

## TANTANGAN DAKWAH DALAM MEDIA TEKNOLOGI KOMUNIKASI DI ERA GLOBALISASI

**M. Rais Ribha Rifqi Hakim**  
**Mahasiswa Pascasarjana UIN WALISONGO**  
**Email: gusrois303@gmail.com**

### **Abstract**

*The development of information technology has kemjauan very rapidly. The advancement has led mankind easier to relate to one another. Various information and events happening parts of the world with rapidly can be known by human beings on other continents. The era of globalization characterized by the rapid advancement of communication technology is also called information age. The world community, including Muslims today can enjoy television programs with a variety of impressions. The television broadcasts emanating not only from a national network, but also can follow the international network thanks to the satellite which is connected with the parabola in people's homes. Communication on one side convey information to others for ideas or ideas to others either use or not use the media while the media on the other hand want to change the mindset and behavior of the people. Same with da'wah, Communication is the process of conveying information to others about ideas or ideas to other people both using the media and not using media while on the other hand they want to change people's mindsets and behavior. The function of da'wah and communication are also the same, namely to change someone with a specific purpose. The purpose of da'wah is to convey information and seek information to mad'u so that the material to be conveyed can be understood so that communication can be achieved. The da'i to mad'u's da'wah process is expected to have a psychological influence in improving Islamic teachings. However, the challenge of preaching in the information era has become more complex. With this required expertise in conveying his da'wah for the success of da'wah, including various treatments that are more profound and efficient.*

\*\*\*\*

*Perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan sangat pesat. Kemajuan tersebut telah mengantarkan umat manusia semakin mudah untuk berhubungan satu dengan lainnya. Berbagai informasi dan peristiwa yang terjadi dibelahan dunia dengan secara cepat dapat diketahui oleh manusia pada benua yang lain. Era globalisasi yang ditandai oleh semakin majunya teknologi komunikasi juga disebut dengan era informasi. Masyarakat dunia termasuk umat Islam dewasa ini dapat menikmati acara televisi dengan berbagai tayangan. Siaran televisi tersebut bukan hanya terpancar dari jaringan yang bersifat nasional, tetapi juga dapat mengikuti jaringan internasional berkat adanya satelit yang dihubungkan dengan adanya parabola di rumah-rumah penduduk. Sama dengan dakwah, Komunikasi adalah proses menyampaikan informasi kepada orang lain terhadap gagasan atau ide kepada orang lain baik menggunakan media maupun tidak menggunakan media sedangkan disisi lain ingin mengubah pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Fungsi dakwah dan komunikasi juga sama, yaitu untuk merubah seseorang dengan*

*tujuan tertentu. Tujuan dakwah adalah untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mad'u agar materi yang ingin disampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang dilaksanakan dapat tercapai. Proses dakwah yang dilakukan oleh da'i kepada mad'u diharapkan mempunyai pengaruh psikologis dalam meningkatkan ajaran Islam. Namun, tantangan berdakwah di era informasi menjadi lebih kompleks. Dengan ini dibutuhkan kepiawaian da'i dalam menyampaikan dakwahnya demi keberhasilan dakwah, termasuk berbagai perlakuan yang lebih mendalam dan berdayaguna.*

**Kata kunci: Tantangan, Teknologi, Komunikasi**

## A. PENDAHULUAN

Di masa yang sekarang ini sudah banyak lahir alat bantu untuk berkomunikasi sehingga manusia sudah tidak susah untuk melakukan komunikasi walaupun berada di jarak yang amat jauh. Semakin bertambahnya zaman maka semua alat akan semakin canggih dari sebelumnya. Dalam dunia komunikasi banyak mempelajari tentang media yang menjadi saluran untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang akan memberikan timbal balik kepada media tersebut.

Disadari atau tidak, manusia kini ada dalam kondisi global dan era reformasi, kehidupan semakin mendekat antara satu dengan yang lain, tidak ada yang dapat menghindari dari kecenderungan ini termasuk umat beragama. Secara global makin tampak proses enkulturasi dan alkulturasi nilai moral dari Timur ke masyarakat Barat. Sedangkan di Timur terjadi enkulturasi dan alkulturasi pemikiran Barat kedalam masyarakat Timur dan juga hedonisme barat. Pada masyarakat Indonesia terbukti telah mengabaikan kehidupan beragama akibat dari kehidupan hedonistic yang diprakarsai oleh Barat.

Memasuki milenium baru, dunia dakwah sedang menghadapi tantangan baru yang sifatnya lebih sistematis. Tantangan ini lebih pada persoalan implementasi dakwah dalam milenium teknologi komunikasi dan informasi. Pengkajian kembali tentang pengertian, ruang lingkup, dan metode dakwah perlu terus dilakukan. Dakwah di era globalisasi dimana dunia semakin lama sebuah masyarakat yang tanpa batas dan umat manusia hidup didalam dunia yang semakin menciut kadarkeimanannya. Terutama disebabkan oleh lajunya perkembangan teknologi, komunikasi, informasi, dan transformasi. Adapun kunci dari keberhasilan dalam pengembangan dakwah di era reformasi tidak lain ialah dengan pemanfaatan manajemen dakwah modern.<sup>1</sup> Namun, apakah hanya dengan manajemen dakwah akan berhasil untuk melakukan transformasi dakwah tersebut, tidakkah ada unsur lain yang diperlukan dalam mensukseskan dakwah ini?

---

<sup>1</sup>Wahid, Fathul. 2004. E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet. Gaya Media: Yogyakarta, hlm.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Definisi Komunikasi

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlihat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah *komunikasi manusia* atau dalam bahasa Inggris *human communication*, yang sering kali pula disebut *komunikasi sosial* atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya. Robinson Crusoe misalnya, yang hidup menyendiri di sebuah pulau terpencil, tidak hidup bermasyarakat karena dia hidup sendirian. Oleh karena itu dia tidak berkomunikasi dengan siapa-siapa.<sup>2</sup>

Dari pengertian di atas, komunikasi yang dibahas di sini tidak termasuk komunikasi hewan, komunikasi transendental dan komunikasi fisik. Komunikasi hewan adalah komunikasi antar hewan. Gajah dengan gajah berkomunikasi, burung dengan burung berkomunikasi, dan sebagainya. Komunikasi transendental adalah komunikasi dengan suatu yang bersifat "gaib", termasuk komunikasi dengan Tuhan. Orang yang sedang sembahyang baik yang sedang melakukan kewajibannya sebagai umat beragama ataupun yang tengah meminta sesuatu, misalnya sembahyang hajat atau sembahyang *istkharah* di kalangan pemeluk agama Islam, adalah tengah berkomunikasi dengan Tuhan. Tetapi komunikasi jenis ini bukan komunikasi sosial, komunikasi antarmanusia.

Komunikasi fisik adalah komunikasi yang menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, misalnya dua tempat yang dihubungkan

---

<sup>2</sup>Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek* (Cet. X'.I; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 10.

oleh kereta api, bis, pesawat terbang, dan lain-lain kendaraan yang mengangkut manusia. Tetapi bukan komunikasi sosial atau komunikasi antar manusia. Jadi bukan masalahnya yang dibahas di sini, meskipun ada kalanya terdapat kaitannya pula dengan komunikasi antar manusia, misalnya surat berisikan pesan seseorang kepada orang lain yang diangkut oleh kereta api atau pesawat terbang.<sup>3</sup>

Jadi teknik berkomunikasi yang menjadi pokok permasalahan dalam pembahasan ini adalah komunikasi antara seseorang dengan orang lain, komunikasi sosial yang sebagaimana ditegaskan di atas, mengandung makna "proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain". Dalam dakwah juga terdapat banyak pembagian, yang masing-masing juga mempunyai ciri khas tersendiri sebagai bagian dari perkembangan pemikiran dalam prakteknya.

Metode dakwah juga berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dakwah yang dilakukan senantiasa mempertimbangkan segmentasi mad'unya. Dakwah tidak dilaksanakan hanya melalui lisan, namun dilaksanakan juga melalui tulisan, penyiaran dan bimbingan serta dengan tindakan langsung. Hal ini lagi-lagi sebagai sebuah upaya penyesuaian demi keberhasilan dakwah. Media komunikasi dijadikan sebagai saluran dalam dakwah. Keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh da'i secara tidak langsung ditentukan dalam pemilihan media komunikasi yang dipilihnya.

## 2. Pelaksanaan Dakwah Islam

Keharmonisan pada alam, tercipta dengan sendirinya karena alam secara otomatis tunduk kepada hukum-hukumnya sendiri (*sunnatullah*) tanpa membantah. Karena manusia tidak sama dengan alam, maka manusia dalam menciptakan hubungan yang harmonis baik hubungan dengan alam maupun hubungan manusia dengan sesamanya, maka manusia harus memahami *sunnatullah* yang menguasai alam dan menguasai manusia. Dengan kekuatan akal yang dimiliki manusia sebagai anugerah tuhan,

---

<sup>3</sup>Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 17.

manusia akan lebih mampu mengetahui tentang lingkungannya atau masalah duniawinya.

Bila akal digunakan sebaik-baiknya, manusia akan dapat mengerti hukum-hukum yang menguasai jagat raya itu dengan segala isinya, dan dapat memanfaatkan hukum-hukum tersebut dalam menjalankan tugasnya sebagai *khalifah* di dunia. Sebagai pemimpin di muka bumi ini, manusia akan menjadikan dirinya selalu berorientasi pada perubahan ke arah yang lebih baik. Dirinya akan mencari berbagai hal yang menjadikan dirinya lebih baik. Kegiatan-kegiatan dipilihnya untuk menerapkan dan mendapatkan eksistensinya dengan lebih baik.

Dengan kemantapan iman dan takwa yang mendalam, ditambah dengan keluasan ilmu pengetahuan, manusia mencapai puncak kemanusiaan yang tertinggi, karena melahirkan amal shaleh yang dapat membawa manusia kepada kebahagiaan dunia dan akhirat. Salah satu saluran yang digunakan adalah memaksimalkan peran dakwah yang akan diterimanya. Bidang iman dan segala aspeknya adalah otoritas agama melalui wahyu sedangkan bidang ilmu pengetahuan menjadi wewenang manusia untuk mengumpulkannya dan mengembangkannya di dunia ini. Ilmu tersebut adalah meliputi ilmu tentang alam dan ilmu tentang manusia dalam hubungan sesama manusia yang disebut ilmu-ilmu sosial.<sup>4</sup>

Ilmu dan teknologi merupakan produk dari kerja akal penalaran serta keterampilan manusia, yang sangat berguna dalam memakmurkan bumi serta mengembangkan kebudayaan dan peradaban. Ilmu dan teknologi juga sangat diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan dakwah efektif. Tanpa pemanfaatan ilmu dan teknologi dakwah tidak akan berlangsung efektif. Dakwah sebagai amal shaleh selain membutuhkan iman dan takwa, dakwah juga membutuhkan dimensi ilmu dan teknologi, karena melakukan dakwah harus selaras dengan hukum-hukum Tuhan yang menguasai lingkungan sosial manusia.

---

<sup>4</sup>Mufid, Muhammad, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, Kencana, Jakarta : 2010, hlm. 14

Sementara dapat disimpulkan bahwa ilmu dan teknologi dalam pelaksanaan dakwah sangat diperlukan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi. Ilmu yang sangat dekat dengan dakwah yaitu ilmu komunikasi yang telah berkembang dan diakui secara internasional. Ilmu komunikasi adalah ilmu yang bersifat *eklektif*, yaitu melintasi berbagai bidang disiplin lainnya, terutama ilmu sosial yang rasional dan empiris. Sedangkan teknologi yang dekat dengan dakwah adalah teknologi komunikasi terutama yang berkaitan dengan media massa (Pers, film, radio, televisi) dan media interaktif atau media sosial melalui komputer ataupun gadget dengan menghubungkan ke internet.

### 3. Dakwah Islam Dengan Media Massa

#### a. Eksistensi Media Dan Media Massa

Belum pernah dalam sejarah, manusia dapat menyebarkan gagasannya dan dapat menyampaikan isi dakwah kepada banyak orang dengan cepat. Semua media dapat menjadi media dakwah. Sebaliknya dakwah memberi kontribusi kepada media, dalam bentuk moral dan etika yang dikenal dengan kode etik. Tanpa moral dan etika yang kuat, media terutama media massa tidak dapat melaksanakan semacam "malpraktik". Justru itu kaitan media dengan dakwah dapat berlangsung secara *simbiosis mutualis*.<sup>5</sup> Hubungan ini kemudian dijadikan sandaran dalam melangsungkan kegiatan keduanya secara sekaligus.

Media merupakan perkembangan dari ilmu dan teknologi sebagai bentuk penguasaan manusia terhadap *sunnatullah* yang menguasai alam. Hukum-hukum Tuhan yang berkaitan dengan media dan terutama media massa, harus dipahami dan dikuasai, agar kehadiran media massa bermanfaat bagi manusia dalam menopang kebudayaan dan peradabannya. Justru itu media sangat penting dan memiliki urgensi bagi dakwah terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak dengan cepat.

---

<sup>5</sup>Sanjaya, Wina, *Media Komunikasi Pembelajaran*, Kencana, Jakarta : 2012, hlm. 69

Pada hakikatnya media adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dengan mana seseorang menyatakan gagasan, isi jiwa atau kesadarannya. Dengan kata lain media adalah alat untuk menyalurkan gagasan manusia dalam kehidupan masyarakat. Media dibagi oleh Arifin ke dalam 3 bentuk :

i. Media yang menyalurkan ucapan (*spoken word*)

Termasuk juga yang berbentuk bunyi, yang sudah dikenal sejak dahulu dan dapat dimanfaatkan sebagai medium utama. Dan dapat ditangkap oleh telinga maka dinamakan juga *auditive media*. Yang tergolong dalam media ini antara lain : gendang, kentongan, telepon, radio.

ii. Media yang menyalurkan tulisan (*printed writing*)

Karena hanya bisa di tangkap oleh mata maka disebut juga *visual media* media yang termasuk golongan ini : pamflet, poster, brosur, baliho, spanduk, surat kabar.

iii. Media yang menyalurkan gambar hidup

Karena dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus, maka disebut *audio visual* da yang termasuk dalam media ini hanya film dan televisi.<sup>6</sup>

b. Fungsi Media Massa dan Dakwah

Media massa dan komunikasi dianggap sebagai sarana penting dakwah (mengenalkan Islam kepada orang lain). Karya dakwah itu sendiri adalah mengkomunikasikan kebenaran pesan ilahi kepada manusia. Sistem komunikasi berbeda dari satu tempat ke tempat lain berdasarkan tingkat peradaban rakyat. Pada zaman Nabi Muhammad SAW, misalnya, karya dakwah dilakukan melalui komunikasi verbal. Hari ini, kita menyaksikan kemajuan sistem komunikasi, dimana ada jaringan komunikasi langsung yang canggih yang digunakan untuk semua jenis tujuan: pemasaran, informasi, rekreasi dan pendidikan. Ini adalah fakta yang tak terbantahkan bahwa bentuk-bentuk ini

---

<sup>6</sup>Arifin, Anawar 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta. hlm: 35



Komunikasi juga bisa dianggap sebagai alat untuk pembuat opini publik. Jadi, di tengah derasnya ini perkembangan informasi teknologi, karya dakwah harus memanfaatkan sistem dan menggunakannya sepenuhnya untuk menyebarkan pesan ilahi.<sup>7</sup>

Berbagai bentuk media, misalnya media berita, radio dan siaran televisi dan digital Komunikasi seperti internet memang penting penyedia informasi dan berita. Bentuk media ini bersama dengan buku, surat kabar, kaset rekaman sama pentingnya artinya mendidik baik muslim maupun muslim penonton non-Muslim orang yang terlibat dalam kegiatan dakwah mungkin menganggap media ini sangat berguna dalam mempromosikan pemahaman khusus tentang Islam, dalam menargetkan khalayak muda, berpendidikan dan juga yang lainnya. Internet, khususnya, dapat memberi pengguna dokumentasi, berita, analisis, isu dan gambar Islam dan semua bisa disampaikan dengan mudah dan cepat.<sup>8</sup>

Selain media komunikasi yang melayani khalayak yang luas, pers, film, radio, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial. Bahkan jenis-jenis media massa itu dapat juga menjadi “alat perjuangan” politik atau “alat perjuangan” ekonomi atau “alat perjuangan” *la khayr amar ma'ruf* dan *nahy mungkar* (dakwah), baik dalam arti universal, maupun dalam arti khusus. Media sebagai lembaga sosial memiliki sifat-sifat kelembagaan. Media menyelenggarakan dan melayani informasi dengan cepat dan teratur secara kelembagaan.

Fungsi dakwah yang dapat diperankan oleh media massa adalah menjaga agar media massa berpihak kepada kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal sesuai dengan fitrah dan kehanifan manusia, dengan selalu taat kepada kode etikanya. Dengan demikian media massa tidak melakukan “malpraktik” dengan setia menjalankan tanggung jawab sosialnya, seperti tidak menyiarkan berita bohong, pornografi, dan

---

<sup>7</sup> M. Shuhaimi. *Islam dan Media*. Dalam Jurnal Universitas Islam Malaysia. 2012. hlm. 3

<sup>8</sup> Brunt, Gary R. (2000). *Virtually Islamic: Computer-mediated Communication and Cyber Islamic Environments*. Cardiff: University of Wales Press, hlm. 2.

sensasi. Sedangkan fungsi dakwah yang lain yang dapat dijalankan oleh media elektronik adalah menyiarkan adzan setiap waktu menjelang shalat, menyiarkan khutbah di hari raya idul Fitri dan idul Adha, ceramah agama, dialog, dan peringatan acara-acara islam dan sebagainya.

Sesungguhnya fungsi dakwah yang bersifat universal dari media massa telah melekat secara inheren dalam pelaksanaan kode etiknya dan konsisten menjaga dan membina moral dan etika masyarakat. Sedangkan fungsi dakwah secara khusus yang berisi pesan aqidah (dakwah islamiyah) media massa, dapat dilakukan dengan mendirikan atau memiliki salah satu atau semua jenis media massa (pers, radio, televisi, film) dengan mempertahankan aspek ekonomi dari media massa agar dapat tetap bereksistensi.<sup>9</sup>

#### 4. Peluang Dakwah

Pada saat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dan transformasi informasi dengan berbagai dampak negatifnya dewasa ini, tampaknya kita semua terpanggil untuk melakukan dakwah, yaitu mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran merubah umat dari satu situasi kepada situasi yang lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi pribadi, keluarga, kelompok atau massa serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia.<sup>10</sup>

Arus globalisasi memang tidak bisa dibendung. Hal ini dapat kita buktikan dengan kehadiran teknologi informasi yang telah mengakrabi keindonesiaan kita semua. Setidaknya ada beberapa stasiun televisi, yaitu TVRI, RCTI, SCTV, TPI, ANTV, INDOSIAR, METRO TV, TV ONE, TRANS 7 DAN TRANS TV telah menguasai sebagian kehidupan masyarakat Indonesia. Dari beberapa stasiun tersebut untuk bertamu di tengah-tengah

---

<sup>9</sup>*Ibid*, Shuhaimi. 2012. hlm. 4

<sup>10</sup>Idris, Malik, 2007. *Strategi Dakwah Kontemporer*, Cet. I; Makassar: Sarwah Press Indobis Group, hlm. 11

masyarakat, baik di desa dan kota maupun yang jauh ke pelosok. Kehadiran tamu itu menyodorkan seabrek acara yang menghanyutkan. Selain itu, dalam era informasi sekarang ini, agama-agama semakin transparan, maka masyarakat yang terdidik semakin kritis menghadapi persoalan-persoalan agama, termasuk dalam menentukan pilihan agama yang mengajarkan bahwa salah satusihak asasi yang paling substantif adalah hak untuk menentukan agama yang akandianut dan diyakini kebenarannya.

Peradaban informasi yang mendominasi dunia modern dalam beberapa decade terakhir, telah membawa dampak global dalam berbagai sektor kehidupan manusia, baik dampak positifnya dan terlebih lagi dampak negatifnya, hampir semuanya dapat dikaitkan secara langsung ataupun tidak langsung dengan agama, terutama peluang sekaligus tantangan dakwah. Segi positif dari peradaban informasi ini yang merupakan peluang dakwah, antara lain dapat dijadikan sebagai media dakwah, bahkan oleh pihak agamawan, tidak terkecuali Islam telah dijadikan untuk mendukung dalam mengembangkan agama mereka, baik yang menyangkut institusi dan kelembagaan, maupun yang berkaitan dengan upaya mendinamiskan ajaran-ajarannya.

Seperti telah disinggung bahwa peradaban informasi menjadikan agama semakin transparan baik dari segi doktrin dan ajaran-ajaran, maupun dari segi kegiatan dan program-program yang dilahirkan oleh setiap agama, bukan saja Islam. Dengan demikian transparannya agama-agama tersebut, maka terjadinya konversi agama (pindah agama) di kalangan masyarakat merupakan hal yang sangat niscaya, terutama masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kebebasan dan rasionalitas. Di sinilah sebenarnya peluang dakwah Islam untuk tampil memainkan peranannya di dalam menggunakan saran teknologi komunikasi informasi sebagai media dakwah yang efektifagar tidak kalah Lersaing dan terjadi pindah agama (keluar dari Islam) hanya karena iming-iming untuk kebutuhan sesaat.

Di sisi lain, seperti yang telah diprediksikan oleh para futurolog bahwa abad ke-21 sebagai abad kebangkitan agama,<sup>11</sup> dalam abad ini akan terjadi semacam respiritualisasi<sup>12</sup> dikalangan masyarakat modern. Mereka yang tadinya mengalami kesegaran jiwa akibat kekosongan spiritualitas mulai berusaha mencari hal-hal yang dapat mendatangkan kepuasan dan kebahagiaan bathiniyah. Kepuasan bathiniyah ini tentunya lebih potensial diperoleh pada spiritualitas agama.

Seiring dengan gejala respiritualisasi yang sudah mulai tampak sekarang, terjadi pula semacam revitalisasi dan reugenisasi agama-agama besar dunia. Apabila agama telah menemukan kembali daya vitalitasnya dalam mengatur kehidupan manusia sebagai akibat dari peran-peran yang dimainkan oleh dakwah dalam memanfaatkan berbagai peluang, maka hal tersebut tidak saja menguntungkan agama tertentu, tetapi juga memberi dampak positif terhadap semua agama, apalagi Islam yang secara esensial fundamental adalah sebagai agama *rahmatan lil iilamln* (rahmat bagi seluruh alam).

Oleh sebab itu, menurut Mohammed Arkoun kita harus memikirkan secara lebih jelas tantangan kondisi-kondisi dan cara-cara baru untuk memikirkan Islam sekarang.<sup>13</sup> Apalagi dominasi Barat terhadap globalisasi komunikasi dan informasi telah berakibat menguatnya ketimpangan arus informasi internasional, dan ketimpangan itu pada gilirannya menambah besar volume nilai-nilai Barat (yang negatif) memasuki negara-negara Timur. Sedang nilai-nilai non Barat (Timur yang Islami) yang menjadi global relatif amat sedikit. Misalnya globalisasi jilbab (busana muslimah) jauh lebih kecil dari pada cara berpakaian perempuan yang "poles" dalam kemasan berbagai macam olah raga, adegan-adegan film, tari-tarian dan konteks ratu-ratuan.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup>*Mimbar Ulama*, Nomor 43, Jakarta, MUI Pusat, 1981, hlm. 52.

<sup>12</sup>Budianto dengan judul *Sepuluh Arab Baru L'ntuk Tahun 1990-an Megatrend 2000* (Cet. I; Jakarta: Binarupa Aksara, 1990), hlm. 110

<sup>13</sup>Ruslani. *Islam Kontemporer Menuju Dialog Antar Agama* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001), hlm. 32-36

<sup>14</sup>Muis, *Komunikasi Islami* (Cet. I; Bnadung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 166

Kemudian cara untuk memfilter trend global yang negatif.<sup>15</sup> seiring dengan perkembangan dan trend masyarakat dunia serta masalah umat manusia yang semakin kompleks dan rumit saat ini adalah sebagai berikut: (1) Perlu adanya konsep dan strategi dakwah yang tepat untuk membentuk ketahanan diri dan keluarga melalui pengefektifan fungsi nilai-nilai-agama, karena dengan dasar agama yang kuat dapat dijadikan filter pertama dan utama untuk menghadapi berbagai masalah; (2) mempertahankan nilai-nilai budaya luhur yang dapat melestarikan tradisi positif yang pada dasarnya tidak bertentangan dengan paham dan ajaran agama (Islam) yang menanamkan nilai-nilai baik dan suci; (3) Perlu dukungan dan keikutsertaan semua lapisan masyarakat untuk menciptakan dan memiliki komitmen yang sama dalam melihat seberapa bergunanya nilai-nilai baru itu untuk sebuah komunitas dan kemajuan masyarakat; (4) Kesiapan dan kematangan intelektual serta emosional setiap penerima *message* baru, apakah hal tersebut memang akan mendatangkan manfaat plus buat diri dan lingkungannya atau tidak.

#### 5. Tantangan Dakwah

Kehidupan manusia di dunia ini tidak luput dari tantangan yang bersifat internal (dari dalam) maupun bersifat eksternal (dari luar diri manusia). Kedua sifat tantangan itu memunculkan daya diri atau *kasb*. *Kasb* dibutuhkan oleh manusia untuk menghadapi dan mengatasi tantangan. Tantangan kehidupan manusia adalah bagian dari sunatullah yang harus dihadapi dan diatasi, baik secara perseorangan maupun secara bersama-sama. Tantangan yang kita dihadapi dewasa ini adalah merupakan masalah besar dan kompleks, karena persoalan-persoalan yang muncul tidak hanya secara alamiah atau konvensional, melainkan didukung oleh faktor ilmu pengetahuan, teknologi dan semakin mengglobalnya masalah dunia. Faktor-faktor inilah sebagai wujud perubahan dalam kehidupan manusia.

---

<sup>15</sup>Majid, *Tantangan dan Harapan Umat Islam Di Era Globalisasi* (Cet. I; Bandung: CV.Pustaka Setia, 2000), hlm. 79

H. A. Mukti Ali,<sup>16</sup> menyatakan bahwa *The Club of Roma* menerbitkan laporan tentang *The First Global Revolution* (New York: Simon dan Schuster, 1991), yang mendeskripsikan, sekaligus sebagai kompleksitas yang penuh harapan. Perkembangan zaman ini tidak dapat dipungkiri oleh semua manusia sebagai wujud perkembangan pemikiran manusia dari masa ke masa. Manusia yang anti perkembangan akan tergerus oleh derasnya perubahan di masyarakat tersebut.

Laporan tersebut menandakan bahwa sekarang ini, berada pada tahap permulaan pembentukan masyarakat dunia baru yang berbeda dari sekarang, yaitu revolusi kehidupan pasca industri<sup>17</sup> dari *melenium* sebelumnya. Revolusi global ini tidak dibangun dengan ideologi tunggal, melainkan dengan faktor sosial, ekonomi, teknolog, budaya dan etnik. Laporan ini juga menekankan bahwasanya untuk memiliki kesempatan yang menjanjikan, yang mungkin tidak ada dalam sejarah sebelumnya untuk membangun pemahaman dan sikap baru terhadap dunia secara keseluruhan.

Ketika masyarakat kontemporer memasuki revolusi global<sup>18</sup> dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi, tantangan yang dihadapi semakin rumit. Tantangan tersebut tidak mengenal ruang, waktu dan lapisan masyarakat, melainkan keseluruhan sektor kehidupan dan hajat hidup manusia, termasuk masalah agama. Artinya, kehidupan keagamaan umat manusia tidak terkecuali Islam di mana pun ia berada akan menghadapi tantangan yang sama. Meskipun dalam nuansa yang berbeda. Soejatmoko, menandakan, bahwa agama pun kini diuji dan ditantang oleh zaman.<sup>19</sup> Artinya, perkembangan zaman justru dijadikan sebagai sebuah upaya untuk menempatkan agama pada porsi pembimbing manusia atas perubahan kehidupan yang ada.

## 6. Tantangan Dakwah dan Media Massa Di Era Globalisasi

---

<sup>16</sup>Ali, *Agama, Moralitas dan Perkembangan Kontemporer*, dalam Mukti dkk ..*Agama Dalam Pergaulan Kontemporer* (Cet. I; Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1998), hlm. 3

<sup>17</sup>RG. Soekadijo. *Modernisasi, Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara Sedang Berkembang* (Cet. II; Jakarta: PT. Gramedia, 1981), hlm. 1

<sup>18</sup> Ibid. Ali 1998. Hlm. 5

<sup>19</sup>Edy A. Efendy (ed), *Islam dan Dialog Budaya* (Cet. I; Jakarta: Puspa Swara, 1994), hlm. 78

Para dai dan mubaligh dapat memilah dan memilih jenis media massa untuk dimanfaatkan dalam menyalurkan pesan dakwah kepada khalayak. Hal ini bukan yang sederhana karena media massa memiliki kebijakan, yang dapat menolak atau menerima pesan dakwah yang berasal dari luar. Artinya media massa bukan “robot” yang pasif, melainkan lembaga sosial yang aktif melakukan penyaringan terhadap semua ide yang datang dari luar. Media massa dapat melayani berbagai kepentingan, sesuai dengan eksistensi masing-masing jenis media massa. Sebagai lembaga sosial, pers, film, radio, atau televisi masing-masing memiliki kebijakan sendiri yang dikenal dengan politik media.<sup>20</sup>

Penetapan media massa yang akan digunakan sebagai media dakwah tentu harus disesuaikan dengan kebijakan masing-masing media massa atau agenda masing-masing media. Pada umumnya media massa di Indonesia memiliki kebijakan yang “membuka pintu” bagi kegiatan yang berkaitan dengan dakwah. Seperti *mimbar islam* atau *mimbar jumat* setiap hari jumat dan menyediakan tempat atau kolom untuk artikel atau opini dan berita yang berkaitan dengan dakwah akidah, syariah dan akhlak. Hal ini merupakan tantangan bagi dai dan mubaligh untuk berdakwah melalui tulisan atau artikel. Disamping itu radio dan televisi di Indonesia juga menyediakan waktu khusus menyalurkan dakwah seperti adzan, ceramah, atau dialog agama islam. Bahkan media tersebut menyiarkan langsung acara hari raya Idul Fitri dan Idul Adha, khutbah jumat serta pelajaran bahasa arab.

Selain itu undang-undang pers membolehkan adanya surat kabar yang khusus untuk kegiatan dakwah. Namun semua itu memerlukan biaya yang besar dan organisasi yang rapi dengan manajemen yang baik, serta sumber manusia yang professional. Pembiayaan merupakan tantangan bagi penempatan dakwah dalam dunia informasi ini. Apabila dakwah tidak dikemas secara cantik dalam media massa, cetak maupun elektronik, maka

---

<sup>20</sup> Dikutip dari [http://kallolougi.blogspot.co.id/2010/06/media-massa-peluang-dan-tantangan-dawah\\_23.html](http://kallolougi.blogspot.co.id/2010/06/media-massa-peluang-dan-tantangan-dawah_23.html)

dirinya akan “ditinggalkan” oleh umat. Ini akan memunculkan masalah tersendiri bagi eksistensi dakwah.

Di sisi lain, Jika para dai atau mubaligh ingin memanfaatkan media massa sebagai media dakwah, maka para dai atau mubaligh harus mampu memahami dan sekaligus memengaruhi kebijakan pers, radio dan televisi. Hal ini merupakan tantangan bagi para dai atau mubaligh karena di negara demokrasi dengan perkembangan media kearah bisnis, media lebih mandiri dan otonom sehingga sukar dikendalikan dan dikontrol dari pihak laur dirinya. Meningkatkan peran da'i yang mampu memanfaatkan perkembangan media menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi eksistensi dakwah.

Dalam upaya memilah dan memilih media dakwah yang akan dimanfaatkan terutama di negara demokrasi, maka langkah strategis yang harus ditempuh oleh dai atau mubaligh adalah melakukan hubungan timbal balik dengan media massa, terutama para komunikator profesional yaitu para wartawan atau jurnalis.<sup>21</sup> Selain daripada itu sorang da'i dituntut lebih mampu mengkomunikasikan media komunikasi sebagai sebuah pilihan saluran terbaik yang akan digunakan untuk kegiatan dakwahnya.

### C. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut: Pertama, Dengan semakin meluasnya arus informasi keseluruh dunia, globalisasi informasi dan media massa pun menciptakan keseragaman pemberitaan maupun preferensi liputan. Pada akhirnya, sistem media masing-masing negara cenderung dalam hal menentukan kejadian yang dipandang penting untuk diliput. Kedua, Dalam diskursus keagamaan kontemporer dijelaskan bahwa agama memang mempunyai banyak dimensi dan bukan lagi seperti orang dahulu memahaminya yakni hanya persoalan ketuhanan, kepercayaan, keimanan, dan seterusnya, tetapi lebih dari itu semuanya.

---

<sup>21</sup><http://fajrifadhili.blogspot.co.id/2015/05/peranan-media-massa-dalam-dakwah-islam.html>



Mulai dari persoalan ekonomi, politik, IPTEK, lingkungan hidup, sejarah, perdamaian dan seterusnya. Ketiga, Jelas kiranya bahwa suatu informasi atau pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan akan komunikatif apabila terjadi proses psikologis yang sama antara insan-insan yang terlibat dalam proses tersebut. Dengan perkataan lain, informasi yang disampaikan da'i kepada mad'u adalah situasi komunikatif seperti itu akan terjadi bila terdapat etos pada diri komunikator. Tantangan ekarang bagi seorang da'i lebih pada upaya kompromi terhadap situasi yang maju sekarang ini, dari berbagai perkembangan alat komunikasi dan informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Ali, 1998. *Agama, Moralitas dan Perkembangan Kontemporer,*" dalam Mukti dkk ..*Agama Dalam Pergaulan Kontemporer* (Cet. I; Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya

Arifin, Anawar 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* ,Graha Ilmu, Yogyakarta.

Brunt, Gary R. (2000). *Virtually Islamic: Computer-mediated Communication and Cyber Islamic Environments.* Cardiff: University of Wales Press, 2.

Budianto dengan judul Sepuluh Arab Baru L'ntuk Tahun 1990-an Megatrend 2000 (Cet. I; Jakarta: Binarupa Aksara, 1990)

Cangara, 2000 *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Edy A. Efendy (ed), 1994. *Islam dan Dialog Budaya* (Cet. I; Jakarta: Puspa Swara.

Effendy, 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek* (Cet. X'.I; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Idris, Malik, 2007. *Strategi Dakwah Kontemporer*, Cet. I; Makassar: Sarwah Press Indobis Group

M. Shuhaimi. *Islam dan Media.* Dalam Jurnal Universitas Islam Malaysia. 2012.

Majid, 2000. *Tantangan dan Harapan Umat Islam Di Era Globalisasi* Cet. I; Bandung: CV.Pustaka Setia.

*Mimbar Ulama*, 1981. Nomor 43, Jakarta, MUI Pusat

Mufid, Muhammad, 2010. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, Kencana, Jakarta

Muis, 2001. *Komunikasi Islami* Cet. J; Bnadung: PT. Remaja Rosdaka.

RG. Soekadijo. 1981. *"Modernisasi, Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara Sedang Berkembang"* (Cet. II; Jakarta: PT. Gramedia.

Ruslani. 2001. *Islam Kontemporer Menuju Dialog Antar Agama* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset

Sanjaya, Wina, 2012. *Media Komunikasi Pembelajaran*, Jakarta: Kencana.

Wahid, Fathul. 2004. *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*. Gaya Media: Yogyakarta

[http://kallolougi.blogspot.co.id/2010/06/media-massa-peluang-dan-tantangan-dawah\\_23.html](http://kallolougi.blogspot.co.id/2010/06/media-massa-peluang-dan-tantangan-dawah_23.html), diakses pada, 29 Spetember 2017.

<http://fajrifadhili.blogspot.co.id/2015/05/peranan-media-massa-dalam-dakwah-islam.html>, diakses pada, 29 Spetember 2017.