

## **EKSISTENSI MEDIA KOMUNIKASI: STUDI TENTANG SUMBANGSINYA TERHADAP PELAKSANAAN DAKWAH ISLAMIAH**

**Oleh : Hamiruddin**

Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar  
drhamiruddin@gmail.com

### **Abstrak;**

Dakwah sebagai salah satu upaya mengajak umat manusia untuk menyakini, menghayati dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam yang dalam operasionalnya memerlukan keberadaan komunikasi sebagai medium untuk mentransfer ajaran Islam agar ajaran-ajaran Islam dapat diyakini dan diamalkan oleh manusia sebagai sasaran dakwah. Pemanfaatan media komunikasi dalam pelaksanaan dakwah merupakan tuntutan kemajuan zaman, sebab dengan penggunaan produk-produk teknologi di bidang informasi dan komunikasi dapat menjadikan pelaksanaan dakwah terelisasi sesuai dengan tuntutan zaman.

**Kata Kunci : Media Komunikasi; Sumbangsih; Dakwah Islamiyah**

Da'wah as one of the efforts to invite mankind to believe, live and practice islamic teachings that in its operation require the existence of communication as a medium to transfer Islamic teachings so that islamic teachings can be believed and practiced by humans as the target of da'wah. The use of communication media in the implementation of da'wah is a demand for the progress of the times, because with the use of technological products in the field of information and communication can make the implementation of da'wah is organized in accordance with the demands of the times.

**Keywords:** Communication Media; Contribute; Islamic Da'wah

### **PENDAHULUAN**

Komunikasi pada dasarnya merupakan kebutuhan yang sangat esensial dan vital, karena tanpa komunikasi, manusia akan sulit melakukan aktivitas kebersamaan, baik kebersamaan dalam bentuk sikap maupun kebersamaan dalam bentuk faham<sup>1</sup>. Kegiatan komunikasi, di samping bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku manusia juga merupakan alat untuk merubah dan memperbaiki nilai-nilai yang berlaku dan dinyatakan tidak benar untuk memperkokoh apa yang dianggapnya benar, sehingga keberadaan media komunikasi sangat dibutuhkan sumbangsinya terhadap pelaksanaan dakwah di era globalisasi dewasa ini.

Dakwah Islamiyah adalah suatu kegiatan sebagai upaya untuk mengajak manusia ke jalan yang diridhai oleh Allah swt. dengan maksud agar manusia dapat memahami,

---

<sup>1</sup> H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungn Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksra, 2002), h. 1

menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dengan sebenar-benarnya dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat secara kolektif.

Dakwah islamiyah sebagai seruan atau ajakan adalah salah satu kewajiban yang diamanahkan oleh Allah swt. kepada para dai, ustadz dan para ulama, bahkan juga merupakan amanah yang harus dijalankan oleh setiap muslim sesuai dengan potensi dan kemampuan masing-masing kapan dan di manapun mereka berada<sup>2</sup>.

Alquran dan Hadis sebagai petunjuk dan pedoman bagi kaum muslimin, banyak memberikan isyarat betapa pentingnya menyampaikan ajaran Islam kepada seluruh umat mausia, sebagaimana yang dikehendaki firman Allah swt. dalam QS. Al-Maidah/5: 67.

Alquran dan Sunna sebagai sumber pokok ajaran Islam, di dalamnya terkandung beberapa pedoman dan tuntunan dalam menyampaikan ajaran Islam, baik dalam bentuk informasi, pengajaran maupun berupa ajakan.

Manusia dengan segala aspeknya memiliki beberapa potensi dan keistimewaan, baik berupa pikiran, budi pekerti dan watak yang berbeda-beda. Potensi dan keistimewaan inilah yang dapat dipegaruhi oleh berbagai macam kultur dan adat istiadat yang berbeda-beda pula. Oleh karena itu, dakwah sebagai salah satu aktivitas yang harus dilaksanakan dan dikembangkan menurut sistem dan metode yang diajarkan oleh Alquran dan Hadis Rasulullah saw.

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan peradaban manusia dan dengan segala problematiknya, maka dakwah islamiyah semakin dituntut untuk meningkatkan kualitasnya, sehingga dengan keterlibatan media komunikasi dan sumbangsinya terhadap pelaksanaan dakwah Islamiyah dapat membantu dalam menunjang sukses dan dan lancarnya aktivitas pelaksanaan dakwah islamiyah.

Dari uraian-uraian di atas, dapat dipahami bahwa inti permasalahan pada tulisan ini adalah sejauhmana kontribusi media komunikasi dalam pelaksanaan dakwah Islamiyah di tengah-tengah kemandirian peradaban manusia dewasa ini?

## PEMBAHASAN

### *Media Komunikasi dan Sumbangsihnya Terhadap Pelaksanaan Dakwah Islamiyah di Era Globalisasi*

Di dalam pelaksanaan aktivitas dakwah, bukan hanya melibatkan subjek dakwah semata, melainkan juga harus melibatkan semua unsur dakwah yang turut menunjang terlaksananya dakwah secara efektif dan efisien, termasuk unsur "media" di dalamnya<sup>3</sup>. Keberadaan unsur media menjadi salah satu unsur penting yang terhimpun di dalam beberapa unsur dakwah yang mempunyai keterkaitan antara satu dengan lainnya.

---

<sup>2</sup> Shaluddin Sanusi, *Pembahasan Sekitar Prinsip-Prinsip Dakwah Islam*, (Semarang: Ramadani, 1964), h. 21

<sup>3</sup> Adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, (Asmuni Syukri, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 163

Di dalam buku "Pembahasan Sekitar Prinsip-Prinsip Dakwah Islam" dikemukakan unsur-unsur dakwah sebagai berikut :

1. Subyek dakwah ( pelaksana dakwah)
2. Obyek dakwah ( sasaran dakwah)
3. Materi dakwah (isi dakwah)
4. Metode dakwah (Sistem atau cara dakwah)
5. Ideologi dakwah ( cita-cita dakwah)
6. Media akwah (alat dakwah)<sup>4</sup>

Di dalam usaha tercipta dan tercapainya hasil atau efek dari pada dakwah yang dilancarkan, maka semua unsur dakwah yang tersebut di atas perlu senantiasa dikembangkan sesuai petunjuk dan meode yang ditujukkkan oleh Rasulullah saw. sebagai suatu faktor yang dapat menunjang terlaksananya dakwah secara maksimal yang ditandai dengan adanya kebutuhan timbal balik dalam mewujudkan kehidupan, baik kehidupan individu, kehidupan berumah tangga, kehidupan bermasyarakat, kehidupan berbangsa dan bernegara yang islami.

Keberadan media komunikasi dalam proses dakwah merupakan studi ilmiah yang berusaha menganalisis setiap unsur demi tercapainya suatu sistem komunikasi dalam setiap aktivitas dakwah yang lebih efektif, karena komunikasi sebagai studi ilmiah merupakan suatu gerak publisistik dan sebagai salah satu disiplin ilmu yang telah banyak memberikan kontribusi di dalam usahan mencapai tujuan pelaksanaan dakwah secara berencana dan sistematis.

Salah satu bukti usaha ilmiah dalam komunikasi untuk tercapainya aktivitas dakwah yang efektif adalah dengan melalui media komunikasi. Hal tersebut dapat dilihat pada pendapat Harold D Laswell tentang proses komunikasi dengan siyalemen yang bersayap: who, says to home in what channel whith what effect. Unsur komunikasi yang dikemukakan menunjukkan bahwa setiap unsur memerlukan analisis: who artinya memerlukan analisis yang merupakan sub devision dari lapangan research, kontrol analisis. Says work artinya memerlukan konten analisis. In whith channel artinya diperlukan adanya efek analisis<sup>5</sup>. To home artinya mengharapkan adanya audience analisis. Whith effect artiya diperlukan adanya efek analisis.

Dengan formula D Laswell, ini merupakan pemecahan untuk menentukan ruangng lingkup dari komunikasi sebagai upaya agar pesan yang disampaikan dapat berhasil guna.

Dengan demikian, maka pelaksanaan dakwah Islamiyah yang sesuai dengan tuntunan Alquran yang terdapat dalam QS. An-Nahl ayat 125, menghendaki agar setiap faktor yang

---

<sup>4</sup> Shalahuddin Sanusi, *Pembahasan Sekitar Prinsip-Prinsip Dakwah Islam*, h. 25.

<sup>5</sup> T.A. Safiet Roesdy, *Dasar-Dasar Retorika-Retorika Komunikasi Informasi dan Informasi* (Medan: Firman Rimbow, 1985), h. 64

terlibat di dalam unsur dakwah dapat benar-benar menopang terciptanya suasana fungsi dan peran komunikasi dalam proses dakwah sehingga terlihat dengan jelas betapa hubungan antara media komunikasi dan proses dakwah, terutama alam pencapaian tujuan dakwah secara maksimal.

Dengan dasar itulah, maka dapat dipahami bahwa keberhasilan suatu kegiatan, termasuk kegiatan komunikasi<sup>6</sup> sangat ditentukan oleh beberapa faktor yang terdapat dalam komponen-komponen, sebagaimana yang disebutkan oleh Horald D Laswell dengan "who Says what to home in what channel whit what effect"<sup>7</sup> yang maksudnya bahwa komunikasi itu terdiri dari; unsur, sumber, pesan, media dan efek<sup>8</sup> yang ditimbulkan oleh komunikan. Beberapa faktor itulah yang memunyai fungsi dan peranan yang sangat menentukan dalam proses komunikasi. Akan tetapi jika dilihat dari satu sisi, maka faktor "Channel dan media" adalah termasuk faktor yang sangat menentukan pula, karena pada media komunikasi terdapat beberapa peran dan fungsi dari berbagai segi, antara lain; pertama, dilihat dari segi bagaimana agar aktivitas dapat berlangsung secara efektif melalui media lisan yang di dalamnya berada seorang komunikator secara langsung dapat melihat dan merasakan adanya feed back dari pesan-pesan yang disampaikannya; kedua, dilihat dari segi daya pengaruh, daya tarik dan daya tahan, maka media tulisan dan lukisan, seperti slide dan gambar-gambar memunyai spesifikasi yang sangat berbeda dengan media lainnya. Lewat media ini juga, seorang komunikan (obyek dakwah) dapat melihat secara langsung; ketiga, dilihat dari segi kecepatan tersebarnya informasi atau pesan, media komunikasi seperti: radio dan televisi secara serentak dapat mencapai jangkauan yang luas sehubungan dengan komunikator/ lembaga tertentu yang mengendalikan proses komunikasi. Di sisi lain dapat menghemat biaya, demikian pula pihak komunikan yang di dalam kebutuhannya terdapat informasi yang dapat diterima dengan cepat.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa media komunikasi dapat berperanan dalam efektivitas dakwah. Antara media komunikasi dan dakwah memunyai kaitan yang sangat erat. Karena itu dakwah merupakan proses sebagaimana halnya dengan komunikasi. Kenyataan ini dapat dilihat dalam berbagai aspek sebagai berikut :

1. Obyek dakwah adalah manusia pada umumnya, baik umat dakwah (umat yang belum menerima ajaran Islam) maupun umat ijabah (umat yang sudah memeluk Islam) di mana subyek dakwah berusaha menyampaikan suatu informasi yang sangat penting dan dikehendaki oleh seluruh manusia, maka media komunikasi secara langsung dapat

---

<sup>6</sup> Sebagai alat yang digunakan untuk menghubungkan kemanusiaan, untuk prosesnya terdapat lima komponen, yaitu; Sumber, komunikator, pesan, komunikan dan tujuan, dalam H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 165.

<sup>7</sup> Unsur *Channel* dan media di sini merupakan salah satu faktor penting untuk keberhasilankomunikasi, H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 1.

<sup>8</sup> Pengertian tentang efek di sini adalah hasil dari pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu usaha yang dilakukan Untuk memengaruhi orang lain, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Cet. Ke-2; Bandung: PN. Balai Pustaka, 1984), h. 268.

menunjang tercapainya pesan-pesan dakwah, sebagaimana yang dikehendakim oleh Firman Allah swt. yang terdapat dalam QS. Saba' /34:28 .

Obyek dakwah memunyai tingkatan yang berbda-beda. Tampak bahwa obyek dakwah memunyai simpati yang sangat besar terhadap pesan-pesan yang disampaikan melalui media komunikasi, seperti; radio dalam bentuk sandiwara/drama radio yang bernafaskan dakwah Islam dan semacamnya.

2. Melalui media-media tulisan seperti fatwa-fatwa agama, kata-kata mutiara dan pesan-pesan lainnya yang ditulis, dapat memberi kesan kepada setiap orang yang membacanya.

Dari sinilah terlihat bahwa media komunikasi dalam efektivitas dakwah memunyai urgensi yang sangat penting dalam usaha menyebarkan ajaran Islam di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Di dalam era perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini, setidaknya hasil penemuan menunjukkan bahwa media komunikasi mampu menjadikan suatu informasi dapat sampai pada sasaran yang dimaksudkan dengan cepat, seperti halnya penyebaran berita mengenai hasil penemuan baru agar masalah itu dapat diketahui dengan cepat oleh masyarakat luas.

Dalam pada itulah, efek dari sumbangan keberadaan media komunikasi terhadap pelaksanaan dakwah, seorang komunikator dapat menyesuaikan dengan situasi dan kondisi komunikasi. Ini berarti bahwa komunikator dalam upaya menciptakan "overlapping of interest", sehingga jelas pesan yang disampaikan dapat menimbulkan efek sebagaimana yang diharapkan.

Keberadaan media komunikasi memunyai relevansi dengan dakwah islamiyah sebagaimana gerak komunikasi khusus, telah banyak memperoleh bantuan pemanfaatan media komunikasi dalam berbagai jenis dan bentuknya.

Bantuan secara langsung dapat disaksikan dari adanya pemanfaatan media komunikasi seperti berikut:

1. Pemberdayaan media pers, seperti surat kabar, majalah, jurnal dan lain-lain sebagai media dakwah, dimaksudkan agar pesan-pean Islam dapat dipahami secara rasional, karena dengan tulisan melalui pers dan buku-buku memunyai daya tahan lama dan dapat dipertanggungjawabkan secara formal. Media seperti inilah yang telah banyak dimanfaatkan oleh umat Islam, khususnya lembaga-lembaga/organisasi yang bergerak di bidang dakwah amar makruf dan nahi mungkar<sup>9</sup>.

2. Pemanfaatan radio dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah aik yang bersifat primer maupun yang bersifat sekunder juga telah banyak dilakukan oleh umat Islam.

---

<sup>9</sup> H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungn Masyarakat*, h. 76

3. Film sebagai salah satu media komunikasi, bukan saja berfungsi sebagai alat hiburan tetapi juga berguna untuk penerangan dan pendidikan, bahkan juga sebagai alat yang ampuh untuk memengaruhi massa dalam bentuk opini.

4. Televisi sebagai media komunikasi merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi melalui penyambungan suara dan gambar. Dalam hal ini, komunikasi lebih besar perhatiannya terhadap pesan-pesan yang disampaikan melalui media televisi. Di Indonesia, pemanfaatan media televisi telah bersifat rutin, sehingga kegiatan kegamaan yang ditayangkan membawa kesan yang banyak mengundang antusias dari para pemirsanya<sup>10</sup>. Karena itu, jangkauan media ini sangat luas, sehingga dalam penyampaian dakwah Islam lewat media televisi harus ditingkatkan dan lebih dikembangkan serta dibina secara terus menerus.

Pelaksanaan dakwah tanpa memperhitungkan teknik-teknik komunikasi, akan membawa dampak yang kurang menguntungkan. Oleh karena itu, seorang dai atau komunikator dalam menyampaikan pesan-pesannya di tengah-tengah masyarakat perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut, sehingga apa yang disampaikan dapat diterima sebagai suatu ilmu. Selanjutnya kepada perubahan sikap sebagaimana harapan dari proses dan kegiatan komunikasi itu<sup>11</sup>. Dengan demikian akan semakin jelas bahwa segala upaya yang dilakukan khususnya menyangkut dakwah Islam tidak dapat dipisahkan dari keterlibatan dan pemanfaatan media komunikasi.

## KESIMPULAN

Komunikasi adalah suatu proses pengoperan lambang- lambang dari seorang kepada orang lain yang berfungsi untuk menciptakan kesamaan sikap, kesamaan pengetahuan dan tingkah laku manusia sehingga merupakan kebutuhan vital manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Media komunikasi sebagai suatu penemuan ilmiah memiliki fungsi dan peranan yang sangat besar dalam aktivitas komunikasi. Dalam kaitannya dengan pelaksanaan dakwah di tengah-tengah kemajuan masyarakat, maka media komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting sejalan dengan perkembangan masyarakat sehingga kehadiran media ini sebagai saluran isi pesan yang disampaikan telah banyak memberikan kontribusi yang sangat besar dalam pelaksanaan dakwah, baik melalui media cetak, elektronik, maupun media komunikasi lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Shaluddin Sanusi, *Pembahasan Sekitar Prinsip-Prinsip Dakwah Islam*, (Semarang: Ramadani, 1964).
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 2012).

---

<sup>10</sup> H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 77

<sup>11</sup> H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, 6.

H.A.W. Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksra, 2002)

Asmuni Syukri, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983)

T.A. Safiet Roesdy, *Dasar-Dasar Retorika-Retorika Komunikasi Informasi dan Informasi*  
(Medan: Firman Rimbow, 1985).

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Cet. Ke-2;  
Bandung: PN. Balai Pustaka, 1984)

Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 688.