-nilai edukatif, agar anak-anak bangsa tidak mudah terprovokasi dengan tayangan-tayangan di media massa. Baik itu media cetak dan maupun elektronik.

Mengingat para pelaku dakwah sudah tidak dipandang sebelah mata, maka ini menjadi peluang besar dalam bersaing dalam kanca informasi lewat media. Para da'I sekarang ini telah memiliki nilai plus dimasyarakat khususnya dalam wacana media. Para pendakwah yang bisa memanfaatkan media dengan baik, maka para pendakwah tersebut dapat disandingkan dengan selebritis papan atas. Maka dengan itu prospek da'I kedepan memiliki langkah proses yang baik selama para da'I tetap memberikan citra yang baik dalam dunia *entertaint*, khususnya dalam jalur media massa.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah peranan Media terhadap dakwah?

- b. Bagimanakah peran media Cetak terhadap masyarakat?
- c. Bagimanakah peran media elektronik?

HASIL PENELITIAN

PEMBAHASAN

1. Peranan Media Untuk Dakwah

Peranan dakwah melalui Media memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pengembangan umat kedepan. Berbagai fungsi strategis media cetak adalah nilai plus untuk mengembangkannya sebagai dari strategi pembangunan keumatan. Bahkan, sejarah mencatat media masalah yang telah menggerakkan berbagai perubahan diberbagai belahan dunia. Hal ini didukung oleh bererapa teori. Diantaranya adalah teori pembangunan (*theory development*) dan teori komunikasi massa . Teori tersebut merupakan hasil dari proses belajar (*learning*) yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat.

Teori ini berangkat sejak pembangunan pasca perang dunia II oleh negara-negara jajahan melalui media massa. teori pembangunan yang

berkisar pada pengembangan ekonomi, dalam hal ini media massa mempromosikan tehnik dan inovasi social yang essensial dalam modernisasi. Kesempatan ini tidak diabaikan oleh umat Islam yang peduli terhadap pengembangan ekonomi syariah, dan tak kalah pentingnya makin menjamurnyanya media-media yang bernuansa Islami.

Pengembangan identitas nasional, dalam hal ini media massa dapat membantu identitas kebangsaan (nasionalitas) bagi negara-negara baru, dan membantu memperkenalkan tata cara demokrasi dalam berbagai kebijakan. Jika ada penyimpangan-penyimpangan media cukup jeli untuk melakukan kritikan dan hal ini merupakan bagian dakwah dari dakwah meskipun itu tidak berlabel Islami, namun secara subtansial menjadi bagian dari dakwah itu sendiri.

Komunikasi massa secara teori, pada satu sisi konsep komunikasi massa mengandung pengertian sebagai suatu proses dimana institusi media massa memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas, namun pada

sisi lain, komunikasi massa merupakan proses pesan itu dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audiens.

Fokus kajiannya adalah intuisi yang menebarkan informasi berupa pesan, berita peristiwa, atau produk budaya yang mempengaruhi dan merefleksikan suatu keadaan masyarakat. Misi dakwah harus dilakukan dengan semangat dan keikhlasan dan tidak menutup diri terhadap ilmu-ilmu yang datang dari luar atau dari dunia Barat. Sebagai agen dakwah sebaiknya harus mampu melihat kondisi masyarakat di zaman sekarang, dan apa yang menjadi kebutuhan mereka, agar materi dakwah mampu mengisi ruang kosong yang mereka butuhkan. Dengan memilih dan membuat tema yang tepat dan menarik, agar pesan dakwah yang disampaikan mampu dicerna dengan baik.

Pesan dakwah harus menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami agar bisa diamalkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan tulisan yang disajikan mampu menghipnotis masyarakat. Dan ini menjadi *peer* bagi para da'i atau jurnalis

Muslim dalam memanfaatkan dunia pers khususnya media cetak sebagai peluang dalam berdakwah. Hal ini sangat strategis apabila dimanfaatkan oleh para aktivis dakwah, guna memberikan informasi yang baik dan benar agar masyarakat dapat menerima informasi dan mengaplikasikan wujud dari apa peran yang media lakukan, sehingga dapat membawa ke arah perubahan.

2. Dakwah melalui Media Cetak

Media cetak adalah salah satu media yang berisikan artikel-artikel yang memuat tulisan tentang peristiwa atau berita penting dan terhangat seputar kehidupan manusia. Topic yang sering ditampilkan dalam media cetak adalah agama, politik, kriminalitas, bisnis, seni, social dan olah raga. Peranan media cetak diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Bahkan media cetak bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk dimasa yang akan datang, tentunya hal ini didukung oleh para pemilik perusahaan

penerbitan yang terus bersemangat menyiarkan Islam. Dan umat Islam akan memperoleh harapan kedepan bahwa media cetak akan memberikan kontribusi yang besar terhadap dakwah yang akan mampu membimbing dan mempengaruhi masyarakat kehidupan masa kini dan masa datang.

Media cetak seperti koran, majalah, bulletin, telah menghiasi perjalanan dakwah Islam. Dari kalangan berita harian, koran Republika telah mencatatkan diri sebagai koran Islam yang rating-nya cukup tinggi. Dari kelompok majalah, ada majalah *Ummi*, *Suara Hidayatullah*, *Sabili*, *Hidayah*. Dan bahkan hampir semua ormas Islam menerbitkan majalah, sehingga dakwah melalui media cetak mulai ramai. Demi untuk menguatkan peran media cetak dalam dakwah Islam dilakukan melalui peran strategis media Islam dalam tiga hal, sebagai berikut:

- a. Media Massa sebagai penyebaran ide-ide perubahan, pencerahan, semangat ke Islaman dan optimism keislaman.

- b. Media propaganda kemajuan Islam. Ini sangat perlu menentukan demi kemajuan Islam untuk dapat diekspos keseluruh penjuru Negeri maupun dunia.
- c. Sebagai media pencitraan Islam. Sekarang ini islam dikenal dengan stigma-stigma negative, sebagai radikalisme, terorisme, dan sebagainya yang memperburuk citra Islam itu sendiri.

Melihat peran strategis media Islam, sebagai aktivis dakwah baiknya tidak tinggal diam, seharusnya sudah saatnya memikirkan sesuatu apa yang dipersembahkan dalam gerakan dakwah untuk umat Islam. Jika kita tidak mampu untuk berbicara, berusaha melakukan lewat tulisan melalui goresan tinta yang dilandasi semangat keikhlasan dalam memperjuangkan ajaran Islam dan mengembalikan citra Islam dimata dunia lewat media tulisan.

Dalam ranah dunia pemberitaan, saat ini kelebihan media *online* lebih bisa menyajikan berita secara cepat dan *realtime*, dan tentunya tidak bisa

tertandingi oleh media cetak. Keberadaan internet disinyalir oleh pengamat bisnis media cetak, dengan berkembangnya media *online* akan menghabisi eksistensi media cetak, dengan makin maju dan mudahnya teknologi pendukung, dengan berlomba-lombanya sejumlah media cetak meluncurkan versi media *online* disitus media bersangkutan. Namun pendapat lain mengatakan walaupun semakin naiknya pamor media *online*, bukan berarti media cetak akan segera punah. Media *online* dan media cetak akan saling melengkapi.

Maka dalam hal ini dakwah melalui media cetak tetap dan perlu dijalankan. Dalam hal ini para aktivis dakwah tak perlu memilih-milih media cetak dalam menyampaikan pesan agama melalui tulisan. Karena pesan moral dan kebaikan sudah tentu itu sebagai tujuan dari dakwah itu sendiri yang tak perlu tulisan yang ditampilkan dengan membawa *nash-nash* Al-Quran, hadis-hadis, atau fatwa dalam media cetak lainnya, kecuali di media cetak Islam. Karena untuk menyentuh dan menarik minat pembaca dilapisan

masyarakat, kita harus lebih cair dan *fleksibel*. Seperti yang dilakoni oleh beberapa tokoh, seperti: Puisi oleh Ainun najib, KH Mustafa Bisri, Abdurahman El Husain, Cerepen oleh Danarto, Ahmadun Yosi Hervanda, Novel oleh Aman El Shirazi, Buku-buku Islami Motivasi, Pendidikan, Dll. Oleh, Ary Ginanjar, Toto Tasmara, Muhammad Fauzi Adzim, Irawati Istadi, dan masih banyak lagi penulis Islam yang terkenal.

Apa yang dilakukan para tokoh tersebut diatas adalah rangkaian dari aktivitas dakwah. Intinya apapun yang mengantarkan orang pada kebaikan itu adalah aktivitas dakwah. Dakwah yang dikemas melalui tulisan jauh lebih tahan lama dibanding melalui lisan. Daya jangkauannya juga lebih luas, menembus ruang dan waktu, buktinya tulisan para ulama beberapa tahun yang lalu masih bisa dinikmati oleh generasi masa kini, dan yang akan datang.

Sepanjang karyanya masih dibaca, maka sepanjang itu pula dakwah tetap berjalan seiring berjalannya waktu tulisannya tetap memberikan pencerahan kepada masyarakat. Jasad

penulis boleh terkubur, tapi karya dan tulisannya tidak ikut terkubur.

Tantangan dakwah yang terjadi dalam media cetak, tidak bisa di anggap sepele. Karena semakin berkembangnya Islam makin terganggunya golongan yang membenci Islam. Salah satu teori dalam ilmu komunikasi, teori otoriter dalam komunikasi melalui penerapan hak khusus, lisensi sensor langsung, dan peraturan yang diterapkan sendiri dalam tubuh serikat pemilik mesin cetak, individu dijauhkan dari kemungkinan mengkritik pemerintah yang berkuasa. Dalam sistim otoriter, pers bisa dimiliki baik secara public atau perorangan, tetapi dianggap sebagai alat menyebarkan kebijakan pemerintah. Hal ini sangat mengganggu aktivitas dakwah, seperti yang terjadi di zaman orde baru, banyak dari aktivis dakwah diculik, dan para ustadz dan kiyai dicekal apabila menyinggung kebijakan-kebijakan pemerintah pada masa itu, sehingga ruang dakwah pada saat itu memiliki tantangan yang berat.

Teori *liberal* dan teori tanggung jawab social dapat mengimbangi

perjalanan dakwah jika tantangan dakwah terhalang oleh pemerintah yang otoriter, namun diperlukan keberanian untuk melakukannya. *Teori liberal* merupakan salah satu teori pers, yang berusaha melawan pandangan yang otoriter. Dari tulisan Milton, Locke, dan Mill, dapat memunculkan pemahaman, dengan pendapat :

Bahwa pers harus mendukung fungsi, membantu menemukan kebenaran dan mengawasi pemerintah sekaligus sebagai media yang memberikan informasi, menghibur, dan mencari keuntungan”

Teori tanggung jawab social, yang merupakan evolusi gagasan praktisi media, Undang-undang Media, dan hasil kerja komisi kebebasan Pers (commission on feerdem on the press), berpendapat : “Bahwa selain bertujuan memberikan informasi, menghibur, mencari untung, juga bertujuan membawa konflik keranah diskusi. Inti dari teori ini adalah setiap orang memiliki sesuatu yang penting untuk dikemukakan dan diberikan hak dalam forum. Dalam hal ini media dikontrol

oleh pendapat masyarakat, tindakan konsumen, kode etik professional.

Ditengah arus dan problematika umat, dakwah membutuhkan pemikiran dan pembaharuan yang terdokumentasi dalam tulisan.

- 1) Tulisan memiliki kelebihan dari bahasa lisan. Dalam tulisan ide-ide akan terjaga dan terbaca oleh setiap generasi. Para ulama terdahulu meskipun tak sampai bertemu generasi sekarang, namun nama dan pemikiran dapat kita baca melalui karya-karyanya.
- 2) Tulisan juga media yang efektif dalam merekam dialektika keilmuan yang terjadi dalam setiap generasi. Rekam jejak perjalanan pemikiran Islam bisa dilihat dalam berbagai karya.
- 3) Tulisan berperan sebagai jembatan transformasi ilmu pengetahuan khususnya terkait dalam ilmu keIslaman. Kita banyak melihat karya-karya tafsir telah berperan dalam perkembangan keislaman.

Dengan tumbuhnya karya-karya menandai tumbuhnya semangat

keilmuan yang dibangun dalam dialektika konstruktif. Karya-karya yang lahir adalah sebuah respon terhadap materi sebuah keislaman. Dengan tulisan yang memiliki kualitas tinggi, semakin memperkaya khasanah keilmuan dan dibaca banyak orang dengan bantuan media cetak dengan melakukan penerbitan dengan beberapa kali cetakan.

Hadirnya nuansa intelektual yang hadir dalam gairah penerbitan Islam telah banyak mendorong lahirnya kajian Islam, melalui tulisan, bedah buku, seminar, dan acara yang menunjang keberhasilan dakwah melalui tulisan atau media cetak yang akhir-akhir ini sangat berkembang pesat. Karna perintah membaca dan menulis yang terkandung dalam Al-quran sangat relevan dengan profesi menulis. Sebesar apapun tantangan sebagai umat Islam harus berjiwa besar dalam menghadapinya. Dakwah media cetak tidak boleh berhenti, kita harus semangat untuk berkarya lewat tulisan.

3. Dakwah melalui Media Elektronik

Media merupakan sarana penting dalam kebutuhan informasi manusia, media memiliki peran yang strategis dalam perkembangan umat kedepan. Berbagai fungsi strategis media massa memiliki nilai plus dalam mengembangkan strategi pembangunan keumatan.

Bahkan tidak dipungkiri dalam sejarah media massa yang dapat menggerakkan berbagai perubahan diberbagai belahan dunia. Khususnya masalah-masalah kebijakan pemerintah. Untuk mengetahui kebijakan pemerintah, masyarakat tidak perlu turut hadir untuk menyaksikan secara langsung apa yang akan menjadi keputusan pemerintah, cukup dengan menyalakan siaran berita melalui TV, membaca Koran, atau mendengar radio, maka dengan secara langsung lewat jaringan pesawat TV, radio, koran, kita sudah dapat melihat dan mendengar apa-apa yang menjadi kebijakan pemerintah dalam mengambil keputusan atas permasalahan yang dihadapi masyarakatnya atau bangsanya.

Selain melihat kebijakan pemerintahan, namun masih banyak lagi informasi-informasi penting yang kita dapat lihat dan kita dengar dalam saluran media massa tersebut. Seperti ilmu pengetahuan dari berbagai manca Negara, hiburan music baik dalam Negri maupun luar Negeri, dan masih ada lagi info-info yng menarik lainnya.

Setidaknya ada beberapa hal penting dalam memanfaatkan media massa, karena dapat disimpan agar bisa dibaca berulang-ulang, bisa dikumpul dan dijili datau dikliping sebagai dokumentasi, mendapatkan informasi terbaru, dan actual, dan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau objek kajian dalam bidang ilmu apapun.

Media massa mencakup media cetak dan elektronik. Media massa cetak seperti, koran, majalah, bulletin. Dan media elektronik, radio dan televise, internet, handphone, yang memiliki peran strategis ditengah-tengah masyarakat. Secara teoritis sebagai saluran informasi. Saluran pendidikan dan saluran hiburan.

Peranan media sangat mempengaruhi pola pikir`an dan

tingkah laku seseorang. Khususnya terhadap remaja dan anak-anak yang dalam siaran hiburan, seperti sinetron, *infotainment*, film, dan acara music yang sekarang lagi heboh-hebohnya dalam setiap ajang pencari bakat televise swasta di Indonesia.

Efek media dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu pendek sehingga dengan cepat mempengaruhi bagi penggunaannya, namun juga memberi efek yang lama, sehingga dapat memberi perubahan dalam waktu yang lama. Hal tersebut karena efek media massa terjadi secara disengaja dan adapula yang tidak disengaja yang diterima oleh masyarakat.

Tidak dapat dipungkiri terjadinya kerusakan moral ditengah-tengah masyarakat diakibatkan dari efek media yang tidak terbandung. Hal ini diakibatkan oleh oknum-oknum penyelenggara program acara yang hanya mementingkan keutungan dalam tayangan acara tersebut, tanpa memperhatikan nilai-nilai positif didalamnya.

Untuk itu diperlukan program acarayang bersifat religi sebagai

langkah dakwah lewat media untuk membendung program-program yang tidak memiliki nilai-nilai edukatif, agar anak-anak bangsa tidak mudah terprovokasi dengan tayangan-tayangan di media massa. Baik itu media cetak dan maupun elektronik.

Mengingat para pelaku dakwah sudah tidak dipandang sebelah mata, maka ini menjadi peluang besar dalam bersaing dalam kanca informasi lewat media. Para da'I sekarang ini telah memiliki nilai plus dimasyarakat khususnya dalam wacana media. Para pendakwah yang bisa memanfaatkan media dengan baik, maka para pendakwah tersebut dapat disandingkan dengan selebritis papan atas. Maka dengan itu prospek da'I kedepan memiliki langkah proses yang baik selama para da'I tetap memberikan citra yang baik dalam dunia *entertaint*, khususnya dalam jalur media massa.

a. Televisi

Televise merupakan wahana yang sangat digemari oleh masyarakat dari berbagai lapisan, dari anak-anak hingga dewasa. Kotak ajaib itu memiliki nuansa tersendiri ditengah-tengah

keluarga. Seolah-olah tanpa televise maka rumah akan terasa sepi, seperti hidup ditengah-tengah hutan belantara.

Media TV sebagai salah satu sara syiar kebenaran, kebaikan, pesan moral dalam mencapai tujuan dakwah melalui wujud sinetron bertema reigius. Namun pengaruh tayangan-tayang yang bersifat religi atau nuansa agama, masih perlu diteliti lebih dalam pengaruhnya terhadap pemirsa. Tren program bertema religious sangat menarik dijadikan sebagai media, apalagi alur ceritanya berkaitan dengan fakta kehidupan masyarakat sehari-hari.

Tinjauan efektifitas peningkatan moralitas melalui sinetron bertema religious, ada beberapa alasan hal yang perlu diperhatikan. Diantaranya adalah:

- 1) Agama atau ayat suci agama tertentu dalam kehidupan manusia sehari-hari memang telah menjadi pegangan hidup sampai meninggal dunia. Agama merupakan medium komunikasi antara manusia dengan Tuhan yang bersifat sacral dan individual.
- 2) Seluruh tayangan TV merupakan hasil final dari proses kreativitas

yang dikerjakan sekumpulan orang yang kreatif di media TV dan telah melalui proses imajinasi. Kreasi dan daya cipta, sehingga hasilnya menjadi menarik untuk ditonton.

b. Radio

Radio adalah alat media yang memberi hiburan diruang pendengaran manusia, dengan berbagai berita dan informasi menarik untuk didengar. Obrolan ringan seputar isu-isu social yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, dan acara music yang mendominasi program acara di berbagai stasion radio diberbagai daerah. Apalagi sekarang ini music telah menjamur dan menjadi tuan rumah di Negerinya sendiri, tidak heran banyak pencarian-pencarian bakat dalam mengasah talenta bernyayi seseorang untuk diorbitkan menjadi seorang artis atau bintang terkenal.

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer ini, seperti: channel, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis program dakwah di radio, selain ceramah dan

dialog Islami (talk show), materinya terjemahan hadis, ayat Alqur'an, ungkapan sahabat, nasihat para ulama, atau mutiara kata islami. Para pelulu dakwah seharusnya memnfaatkan radio dalam menenbarkan risalah Islam. Pilihannya dengan mendirikan radio dakwah, dan sang dai harus dibekali skil komunikasi dan tekni siaran (announcing skill), tujuannya agar mampu setara dengan penyiar-penyiar professional.

Alternative lain, lembaga dakwah membuat paket-paket program religious, seperti drama radio, atau motivasi islami, yang harus dikemas semenarik mungkin. Media radio terbukti efektif sebagai sarana komunikasi massa yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan menembus batas, terlebih dengan adanya fasilitas streaming (internet). Radiopun sangat prospektif dalam mendatangkan iklan, khususnya prodak-prodak islami.

Dakwah radio merupakan salah satu sarana untuk mengajak, menyeru, dan memengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah dan sunnah

Rasul, agar memperoleh kebaikan dunia dan akhirat. Sarana penyiaran radio memberikan rangsangan terhadap presepsi atau tanggapan tingkah laku abgi masyarakat banyak. Masyarakat sensitive terhadap informasi, bahkan menjadi salah kebutuhan pokok selain kebutuhan sandang, pangan, dan papan,

Peran ideal radio sebagai media public adalah mewedahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Dalam menerima pesan dakwah yang disampaikan, proses dakwah berbeda dengan keberadaan media dakwah lainnya. Tiga alasan mengapa radio semakin dilirik, karena sifat ketersegeraan (actually), berita yang tersaji, secara langsung menjadi primadona karena aktualitas dan objektivitasnya terjamin tanpa rekayas ulang dari redaktur.

PENUTUP

Pesan dakwah harus menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami agar bisa diamalkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan tulisan yang disajikan mampu menghipnotis masyarakat. Dan ini

menjadi *peer* bagi para da'i atau jurnalis Muslim dalam memanfaatkan dunia pers khususnya media cetak sebagai peluang dalam berdakwah. Hal ini sangat startegis apabila dimanfaatkan oleh para aktivis dakwah, guna memberikan informasi yang baik dan benar agar masyarakat dapat menerima informasi dan mengaplikasikan wujud dari apa peran yang media lakukan, sehingga dapat membawa ke arah perubahan

Bahkan media cetak bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk dimasa yang akan datang, tentunya hal ini didukung oleh para pemilik perusahaan penerbitan yang terus bersemangat mensyiarkan Islam. Dan umat Islam akan memperoleh harapan kedepan bahwa media cetak akan memberikan kontribusi yang besar terhadap dakwah yang akan mampu membimbing dan mempengaruhi masyarakat kehidupan masa kini dan masa datang.

Peranan media sangat mempengaruhi pola pikir`an dan tingkah laku seseorang. Khususnya terhadap remaja dan anak-anak yang

dalam siaran hiburan, seperti sinetron, *infotainment*, film, dan acara music yang sekarang lagi heboh-hebohnya dalam setiap ajang pencari bakat televise swasta di Indonesia. Efek media dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu pendek sehingga dengan cepat mempengaruhi bagi penggunaanya, namun juga memberi efek yang lama, sehingga dapat memberi perubahan dalam waktu yang lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Bustanuddin, *Agama Dalam Kehidupan Manusia; Pengantar Antropologi Agama* (Cet-I; Gravindo, Jakarta, 2006),
- Aang Ridwan, *Filsafat Kumunikasi*, Cet-I; Pustaka Setia; Bandung, 2013
- Bungin, Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, (Cet.V; Jakarta; Kencana; 2011)
- Ibnu Qomar El-Banthory, Dkk, *Peta Dakwah Di Indonesia*, (cet.I Pamulang;Formadia Press, 2010

Taufik, Tata, *Etika Komunikasi Islam*,
(Cet.I. Bandung; Pustaka Setia,
2012

Wulur, Meisil, *Komunikasi dan
Dakwah*, (Cet-I, Makasar;
Leysah, 2016

Wawan, Kuswandi, *Komunikasi Massa;
Analisi Interaksi Budaya Massa*,
(Cet-I; Jakarta; Rineke, 2008),
hal.110-111