

MEDIA CETAK SEBAGAI MEDIA DAKWAH KONTEMPORER

Abd. Rahman P.¹⁾

Abstrak

Kehadiran al-Qur'an sebagai "media cetak" merupakan himpunan informasi dan pesan-pesan Ilahi yang tersimpan dalam bunyi yang kemudian terabadikan di dalam teks (tulisan). Teks Alqur'an telah memainkan peran yang sangat penting bagi terjalinnnya komunikasi antara Tuhan dan manusia dan antara sesama manusia itu sendiri. Di sisi lain, media cetak sebagai media komunikasi massa, selain berfungsi sebagai alat perantara individu atau golongan dengan massa, juga mempunyai fungsi kemasyarakatan, antara lain; alat informasi, alat mendidik, alat menghibur, alat membimbing dan menyalurkan pendapat umum, alat menghubungkan dan alat kontrol.

Peluang dakwah dalam kehidupan di era informasi, setidaknya dapat dilihat pada tiga sektor strategis, yaitu *pertama*, sektor keilmuan dan teknologi dengan berkembangnya semangat religiusitas. *Kedua*, sektor kekuasaan politik dan birokrasi dengan tumbuhnya semangat religiusitas dari pusat pemerintahan hingga ke desa. Dan *ketiga*, sektor bisnis dan industri dengan mulai banyaknya keterlibatan tokoh-tokoh pelaku bisnis dan industrialisasi tingkat nasional dalam kegiatan dakwah serta pemberian fasilitas dakwah di pusat-pusat kegiatan kerja.

Tantangan dakwah pada sisi lain, yaitu *pertama*, tantangan sosio-ekonomi yang dapat dicermati dari beberapa hal antarlain pertumbuhan penduduknya

¹Dosen tetap pada Fak. Dakwah STAIN Sultan Qaimuddin Kendari.

tinggi, produktivitas rendah, sumber alam yang belum terkelola baik, tingkat kesejahteraan rendah dan tingkat kematian yang tinggi. *Kedua*, tantangan sains dan teknologi akibat kemajuan ilmu pengetahuan yang terus berkembang, maka corak kehidupan manusia akan terkurung dalam sistem kompleks dari *business science technology*, dengan tujuan menghasilkan produk lebih banyak dengan pekerjaan lebih sedikit. Dampak negatifnya mengakibatkan unsur emosional dan spiritual tidak diperhitungkan. *Ketiga*, tantangan etis religius. Sebagai dampak modernisasi materialis, maka konsekuensinya adalah terjadinya suatu pergeseran kemauan masyarakat dari kemauan alami (*natural will*) menjadi kemauan rasional (*rational will*). Dalam proses perubahan ini, kehidupan emosional manusia mengalami erosi dan berlanjut pada pemiskinan spiritual.

Kata kunci: *Media Cetak, Dakwah, Modernitas.*

A. LATAR BELAKANG

Perkataan media berasal dari bahasa latin yaitu medium berarti saluran atau alat, sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.² Dalam pengertian jamak dipakai istilah media sedangkan dalam tunggal dipakai istilah medium.³

Media massa adalah alat komunikasi massa dalam arti saluran pernyataan kepada massa, yang bersifat umum atau terbuka, isinya meliputi perwujudan kehidupan dan penghidupan masyarakat. Secara kongkret alat komunikasi ini bisa berarti wujud pers (surat kabar), majalah, radio, dan televisi. Namun penulisan ini membatasi diri pada media

²Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. I; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 131.

³Anwar Arifin, *Public Relations* (Ujung Pandang: UVR1, 1998), h. 72

cetak yang berupa surat kabar, majalah, brosur, sebagai salah satu media dakwah kontemporer.

Al-Qur'an sebagai kitab dapat dikategorikan sebagai salah satu jenis media cetak. Sebagai media cetak, kitab itu tentu memiliki fungsi-fungsi yang kurang lebih sama dengan fungsi-fungsi yang dimiliki media cetak lainnya, seperti fungsi informasi, fungsi mendidik, fungsi kritik, fungsi penguasaan sosial, fungsi menyalurkan aspirasi masyarakat, dan fungsi menjaga lingkungan hidup. Fungsi yang terakhir inilah media massa senantiasa membuat masyarakat memperoleh informasi tentang keadaan di sekitarnya baik di lingkungan sendiri maupun di luar lingkungan mereka.⁴ Jadi kehadiran al-Qur'an sebagai media cetak merupakan himpunan informasi dan pesan-pesan Ilahi yang tersimpan dalam bunyi yang kemudian terabadikan di dalam teks (tulisan). Teks Alqur'an telah memainkan peran yang sangat penting bagi terjalannya komunikasi antara Tuhan dan manusia dan antara sesama manusia itu sendiri.

Di sisi lain, alat-alat komunikasi massa tersebut, selain berfungsi sebagai alat perantara individu atau golongan dengan massa, juga mempunyai fungsi kemasyarakatan, antara lain yaitu: a) alat informasi; b) alat mendidik; c) alat menghibur; d) alat membimbing dan menyalurkan pendapat umum; e) alat menghubungkan; f) alat mengontrol dan menilik.⁵

Berbicara tentang media massa dan khalayak tanpa menyinggung komunikasi massa, bukan saja kurang

⁴Suf Kasman, *Jurnalisme Umversal; Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah bi al-Qalam dalam al-Qur'an* (Cet. I; Jakarta: Teraju, 2004), h. 188.

⁵*Ibid.*, h. 77.

memadai melainkan sesuatu yang mustahil, kalau menurut kaidah ushul fikih, adalah wajib menganggap komunikasi massa bahwa media massa sangat melekat (*inheren*) dengan komunikasi massa karena berfungsi sebagai saluran dari komunikasi.⁶

Pers sering disebut sebagai cabang ke empat (*The Fourth Estate*) dalam sistem kenegaraan setelah tiga cabang pemerintahan lainnya atau dengan kata lain media (pers) mempunyai peranan urutan keempat sesudah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Hal ini menunjukkan besarnya peranan pers dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*).⁷

Keterangan ini hanya berlaku bagi negara dengan sistem pemerintahan demokratis, sedangkan untuk negara yang berpemerintahan otoriter serta yang kurang demokratis, peranan pers justru hanya sebagai corong suara pemerintah dan bukan sebagai penyalur aspirasi rakyat. Hal yang sulit di sini adalah menentukan sejauh mana atau berapa besar andil, peranan pers secara kuantitatif terhadap kebijakan pemerintah perlu ada data penelitian. Apakah 60 % atau 70 % atau lebih.

Pers sebagai opinion leader dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah mulai dari tahap perumusannya hingga pembatalan atau mengakibatkan ditanggungkannya suatu rencana atau rancangan kebijakan pemerintah. Contoh kongkrit antara lain pengaruh pers sebagai *public opinion leader* terhadap rencana pembukaan hubungan dagang

⁶Bandingkan, AS. Ahmad, *Komunikasi Media Massa dan Khalayak* (Ujung Pandang: Hasanuddin University Press, 1992), h. 8.

⁷T. May Rudi, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional* (Cet. I; Bandung: Rafika Aditama, 2005), h. 203.

dengan Israel. Pers atau kritik oleh kalangan anggota DPR, Parpol, Ormas, memang merupakan pertimbangan bagi pemerintah untuk menanggukhan rencana pembukaan hubungan dagang RI-Israel tersebut. Tetapi pemberitaan pers yang menyuarakan penolakan publik / masyarakat tidak kalah pentingnya.⁸

Katakanlah sekitar 40 % pengaruh terhadap pembatalan / penanggukan rencana pembukaan hubungan dagang tersebut berasal dari respon tokoh, DPR, Parpol, dan Ormas. Sementara itu, sekitar 60 % dari pemberitaan ulasan pers, yang dimaksudkan pemberitaan pers tentu bukan hanya opini redaksi dan wartawan/reporter, tetapi termasuk (dalam porsi cukup benar dan luas), tanggapan dari masyarakat yang diliput / dikutip oleh pers (baik media cetak maupun media elektronik) secara spontan dan langsung di lapangan, selain tayangan wawancara singkat *on the spot* dengan para anggota masyarakat dari berbagai kalangan / lapisan, tanggapan / respon melalui pers yang dimuat dalam surat kabar, tabloid, dan majalah.⁹

Dalam hal ini, pers sebagai penyerap dan penyalur aspirasi masyarakat yang relatif lebih obyektif, dibanding dengan suara Parpol dan Ormas. Di sisi lain diakui ada media massa (pers) yang berciri partisan yang menunjukkan keberpihakan berlebihan terhadap kelompok / golongan tertentu baik karena berorientasi sosial politik, maupun karena kepentingan komersial, misalnya penyandang dana atau kepemilikan oleh pihak tertentu. Tetapi secara bijak, untuk hal seperti ini pemerintah perlu lebih memperhatikan opini dan

⁸*Ibid.*, h. 203-4.

⁹*Ibid.*, h. 204-5.

respon masyarakat yang dimunculkan oleh pers yang non partisan.

Di lain sisi pers sangat efektif digunakan sebagai sarana dakwah menyikapi kehidupan di era informasi yang mendominasi dunia modern dalam beberapa dekade terakhir ini, telah membawa dampak global dalam berbagai sektor kehidupan manusia, baik itu dampak positif, dan terlebih dahulu dampak negatifnya, hampir semuanya dapat dikatakan secara langsung ataupun tidak langsung dengan agama, terutama peluang sekaligus tantangan dakwah.

Dari segi positifnya, peradaban informasi menjadikan agama semakin transparan baik segi doktrin dan ajaran-ajaran, maupun dari segi kegiatan dan program yang dilahirkan oleh sikap agama. Satu sisi peluang dakwah Islam untuk tampil memainkan peranan menggunakan media massa (pers) berupa koran, majalah dan sebagainya, bagaimana menguasai media dalam menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat, baik di kota maupun di desa terpencil. Berkat teknologi informasi, sudah tidak ada wilayah yang tidak tersentuh dengan media komunikasi.

A. SEJARAH KOMUNIKASI DAKWAH DAN MEDIA CETAK

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia, kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.¹⁰ Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awai keterampilan

¹⁰Hafied Cangara, *op. cit.*, h. 4

manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang-lambang isyarat, km disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu dalam bentuk bahasa verbal. Perkembangan lahirnya ilmu komunikasi dapat diketahui sejak peradaban Yunani Kuno beberapa ratus tahun sebelum Masehi. Istilah saat itu adalah retorika. Para ahli berpendapat bahwa studi retorika sebenarnya telah ada sebelum zaman Yunani, disebutkan bahwa pada zaman kebudayaan Mesir Kuno telah ada tokoh-tokoh retorika seperti Kagemni dan Ptah-Hatep. Namun demikian tradisi retorika adalah upaya pengkajian yang sistematis dan terorganisir baru dilakukan di zaman Yunani Kuno yang dirintis oleh Aristoteles.¹¹

Pengertian retorika menurut Aristoteles menunjuk kepada segala upaya yang bertujuan untuk persuasi yang di dalamnya tercakup tiga unsur yaitu *ethos* (kredibilitas sumber), *pathos* (hal yang menyangkut emosi / perasaan, dan *logos* (hal yang menyangkut fakta).

Dengan demikian upaya persuasi, menurut Aristoteles menuntut tiga faktor yakni faktor kredibilitas dari pelaku komunikasi yang melakukan kegiatan persuasi, kemampuan untuk merangsang emosi / perasaan dari pihak yang jadi sasaran, serta kemampuan untuk mengungkapkan fakta-fakta yang mendukung (logika).

Pada abad pertengahan, studi retorika secara institusional semakin mapan, khususnya di negara Inggris, Perancis, dan Jerman. Tokohnya antara lain Thomas Wilson, Francis Bacon, Rene Decartes, John Locke. Dalam akhir abad 18, prinsip retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles,

¹¹Sasa Juarsa Sandjaya, *Pengantar Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1993), h. 21.

Cicero menjadi dasar bagi bidang kajian *speech communication* (Komunikasi Ujaran) dan retorika tidak lagi diartikan secara sempit adalah upaya persuasi. Pengertian retorika sekarang ini merujuk kepada kemampuan manusia menggunakan lambang-lambang untuk berkomunikasi satu sama lainnya.¹²

Usaha manusia untuk berkomunikasi lebih jauh, terlihat dalam berbagai bentuk kehidupan mereka di masa lalu. Pendirian tempat-tempat pemukiman di daerah-daerah aliran sungai dan tepi pantai dipilih untuk memudahkan mereka dapat berkomunikasi dengan dunia luar dengan memakai perahu, rakit, dan sampan. Pemukulan gong di Romawi dan pembakaran api yang mengepulkan asap di Cina adalah simbol-simbol komunikasi yang dilakukan oleh para serdadu di medan perang.¹³

Kecakapan manusia berkomunikasi secara lisan menurut perkiraan berlangsung sekitar 500 tahun, kemudian memasuki generasi kedua di mana manusia mulai memiliki kecakapan berkomunikasi melalui tulisan. Bukti ini ditandai dengan ditemukannya tanah liat yang bertulis di Sumeria dan Mesopotamia sekitar 4000 tahun sebelum Masehi. Kemudian berlanjut dengan ditemukannya berbagai tulisan di kulit binatang dan batu arca. Lalu secara berturut-turut dapat disebutkan pemakaian huruf kuno di Mesir 3000 tahun sebelum Masehi. Alfabet Phunesia (1800 th. SM), huruf Yunani Kuno (1000 th. SM), huruf Latin (600 th. SM),

¹²*Ibid.*, h. 22.

¹³Hafied Cangara, *op. cit.*, h. 5

percetakan buku pertama di Cina (th. 600 M), pemakaian tinta kertas di Petsia (th. 676 M) dan di Eropa (1200 M).¹⁴

Kecakapan manusia berkomunikasi dengan tulisan sampai ditemukannya teknik cetak mencetak pada tahun 1450 M oleh Gutenberg dan John Caster di Jerman kira-kira berlangsung pada 5000 th. Penemuan teknik cetak mencetak dianggap adalah awal revolusi komunikasi. Sebab dengan keterampilan cetak mencetak ini maka terbukalah kesempatan baru bagi manusia untuk berkomunikasi dengan sejumlah orang yang lebih banyak. Berturut-turut dapat dicatat surat kabar pertama yang terbit secara berkala muncul di Italia pada tahun 1562 disusul penerbitan majalah pertama di Jerman 1594 dan pendirian mesin cetak surat kabar di Amerika Utara 1639.

Penemuan teknik mencetak selain melahirkan berbagai macam surat kabar, juga sekaligus menciptakan teknik, dan dalam bidang jurnalistik seperti penulisan editorial, penulisan berita, karikatur dan periklanan.

Kecakapan manusia berkomunikasi dengan alat cetak mencetak berlangsung kira-kira 500 tahun. Kemudian terampil berkomunikasi melalui getaran-getaran elektronik. Keterampilan ini secara berturut dimulai dengan penemuan fotografi di atas besi plat (1827), telegraph oleh Samuel Marse (1844), telegraph cetak oleh David Hughes (1955), Cabletrans Al- tentik (1866), telepon oleh Alexander Graham Bell (1876). Radio telegraph oleh Gung Lielmo Marsoni (1895), kamera film oleh Augeste dan Luis Leimiere (1895), serta keberhasilan Amerika mendemonstrasikan pesawat TV hitam putih pada tahun 1927.

¹⁴*ibid.*, h. 5

Dalam kurun waktu yang relatif singkat, berbagai macam teknologi komunikasi berhasil ditemukan, secara berturut-turut dapat dicatat komputer pertama ditemukan di Amerika Serikat tahun 1942, kemudian foto copy Xerox oleh Charter Carson 1946, transistor oleh laboratorium elektronik Bell 1947, dan TV berwarna dalam tahun 1951.¹⁵ Enam tahun kemudian Rusia berhasil meluncurkan satelit Sputnik ke angkasa luar (1957) disusul Amerika Serikat dengan berhasil meluncurkan satelit Telstar (1962), penemuan video recorder (1968), fiber optic signal (1975), TV Computer game (1976), facsimile dan cetak jarak jauh (1980), teleconference, telephoto, video telephone, video magazine, Computer modem (1985), dan terakhir telepon seluler serta jaringan internet (1990).

Begitu cepatnya kemajuan teknologi komunikasi berlangsung dari waktu ke waktu, telah memberi pengaruh terhadap cara-cara manusia berkomunikasi sehingga peristiwa yang terjadi dapat diketahui seketika itu juga, komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu, sudah tidak ada batas yang menghalangi, kapan dan di mana saja. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan dan keutuhan seseorang dengan dunia luarnya, komunikasi membangun kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendak, sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi semakin luas.

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yaitu دعوى يدعو yang berarti panggilan, seruan, ajakan,

¹⁵*ibid.*, h. 7.

undangan, permintaan dan do'a.¹⁶ Pengertian dakwah secara terminologi menurut Toha Yahya Umar bahwa dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat, pekerjaan yang tertentu.¹⁷

Endang S. Anshari mendefinisikan dakwah adalah penyampaian Islam kepada manusia secara lisan, tulisan, atau lukisan sebagai penjabaran, penerjemahan dan pelaksanaan dalam prikehidupan dan penghidupan manusia, termasuk politik, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dan sebagainya.¹⁸

Arti dakwah dalam arti luas adalah penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan Islam dalam prikehidupan dan penghidupan manusia termasuk di dalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian dan kekeluargaan. Dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar yang sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹⁹

Dakwah Islam pada dasarnya adalah upaya sadar untuk mempengaruhi dan mengajak orang, baik individu maupun kelompok dengan berbagai macam cara, media dan sarana yang sah dan tepat, agar menempuh jalan yang benar, dalam menuju kesejahteraan hidup di dunia dan

¹⁶Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 31

¹⁷Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah* (Cet. V; Jakarta: Wijaya, 1992), h. 1

¹⁸Endang S. Anshari, *Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam* (Jakarta: Usaha Enterprises, 1976), h. 87

¹⁹Toto Tasmara, *op. cit.*, h. 32.

kebahagiaan di akhirat. Dakwah Islam mengajak dan membimbing perjalanan hidup manusia menembus tahap-tahap peradaban yang dicapainya dengan fitrah dan sunnatullah mengajak hidup kreatif dan produktif, tanpa akan terjerumus dalam sikap materialistik dan hodonistik. Secara makro, eksistensi dakwah Islam senantiasa bersentuhan dengan realitas sosial yang mengitarinya.

C. PERANAN MEDIA CETAK

Sebelum memasuki topik di atas, penulis akan menguraikan terlebih dahulu karakteristik komunikasi massa, namun inti pembahasannya adalah media cetak, dan media cetak merupakan bagian dari komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dari jenis-jenis komunikasi yang lain, hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa menyandarkan diri pada alat- alat teknik transmitor (media mekanik) atau elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, TV, film atau sesuatu kombinasi daripadanya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan cepat kepada khalayak.
- 2) Komunikator-komunikator komunikasi massa berusaha membagi makna dengan berjuta-juta orang yang mereka tidak kenal, secara pribadi antara satu dengan yang lain.
- 3) Pesan komunikasi massa adalah terbuka, pesan itu dimaksudkan untuk mencapai dan dapat diterima dan dicerna oleh orang banyak.
- 4) Sebagai sumber, komunikator komunikasi massa terdiri dari organisasi formal semacam jaringan-jaringan atau kumpulan-kumpulan.

- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh banyak penjaga-penjaga gerbang, artinya kalau komunikasi personal, komunikasi kelompok, atau komunikasi sosial, biasanya hanya satu orang yang mengontrol pesan yang disampaikan. Sedangkan pada komunikasi massa, sejumlah individu dapat melakukan kontrol terhadap pesan yang akan berjalan melalui medium massa untuk mencapai publik. Tanggapan balik lebih lama tertunda daripada yang terjadi dalam jenis-jenis komunikasi lain.²⁰

Berbicara masalah peranan media cetak merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, ia merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.²¹

²⁰AS. Ahmad, op. cit., h. 8-9. Bandingkan Sasa Juarsa Sandjaya sebagai berikut: 1) Komunikasi massa melalui media massa pada dasarnya ditujukan kepada khalayak yang luas, heterogen, anonim, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural, khalayak itu heterogen maksudnya dalam masyarakat luas yang bermacam-macam tidak dibatasi oleh pendidikan, penghasilan ataupun status sosial; 2) Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum bukan personal atau pribadi, isi pesannya disampaikan menyangkut kepentingan orang banyak bukan kepentingan pribadi; 3) Pola penyampaian pesan media massa berjalan secara cepat dan mampu menjangkau khalayak luas, bahkan tidak terbatas secara geografis maupun kultural; 4) Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah, umpan balik atau tanggapan dari pihak penerima (khalayak) lazimnya berlangsung secara tertunda; 5) Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukannya secara terencana, terjadwal dan terorganisir; 6) Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporel; 7) Isi pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, sosial, ekonomi, politi, budaya, dan lain-lain, baik yang bersifat informatif, edukatif, maupun hiburan, baik media cetak maupun media elektronik. Bandingkan T. May Rudi, op. cit., h. 13.

²¹Denis Mcquill, *Komunikasi Massa; Suatu pengantar*, Edisi II (Cet. IV; Jakarta: Erlangga, 1994), h. 3.

Sejarah media modern bermula dari buku cetak, meskipun pada awalnya upaya percetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alai: ieknik untuk memproduksi teknik yang sama atau hampir sama yang telah disalin dalam jumlah yang besar. Munculnya surat kabar merupakan pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia informasi dan lingkungan dunia usaha. Surat kabar pada masa awai ditandai oleh wujud yang tetap, bersifat komersial (dijual secara bebas) bertujuan banyak memberi informasi, mencatat, menyajikan, advertansi, hiburan dan (desas-desus) bersifat umum dan terbuka.

Surat kabar komersial abad ke-17 tidak lahir dari satu sumber tetapi dari gabungan usaha antara pihak percetakan dan pihak penerbit, ragam surat kabar resmi (seperti yang diterbitkan raja atau pemerintah) memang memiliki beberapa ciri khas yang sama dengan surat kabar komersial, tetapi juga berfungsi sebagai terompet penguasa dan alat pemerintah.

Surat kabar komersial merupakan ragam yang sangat berpengaruh dalam proses pembentukan institusi surat kabar. Bila ditelusuri kembali, akan tampak bahwa pengaruh surat kabar komersial merupakan tonggak penting dalam sejarah komunikasi, karena sejak itu pula pelayanan beralih ke para anggota masyarakat pembaca yang tidak dikenal (anonim) dan bukan merupakan alat para propagandis dan raja.²²

Di satu sisi, sistem komunikasi cenderung menciptakan stabilitas, mengingat sistem cenderung mempertahankan nilai dan keyakinan lama dalam masyarakat, kandungan dan isi media di Amerika misalnya selalu diwarnai oleh nilai-nilai tradisional. Di sisi lain sistem

²²*ibid.*, 9-10.

komunikasi juga cenderung memelopori perubahan, melalui medialah tantangan terhadap hal-hal yang alma tersalurkan.²³

Sebagai sebuah institusi, sistem komunikasi mempunyai kekuatan yang sangat besar, sistem ini juga bisa membuat institusi lain menjadi lebih kuat. Kemampuannya menyebarkan pesan ke banyak orang di berbagai tempat sekaligus, menjadikan sebagai sumber kekuatan, terlepas dari informasi atau gagasan apa yang disebarkannya karena itu banyak pihak yang berusaha memanfaatkannya.

Media yang mapan merupakan andalan dunia politik dan industri / bisnis, semua media di Amerika Serikat, besar atau kecil adalah bisnis. Mereka semua berorientasi ke pasar. Tetapi media massa Uni Soviet dan hubungan dengan masyarakatnya, ia merupakan alat politik dan ini lazim di negara totaliter.²⁴

Di Amerika Serikat, industri atau bisnislah yang mengendalikan media massa, karenanya media massa cenderung berfungsi mempertahankan status quo. Ringkasnya, peranan media massa (media cetak) sangat penting, sekaligus mempunyai kekuatan yang sangat ampuh dalam pembentukan opini masyarakat di samping sebagai alat kontrol dalam kehidupan sosial masyarakat. Dengan demikian, barang siapa yang menguasai media massa, maka dia akan menguasai dunia.

²³William L. Rivers, *Media Massa Masyarakat Modern*, Edisi II (Cet. II; Jakarta: Pranada Media, 2004), h. 38.

²⁴*Ibid.*, h. 39

D. FUNGSI MEDIA CETAK

Undang-undang Pers tahun 1966 menyebutkan bahwa pers adalah lembaga kemasyarakatan, sarana revolusi yang berfungsi sebagai media umum dalam rangka komunikasi massa dan merinci hak-hak dan kewajibannya. Kewajiban pers adalah menyelamatkan, membela, menjunjung tinggi dan mengamalkan Pancasila dan UUD 1945. pasal 28 UUD 1945 menetapkan Kemerdekaan berserikat, dan berkumpul, mengeluarkan pikiran, dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang.²⁵

Undang-undang Pers sejak dahulu sampai sekarang mempunyai pengawasan yang bersifat korektif, konstruktif dan penyensoran atau pembredelan tidak boleh dilakukan.²⁶ Undang-undang pokok tersebut antara lain menyatakan bahwa kebebasan pers harus disertai dengan tanggung jawab. Sebagai pers yang bertanggung jawab seyogyanya harus menegakkan kebenaran dan keadilan dengan mempertimbangkan aspek- aspek stabilitas nasional dan kesatuan bangsa serta tidak merugikan kepentingan nasional, bukan menjadi alat yang dimanfaatkan demi kepentingan partai dan propaganda politik.

Media massa dalam arti saluran pernyataan kepada massa, yang bersifat umum sebagai alat penyalur juga berfungsi sebagai alat informasi, alat mendidik, alat penghibur, alat membimbing dan menyalurkan pendapat umum dan alat menghubungkan dan mengontrol.²⁷

²⁵Don Michael Floumoy, *Analisa Surat Kabar di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1989), h. 10.

²⁶*Ibid.*, h. 10-11.

²⁷Anwar Arifin, *Public ReJation* (Ujung Pandang: Surya Perdana, 1998), h. 77.

Suatu prinsip yang tidak bisa dilupakan dalam penulisan berita adalah harus memenuhi prinsip 5H+1W dalam komunikasi, prinsip tersebut mencakup what (apa isi pesan), who (siapa), when (bilamana/kapan), where (di mana), why (mengapa/untuk tujuan apa), dan how (bagaimana cara penyampaiannya), prinsip 5H+1W ini pertama kalinya dikemukakan oleh seorang pakar ilmu komunikasi yang bernama Gail Boardman.²⁸

Dalam perspektif kerumunan, media massa memberikan tiga fungsi yaitu: a) hiburan; b) petunjuk dan memberi arah bagi kehidupan sehari-hari; c) sebagai sumber informasi dan pendapat tentang berbagai peristiwa dalam masyarakat.²⁹

Berbicara lebih jauh tentang fungsi media massa atau media cetak pada masyarakat ada beberapa teori media, perlu dikemukakan sebagai berikut:

1. Teori otoriter, prinsip utamanya sebagai berikut:

- a. Media seyogyanya tidak melakukan hal-hal yang dapat merusak wewenang yang ada.
- b. Media selamanya harus tunduk kepada penguasa yang ada.
- c. Media seyogyanya menghindari perbuatan yang menentang nilai-nilai moral dan politik alau dominan / mayoritas.
- d. Penyensoran dapat dibenarkan untuk menerapkan prinsip-prinsipnya.

²⁸T. May Rudi, op. cit., h. 6, bandingkan dengan Suf Kasman, op. cit., h. 203.

²⁹Bernard Hennessy, *Pendapat Umum*, Edisi IV (Jakarta: Erlangga, 1990), h. 208

- e. Kecaman yang tidak dapat diterima terhadap penguasa, penyimpangan dari kebijaksanaan resmi atau perbuatan yang menentang kode moral dipandang sebagai perbuatan pidana.
- f. Wartawan atau ahli media lainnya tidak memiliki kebebasan di dalam organisasi medianya.

2. Teori pers bebas, prinsipnya sebagai berikut:

- a. Publikasi seyogyanya bebas dari setiap penyensoran, pendahuluan oleh pihak ketiga.
- b. Tindakan penerbitan dan pendistribusian seyogyanya terbuka bagi setiap orang atau kelompok tanpa memerlukan izin atau *license*.
- c. Kecaman terhadap pemerintah, pejabat, atau partai politik (yang berbeda dari kecaman terhadap orang-orang secara pribadi atau pengkhianatan dan gangguan keamanan) seyogyanya tidak dapat dipidana, bahkan setelah terjadinya peristiwa itu.
- d. Seyogyanya tidak ada kewajiban yang menpublikasikan segala hal.
- e. Publikasi kesalahan dilindungi sama halnya dengan publikasi kebenaran dalam hal-hal yang berkaitan dengan opini dan keyakinan.
- f. Seyogyanya tidak ada batasan hukum yang diberlakukan terhadap upaya pengumpulan informasi untuk kepentingan publikasi.
- g. Seyogyanya tidak ada batasan yang diberlakukan dalam informasi atau ekspor atau pengiriman atau penerimaan pesan di seluruh pelosok negeri.

- h. Wartawan seyogyanya mampu menuntut otonomi profesional yang sangat tinggi di dalam organisasi mereka.
3. Teori tanggung jawab, prinsip utamanya sebagai berikut:
- a. Media seyogyanya menerima dan memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakat.
 - b. Kewajiban tersebut terutama dipenuhi dengan menetapkan standar yang tinggi atau profesional tentang keinformasian, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
 - c. Dalam menerima dan menerapkan kewajiban tersebut, media seyogyanya dapat mengatur diri sendiri dalam rangka hukum dan lembaga yang ada.
 - d. Media seyogyanya menghindari segala sesuatu yang memungkinkan menimbulkan kejahatan, kerusakan, atau ketidaktertiban umum, atau penghinaan terhadap minoritas etnik atau agama.
 - e. Media secara keseluruhan hendaknya bersifat pluralis dan mencerminkan kebhinekaan masyarakatnya, dengan memberikan kesempatan yang sama untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang dan hak untuk menjawab.
 - f. Masyarakat dan publik berdasarkan prinsip yang disebut pertama memiliki hak untuk mengharapkan standar prestasi yang tinggi dan intervensi dapat dibenarkan untuk menegakkan kepentingan umum.
 - g. Wartawan dan media profesional seyogyanya bertanggungjawab terhadap masyarakat dan juga terhadap majikan serta pasar.

4. Teori media Soviet, prinsipnya sebagai berikut:

- a. Media seyogyanya melayani kepentingan dari dan berada di bawah pengendalian kelas pekerja.
- a. Media seyogyanya tidak dimiliki secara pribadi.
- b. Media harus melakukan fungsi positif bagi masyarakat dengan sosialisasi terhadap norma yang diinginkan, pendidikan, informasi, motivasi dan mobilisasi.
- c. di dalam tugas menyuruh bagi masyarakat, media seyogyanya tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan audiensnya.
- d. Masyarakat berhak melakukan sensor dan tindakan hukum lainnya untuk mencegah atau menghukum setelah terjadinya peristiwa, publikasi anti masyarakat.
- e. Media perlu menyediakan pandangan yang puma (kompleks) dan objektif tentang masyarakat dan dunia dalam batas-batas prinsip Marxisme, Leninisme.
- f. Wartawan adalah ahli yang bertanggung jawab yang tujuan dan cita-citanya seyogyanya serupa dengan kepentingan terbaik masyarakat.
- g. Media hendaknya mendukung gerakan progresif di dalam dan luar negeri.

5. Teori media pembangunan, prinsipnya sebagai berikut:

- a. Media seyogyanya menerima dan melaksanakan tugas pembangunan positif sejalan dengan kebijaksanaan yang ditetapkan secara nasional.
- b. Kebebasan media seyogyanya dibatasi sesuai dengan 1) prioritas ekonomi 2) kebutuhan pembangunan masyarakat.
- c. Media perlu memprioritaskan isinya pada kebudayaan dan bahasa nasional.

- d. Media hanya memprioritaskan berita dan informasinya pada negara sedang berkembang lainnya yang erat kaitannya secara geografis dengan kebudayaan atau politik.
- e. Para wartawan dan karyawan media lainnya memiliki tanggung jawab serta kebebasan dalam tugas mengumpulkan informasi dan penyebarluasannya.
- f. Bagi kepentingan tujuan pembangunan, negara memiliki hak untuk campur tangan dalam atau membatasinya, pengoperasian media serta sarana penyensoran, subsidi dan pengendalian langsung dapat dibenarkan.

6. Teori media demokratik partisipan, prinsipnya sebagai berikut:

- a. Warga negara secara individu dan kelompok minoritas memiliki hak pemanfaatan media (hak untuk berkomunikasi) dan hak untuk dilayani oleh media sesuai dengan kebutuhan yang mereka tentukan sendiri.
- b. Organisasi dan isi media seyogyanya tidak tunduk pada pengendalian politik yang dipusatkan atau pengendalian birokrasi negara.
- c. Media seyogyanya ada terutama untuk audiensnya dan untuk organisasi media, para ahli atau nasabah media tersebut.
- d. Kelompok organisasi atau masyarakat lokal seyogyanya memiliki media tersendiri.
- e. Bentuk media yang berskala kecil, interaktif dan partisipatif lebih baik ketimbang media berskala besar satu arah dan diprofesionalkan.

- f. Kebutuhan sosial tertentu yang berhubungan dengan media massa tidak cukup hanya diungkapkan melalui tuntutan konsumen perorangan, tidak juga melalui negara dan berbagai lembaga utamanya.
- g. Komunikasi terlalu penting untuk diabaikan oleh para ahli.³⁰

Memperhatikan beberapa konsep normatif media tersebut di atas, harus dilihat dari konsep budaya bangsa yang sesuai dengan Undang-undang Dasar 1945, mana yang bisa diambil yang tidak bertentangan dengan fungsi pers itu sebagai alat kontrol, namun di sisi lain dapat disimpulkan seperti yang dikemukakan oleh Altschull sebagai berikut:

- a. Pada semua sistem pers, media berita merupakan agen para pemegang kekuatan politik dan ekonomi, oleh karena itu surat kabar, majalah dan siaran berita bukanlah pelaku yang independen, meskipun mereka memiliki potensi untuk menjalankan kekuasaan yang independen.
- b. Isi media berita selalu mencerminkan kepentingan pemberi dana.
- c. Semua sistem pers menganut paham kebebasan pers walaupun kebebasan menyatakan pendapat mengandung arti yang bervariasi.
- d. Semua sistem pers mendukung doktrin tanggung jawab sosial, menyatakan bahwa mereka melayani kebutuhan dan kepentingan masyarakat serta menyebutkan keinginan mereka untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat.

³⁰Denis Mcquail, *op. cit.*, h. 111-123.

- e. Setiap model pers memandang setiap model pers lainnya sebagai pers yang menyimpang.
- f. Sekolah jurnalistik menyebarkan ideologi dan sistem nilai masyarakatnya serta tidak mungkin bisa melepaskan diri untuk tidak membantu mereka yang berkuasa dalam mempertahankan kontrol mereka terhadap media berita.
- g. Praktek pers selalu berbeda dengan teori pers.

Hal-hal tersebut merupakan ringkasan pengamatan terhadap apa yang sebenarnya terjadi dalam kenyataan, bukan apa yang seharusnya terjadi. Oleh karena itu, semuanya berfungsi sebagai konsep yang bermanfaat untuk mengingatkan akan keterbatasan teori normatif dalam menggambarkan kenyataan (walaupun teori itu memang membentuk kenyataan dan persepsi tentang kenyataan) terutama bagi mereka yang melakukan kontrol dan bekerja di media.

D. DAMPAK MEDIA DALAM MASYARAKAT

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan bagi masyarakat baik dalam cara berpikir, sikap merupakan tingkah laku, satu sisi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengantar manusia lebih maju dari sejak tua, namun disisi lain kemajuan iimu pengetahuan dan teknologi telah merusak dan meracuni mental dan spiritual utamanya generasi muda yang begitu mudah mengakses derita lewat media massa melalui koran, majalah porno dan aksi porno.

Kondisi seperti ini semakin terasa betapa pentingnya kegiatan dakwah dalam kehidupan manusia, yang merupakan suatu

kewajiban setiap pemeluk atau ada suatu golongan umat Islam yang melakukan secara profesional. dengan merujuk pada firman Allah Q.S. Ali Imran/3:104.

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

Terjemahnya:

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.

Dengan memanfaatkan peluang dakwah dalam menyikapi kehidupan di era informasi dewasa ini akan melahirkan solusi yang terbaik dalam masyarakat, sebagai berikut:

1. Peluang Dakwah

Dalam hidup di dunia ini, sepanjang sejarah peradaban manusia, selalu ditemukan empat kategori kesadaran mereka dalam menetapkan orientasi hidupnya

Pertama, orang yang seluruh perhatiannya didominasi oleh keinginan-keinginan dan usaha untuk mendapatkan kekayaan materi sebanyak-banyaknya, terpenuhinya segala kebutuhan materi menjadi tujuan hidupnya.

Kedua, orang yang terobsesi kesenangan dan kenikmatan duniawi, mengejar kepuasan syahwat semata-mata. Terpenuhinya segala macam kesenangan dan kenikmatan menjadi puncak idealnya.

Ketiga, orang yang kehilangan orientasi dan tujuan hidup, hidupnya dilalui tanpa tujuan apa-apa.

Keempat, orang yang menemukan makna, tujuan hidupnya yang luhur, status, profesi dan prestasi yang dimilikinya, tidak

mengaburkan tujuan akhir hidupnya, yaitu keselamatan dan kebahagiaan ukhrawi.³¹

Peluang dakwah dalam kehidupan di era informasi, ada tiga sektor strategis dalam kehidupan modern di Indonesia, yaitu:

1. Pada sektor keilmuan dan teknologi dengan berkembangnya semangat religiusitas (keislaman di kampus-kampus dan pusat-pusat kajian.
2. Pada sektor kekuasaan politik dan birokrasi dengan tumbuhnya semangat religiusitas dari pusat pemerintahan sampai ke desa-desa.
3. Pada sektor bisnis dan industri dengan mulai banyaknya keterlibatan tokoh-tokoh pelaku bisnis dan industrialisasi tingkat nasional dalam kegiatan dakwah, dan pemberian fasilitas dakwah di pusat-pusat kegiatan kerja mereka.³²

Dakwah Islam yang mempunyai akses kuat dengan ketiga sektor strategis tersebut akan mempunyai peluang yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat dewasa ini, dan tentunya strategis karena antara lain: *Pertama*, dakwah tidak hanya bertujuan semata-mata mengkonservasikan doktrin atau nilai-nilai Islam, tetapi banyak mengaktualisasikan doktrin dan nilai-nilai keislaman tersebut ke dalam realitas sosial, sehingga agama tidak hanya menjadi faktor normatif dalam realitas kehidupan, tetapi juga sebagai faktor lain yang relevan dan signifikan seperti faktor motivatif, faktor inovatif, dan faktor integratif. Dengan demikian dakwah

³¹Muhammad Thaha Hasan, *Prospek Mam dalam Menghadapi Tantangan Zaman* (Cet. IV; Jakarta: Lentera Bina Press, 2003), h. 19.

³²*Ibid.*, h.198. Bandingkan Asep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), h. 30-32.

secara fungsional lebih berperan dalam proses transformasi dan mempunyai pengaruh yang lebih efektif dalam dinamika kehidupan.

Kedua, para ulama, cendekiawan muslim, pemimpin umat, pelaku dakwah (da'i) dapat selalu tampil sebagai figur panutan yang layak diteladani dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi langka dan susah didapatkan, karena da'i diharapkan dapat menjadi *uswatun hasanah*. Ucapan dan perbuatan menyatu, mampu memberi tuntunan yang baik, sebagaimana Q.S. al-Ahzab/33: 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ
يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

2. Tantangan Dakwah

Sampai saat ini dirasakan kurangnya suatu pola pengembangan potensi yang dapat dikembangkan secara mandiri karena keterbatasan dana dan Sumber Daya Manusia (SDM), dalam bidang tulis menulis, sementara potensi yang ada masih memerlukan adanya pelatihan-pelatihan dan pengembangan. Para ulama dan cendekiawan muslim masih sangat kurang memanfaatkan tantangan ini, masih lebih banyak diskusi, seminar-seminar, bicara melulu, tetapi sangat kurang dibukukan dan diterbitkan apa yang dibicarakan agar menjadi alat / media dakwah. Padahal pada satu sisi, kehadiran media cetak semakin banyak, tetapi

belum cukup dimanfaatkan, sebagai lahan praktek menulis atau sebagai lahan pemasaran produk intelektual pada insan akademisi di kampus- kampus di masa ini.

Teknologi informasi tidak selamanya membawa kemajuan positif. Tapi bisa merusak mental dan moral generasi muda yang begitu mudah mengakses majalah porno, film porno, dan pornoaksi. Di sisi lain ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan kenyataan budaya yang sangat berharga dan dibutuhkan, namun tetap harus dipertahankan fungsi dan perannya sebagai sarana untuk kehidupan atau kepentingan hidup manusia bukan menjadi tujuan hidupnya.

Kesadaran religius tidak berarti memisahkan diri dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tetapi agama menempatkan ilmu pengetahuan dan teknologi itu sebagai alat, sarana, dan bukan tujuan. Dalam kemajuan tersebut, banyak tantangan yang menghadang di depan kita, paling tidak ada tiga hal yang perlu dicermati:

Pertama, tantangan sosio-ekonomi yang memberi isyarat bahwa penduduk dunia sekarang berjumlah kurang lebih 6 milyar, di mana sekitar 30 % adalah muslim, sebagian mereka berada di negara sedang berkembang atau di belahan dunia bagian selatan yang mempunyai ciri-ciri antara lain:

- a. Pertumbuhan penduduknya tinggi.
- b. Produktivitas rendah.
- c. Sumber alamnya besar, tetapi tidak ikut menikmati.
- d. Tingkat kesejahteraan rendah.
- e. Tingkat kematiannya tinggi.

Kedua, tantangan sains dan teknologi yang karena kemajuan ilmu pengetahuan dan hasil teknologi terus berkembang, maka corak kehidupan manusia akan terkurung dalam sistem kompleks dari *business science technology*, dengan tujuan menghasilkan produk lebih banyak dengan pekerjaan lebih sedikit. Sedangkan unsur emosional dan spiritual tidak diperhitungkan, kehidupan demikian menuntut:

- a. Adanya super-efisiensi
- b. Adanya standarisasi
- c. Adanya spesialisasi yang ketat
- d. Adanya disiplin dan sistematisasi tinggi.

Ketiga, tantangan etis religius. Sebagai korban kehidupan dalam modernisasi materialis, maka konsekuensinya adalah terjadinya suatu pergeseran kemauan masyarakat dari kemauan alami (*natural will*) menjadi kemauan rasional (*rational will*). Dalam proses perubahan ini, kehidupan emosional manusia mengalami erosi dan berlanjut pada pemiskinan spiritual.³³

Demikianlah sekelumit tantangan dakwah yang perlu didapatkan solusi dan alternatif yang tepat untuk menghadapi tantangan tersebut sekaligus bisa menjadi peluang untuk tampil menjadi agama yang dapat memberikan konsep-konsep pemecahan kemelut global dunia modern, dituntut langkah-langkah strategis dalam usaha meningkatkan mutu atau kualitas umat Islam.

³³Muhammad Thahah Hasan, *op. cit.*, h. 2-3.

E. PENUTUP

Berdasarkan uraian pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kehadiran media massa (media cetak) berupa koran, majalah, brosur dan semacamnya adalah sangat berpengaruh dalam rangka penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat luas terlebih manakala ditunjang oleh media massa lainnya (elektronik) sehingga secara makro kehadiran teknologi informasi yang telah mengakrabi keindonesiaan setidaknya-tidaknya ada beberapa stasiun ielevisi yaitu TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, Indosiar dan TPI telah menguasai dan merubah pola kehidupan masyarakat, baik di desa lebih-lebih di kota dan satu sisi dapat melancarkan kegiatan dakwah. Peradaban dan arus globalisasi informasi dewasa ini telah membawa dampak global dalam berbagai sektor kehidupan manusia, hal ini dapat menjadi peluang sekaligus juga menjadi tantangan dakwah.
2. Penggunaan media massa (media cetak) selama ini sebagai media dakwah terasa kurang efektif ketimbang dengan media dakwah elektronik karena kebiasaan masyarakat lebih dominan mendengar dan melihat secara langsung pelakunya ketimbang membaca koran, majalah dan brosur-brosur apalagi budaya menulis juga sangat terbatas di kalangan para ulama dan cendekiawan.
3. Kegiatan dakwah dapat efektif dan efesien dalam mewarnai transformasi sosial jika semua unsur yang terkait dengan teknologi informasi setidaknya

mendapat perhatian yang seimbang, bahkan kalau bisa harus dikuasai media massa yang ada.

4. Orientasi dakwah tidak hanya bertujuan semata-mata mengkonservasikan doktrin nilai-nilai Islam, tetapi harus lebih banyak mengaktualisasikan doktrin nilai-nilai Islam ke dalam realitas sesungguhnya dengan memanfaatkan media yang digemari oleh masyarakat.
5. Para ulama dan cendekiawan muslim, pemimpin umat, pelaku dakwah seharusnya dapat selalu tampil sebagai figur panutan yang layak diteladani dalam kehidupan sehari-hari dapat menjadi *uswatun hasanah* dan dapat memberikan *mauizhat al-hasanah*, mampu memberikan tuntunan yang terbaik dan dapat menjadi rahmat bagi sekalian alam (*rahmatan li al-'alamin*)
6. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media massa (media cetak) sebagai sarana dakwah adalah masalah dana dan SDM yang belum memadai yang seharusnya sudah memiliki stasiun televisi sendiri dan semacamnya serta menguasai media massa, sehingga memungkinkan menyusun strategi dakwah sendiri yang akan disampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat di manapun ia berada.
7. Dalam penulisan berita diperlukan prinsip 5W + 1H dalam komunikasi (singkatan dalam bahasa Inggris) yang mencakup *what* (apa isi pesan), *who* (siapa), *when* (bilamana/kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa, untuk tujuan apa), dan *how* (bagaimana dan cara penyampaiannya).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. AS. *Komunikasi Media Massa dan Khalayak*. Ujung Pandang, Hasanuddin University Press, 1992
- Anshari. Endang S. *Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*. Jakarta: Usaha Enterprises, 1976.
- Arifin. Anwar. *Public Relation*. Ujung Pandang: Surya Perdana, 1998.
- Cangara. Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. I; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Floumoy, Don Michael. *Analisa Surat Kabar di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University, 1989.
- Hasan, Muhammad Thaha. *Prospek Islam dalam Menghadapi Tantangan Zaman*. Cet. IV; Jakarta: Lenterabora Press 2003.
- Hennessy, Bernard. *Pendapat Umum*, Edisi IV. Jakarta: Erlangga, 1990.
- Kasman, Suf. *Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah bi al-Qalam dalam Al-Qur'an*. Cet. I; Jakarta: Teraju, 2004.
- Kusnawan, Asep. *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Mcquill. Denis. *Komunikasi Massa; Suatu pengantar* Edisi II. Cet. IV; Jakarta: Erlangga, 1994.
- Rivers. William L. *Media Massa Masyarakat Modern*, Edisi II. Cet. II; Jakarta: Pranada Media, 2004.
- Rudi, T. May. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Cet. I; Bandung: Rafika Aditama, 2005.
- Sandjaya, Sasa Juarsa. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1993.
- Tasmara. Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997. Umar, Toha Yahya. *Ilmu Dakwah*. Cet. V; Jakarta: Wijaya, 1992.
