

**LAPORAN
PENELITIAN MANDIRI**

**KOMUNIKASI DALAM STRATEGI DAKWAH DAN
TRANSFORMASI SOSIAL**



**Oleh :
Drs. Muhtadin, MA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PROF. DR. MOESTOPO (BERAGAMA)
JAKARTA 2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PENELITIAN MANDIRI**

**JUDUL
KOMUNIKASI DALAM STRATEGI DAKWAH DAN
TRANSFORMASI SOSIAL**

Oleh
Dr. Muhtadin, MA

Jakarta, 3 Juni 2013

**Menyetujui
Kepala Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat**



Drs. Ys. Gunadi, MM

**Mengetahui
Dekan**



Dr. H. Hanafi Murtani, M.M

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian (karya ilmiah) yang berjudul “KOMUNIKASI DALAM STRATEGI DAKWAH DAN TRANSFORMASI SOSIAL”. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Shalawat dan Salam senantiasa penulis curahkan kepada Nabi Besar Muhammad swa, yang telah mengeluarkan ummatnya dari kegelapan, kebodohan, kekafiran, dan kemusyrikan menuju tempat cahaya ma’rifat, keislaman, dan keimanan, dan semoga Allah SWT, member rahmat dan salam kepada keluarga dan para shabatnya serta orang-orang yang menyampaikan dakwahnya sampai hari kemudian.

Dalam penulisan ini penulis banyak sekali mendapat bantuan dan saran-saran baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa terimakasih yang tak terhingga atas budi baik kepada:

1. Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si, Rektor Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) yang telah memberi motivasi dan bimbingan demi kesuksesan penelitian ini.
2. Bapak. Dr. H. Hanafi Martani, MM selaku dekan FIKOM UPDM (Beragama)
3. Nyonya tersayang Dra. Ika Dyah Damayanti DP yang selalu menemani kehidupan penulis.

Semoga Allah SWT, senantiasa membalas amal kebaikan beliau. Amin

Jakarta, Juni 2013

Penulis

M u h t a d i n

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
ABTRAKSI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan dan Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Metode Pembahasan.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KOMUNIKASI DALAM STRATEGI DAKWAH	8
A. Pengertian Komunikasi dan Dakwah.....	8
B. Proses Komunikasi dan Obyek Dakwah	14
C. Komunikasi dan Strategi Dakwah.....	18
BAB III KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI SOSIAL	24
A. Pengertian Transformasi Sosial.....	24
B. Komunikasi dan Perubahan Sosial.....	25
C. Fungsi Komunikasi dalam Transformasi Sosial	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Komunikasi Dalam Interaksi Sosial.....	33
B. Komunikasi Abad ke-21	41
C. Efek Media Massa Abad ke-21	59
1. Sektor Keagamaan	64
2. Sektor Moralitas	67

BABV	PENUTUP	71
	A. Kesimpulan	71
	B. Saran-saran.....	73
	DAFTARPUSTAKA	75

ABTRAKSI

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan transparan. Berbagai penelitian dan prediksi para ahli di bidang ini mencoba mendeteksi implikasi sosial yang ditimbulkan oleh pengaruh perkembangan tersebut Pada penghujung akhir abad 20 dan awal abad 21, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dan maju dengan begitu cepat. Berbagai penemuan telah mampu mengubah cara hidup manusia dalam berumah tangga, bergaul, bermain, mendidik anak, dan lain sebagainya. Dan oleh karena itu, masa ini disebut dengan era Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Era Informasi dan juga Era Globalisasi.

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa pengaruh baik positif maupun negatif terhadap kehidupan umat manusia. Pengaruh positif diantaranya adalah semakin maraknya kegiatan dan penyiaran dakwah di berbagai media, sementara pengaruh negatifnya terdapat pada kecenderungan manusia mengabaikan nilai-nilai moral keagamaan seperti; *samen liven* atau kumpul kebo, yaitu suatu bentuk pergaulan bebas di luar nikah, obat-obat terlarang, dan lain sebagainya.

Pada era seperti sekarang ini umat manusia di dunia tidak dapat dipisahkan gerak hidupnya dengan kehadiran media informasi. Media informasilah yang telah menjadwalkan kegiatan apa yang akan dilakukan seseorang pada suatu hari. Dan media informasi pulalah yang telah mempengaruhi keputusan apa yang akan diambil seseorang dalam menghadapi sebuah persoalan. Bahkan media informasi telah menyihir jutaan manusia untuk turut bersedih dan meneteskan air mata, sebagaimana ia mampu pula membentuk senyum dan renyah kegembiraan, serta kebencian dan kemarahan pada jutaan manusia. Media informasi telah begitu jauh mengendalikan hidup manusia. Media informasi telah menembus gerak laju perkembangan umat manusia. Dengan demikian, maka pada pasca era modern ini umat manusia dan khususnya umat Islam dihadapkan pada posisi antara ancaman dan peluang.

Tantangan dunia Islam dan umatnya seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi sudah tidak bisa dielakkan. Perkembangan teknologi melalui jaringan satelit memiliki implikasi yang sangat tinggi dalam membentuk watak dan karakter manusia, karena setiap informasi yang masuk ke otak akan terus berinteraksi dalam jaringan emosi, pengalaman dan wawasan yang pada akhirnya akan menentukan pilihan dan tujuan penerima informasi tersebut.

Oleh karena itu, khusus bagi para da'i, para ulama, para kiyai, para ustadz dan ustadzah, para cerdikia muslim dan para tokoh masyarakat sudah seharusnya mampu memanfaatkan seluruh media yang sudah menjamur di masyarakat ini dengan sebaik-baiknya dalam rangka mengkomunikasikan dakwah sebagai penerus penyampai risalah Rasulullah SAW. Dan umumnya bagi kaum muslimin muslimat hendaknya mampu membentengi diri dari pengaruh negatif yang disebarkan media, caranya tentu saja selain memiliki filter atau saringan dalam menerima segala informasi yang disampaikan oleh media, juga dengan memperbanyak menghadiri majlis-majlis ilmu dan membatasi pergaulan hanya dengan orang-orang yang shaleh serta menjauhkan diri dari lingkungan dan pergaulan yang di dalamnya seras dengan kemungkaran dan kemaksiatan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan transparan. Berbagai penelitian dan prediksi para ahli di bidang ini mencoba mendeteksi implikasi sosial yang ditimbulkan oleh pengaruh perkembangan tersebut. Pada penghujung akhir abad 20 dan awal abad 21, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dan maju dengan begitu cepat. Berbagai penemuan telah mampu mengubah cara hidup manusia dalam berumah tangga, bergaul, bermain, mendidik anak, dan lain sebagainya. Dan oleh karena itu, masa ini disebut dengan era Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Era Informasi dan juga Era Globalisasi. Sebagaimana dikutip oleh Jalaludin Rahmat bahwa diantaranya adalah Ernest Van den Haag yang berpendapat bahwa "Semua media massa pada akhirnya mengasingkan orang dari pengalaman personalnya dan walaupun tampak menggoncangkan, media massa tetap memperluas isolasi moral, sehingga mereka terasing dari yang lain dan realitas mereka sendiri". Sementara itu C. Wright Mills dalam terminologinya mengomentari bahwa "Media massa memberikan rumus hidup yang didasarkan pada dunia pulasan yang tidak attuned to the development of the human being (Mills, 1968) yang tidak sesuai dengan perkembangan manusia".

Para ahli juga membuat konsep dan rumusan baru tentang strategi

komunikasi yang lebih sistematis dengan tujuan untuk menyebarkan informasi secara global keseluruh sektor kehidupan. Menurut Melvin Deflur dalam "Cultural Normas Theory", mengatakan bahwa "Media massa pada hakikatnya melalui penyajian yang selektif dan penekanannya pada tema-tema tertentu, menciptakan kesan-kesan pada khalayak dimana budaya umum mengenai bobot itu dibentuk dengan cara-cara tertentu, komunikasi massa dapat mengubah norma- norma yang tengah berlaku dan karenanya mengubah khalayak dari suatu bentuk prilaku menjadi bentuk prilaku yang lain".

Hampir setiap detik masyarakat dijejali oleh informasi-infbmasi yang berbeda. Banjirnya informasi yang kita terima saat ini sangat erat kaitannya dengan teknologi komunikasi. Fakhruddin MA, dalam tulisannya, "Islam di tengah-tengah abad informatika", menjelaskan kecanggihan satelit telah memungkinkan penyebaran jutaan informasi melalui gelombang cahaya maupun suara atau penemuan teknologi mikro komputer yang dikombinasikan dengan inovasi-inovasi dalam bidang telekomunikasi - radio, telepon, televisi, optik fiber telah mampu melipat gandakan kecepatan jaringan kerja penyebaran informasi keseluruh belahan bumi. Informasi dengan sangat cepat dapat ditularkan serta daerah sasarannya pun sangat luas enjangkau berjuta-juta bahkan beratus juta umat manusia.

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa pengaruh baik positif maupun negatif terhadap kehidupan umat manusia. Pengaruh positif diantaranya adalah semakin maraknya kegiatan dan penyiaran dakwah di

berbagai media, sementara pengaruh negatifnya terdapat pada kecenderungan manusia mengabaikan nilai-nilai moral keagamaan seperti; pergaulan bebas di luar nikah, obat-obat terlarang, dan lain sebagainya.

Kondisi demikian telah mengundang berbagai pemikiran para ahli komunikasi untuk menelaah dampak komunikasi secara kontinyu dalam mewujudkan informasi yang berkualitas dan sesuai dengan norma yang berlaku dan agama yang diyakini. Atas dasar pemikiran ini, strategi dakwah harus mampu berperan aktif sebagai stimulator dan motifator untuk memperbaiki tingkah laku manusia sejalan dengan pesan dakwah yang dikehendaki oleh ajaran Islam. Dalam hal ini, dakwah dengan segala aspeknya masuk kedalam dimensi baru, yaitu pendekatannya melalui teknik-teknik komunikasi.

Pada era seperti sekarang ini umat manusia di dunia tidak dapat dipisahkan gerak hidupnya dengan kehadiran media informasi.. Bahkan media informasi telah menyihir jutaan manusia untuk turut bersedih dan meneteskan air mata, sebagaimana ia mampu pula membentuk senyum dan renyah kegembiraan, serta kebencian dan kemarahan pada jutaan manusia. Media informasi telah begitu jauh mengendalikan hidup manusia. Media informasi telah menembus gerak laju perkembangan umat manusia. Dengan demikian, maka pada pasca era modern ini umat manusia dan khususnya umat Islam dihadapkan pada posisi antara ancaman dan peluang.

Tantangan dunia Islam dan umatnya seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi sudah tidak bisa dielakkan. Perkembangan teknologi

melalui jaringan satelit memiliki implikasi yang sangat tinggi dalam membentuk watak dan karakter manusia, karena setiap informasi yang masuk ke otak akan terus berinteraksi dalam jaringan emosi, pengalaman dan wawasan yang pada akhirnya akan menentukan pilihan dan tujuan penerima informasi tersebut.

Betapa pentingnya komunikasi dalam strategi dakwah di era kompetitif saat ini. Dakwah harus mampu menawarkan gagasan-gagasan yang berkualitas dan transparan diantara gagasan-gagasan lainnya yang juga ditawarkan kepada sasaran yang sama. Karena dakwah bukan hanya sekedar menyampaikan, tetapi bagaimana mengubah suatu sikap dan tingkah laku manusia yang selaras dengan ajaran Islam serta segala aktifitas kesehariannya sesuai dengan tuntunan agama. Dan atas dasar pemikiran inilah penulis ingin membahas hal tersebut dalam karya ilmiah ini dengan alasan sebagai berikut:

1. Kemampuan komunikasi di era globalisasi dewasa ini memiliki peranan yang sangat penting seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang teknologi komunikasi dan informasi. Perubahan sosial dan pergeseran nilai dalam stratifikasi masyarakat tentunya mengalami perubahan dan karenanya sangat membutuhkan teknik-teknik dakwah yang sejalan dengan perubahan tersebut.
2. Didorong oleh rasa kesadaran untuk berpartisipasi dan secara moral bertanggung jawab dalam usaha menyadarkan masyarakat melalui karya ilmiah ini tentang pentingnya kemampuan komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah

Dalam kehidupan manusia, setiap orang membutuhkan informasi dan setiap orang memiliki kebebasan memilih informasi mana yang dianggap baik dan relevan menurut dirinya untuk diikuti. Manusia sebagai makhluk sosial tentu tidak dapat melepaskan diri dari kehidupan bermasyarakat dengan segala perubahan yang terus bergulir seiring dengan kemajuan di bidang teknologi, terutama di bidang komunikasi dan informasi. Perkembangan ini akan terus berlangsung dengan sistem yang lebih canggih dan praktis. Kekhawatiran tererosinya tradisi-tradisi lama oleh tradisi modern yang serba instan dan praktis dalam menyelesaikan berbagai persoalan hidup menjadi pemikiran berbagai kalangan, terutama umat Islam. Akibat dari perkembangan teknologi ini, juga seringkali menjadi pertentangan di kalangan masyarakat tertentu.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka penulis ingin mengungkapkan satu pokok pembahasan dalam penelitian ini dengan judul "Komunikasi Dalam Strategi Dakwah dan Pengaruhnya Terhadap Transformasi Sosial Pada Abad ke-21". Adapun perumusan masalah dalam penulisan ini penulis rumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas, yaitu : *“Bagaimana starategi komunikasi dakwah dalam masyarakat abad ke-21 ?”*

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- Untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah dalam perubahan sosial pada abad ke-21.

2. Manfaat

- Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan dalam ilmu Komunikasi dan strategi dakwah yang jitu untuk diterapkan di era modern seperti saat ini, khusus bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.
- Dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi para peneliti di masa mendatang dalam bidang dakwah dan syi'ar agama Islam.

D. Metode Penelitian

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan sebagai salah satu cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari berbagai karangan para Ilmuan berupa buku, makalah, hasil seminar, majalah, surat kabar serta tulisan-tulisan lainnya yang ada relevansinya dengan bahasan penelitian ini.

Dan metode yang diterapkan dalam penelitian kepustakaan bersifat deskriptif dan komparatif. Kedua metode ini tidak diterapkan secara serentak, metode deskriptif dipakai, karena dalam uraiannya akan diadakan interpretasi. Sedangkan metode komparatif diterapkan mengingat bahan kajian dalam penelitian ini bersumber dari pandangan beberapa tokoh yang berbeda.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mengetahui gambaran permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini, penulis menyusun sistematikanya sebagai berikut :

Tulisan ini diawali dengan halaman judul, halaman pengesahan, kata pengantar dari penulis dan daftar isi. Selanjutnya tulisan ini dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari :

BAB I, Pendahuluan. Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II, Komunikasi Dalam Strategi Dakwah. Bab ini menguraikan tentang pengertian komunikasi dan pengertian dakwah, proses komunikasi dan obyek dakwah, dan komunikasi dalam strategi dakwah.

BAB III, Perubahan Sosial Dalam Masyarakat. Bab ini menjelaskan pengertian transformasi sosial, komunikasi dan perubahan sosial dan fungsi komunikasi dalam transformasi sosial.

BAB IV, Pengaruh Komunikasi Dalam Strategi Dakwah Terhadap Transformasi Sosial. Bab ini membahas tentang komunikasi dalam Interaksi sosial, komunikasi Abad ke-21, efek media massa Abad ke-21, sektor keagamaan dan sektor moralitas.

BAB V, Penutup. Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KOMUNIKASI DALAM STRATEGI DAKWAH

A. Pengertian Komunikasi dan Dakwah

Kemampuan untuk mengenal sebuah istilah tidak selalu dapat mengantarkan seseorang untuk dapat memahami dengan baik makna yang terkandung dalam istilah tersebut. Demikian pula terhadap istilah komunikasi dan dakwah, meskipun kedua istilah tersebut cukup populer di Indonesia, namun belum tentu setiap orang dapat memahami pengertiannya dengan baik dan benar. Dengan demikian merupakan sebuah keharusan bagi setiap orang yang akan melakukan pembahasan terhadap komunikasi dan dakwah untuk terlebih dahulu memberikan penjelasan yang mendasar baik dari dimensi etimologis maupun dari sisi terminologis.

1. Pengertian Komunikasi

Secara etimologis, perkataan komunikasi berasal dari kata *communicare* yang dalam bahasa latin mempunyai arti berpartisipasi, atau berasal dari *commonness* yang berarti sama = common. Dalam kamus *An English - Indonesia Dictionary*, perkataan komunikasi atau *communication* berarti hubungan, kabar, pengumuman, pemberitahuan atau *communication (s)* yang berarti sistem penghubungan. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa komunikasi mengandung makna adanya sebuah harapan bahwa orang lain dapat berpartisipasi atau melakukan hal yang sama sesuai dengan tujuan, harapan dan isi pesan yang dikomunikasikan.

Untuk mengetahui pengertian komunikasi secara terminologis, para tokoh telah memberikan beberapa definisi tentang komunikasi, antara lain Edward Depari, mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian gagasan dan harapan. Harold Lasswell dalam *the structure and function communication in society* mengatakan, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau message oleh komunikator kepada komunikan lewat media yang menimbulkan efek tertentu. Secara khusus Hovland juga memberikan definisi mengenai pengertian komunikasi, yaitu sebagai suatu proses untuk mengubah perilaku orang lain (communication the process.....to modify the behavior of other individual).

Sementara itu Drs. H. Zaini Muchtarom, MA mengartikan komunikasi sebagai suatu transfer (memindahkan) informasi dari seseorang kepada orang lain, baik secara perorangan maupun berkelompok sebagai suatu proses sosial secara berhadapan langsung ataupun melalui media.

Dengan berkomunikasi sebenarnya kita mengharapkan atau bertujuan terjadinya perubahan maupun sifat tingkah laku dari pihak lain sehubungan dengan pesan-pesan yang di sampaikan. Menurut John R. Schemerchon, komunikasi dapat diartikan sebagai proses antar pribadi dalam mengartikan dan menerima simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.

Agar lambang-lambang atau simbol yang disampaikan tersebut mempunyai daya stimulan, maka terlebih dahulu simbol tersebut memiliki arti (meaningful symbol) yang dapat dimenegerti oleh pihak lain, komunikasi akan dapat berhasil apabila kedua belah pihak saling mengerti dalm arti si pengirim dan si penerima informasi dapat memahaminya, kondisi demikian akan melahirkan komunikasi yang komunikatif.

2. Pengertian Dakwah

Dakwah sebagai suatu sosialisasi ajaran Islam memiliki berbagai pengertian. Perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan bentuk kata keqanya adalah da'a -yad'u yang berarti memanggilnya, menyeru atau mengajak. Orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan istilah/panggilan da'i yaitu orang yang menyeru.

Dalam al-Qur'an kata ajakan atau seruan banyak kita jumpai, diantaranya adalah pada surat Yusuf ayat33 :

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ
عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُنْ مِنَ الْجَاهِلِينَ

Yusuf berkata : "Wahai Tihanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka padaku"

Selain pengertian tersebut di atas masih terdapat beberapa pengertian lain yang semakna, walaupun memiliki perbedaan kata.

Diantaranya adalah kata "Tabligh" atau "al-Balagh", seperti disebutkan oleh al-Qur'an antara lain pada surah an-Nahl ayat 82 :

فَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ الْمُبِينُ

"Jika mereka tetap berpaling, maka sesungguhnya kewajiban yang dibebankan atasmu (muhammad) hanyalah menyampaikan (amanat Allah) dengan terang".

Pada surat al-Maidah ayat 67 :

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

"Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu,

Juga terdapat pada siirat Yasin ayat 17 :

وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ

"Dan kewajiban kami tidak lain hanyalah menyampaikan (perintah Allah) dengan jelas".

Menurut Abdul Munir Mulkhan, tabligh bermakna penyampian, oleh karena itu kata tersebut lebih mengandung pengertian yang bersifat pasif dibandingkan dengan kata dakwah tersebut di atas. Selain itu para ahli dan ulama Islam juga telah memberikan beberapa definisi terhadap pengertian dakwah tersebut, antara lain :

1. Prof. Thoha Yahya Omar mengatakan: Definisi dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat dan pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah secara Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.
2. Muhammad Natsir mengidentifikasi dakwah sebagai "usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perseorangan manusia dan seluruh umat, konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini meliputi amar ma'ruf dan nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan dan membimbing pengamalannya dalam kehidupan seseorang, kehidupan rumah tangga, kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bernegara.
3. Letnan Jendral H. Sudirman (problematika dakwah Islam di Indonesia) memberikan definisi dakwah sebagai "usaha untuk merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari baik bagi kehidupan seseorang, maupun kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat untuk memperoleh kehidupan dan keridhaan Allah SWT.

4. Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat, perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga inenuju sasaran yang lebih luas, apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju pada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.
5. Jamaluddin Kafie, dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, do'a yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fithrah seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat manusia, supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tetentu.

Penyampaian informasi nilai-nilai ajaran merupakan substansi dakwah dalam pengertian sosiologis. Informasi tersebut bukan saja bertujuan agar orang lain dapat mengerti dan memahami isi suatu informasi, akan tetapi bagaimana informasi itu dapat diyakini dan diaktualisasikan dalam dinamika kehidupan.

Dakwah akan terus bergerak melalui komunikasi dengan segala bentuknya dalam rangka mendistribusikan berbagai pesan agama. Dalam

hal inilah komunikasi yang informatif menjadi bagian yang sangat penting dan menentukan dalam tindakan dakwah. Oleh karena itu menurut Abdul Munir Mulkhani, dakwah sebagai suatu tindakan memiliki dimensi informasi, komunikasi dan internalisasi.

Dakwah sebagai suatu proses dalam usaha kerja sama untuk mencapai apa yang menjadi tujuannya meliputi segi-segi yang sangat luas. Ia memasuki segenap lapangan kehidupan manusia, terutama dalam bidang pendidikan, sosial, ekonomi, politik dan kebudayaan.

B. Proses Komunikasi dan Obyek Dakwah

Secara sosiologis eksistensi manusia tidak bisa dilepaskan dari hubungan dengan orang lain, Hubungan ini hanya mungkin dapat diwujudkan dengan berkomunikasi. Dalam hal ini peranan pokok dari proses komunikasi tersebut menjadi sangat penting dan strategis dalam interaksi sosial. Dengan berkomunikasi manusia dapat mengekspresikan berbagai keinginannya dan dapat melaksanakan kewajiban serta aktivitasnya. Wilbur Schram, memberikan predikat manusia sebagai *the communicating animal*, artinya tanpa komunikasi maka seseorang akan jatuh derajatnya pada tingkat yang rendah.

1. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran tersebut bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya, sedangkan perasaan bisa berupa

keyakinan, kegairahan dan yang timbul dari lubuk hati .

Dalam proses komunikasi, komunikator merupakan orang yang paling untuk mewujudkan tujuannya, yaitu mempengaruhi sikap dan laku komunikan. Proses komunikasi terdiri dari dua tahapan, yaitu secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media atau saluran. Sarana yang dipergunakan umumnya berupa isyarat, gambar, warna, dan lain-lain yang secara langsung maupun tidak langsung "menterjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Sedangkan komunikasi secara sekunder proses penyampaiannya adalah dengan menggunakan alat sebagai media kedua setelah lambang sebagai media pertama.

Proses komunikasi skunder merupakan sambungan dari proses primer, yaitu untuk menembus batas ruang dan waktu, maka dalam menata lambing (symbol) untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri dan sifat media yang akan digunakan.

Sementara itu, Drs. H. Zaini Muchtarom, MA menyebutkan bahwa dikemukakan oleh G.R. Terry bahwa dalam manajemen dikenal adanya lima macam (tipe) komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi Formal, yakni komunikasi yang berupa perintah atau informasi lainnya secara tertulis melalui saluran hierarki organisasi formal menurut prosedur yang telah ditentukan secara

pasti dan adakalanya diikuti dengan sanksi bila terjadi pelanggaran.

- b. Komunikasi Informal, yakni komunikasi yang biasanya berupa desas-desus atau issue atau berisi informasi konstruktif yang sering digunakan manajer untuk melengkapi komunikasi formal.
- c. Komunikasi Nonformal, yakni yang timbul dalam keadaan luar biasa yang disebabkan oleh perilaku yang tak terduga. Komunikasi nonformal ini selalu diperlukan dalam organisasi yang mempunyai jumlah anggota banyak dan bekerja dalam kelompok besar.
- d. Komunikasi Teknis, yakni berupa hubungan antara para spesialis yang sering menggunakan istilah-istilah khusus dalam lingkungan kerja yang sangat terbatas, seperti mereka yang bekerja di bidang komputer, otomotif dan lain-lain.
- e. Komunikasi Prosedur, yakni berupa hubungan satu sama lain yang diikat oleh ketentuan dan aturan sebagai pedoman kerja (manual). Pedoman ini memuat kebijaksanaan, peraturan dan tata kerja, sehingga tidak diperlukan lagi adanya komunikasi formal, karena pedoman tersebut berlaku dalam berbagai situasi.

2. Obyek Dakwah

Sudah jelas kiranya bahwa objek dakwah adalah manusia, mulai dari individu, keluarga, kelompok, golongan, kaum, massa dan umat seluruhnya. Sudah jelas pula bahwa setiap insan yang normal, dewasa dan beradab, pada umumnya mempunyai cita-cita mencapai kebahagiaan hidup. Cita-cita yang luhur itu kemudian dimanifestasikan dalam bentuk

keinginan-keinginan yang akhirnya mengarah pada tujuan hidupnya di dunia ini. Dakwah sudah menggaris bawahi tujuan manusia itu serta memasukkannya kedalam agenda dan jadwal tugasnya, yaitu amar ma'ruf dan nahi mungkar.

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyeru dan mengajak seluruh manusia untuk memeluk agama Islam. Lapangan (obyek) dakwah meliputi aktivitas manusia secara totalitas, baik individu, anggota masyarakat bahkan sebagai anggota warga alam semesta. Dalam hal ini al-Qur'an memberikan penjelasan (statement). Dalam surat al-Anbiya' ayat 107 disebutkan :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

"Dan tidaklah Kami mengutus kamu melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi alam semesta".

Ayat ini memberikan pengertian bahwa seluruh konsepsi Islam di peruntukkan bagi kebahagiaan umat manusia". Dakwah dalam pengertian ini tidak terbatas pada sekedar penyampaian, melainkan lebih dari itu yakni tekad dan obsesi yang penuh perencanaan untuk mengimplementasikan ajaran Islam dalam bentuk action yang kongkrit dalam dinamika kehidupan, sesuai dengan ajaran yang telah diungkapkan oleh al-Qur'an pada surah Saba' ayat 28 :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ
النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

"Dan kami tidak mengutus kamu melainkan kepada semua umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui".

Berdasarkan penjelasan di atas, pada prinsipnya obyek dakwah itu adalah manusia itu sendiri, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Secara psikologis, manusia sebagai obyek dakwah dibedakan kedalam beberapa persiapan, yaitu :

- a) Personality, yaitu, sifat-sifat kepribadian.
- b) Intelegensi, yaitu aspek kecerdasan.
- c) Knowledge, yaitu aspek pengetahuan dan roles dalam aspek peranan
- d) Skill, yaitu aspek keterampilan, pengetahuan dan ketrampilan.

Melalui pendekatan sosiologis, manusia sebagai obyek dakwah antara yang satu dengan yang lainnya mempunyai perbedaan yang diakibatkan karena adanya:

- a) Nilai-nilai yang dianut seperti kepercayaan, agama, tradisi dan sebagainya.
- b) Adat dan tradisi, yaitu kebiasaan-kebiasaan yang turun temurun.
- c) Knowledge, skill dan language.
- d) Material possions, yaitu tingkat kesejahteraan atau milik kebendaan.

C. Komunikasi Dalam Strategi Dakwah

Strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat dan taktik yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah. Strategi

dakwah yang dipergunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa asas dakwah seperti berikut ini:

1. Asas Filosofis. Asas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktifitas dakwah.
2. Asas Kemampuan dan Keahlian Da'i
3. Asas Sosiologis. Asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah, sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya.
4. Asas Psikologis. Asas ini membahas masalah-masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitu pula sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah idiologi atau kepercayaan tidak luput dari masalah-masalah psikologi sebagai asas (dasar) dakwahnya.
5. Asas Efektifitas dan Efisiensi. Asas ini maksudnya adalah bahwa di dalam aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga yang sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Dengan kata lain ekonomis dalam soal biaya, tenaga dan waktu tapi dapat mencapai hasil

yang maksimal, mungkin atau tidaknya seimbang antara keduanya. Melihat asas-asas strategi dakwah tersebut di atas, seorang da'i perlu sekali memiliki pengetahuan-pengetahuan yang erat hubungannya dengan asas-asas dakwah tersebut.

Umat manusia dewasa ini terus bergerak dalam arus revolusi global yang makin dahsyat. Dengan kecanggihan teknologi, komunikasi dan pertukaran informasi diantara mereka berlangsung cepat dan dalam jumlah yang banyak. Teknologi komunikasi mempercepat perubahan, bukan hanya pada material, melainkan karakteristik kehidupan manusia secara keseluruhan; keluarga, pendidikan, pekerjaan dan bahkan kehidupan beragama.

Yang menjadi pertanyaan kemudian adalah strategi dakwah seperti apakah yang harus digunakan dalam bentuk komunikasi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan komunikasi dan dakwah pada prinsipnya adalah mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikan atas ide dan gagasan dari pihak komunikator, sehingga dengan pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkahlaku yang diharapkan.

Identifikasi tersebut mengindikasikan bahwa dakwah merupakan bentuk komunikasi yang dibedakan dalam beberapa hal, yaitu :

- a) Sumber, yaitu dasar yang digunakan dalam menyampaikan pesan (al-Qur'an dan Hadist bagi umat Islam).
- b) Komunikator, yaitu orang yang memberi pesan (muballigh).

- c) Pesan, yaitu materi yang disampaikan (message).
- d) Bagaiman caranya (approach), yaitu aspek pendekatan.
- e) Tujuan apa yang hendak dicapai (distination), yaitu aspek aktualisasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk merealisasikan hal tersebut di atas, maka unsur penting yang terkandung sebagai pendukung perencanaan dakwah adalah:

- a) Subyek atau pelaku.
- b) Obyek ataupun penerima
- c) Media atau sarana.
- d) Metode atau cara.
- e) Lingkungan

Cara-cara atau metode yang tepat telah ditawarkan oleh al-Qur'an dan dirumuskan dalam surat an-Nahl ayat 125, yaitu:

**ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
 بِآلَتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ**

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".

Ayat di atas menawarkan tiga metode atau cara dakwah yang harus dilakukan oleh seorang muslim yaitu, bil hikmah, mauizatil hasanah dan mujadalah billati hiya ahsan. Pekataan hikmah seringkali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana atau kebijaksanaan. Syekh Muhammad Abduh dalam tafsir al-Manarnya memberikan penafsiran sebagai berikut: "Hikmah adalah memahami rahasia dan faidah tiap-tiap sesuatu. Dalam kamus Lisanul Arab, hikmah diartikan sebagai berikut: "Hikmah adalah seseorang yang faham benar tentang seluk beluk, kaifiyat (teknik) mengerjakan sesuatu dan dia mahir di dalamnya. Prof. Dr. H.A. Mukti Ali mendefinisikan dakwah bilhikmah itu sebagai kesanggupan da'i atau muballigh untuk menyia'arkan ajaran Islam dengan mengingat waktu dan tempat masyarakat yang dihadapinya

Dengan demikian, dakwah dengan metode atau cara bilhikmah ialah dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu memahami secara mendalam (observasi analisis) segala persoalan yang berhubungan dengan proses dakwah yang meliputi sasaran dakwah, tindakan-tindakan yang akaii dilakukan, masyarakat yang akan dijadikan obyek dakwah, situasi dan tempat, waktu yang tepat dimana dakwah akan dilakukan.

Oleh karena itu, untuk menunjang maksud tersebut di atas, maka perlu dirumuskan metode dakwah yang praktis disesuaikan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah tersebut. Metode tersebut antara lain :

1. Metode dari segi cara -
 - a) Cara tradisional, termasuk dalam metode ini adalah metode ceramah.

- b) Cara modern, termasuk dalam hal ini adalah diskusi, seminar dan sejenisnya yang di dalamnya terjadi komunikasi dua arah (two way communication).
2. Metode dari segi jumlah audiens
- a) Dakwah perorangan, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap orang seorang secara langsung.
 - b) Dakwah kelompok, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap kelompok tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya.
3. Metode dari segi cara penyampaian
- a) Langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan sistem tatap muka antara da'i dan audiensnya, berupa pengajian di masjid, majelis Ta'lim atau di tempat-tempat lainnya.
 - b) Tidak langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan tanpa tatap muka antara da'i dan audiensnya, dilakukan dengan bantuan sarana lain yang cocok, seperti korespondensi, penerbitan, televisi, radio, telephon, internet dan lain-lain.

Pentingnya strategi dakwah dalam dinamika global dewasa ini mendesak para da'i agar dakwah dirancang untuk mengantisipasi era baru yang ditandai dengan globalisasi informasi, selanjutnya dalam melaksanakan dakwah, da'i harus menampakakan wajah Islam yang penuh damai. Dan pendakwah harus tahu situasi dan kondisi masyarakat setempat.

BAB III

KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI SOSIAL

A. Pengertian Transformasi Sosial

Kata transformasi sosial berasal dari bahasa Inggris "transform" yang berarti perubahan atau pergantian bentuk, yaitu suatu perubahan bentuk ke bentuk lain . Menurut Hj. Pratiwi Sudarmono, PhD, dari Fakultas kedokteran Universitas Indonesia, secara bebas kata transformasi dapat diartikan sebagai suatu perubahan dari suatu bentuk yang ada menjadi bentuk lain akibat suatu pengaruh dari luar, dalam kata transformasi itu sendiri terkandung arti perubahan yang terjadi tidak terlalu cepat seperti revolusi, atau tidak terlalu lambat seperti evolusi, transformasi juga mengandung perubahan yang terus menerus dan berkesinambungan. Menurut Umar Kayam, seorang guru besar pada Fakultas Sastra Universitas Gajah Mada, sebagai sebuah proses, transformasi adalah sebuah tahapan atau titik balik yang cepat dan bahkan secara tiba-tiba bagi sebuah makna perubahan.

Berdasarkan pengertian di atas, transformasi dapat difahami sebagai bentuk perubahan pada suatu lapisan masyarakat tertentu yang dimasuki oleh pengaruh-pengaruh dari luar secara evolusi maupun secara mendadak atau tiba-tiba. Transformasi juga melibatkan segi-segi kehidupan masyarakat secara keseluruhan, mulai dari transformasi sosial budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi juga transformasi terhadap mental spiritual.

Transformasi sebagai suatu perubahan dalam kehidupan masyarakat tidak terlepas dari peranan agama sebagai suatu ajaran moral yang dibawa oleh para Nabi dan Rasul. Agama, selain memberikan ajaran Tauhid, juga melakukan transformasi sosial dalam menata masyarakat guna terangkatnya harkat dan martabat manusia sebagai hamba Tuhan. Dalam agama Islam, transformasi yang dideklarasikan oleh Nabi SAW pada awal perjuangannya meliputi kebiasaan-kebiasaan Jahiliyah.

Perubahan atau transformasi tersebut dilakukan berdasarkan doktrin keagamaan yang menjelaskan bahwa tinggi rendahnya derajat seseorang hanya didasarkan atas taqwanya kepada Allah SWT. Statemen ini dijelaskan dalam al-Qur'an pada surah al-Hujurat ayat 13 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا
وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

"Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Tuhanmu adalah orang yang bertaqwa diantara kamu"

B. Komunikasi dan Perubahan Sosial

Para pakar sosiolog mencoba merumuskan prinsip-prinsip atau hukum-hukum mengenai perubahan sosial. Banyak diantara mereka yang berpendapat bahwa kecenderungan terjadinya perubahan sosial merupakan gejala yang wajar dan timbul dari pergaulan hidup manusia. Diantara para pakar tersebut adalah Gillin, ia menyatakan bahwa, perubahan-perubahan

sosial adalah suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, yang disebabkan baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya penemuan-penemuan baru dalam masyarakat. Menurut Selo Sumardjan, perubahan sosial adalah segala perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok masyarakat.

Perubahan-perubahan pada masyarakat di dunia dewasa ini, merupakan gejala yang normal yang pengaruhnya menjalar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lainnya karena adanya komunikasi yang modern. Perubahan ini sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Dinamika kehidupan sosial dewasa ini terus bergulir dalam arus revolusi global yang semakin dahsyat. Banjirnya informasi memaksa manusia beraksi dengan cepat, padahal alternatif yang ditawarkan juga sangat beragam. Teknologi komunikasi, "penguasa" masa modern, tampaknya makin mempercepat perubahan, bukan hanya pada material, melainkan karakteristik kehidupan manusia secara keseluruhan seperti keluarga, pendidikan, pekerjaan dan bahkan kehidupan beragama.

Perubahan yang kita saksikan memang dihembuskan oleh angin negara-negara yang telah maju dan berkembang. Pengaruh perubahan ini tampaknya tidak dapat dihindari tanpa memperhatikan atau mengenal batas-batas negara. Aliran gelombang yang dahsyat ini oleh beberapa ahli

disebutkan benbamacam-macam, seperti gelombang ke tiga (Alfin Tofler) Revolusi teknologi, revolusi pengetahuan, revolusi komunikasi dan revolusi informasi.

Dengan demikian, komunikasi merupakan media efektif dalam merencanakan perubahan sosial yang terjadi dewasa ini. Abad informatika adalah masa yang sangat besar pengaruhnya bagi peradaban manusia, membantu penyebaran informasi tanpa terkecuali informasi yang berdampak negatif. Dalam bidang inilah dakwah dengan segala aspeknya masuk kedalam dimensi baru yaitu pendekatannya melalui teknik komunikasi, sehingga kegiatan dakwah yang human oriented tersebut kemudian mengembangkan situasi dan kondisi yang mempengaruhi perubahan sosial dalam kehidupan manusia.

Abad ini disebut abad komunikasi massa, komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Teknologi komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut dengan "publik dunia" atau "welltoftentlichkeit" (Dofivat, 1967). Pendaratan manusia di bulan, kunjungan Soeharto ke amerika serikat, pembunuhan massal di Libanon dapat disaksikan langsung di seluruh penjuru kni. Yang dimaksud dengan komunikasi massa (massa communication) ialah komunikasi melalui media massa. Menurut Everett M. Rogers. Komunikasi massa terdiri dari; komunikasi tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain-lain. Sedangkan komunikasi modern meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi luas

seperti siaran radio, televisi dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Menurut Drs. A.W. Widya, media massa terdiri dari pers, radio, film, televisi, dan lain-lain .

Pers dalam arti luas meliputi segala barang yang dicetak dan ditunjukkan untuk umum atau publik tertentu, termasuk juga buku, pamflet, brosur dan sebagainya. Radio merupakan keseluruhan sitem gelombang yang dipancarkan dari suatu sitem pemancar dan diterima oleh penerima pesawat, baik di rumah, di mobil, dikapal dan di mana saja. Film merupakan keseluruhan daripada pita celluloid atau sejenisnya yang mengandung gambar-gambar yang kemudian diproyeksikan pada layar. Televisi merupakan media yang memancarkan gambar dan suara atau secara mudah dapat di sebut dengan "radio withpicture" atau "move ta home. Menurut Drs. Onong Uchjana Effendy, kemajuan teknologi di bidang pers seperti kepastian percetakan yang mampu menghasilkan ratusan ribu bahkan jutaan eksemplar surat kabar dalam waktu yang relatif cepat. Malvin L. Defleur dalam "cultural nom theory" mengatakan, bahwa ada tiga cara sistem media massa secara potensial memmpengaruhi norma-norma dalam batas-batas situasi perorangan, yaitu:

1. Pesan komunikasi dapat memperkuat pola-pola yang sudah ada (reinforce existing) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.

2. Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (create new shared convictions) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.
3. Media massa dapat mengubah norma-norma yang sudah ada (change existing norms) dan karenanya dapat mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang satu menjadi tingkah laku yang lain.

Dari berbagai media massa yang ada, televisi adalah mesin teknologi yang paling ideal, televisi memasuki setiap rumah. Televisi menurut Jalaludin Rahmat, merupakan media massa yang mempunyai kurikulum yang tersembunyi yang menggambarkan apa yang terjadi, apa yang penting dalam berbagai kejadian dan menjelaskan hubungan hubungan serta makna yang ada diantara kejadian- kejadian itu. Bahkan menurut Alfin Toffler, Media masa dapat merubah bentuk masyarakat.

Bagi ajaran agama Islam sebenarnya abad informasi bukanlah seratus persen baru, bahkan secara historis era itu sebenarnya telah dimasuki lebih awal. Secara material dan fungsional Islam agama dakwah (agama informatika), yang berisikan perintah penyebaran nilai-nilai yang mengangkat harkat dan martabat manusia sebagai hamba Allah, sehingga agama Islam menjadi rahmatan HI alamin. Islam sebagai agama informatika bukan saja menawarkan teknik-teknik komunikasi yang terdapat dalam surat an-Nahl ayat 125, tetapi juga Islam memberikan solusi dalam kerangka filterisasi informasi yang mengarah pada perubahan-perubahan sosial, etika dan agama. Metode demikian dijelaskan oleh al-Qur'an dalam surah al-

Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا
قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu"

C. Fungsi Komunikasi dalam Transformasi Sosial

Pada dasarnya fungsi komunikasi adalah :

- a) Memberikan informasi
- b) Mendidik
- c) Menghibur
- d) Mempengaruhi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar kata, fakta dan ide, maka fungsi komunikasi dalam setiap sistem sosial adalah sbagai berikut :

1. Informasi, mengumpulkan, penyimpanan, pemerosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orng lain dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi, penyediaan sumber pnetahuan yang memungkinkan orang

bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif di dalam masyarakat.

3. Memajukan kehidupan, penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya,
4. Integrasi, menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka pergunakan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Menurut Ziauddin Sardar, "komunikasi menuntut penerimanya untuk terlibat, untuk melakukan sesuatu, untuk menjadikan sesuatu, dan mempercayai sesuatu. Dalam pandangan Harold D Lasswell, bahwa komunikasi di masyarakat menunjukkan tiga fungsi, yaitu :

- a) Pengamatan terhadap lingkungan (the surveillance of the environment) penyingkapan ancaman dan kesehatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
- b) Kolerasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan (correlation of the components of society to the environment).
- c) Penyebaran warisan sosial (transmission of the social inheritance), di sini berperan para pendidik baik dalam kehidupan rumah tangga maupun di

sekolah yang meneruskan warisan kepada keturunan berikutnya.

Dengan demikian fungsi komunikasi dalam transformasi sosial semakin transparan dalam dinamika masyarakat. Demikian pula halnya dengan fungsinya sebagai media untuk mendidik, menghibur dan mempengaruhi tingkah laku dan persepsi dan bahkan keyakinan yang telah tetanam dalam masyarakat. Transformasi yang dimotivisir oleh globalisasi informasi memiliki nuansa yang berbeda dan bahkan bertolak dengan pola pikir, ide serta nilai-nilai yang berlaku dan secara kultural dipelihara dalam masyarakat. Alfi Toffler mengatakan, apa yang dibayangkan penyebarannya secara besar-besaran dari teknologi informasi baru akan membawa manusia kesuatu peradaban elektronik yang memberikan lompatan panjang kearah peradaban yang lebih tinggi tetapi kenyataannya malah menghasilkan sesuatu yang sebaliknya. Informasi yang semakin meningkat dan mengendalikan masyarakat ternyata pada kenyataannya menghasilkan sebaliknya, bahkan secara mengejutkan menghasilkan kemudaratatan, semakin banyak informasi telah makin disadarinya segala sesuatu tidak dapat dikendalikan. Transformasi sosial atau perubahan yang terjadi dalam masyarakat tidak seluruhnya mengandung nilai negatif. Menurut Armahedi Mahzar, efek positif dari perkembangan teknologi sudah jelas, yaitu meningkatnya kesejahteraan material masyarakat. Sementara dampak negatifnya adalah runtuhnya struktur sosial dan struktur simbolik tradisional.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Komunikasi Dalam Interaksi Sosial

Diantara karunia Tuhan yang paling spektakuler bagi manusia adalah kemampuannya untuk berbicara maupun mengungkapkan isi hatinya dengan bunyi yang dikeluarkan dari mulutnya. Berkomunikasi telah membedakan manusia dari makhluk Allah yang lainnya. Dengan komunikasi manusia dapat mengatur kebutuhan hidupnya. Tanpa komunikasi atau tanpa mengadakan hubungan dan kerja sama dengan orang lain, kebutuhan tersebut tidak akan terpenuhi. Dengan demikian, baik secara pribadi maupun kelompok sangat memerlukan dan melakukan serba hubungan. Keadaan demikian menunjukkan suatu landasan kebudayaan dimana manusia atau masyarakat dapat menciptakan suasana saling perhatian dan saling bekerjasama, situasi ini sesuai dengan kedudukan manusia sebagai makhluk social.

Sebagai makhluk sosial manusia mempunyai naluri dan kecenderungan untuk hidup berkelompok dan bermasyarakat yang disebut instink gregarious. Dan salah satu dari bentuk kecenderungan naluriah tersebut adalah apa yang disebut oleh para ahli dengan istilah "Interaksi Sosial".

Menurut Hubert Bonner, interaksi sosial diartikan sebagai suatu bentuk hubungan antara dua orang atau lebih dimana tingkah laku seseorang dirubah oleh tingkah laku yang lain, Melalui dorongan antar pribadi dan

response antar pribadi tersebut seseorang yang bersifat biologis lambat laun berubah menjadi makhluk hidup atau pribadi, proses ini berlangsung secara timbal balik, masing- masing bertindak dalam keseluruhan proses yang mempengaruhi atau menyebabkan orang lain bertindak, interaksi sosial demikian merupakan perilaku timbal balik, suatu perilaku masing-masing individu dalam proses itu mengharapkan dan menyesuaikan diri dengan tindakan yang dilakukan orang lain.

Dalam proses interaksi dengan lingkungan tersebut, manusia mampu mengadakan suatu daya penyesuaian diri dengan yang lainnya . Lingkungan yang dihadapinya dapat berbentuk lingkungan fisik yaitu benda-benda kongkrit, tetapi dapat juga berupa lingkungan fsikis dalam bentuk ide-ide, filsafat hidup, estetika, moral, keyakinan, dll. Proses interaksi sosial yang berupa tindakan saling pengaruh mempengaruhi antara individu dengan individu lainnya atau atara kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya, akan menimbulkan kemungkinan terjadinya perubahan perilaku masing-masing dalam tindakan sosialnya.

Dalam hal ini Joel M.Charon dalam bukunya, "symbolic infraction" mendefinisikan satu sama lain mengenai apa yang mereka lakukan dengan mengorientasikan kegiatannya kepada dirinya masing-masing. Sementara George Herbert Mead yang dianggap sebagai bapak interaksi organisme mengatakan, bahwa interaksi membuat manusia dan dirinya sendiri, pikiran (mind) dan diri (self) berasal dari masyarakat (society) atau proses-proses interaksi, pikiran tidak dapat dilepas secara bebas dari situasi sosial, karena

berpikir adalah hasil dari proses interaksi dengan orang lain. Interaksi tidak hanya berlangsung melalui gerak-gerak pikir saja, melainkan juga melalui lambang-lambang atau simbol-simbol yang maknanya perlu difahami.

Menurut Herbert Blumer, interaksi simbolik didasarkan atas tiga pemikiran penting dalam memberikan interpretasi yang terkandung dalam masyarakat. Tiga dasar pemikiran itu adalah :

- a) Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya (meaning that the things have for them).
- b) Makna dengan orang lain. Makna hal tersebut berasal dari, atau muncul dari interaksi sosial yang pernah dilakukan.
- c) Makna-makna itu dikelola dan diubah melalui proses penafsiran yang digunakan oleh orang-orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya. Interaksi dalam konsep Blumer ini adalah proses pemindahan dari perilaku yang terlibat secara mental kedalam posisi orang lain. Dengan demikian mereka mencoba mencari yang oleh orang lain diberikan kepadanya agar kemungkinan terjadi komunikasi atau interaksi.

Komunikasi dalam tinjauan dakwah dapat dijadikan dasar interaksi yang berorientasi pada faham silaturahmi. Dalam pandangan Islam, interaksi dengan lingkungan ini termasuk individu/sosial merupakan salah satu kewajiban pokok bagi setiap pemeluknya yang dituangkan dalam pengertian "hablun minannas", yaitu hubungan antara manusia, dan hubungan antara manusia ini adalah hubungan silaturahmi atau interaksi sosial di atas prinsip

rahmah dan kasih sayang.

Secara psikologis ada empat faktor yang memengaruhi terjadinya interaksi sosial, yaitu : faktor imitasi, sugesti, identifikasi dan simpatik. Faktor- faktor ini sangat berperan dalam memberikan rangsangan bagi terjadinya interaksi sosial.

1. Faktor Imitasi

Menurut Gabriel Tarde, imitasi adalah proses saling tiru-meniru, saling ikut-mengikuti, saling contoh-mencontoh yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian dapat difahami bahwa dalam lingkungan manusia/masyarakat tidak dapat dilepaskan dari proses imitasi, dimana seseorang akan meniru tingkah laku maupun ide-ide tertentu dari orang lain yang dianggap ideal menurut persepsi dirinya, walaupun secara umum pola dan tingkah laku manusia atau masyarakat tidak terjadi melalui proses ini.

Dalam pandangan Islam, proses imitasi ini merupakan suatu strategi dakwah yang cukup efektif di dalam memberikan rangsangan imitasi terhadap nilai-nilai keagamaan. Di sinilah peranan komunikator menempati rangsangan yang strategis di dalam mengidentifisir nilai-nilai yang ideal menurut komunikannya. Seorang komunikan harus mampu membangkitkan daya fantasi tertentu untuk mempertemukan pesan-pesan yang akan di sampaikan dengan nilai-nilai ideal dari komunikannya.

2. Faktor Sugesti

Dalam interaksi sosial, peranan sugesti banyak mempengaruhi sikap dan tingkah laku manusia sebagai anggota masyarakat. Sugesti memberikan pandangan atau ide kepada orang lain tanpa melalui kritik terlebih dahulu. Mennicke menjelaskan bahwa, sugesti adalah pengaruh psichis (rohaniyah) yang dalam diri (komunikator) menghasilkan suatu sikap ataupun keyakinan tertentu, tanpa dirasakannya adanya keperluan untuk meminta pertanggung jawaban serta keterangan dan pembuktian lebih lanjut dari pemberi sugesti (komunikator).

Seringkali sugesti dianggap sebagai bentuk komunikasi melalui usaha untuk mengendalikan atau menentukan tingkah laku orang lain tanpa mengharapkan timbulnya kesadaran untuk membuktikan atau menyelidiki keterangan-keterangan yang bersifat logis dan rasional, sugesti yang berasal dari orang-orang mempunyai otoritas atau prestise sosial tertentu, mempunyai daya rangsangan yang kuat terhadap orang lain, oleh karenanya sugesti semacam ini diterima dengan tanpa pertimbangan.

Dengan demikian, proses sugesti bisa terjadi apabila orang yang memberikan pandangan atau ide tersebut adalah orang yang berwibawa dalam suatu kelompok/masyarakat tertentu. Di dalam kehidupan sosial yang semakin modern, dewasa ini faktor sugesti banyak di manfaatkan dalam lapangan iklan dan reklame dengan menggunakan metode psikologis sebagai cara pendekatannya, sedangkan dalam lapangan politik sugesti dipakai dalam mempengaruhi massa dan publik melalui praktek propaganda,

3. Faktor Identifikasi

Identifikasi adalah sebuah istilah dalam psikonalisis (uraian tentang analisis ilmu jiwa) yang menunjukkan arti usaha membentuk ego seseorang sesuai dengan sesuatu yang ideal. Menurut Soerjono Soekarno, bahwa identifikasi merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Faktor identifikasi dapat terjadi pada tingkat usia anak, dimana norma-norma dan tingkah laku orang tuanya Diidentifikasi.

Peranan interaksi sosial yang berkembang atau tokoh-tokoh yang diidolakan dalam suatu masyarakat tertentu akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan identifikasi diri seseorang. Kehadiran dan peranan audio visual seperti televisi dan radio mempunyai peranan yang sangat besar dalam pola identifikasi sikap. Banyaknya informasi yang diterima dari media dalam mengidentifikasi dirinya dengan tokoh-tokoh yang ditentukan, seringkali membawa konflik pandangan dan sikap antara orang tua dan anaknya. Hal ini terjadi karena adanya rangsangan-rangsangan baru yang diterima ataupun pengalaman baru yang diperolehnya dari interaksi sosialnya.

4. Faktor Simpati

Simpati merupakan suatu proses dimana seseorang merasa tertarik kepada pihak lain, dalam proses ini perasaan seseorang memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan

untuk kerja sama dengannya. Faktor simpati memiliki peranan yang sangat besar dalam mempengaruhi emosi, sikap dan tingkah laku manusia dalam interaksi sosialnya.

Simpati dalam hal ini dapat dirumuskan sebagai suatu proses dimana seseorang merasa begitu tertarik akan keseluruhan tingkah laku orang lain, sehingga dengan kondisi ini timbullah pada dirinya untuk melakukan kerja sama. Dalam proses komunikasi, faktor simpati memiliki peranan yang penting, karena salah satu yang tidak dapat diabaikan dalam berkomunikasi adalah terlebih dahulu memberikan stimulan yang menarik perhatian komunikan. Dengan memberikan perhatian yang menarik tersebut, pihak komunikan menjadi tereskan untuk mengikuti dan sekaligus merasa simpatik terhadap nilai-nilai yang didapatkan tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, faktor komunikasi sangat berperan dalam perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa mengadakan komunikasi individu manusia atau kelompok masyarakat tidak dapat berkembang secara normal dalam lingkungan sosialnya, oleh karena itu tidak ada manusia yang hidup berkembang tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Tetapi dengan kemajuan-kemajuan di bidang teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini, telah membawa pengaruh dan perubahan-perubahan yang bukan saja mengarah pada nilai-nilai positif tetapi juga membawa bias yang sangat berbahaya bagi perkembangan dan dinamika umat manusia di bumi.

Komunikasi telah membawa interaksi manusia secara global tanpa mengenal batas ruang dan waktu, dan tanpa mengenal kondisi sosial dan budaya bahkan tanpa mengenal batas-batas keagamaan dan keyakinan.

Sejak bermunculannya stasiun-stasiun televisi swasta beberapa tahun yang lalu, acara-acara ke-Islaman mengalami peningkatan sangat pesat. Kita sering menyaksikan perseteruan tajam yang muncul akibat perbedaan persepsi tentang suatu prinsip dalam agama. Perdebatan demikian sering muncul dari tokoh-tokoh Islam yang berbeda wawasan dan aliran, yang dalam masyarakat Islam sering disebut dengan "Aliran tradisional dan modernis."

Perbedaan ini terus berkembang seiring dengan perkembangan dinamika sosial dan budaya masyarakat. Konsekwensinya menurut sebagian pendapat adalah apa yang dikatakan haram bagi komunikasi dakwah belum tentu haram bagi kebutuhan industri media massa. Perintah agama lewat dakwah Islam belum tentu sepenuhnya bisa berakomodasi kedalam pengelolaan media massa yang terikat pada tuntutan industrialisasi. Agama dan media masing-masing merupakan entitas besar yang berbeda, maka interaksi antar kebudayaan dan informasi yang mengakibatkan perubahan tata kehidupan manusia ke arah tata kehidupan yang bersifat rasional, fungsional dan instan.

B. Komunikasi Abad ke-21

Pada abad ke-21, manusia dalam berkomunikasi tidak dapat dipisahkan dari media. Media pada masa ini merupakan sarana yang jitu bagi masyarakat dalam melakukan komunikasi. Dengan kata lain, berbagai informasi dan bentuk kegiatan dapat dikomunikasikan dengan mudah melalui media. Dan media yang paling dominan pada era global ini adalah media elektronik dan media cetak.

Kata media merupakan bentuk jamak dari bahasa Latin, yaitu *medion*, yang berarti alat perantara. Sedangkan secara istilah media berarti segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian dapat dirumuskan bahwa media dakwah berarti segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.

Seorang da'i dalam menyampaikan ajaran agama Islam kepada umat manusia tidak akan jepas dari sarana atau media dakwah. Kepandaian untuk memilih media dakwah yang tepat merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah. Terlebih dalam mengantisipasi perkembangan zaman seperti saat ini dimana ilmu pengetahuan berkembang dengan pesat yang ditandai dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi. Ketertinggalan umat Islam dan ketertutupan dari dunia luar, sedikit banyak menjadi salah satu penyebab ketidakberhasilan dakwah.

Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi mau tidak mau akan menghadapi dan menjadi idaman dalam kehidupan

masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan tuntutan zaman. Dengan demikian, media dakwah merupakan sarana dan perantara bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan.

Berkaitan dengan media dakwah ini, Tarmizi Taher melihat di era kompetisi ini sudah saatnya para Da'i lokal dan global, Aktifis Dakwah Islamiyah, Lembaga-Lembaga Dakwah Kampus (LDK), majelis-majelis Taklim, Programer Dakwah, Mahasiswa/i serta jajaran pimpinan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN/IAIN/STAIN/PTAI, agar dapat memanfaatkan adanya teknologi globalisasi yang semakin berkembang. Diantara yang dapat dimanfaatkan dari media modern yang berkembang ini antara lain seperti pers, radio, televisi, dan internet sebagai media dakwah Islam. Bagi Tarmizi Taher internet merupakan salah satu media bagi dakwah Islam, meskipun jumlahnya masih sedikit, kalangan umat Islam Indonesia yang menggunakan internet sebagai media dakwah jumlahnya kian hari kian bertambah. Fenomena dakwah digital tersebut memang berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi (TI) di dunia ini.

Kemajuan yang dicapai manusia telah menghasilkan yang begitu canggih. Khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi, telah melahirkan media massa yang mampu menjembatani manusia yang ada di berbagai pelosok bumi ini. Sebuah peristiwa penting yang terjadi di sebuah tempat secara cepat dapat diketahui oleh masyarakat dalam waktu yang

bersamaan, meskipun jaraknya beribu-ribu mil dari tempat peristiwa tersebut terjadi. Hal ini adalah berkat banruan media massa moderen yang telah dihasilkan oleh manusia moderen itu sendiri.

Media massa moderen, baik surat kabar, majalah, radio, televisi, fihn dan lain sebagainya dengan informasi yang disampaikan telah mampu merubah keterbelakangan suatu masyarakat menjadi maju. Apa yang selama ini tidak pernah terbayangkan dan diluar impian manusia, pada saat sekarang ini telah menjadi kenyataan. Setiap bentuk media massa moderen tersebut dalam sejarahnya mengalami perubahan-perubahan pada bentuk yang lebih baik, ia mengalami kemajuan yang begitu pesat dan mencengangkan serta di luar dugaan banyak orang, dan abad ini ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, sebagai saat ini, yang alvin toffler menyebutnya sebagai "The Third Wave", (gelombang ketiga).

Abad ini merupakan abad membanjirnya media massa: media massa yang disukai, yang menawarkan program-program menarik, menghasilkan tulisan, suara atau gambar yang enak untuk dinikmati dapat dimiliki oleh setiap orang dengan harga yang relatif murah, sehingga tidaklah mengherankan apabila abad informasi dan komunikasi ini juga akhirnya disebut abad kekuasaan media massa.

Media massa tidak lagi hanya sebagai sarana pendidikan, mformasi dan hiburan, akan tetapi dalam kenyataannya ia juga telah memainkan peran besar dalam bidang politik dan kekuasaan. Tidak sedikit mereka yang punya kekuasaan kedudukan strategis, akhirnya terpaksa meletakkan jabatan karena

skandal-skandal yang pernah ia lakukan dibebaskan oleh media massa. Dan ini merupakan indikasi bahwa media massa ternyata memainkan peran dalam bidang politik, baik untuk mencapai kekuasaan, untuk menghantam lawan ataupun mempertahankan kekuasaan.

Dalam abad seperti sekarang ini, kehidupan masyarakat tidak lagi dapat dilepaskan dari media komunikasi massa, bahkan secara ekstrim ada yang menyamakan media massa dengan udara yang dibutuhkan manusia untuk hidup. Manusia moderen tidak dapat hidup tanpa mendapatkan suguhan-suguhan informasi, hiburan dan opini lainnya yang ditayangkan oleh media massa tanpa harus memandang waktu apakah pagi, siang, petang, malam dan bahkan tengah malam sekalipun, media massa dengan setia menemani manusia moderen. Sehingga tidaklah mengherankan manakala pengusaha-pengusaha besar tidak segan-segan menanamkan modalnya pada bidang usaha dan jasa yang satu ini, karena ia merupakan ladang uang yang menjanjikan bagi orang-orang tertentu.

Karena begitu menjamur dan berkaitnya kehidupan seseorang dengan media massa, sehingga sangat efektif untuk menyampaikan pesan dan besarnya efek yang ditimbulkannya, tidaklah mengherankan manakala media massa juga menjadi sarana efektif untuk menyebarkan ideologi dan kebudayaan tertentu. Dan kaum beragama pun memanfaatkan media massa ini dengan semaksimal mungkin untuk menyebar luaskan ajaran-ajaran agamanya. Islam, Katolik, Protestan, dan lain sebagainya berlomba-lomba memiliki dan bersaing dalam pemasaran, akan tetapi usaha umat Islam belumlah menggembirakan dalam hal ini ketimbang kedua agama yang di belakangnya.

Media massa seperti surat kabar dan majalah, yang telah dihasilkan berkat penemuan media cetak berabad-abad lalu, dan merupakan golongan media massa moderen pertama, setiap saat mengalami perkembangan, dan hari ini ia telah sampai pada perkembangan yang sangat dahsyat, teknologi surat kabar semakin canggih. Apa yang beberapa tahun silam belum sempat dipikirkan orang, hari ini sudah menjadi kenyataan. Untuk saat ini, pemakaian PC (Personal Computer) oleh para wartawan dan redaksi surat kabar bisa jadi sudah ketinggalan zaman. Bila gaung "The Third Wave" Alvin Toffler masih sangat kental untuk menggambarkan kecanggihan peradaban umat manusia di muka bumi saat ini yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi maka teknologi penerbitan pers sudah melangkah ke "Gelombang keempat" (The Four Wave). Gelombang keempat ini memungkinkan seluruh pekerjaan editorial dan produksi surat kabar dikerjakan dalam satu sistem terpadu, dimana semua jenis pekerjaan (mulai dari peliputan, penulisan berita, editing/penyuntingan, correction, lay out, dan muatan graphic/picture serta separasi foto berwarna) menjadi satu proses terpadu dalam sekali jalan saja. Kesemuanya ini menggunakan CPU (Central Processing Unit) yang disebut dengan Tandem Non Stop.

Pasca modern, demikian orang menyebut era saat ini. Sebuah tahapan kesejahteraan manusia yang salah satu tulang punggung umatnya adalah kekuatan media informasi dengan segala ruang lingkupnya. Pada era seperti sekarang ini, maka umat manusia di dunia seolah tidak sadar telah menggantungkan aktivitas hidupnya pada kehadiran media informasi. Media

informasi pulalah yang telah mempengaruhi persoalan. Bahkan media informasi telah "menyihir" jutaan manusia untuk turut bersedih dan meneteskan air mata, sebagaimana ia mampu pula membentuk senyum dan renyah kegembiraan, serta kebencian dan kemarahan pada jutaan manusia tersebut. Media informasi telah begitu jauh "mengendalikan" hidup manusia.

Kemampuan informasi dalam mengendalikan manusia, karena kemampuan media informasi saat ini yang telah melintasi batas-batas terotial, waktu, bahkan budaya sekelompok manusia. Media informasi dengan segala kekuataannya telah menyelusup jauh pada sisi kehidupan yang sangat pribadi sekalipun. Karena kemampuannya tersebut, maka media informasi telah mempersingkat waktu dan mendekatkan jarak antar manusia dalam setiap koordinat bumi yang dialami manusia. Dunia seakan saat ini berubah menjadi sebuah titik, di mana setiap manusia secara transparan mengetahui apa yang telah terjadi pada setiap penjurunya.

Perkembangan ini meluncur begitu deras dengan tidak dapat dibendung. Umat islam sebagai salah satu bagian dari kehidupan manusia saat ini, teritu saja, saat ini sadar atau tidak sadar telah menjadi bagian didalamnya. Suka atau tidak suka, maka perkembangan ini telah hadir ditengah-tengah kehidupan umat islam "kedigjayaan" media informasi telah menembus gerak laju perkembangan umat islam. Pada tahap selanjutnya, perkembangan ini akan memiliki pengaruh terhadap kehidupan umat Islam, baik positif maupun negatif. Apakah perkembangan ini menjadi peluang atau ancaman bagi perkembangan umat Islam, hal ini akan sangat ditentukan oleh sejauhmana perkembangan tersebut dan bagaimana umat Islam menghadapinya.

Ancaman serius dari tahap pasca modern ini adalah pada sisi negatif muatan-muatan informasi yang dibawakan. Dalam perkembangan saat ini, sudah menjadi fakta bahwa umumnya produsen-produsen raksasa informasi yang mensubsidi sebagian besar isi media-media informasi di dunia dimiliki oleh orang-orang "Barat", yaitu orang-orang yang tidak terikat pada nilai-nilai Islam. Mereka memiliki nilai-nilai tersendiri yang selain berbeda dengan nilai-nilai Islam, sebagian besar malah bertentangan. Di Baratlah perusahaan-perusahaan raksasa informasi hadir. Mereka mengendalikan sebagian sistem informasi di dunia ini dengan jaringannya yang tersebar di seluruh dunia. Dalam kaca mata tata nilai Islam, tentu saja muatan-muatan yang dibawakan oleh informasi-informasi yang datang dari orang-orang Barat, selain membawakan jargon-jargon politik dan propaganda kepentingan-kepentingan mereka, juga melucuti nilai-nilai Islam melalui tata nilai yang tidak bermoral dan derajat kemanusiaan yang rendah.

Melalui kekuatan media informasi, umat Islam "dirubah" menjadi kelompok manusia yang lebur jati dirinya pada jati diri produsen informasi, yang orang-orang Barat. Umat Islam akhirnya akan melepaskan nilai-nilai Islam dari dirinya untuk ditukar dengan nilai-nilai produsen informasi. Sehingga hilanglah wujud kepribadian individu dan kehidupan masyarakat Islam. Dampak negatif ini akan sangat mengawatirkan, jika tidak ditanggulangi.

Meskipun sedemikian besarnya ancaman yang dimunculkan era pasca modern pada sisi perkembangan media informasi, namun ia pun tetap memiliki sisi positif bagi umat Islam. Pengembangan media informasi yang sedemikian jauh, mampu mempercepat proses transfer ilmu pengetahuan dan teknologi ke negeri-negeri muslim. Sehingga umat Islam turut merasakan tingkat kualitas penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi secara cepat. Pengembangan ini akan berujung pada peningkatan kualitas umat Islam. Selain itu pula, perkembangan media informasi yang demikian menajubkan akan mampu mempercepat transfer informasi perkembangan umat Islam dari satu negeri ke negeri lainnya. Sehingga umat Islam pada bagian dunia yang satu akan dapat mengetahui keadaan umat Islam yang lainnya pada bagian dunia yang lainnya secara cepat. Transfer informasi secara cepat ini akan membantu proses pembentukan solidaritas umat Islam sedunia sebagai satu kesatuan yang akan mengantarkan pada pembentukan kesatuan umat yang kokoh, sekaligus membentuk komunitas umat Islam yang global. Pembentukan umat Islam yang global sebagai dampak perkembangan globalisasi media informasi ini, akan sangat berarti dalam mengembalikan supremasi umat Islam sedunia dalam satu kesatuan dan satu kekuatan

Dalam abad informasi sekarang ini, dakwah tidak bisa tidak harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti: Radio, TV, Film, Pers, Internet, dan lain sebagainya. Tidak ada yang dapat membantah kemampuan media massa dalam penyebaran suatu agama. Media massa yang mutlak harus dipergunakan dalam pelaksanaan dakwah Islam, yang memiliki efektivitas yang tinggi, antara lain:

1. Pers (surat kabar)

Wasilah dakwah ini amat besar manfaatnya, sebab ia termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarakat ia hampir bisa disebut sebagai "makanan pokok" masyarakat yang mendambakan informasi dan selalu dapat mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui wasilah ini dapat berbentuk berita-berita Islam, penulisan artikel-artikel Islam, dan lain sebagainya. Efektivitas media ini sebagaimana dikemukakan oleh Lazarfeld Doob dan Breslon, memiliki kelebihan-kelebihan sebagai berikut:

a. The Readerd Control the Exposer

Media ini memberikan kesempatan untuk memilih materi-materi yang sesuai dengan kemampuannya dan kepentingannya. Bahkan pembaca lebih lanjut dapat membacanya setiap kali dia ingin dan kapan dia ingin berhenti membacanya. Juga dapat membuat resume jika ia perlu.

b. Exposer may be and often be repeated

Selanjutnya media yang diwakili oleh pers ini tidaklah terikat oleh suatu waktu dalam mencapai khalayaknya. Bahkan mereka secara bebas dapat melihat kembali materi yang telah dibacanya untuk mengingatkannya, atau menguatkan ingatannya. Atau dengan kata lain pembaca dapat menyegarkan ingatannya, dan dapat menikmati suatu kepuasan yang pernah dinikmati sebelumnya.

c. Treatment may be fuller

Media yang berbentuk tulisan ini juga dapat mengembangkan suatu topic yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan melalui media yang lain misalnya radio, film, dan televisi.

d. Specialized appearance is possible

Media ini selanjutnya hidup dan berkembang dalam keadaan yang tidak diikat oleh standar tertentu dalam hal isi secara keseluruhan disbanding pada media-media yang lainnya. Ia memiliki kelebihan lebih luas dan kebebasan gaya yang lebih besar dalam memenuhi selera pembaca. Demikian juga materi yang bagaimanapun keadaannya dapat lebih lancer disalurkan kepada pembaca melalui cetakan, dibandingkan melalau film.

e. Possible Greater Prestige

Akhirnya media yang dapat ditangkap oleh mata ini, dapat memiliki prestise yang tinggi, justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, dapat membentuk dengan aplikasi khusus, berdasarkan kepada kebiasaan pembaca yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca. Dan dengan dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh bacaannya.

2. Radio

Kelebihan-kelebihan media radio sebagai media dakwah adalah:

a. Bersifat langsung

Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana dengan penyampaian materi dakwah lewat pers dan majalah umpamanya. Dengan mempersiapkan secarik kertas, da'i dapat secara langsung dapat menyampaikan dakwah di depan mikrofon.

b. Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju. Daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah dengan media lain dapat diatasi dengan media radio ini.

c. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat

Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik kata-kata dan efek suara.

d. Biaya yang relative murah

Di banyak negara di dunia ketiga Asia, Afrika, dan Amerika Latin, radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin. Bedanya, cuma kecanggihan dari radio itu sendiri.

e. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil

Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungi tempat-tempat terpencil.

f. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis

Disamping kelebihan-kelebihan di atas, radio juga memiliki keuntungan lain. Siaran radio tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis khalayak. Di beberapa negara asia tingkat kemampuan baca dan tulis populasinya lebih dari 60% jutaan orang tersebut tidak disentuh oleh media massa lain kecuali bahasa radio dalam bahasa mereka.

3. Film

Kalau pers bersifat visual semata dan radio bersifat audio visual, maka film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihan sebagai audio visual.

Keunikan film sebagai media dakwah ini antara lain:

- a. Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan animation memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar-samar serta sulit diterangkan dapat disuguhkan kepada khalayak secara lebih baik dan efisien oleh media ini.

- b. Bahwa media film yang menyuguhkan pesan yang hidup dapat mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.
- c. Khusus bagi khalayak anak-anak, dan umumnya kalangan dewasa cenderung menerima secara bulat tanpa lebih banyak mengajukan pertanyaan terhadap seluruh kenyataan situasi yang disuguhkan oleh film. Disamping itu, dalam perkembangan sekarang pengajaran shalat dan manasik haji, serta ibadah-ibadah praktis lainnya akan dapat lebih mudah diajarkan CD dan video. Sisi kekurangan dakwah melalui media ini adalah memerlukan biaya yang tidak sedikit.

4. Televisi

Sebagaimana film, media TV juga merupakan media yang bersifat audiovisual, artinya bisa didengar sekaligus dilihat. Televisi, bagi kebanyakan masyarakat Indonesia dijadikan arena hiburan dan sumber informasi utama. Di beberapa daerah, khususnya di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.

5. Internet

Internet berasal dari kepanjangan International Connection Networking. International berarti global atau seluruh dunia; Connection berarti hubungan komunikasi, dan Networking berarti jaringan. Dengan demikian internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta komputer) yang berselubung di seluruh dunia. Sebuah fenomena yang saat ini kita memasuki suatu abad komunikasi canggih dimana manusia modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupannya. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Saat ini tidak ada pelosok dunia yang tidak lagi terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Seluruh bagian dunia menjadi tembus pandang membuka dui dan siap untuk berubah. Proses penyampaian hasil teknologi komunikasi canggih merupakan kejadian atau perubahan besar yang tidak memberikan kemungkinan kepada semua negara untuk menolaknya. Dengan kecanggihan teknologi komunikasi seolah-olah tidak saling terpisah lagi, bagi dunia yang satu terkait dengan dunia lainnya. Disamping itu, perkembangan dalam bidang komunikasi telah memperpendek jarak antara wilayah. Dan salah satu kecanggihan komunikasi tersebut yang saat ini lagi tren adalah apa yang dinamakan dengan internet.

Saat ini perkembangan internet mulai merambah dan menempatkan posisi yang kuat di deretan media massa yang lebih dulu ada. Ketika internet mulai dikenal masyarakat sepuluh tahun yang lalu, sudah dapat diramalkan bahwa media ini akan menjadi sangat populer di kemudian hari. Hal itu pun terlihat ketika perangkat-perangkat komputer baik hardware maupun software terus berkembang, terus disempurnakan setiap menit di komputer, sejauh ini pula sambutan masyarakat sangat antusias dalam pasaran. Menanggapi hal tersebut Ziauddin Sardar menyatakan bahwa, "Informasi ini dengan cepat menjadi komoditi rimer dan sumber kekuatan ". Sementara itu Farid Gaban berkomentar bahwa kehadiran internet sebagai hasil teknologi memang telah membawa reformasi, melalui jaringan ini arus komunikasi mengalir begitu pesatnya merobek-robek batas sebuah wilayah negara. Seluruh pengakses internet yang terdiri dari berbagai bangsa yang multikultural berkomunikasi dan bertukar informasi sehingga tidak adanya sebuah batas (borderless). Jaringan dunia ini melibatkan hampir sparuh penduduk dunia, dimana kian berkembangnya pemakaian internet yang ditandai dengan meledaknya pengguna (user) internet.

Seharusnya dengan media inilah dakwah dapat memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultural, dan lainnya. Menyikapi fenomena ini Nurcholish Madjid mengatakan: "pemanfaatan internet memegang

peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab internet jika tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkeja".

Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan pemanfaat dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau yang sering disebut dengan cyberrnuslim, atau cyberdakwah. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.

Dari uraian tentang media-media di atas tampak dengan jelas begitu besar pengaruh emosi dan perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh media massa tersebut di atas, akan tetapi kesadaran untuk memiliki dan menggunakannya apalagi media-media tersebut sebagai produser) dikalangan umat Islam masih rendah, Umat Islam masih puas dengan dakwah yang berbentuk ceramah agama dihadapan angung kelompok agama yang tentunya amat sempit jangkauannya.

Jikalau umat Islam tidak memanfaatkan media-media tersebut di zaman modern dunia dan globalisasi yang ditandai dengan kecanggihan komunikasi, maka dakwah Islam akan semakin terasing dari umat manusia oleh persaingan ideology dengan agama-agamabesarlainnya.

Perkembangan telekomunikasi menggeser ke digital, sehingga televisi definisi tinggi HDTV (High Definition Television) telah menggeser seluruh TV analog. Pemanfaatan serat optik telah menggeser pemanfaatan kabel tembaga yang berat dan mahal. Dengan serat optik, satu serat dapat dilewati ratusan ribu jalur komunikasi tanpa harus mengganggu yang lain. Hal ini memungkinkan kemudahan dalam komunikasi yang tidak mungkin diperoleh dengan cara konvensional saat ini. Dalam sistem serat optik pembawa berita tidak lagi elektron atau arus listrik, tetapi menggunakan cahaya laser (dioda laser) sebagai carriernya.

Perkembangan komputer sebagai pengolah, penyimpanan, pemasok dan retrieval data, maju dengan pesat. Perkembangan ini menyangkut mengenai kecepatan, kapasitas termasuk penyimpanan, ditunjang oleh kemajuan dalam teknologi untai mikro yang makin menggabung milyaran untai dalam chip yang berukuran cm. Ada dua arah dalam perkembangan komputer ini, yaitu paralel prosesing dimana banyak komputer tergabung dan membagi pekerjaan secara kompleks, dan sistem jaringan syaraf (neural networks system). Yang terakhir ini diilhami oleh cara kerja otak manusia. Dalam sistem terakhir ini tidak ada lagi filing. Ini sesuatu yang akan mengagumkan dan akan memberikan terobosan dalam membuat mesin berfikir. Dinamika dan perubahan yang muncul ditengah-tengah kehidupan masyarakat dewasa ini diprediksikan oleh banyak pengamat sosial adaiah akibat dari

perkembangan sains dan teknologi yang semakin cepat dan transparan. Rahasia-rahasia alam semakin tersibak, hal-hal baru semakin banyak ditemukan terutama di bidang teknologi, informasi dan komunikasi.

Berbagai inovasi baru ditemukan dalam bidang media komunikasi, seperti telephone, radio, tv, internet dan lain-lain yang kesemuanya itu mampu melipat gandakan jaringan kerja penyebaran informasi ke seluruh belahan bumi. Dengan sistem komunikasi elektronik itu, informasi dengan sangat cepat dapat ditularkan, daerah sasarannya sangat luas dan dapat menjangkau berjuta-juta umat manusia.

Konsekuensi logis dari kondisi demikian telah melahirkan transformasi ide, pola pikir, budaya, persepsi dan tingkah laku manusia. Manusia menjadi lebih sensitif terhadap informasi, bahkan kemudian informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam berbagai aktivitas masyarakat. Dengan kemajuan-kemajuan tersebut dalam hubungannya antar manusia, telah membawa dampak positif dan negatif. Dampak positif dari perkembangan tersebut adalah meningkatnya kesejahteraan material masyarakat, sementara dampak negatimya adalah berupa perombakan struktural tatanan-tatanan bagian budaya masyarakat.

Pelimpahan informasi yang secara global juga telah melahirkan pertukaran budaya dan kebiasaan-kebiasaan hidup masyarakat, karena arus informasi yang masuk banyak perbedaannya dan bahkan bertolak belakang dengan kondisi sosio kultural dan budaya suatu masyarakat.

Kehadiran media komunikasi di samping dapat memberikan kemudahan praktis, juga akibat baru berupa disintegrasi, apabila pesan-pesan yang diterima oleh masyarakat jauh dari kerangka berpikir dan pengalaman yang didapatkan sebelumnya. Perubahan akibat teknologi praktis terus bergerak ke arah global dengan membawa berbagai kecenderungan yang bisa saja bertentangan dengan norma dan agama pada masyarakat dan manusia itu sendiri. Globalisasi informasi melanda umat manusia membawa konsekuensi terhadap norma-norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Menurut Amrullah Achmad, "Nampaknya diawali oleh deru teknologi yang terlalu banyak membawa akses negatif yang tidak dapat dipandang hanya sekedar side effect lajunya teknologi.

C. Efek Yang Ditimbulkan Media Massa Abad ke-21

Efek media massa kehadirannya sebagai benda fisik, Steven H. Chaffe menyebut lima hal: (1) efek ekonomi, (2) efek sosial, (3) efek penjadwalan kegiatan, (4) efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, dan (5) efek perasaan orang terhadap media. Efek atau pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa moderen, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lain sebagainya, kemampuannya dalam mempengaruhi masyarakat tidaklah diragukan lagi. Oleh karenanya media massa modern dipandang sebagai sarana yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan pada pembaca, pendengar atau penonton.

Ahli-ahli periklanan yang mahir sekali dalam menggunakan media untuk mempengaruhi masyarakat, akan menyatakan betapa ampuhnya media massa mempengaruhi kebiasaan masyarakat, kebiasaan di dalam membeli dan mempergunakan hal-hal baru merupakan studi khusus bagi ahli periklanan. Tujuan para ahli periklanan ini adalah untuk membentuk pola konsumsi baru, sehingga yang dipasarkan mereka akan laku.

Berdasarkan hipotesa yang dikembangkan oleh Elihu Katz, seorang ahli komunikasi Amerika, mengatakan bahwa pengaruh media massa bertingkat ganda, yakni dengan melalui apa yang disebut pemimpin opini (opinion leader), media massa mempengaruhi masyarakat secara mas. Ia mampu menggiring masyarakat pembaca kepada isu apa yang dilontarkannya. Efek media terhadap masyarakat tradisional tidaklah sama dengan efek media massa terhadap masyarakat modern. Karena efek pesan oleh media massa terhadap masyarakat tradisional lebih mengandung efek negatif ketimbang positifnya, sementara untuk masyarakat modern efek positifnya dipandang lebih besar daripada negatifnya.

Bagi manusia yang tradisional komunikasi lebih diarahkan kepada pembentuk kelompok daripada untuk prestasi, yaitu karena dalam kelompok ia menemukan perlindungannya. Sebaliknya makin moderennya seseorang, komunikasi merupakan alat untuk mencapai prestasi, penyelesaian pekerjaan dan lain sebagainya. Setiap pesan yang disampaikan oleh media massa sudah dapat dipastikan menimbulkan efek atau pengaruh, karena memang efek itulah yang diinginkan komunikator dari para komunikan, akan tetapi sejauh

mana efek tersebut dapat mempengaruhi massa, dan apakah efek tersebut positif atau negatif, inilah yang menjadi persoalan.

Efek atau pengaruh pesan adalah tersebar dalam bentuk gambaran tentang realitas masa depan karena fantasi manusia tidak mengenal batas, dan dalam kegiatan berfantasi tentang hal-hal yang dalam kenyataan tidak akan mungkin, dan dalam lamunan dianggap mungkin. Apabila suatu pesan mengandung terlalu banyak idea dan nilai yang bertentangan dengan nilai kelompok, maka ia akan segera ditolak. Sebaliknya, bila suatu pesan mempunyai banyak persamaan dengan nilai kelompok, ia akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan. Peranan pesan yang dikomunikasikan adalah mempengaruhi bahkan mengubah penilaian individu/ kelompok tentang realita aktual dan mengubah usaha individu atau kelompok dalam membentuk gambaran (image) tentang realita masa depannya.

Pada zaman moderen seperti sekarang ini bertemulah banyak kebudayaan sebagai hasil daripada semakin padatnya jaringan komunikasi media massa daerah, nasional dan internasional, yang kesemuanya ini memmbulkan efek. Akan tetapi tidak jarang berlangsung melalui konflik hebat. Terjadilah konflik-konflik budaya, dengan kemunculan situasi sosial yang khaotis dan kelompok-kelompok sosial yang tidak bisa dirukunkan, tidak bisa didamaikan. Sehingga mengakibatkan banyak kecemasan, ketegangan dan ketakutan dikalangan rakyat banyak, yang semuanya tidak bisa dicernakan dan diintegrasikan oleh individu. Situasi sosial sedemikian ini pada akhirnya mudah mengembangkan tingkah laku patologis/sosiopatik

yang menyimpang dari pola-pola umum. Timbullah kelompok-kelompok dan fraksi-fraksi ditengah masyarakat dan terpecah-pecah; masing-masing menaati norma-norma dan peraturannya sendiri, dan bertingkah semau sendiri. Lambat laun, apabila tingkah laku penyimpangan (deviasi tingkah laku) itu menjadi meluas dalam masyarakat, maka berlangsunglah deviasi situasional yang kumulatif, misalnya dalam bentuk: kebudayaan korupsi, kriminalitas yang semakin merajalela, deviasi seksual dan lain-lain.

Uraian di atas adalah diantara gambaran efek negatif yang ditimbulkan oleh media massa moderen, dan tentu pula disamping efek negatif tersebut juga terdapat efek positif yang tidak sedikit, baik dari segi pendidikan, informasi maupun hiburan, yang mampu menambah wawasan cakrawala berfikir masyarakat, sehingga masyarakat tersebut mengalami perkembangan pada taraf hidup yang lebih baik dari kehidupan yang dijalani sebelumnya. Media massa menyuguhkan bagaimana cara bertanam yang baik, cara bertemak yang baik, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih baik. Ia juga mengajarkan bagaimana merawat anak, membina hubungan dalam keluarga, aneka macam ketrampilan, kesenian, olahraga, dan cerita-cerita lain yang menarik yang banyak dapat diambil manfaatnya oleh pembaca, pendengar dan penonton.

Media massa juga menginformasikan berbagai kejadian-kejadian penting sehingga dapat diambil manfaatnya oleh komunikan, juga menginformasikan tentang orang-orang yang berprestasi dan sukses, dan tentang daerah-daerah yang baik dan pantas untuk diteladani. Kesemuannya

yang diinformasikan tersebut diharapkan akan mendatangkan efek dari komunikasi, sehingga dapat ikut pula mencontohnya. Dan hal itu tentu saja akan menjadi efek positif dikalangan masyarakat. Akan tetapi, dalam waktu belakangan sebuah analisa dan kenyataan yang dapat dilihat menunjukkan bahwa efek positif dan negatif dari pesan dan iklan-iklan menunjukkan porsi yang berimbang, dan ini berarti kemunduran dalam bidang efek positif dan sebaliknya kemajuan daripada efek negatif. Dan sebuah kecenderungan dalam masyarakat, mereka lebih peka terhadap hal-hal yang negatif, sehingga wajarlah manakala banyak yang kesimpulan bahwa efek negative dari media massa dari media massa moderen lebih banyak negatifnya ketimbang positifnya.

Hal ini semakin dirasakan, karena pesan yang dibawa oleh media massa cenderung menjungkirbalikkan paham atau keyakinan dan pengetahuan yang selama ini mereka telah miliki dan pegang teguh erat turun-temurun. Apa yang selama ini dianggap tabu dan sensitif untuk dibicarakan, justru media membeberkannya dengan blak-blakan. Apalagi masyarakat yang memiliki naluri ingin serba tahu, mereka butuh hal-hal yang aneh dan ganjil, mereka ingin tahu hal-hal yang luar biasa, dan sangat suka pada yang ditutup-tutupi. Dan hal ini dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh mereka-mereka yang menguasai media massa untuk mencari untung yang sebesar-besarnya. Sehingga media massa dan iklan-iklannya mempertinggi standar-standar prestasi, ambisi-ambisi sosial dan aspirasi materil yang berlebih-lebihan. Efek inilah pada akhirnya yang membawa

masyarakat kepada hal-hal yang negatif, karena masyarakat mempraktekannya apa yang diterimanya dari media massa tertentu.

Disamping dua efek positif dan negatif yang ditimbulkan media massa abad ke-20 sebagaimana tersebut di atas, juga ada dua sektor penting yang diduga terancam akibat pengaruh komunikasi dan informasi, yaitu sektor keagamaan dan sektor moralitas.

1. Sektor Keagamaan

Sejak pemikiran manusia telah mencapai tahap positif dan fungsional, kehidupan manusia mulai memasuki babak baru yang amat berbeda dengan kehidupan sebelumnya, lebih-lebih lagi muncul kecenderungan global akibat revolusi informasi dan teknologi komunikasi. Dalam situasi ini manusia berada di luar jangkauan agama dan pada situasi manusia sadar atas kehadiraannya di planet bumi ini, berbagai pertanyaan muncul mengenai tujuan hidup dan hakikat kehidupan yang sesungguhnya, dan situasi inilah kemudian menjadi issue dalam kehidupan manusia yang telah menjadi seni otomatis dan sangat teknologis.

Manusia mulai menghadapi kebingungan setelah jawaban ilmiah terhadap realitas ternyata tidak seluruhnya dikehendaki dan diterima, sementara jawaban agama-agama dianggap tidak memuaskan dan bahkan tidak menyelesaikan masalah atau persoalan yang mendesak untuk dipecahkan. Penemuan-penemuan ini terus bermunculan dengan menjanjikan berbagai kemudahan. Kemudahan pada satu sisi telah

membuat manusia mengalami kesibukan yang sangat luar biasa, manusia menjadi tidak mempunyai kesempatan untuk mengungkap atau merenungi dunia kehidupan serta hakikat diri manusia itu sendiri. Keduanya tetap menjadi sebuah misteri dan manusia menjadi tidak memiliki daya refleksi keagamaan dan kontemplasi secara intens atau istiqomah.

Pengaruh-pengaruh sosial dari teknologi modern pada prinsipnya berkekuatan melemahkan daya mental spiritual yang sedang berkembang dalam berbagai bentuk penampilan dan gaya-gayanya, tidak hanya nafsu mutmainnah yang dapat diperlemah oleh rangsangan teknologi elektronik dan informatika, melainkan juga fungsi-fungsi kejiwaan lainnya yang berupa kecerdasan pikiran, ingatan dan emosi diperlemah kemampuan intelektualnya dengan alat-alat teknologi dan informatika.

Dengan semakin merambahnya pengaruh teknologi terhadap kehidupan keagamaan, masyarakat saat ini mengalami suatu revolusi kehidupan yang tidak saja melibatkan masalah-masalah material akan tetapi juga masalah-masalah nilai dan moralitas yang selama ini mendasari harapan-harapan dan tujuan hidup manusia. Kecenderungan manusia modern telah mulai melengahkan nilai-nilai agama dimana prinsip-prinsip hidup yang bernilai etik dan etis serta berorientasi ke arah ukhrawi semakin mengendor dan bahkan mengerosi jiwa manusia.

Perubahan-perubahan sosial, keagamaan dan keyakinan dalam interaksi global dewasa ini tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan media komunikasi dan aktivitas transportasi dalam penyebaran informasi. Jutaan manusia setiap hari melintasi batas kota, desa, negara untuk berbagai urusan dan kepentingan. Mereka terbang dari suatu tempat ke tempat lain, dari kota ke desa dan sebaliknya, dan dari satu negara ke negara lain dengan membawa identitas, citra, budaya dan bahkan gaya hidup masing-masing. Konsekuensi logisnya tidak hanya sebatas penyebaran informasi tetapi juga sistem kultural, keyakinan, dan mode yang bertentangan dengan dogma agama yang telah ada dan berkembang.

Pada sisi yang lain, agama ditantang oleh budaya modern yang mengiginkan semua hal secara instan, cepat dan praktis, sementara ajaran agama yang difahami sebagai ajaran moral dan rutinitas ritual dianggap tidak dapat menyelesaikan persoalan secara cepat seiring dengan kebutuhan mereka. Ketika agama dalam kondisi tersebut tidak mampu menjawab, manusia cenderung meninggalkannya dan mencari jawaban lain. Semakin banyak orang yang sudah mengenal teknologi maju tampaknya semakin menjauh dari agama, mengganti kepercayaan pada pemahaman-pemahaman agama tradisional dengan kepercayaan pada ilmu pengetahuan.

Kehadiran media komunikasi yang membawa informasi global menurut Novel Ali, acapkali memberikan warna kehidupan umat manusia di planet bumi yang tidak sesuai dengan referensi kebudayaan dan pengalaman kesejahteraan berbagai segmen masyarakat, baik meliputi masalah keduniawian maupun masalah keakhiratan. Hal demikian disebabkan oleh point of view para pengendali globalisasi informasi yang terbatas pada sifat-sifat realisme atau keduniaan.

Krisis keagamaan terhadap kepercayaan terus berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kehidupan modern yang serba teknologi sudah sampai pada situasi hidup yang serba tekan knop dan praktis. Kondisi semacam ini cukup berat dalam menguji iman seseorang, rasa ketergantungan seseorang kepada Tuhan sekian persen telah terpenuhi oleh teknologi, hasil manusia sendiri.

2. Sektor Moralitas

Menjelang diresmikannya pemakaian sistem komunikasi satelit domestik (SKSD), sekitar tahun 80-an, Departemen Agama telah menyelenggarakan suatu seminar yang membicarakan kemungkinan dampak negatif sistem komunikasi baru bagi kehidupan beragama, karena dikhawatirkan lingkungan kedamaian di desa akan terganggu setelah situasi kota dapat dilihat dan disaksikan langsung melalui media televisi. Siaran-siaran televisi dengan tayangan-tayangan film ataupun berita-berita kota yang menggiurkan tentu membawa pengaruh

yang sangat besar terhadap generasi yang tumbuh dan berkembang. Secara psikologis, media televisi memiliki daya rangsang yang sangat kuat terhadap tingkah lakii dan pola hidup manusia, dan juga sangat efektif dalam memberikan informasi berbagai budaya baru karena media ini membawa informasi yang langsung dapat disaksikan oleh pemirsanya.

Perkembangan teknologi informasi memiliki dampak positif bagi kesejahteraan manusia, tetapi juga mengandung unsur negatif yang tidak sedikit. Berbagai bentuk kenakalan remaja, perkelahian, penyalahgunaan obat-obat terlarang dan hilangnya semangat belajar diduga oleh para ahli, adalah akibat dari informasi yang mereka terima dari berbagai media termasuk media televisi.

Kecenderungan untuk tidak memeperdulikan norma yang telah digariskan, ketentuan boleh atau tidak, halal atau haram menurut ketentuan agama telah banyak yang terhapuskan, rasa tidak peduli akan peraturan atau norma yang ada telah tererosi, baginya yang penting bukan masalah bagaimana memperoleh sesuatu, tetapi masalah bagaimana tercapainya sesuatu itulah yang paling utama. Tanpa malu-malu orang semacam ini berkata "yang haram saja sulit apalagi yang halal". Kecenderungan lain dalam serba membolehkan ini terlihat dalam hubungan sex bebas. Nonna dalam hal ini hanya membolehkan hubungan sex dalam ikatan nikah, yakni dengan suami atau isteri sendiri. Sementara dalam masyarakat, gejala mengabaikan norma ini

terus berkembang, berbuat seolah-olah ketentuan tersebut sudah tidak berlaku lagi. Mereka menghendaki suatu kebebasan, menerapkan kebiasaan free sex, semen leven atau kumpul kebo, hidup satu ranjang tanpa ikatan nikah. Prilaku-prilaku tersebut di atas dapat terjadi akibat dari adanya informasi yang datang dari luar dan diserap oleh masyarakat yang belum siap menerima kondisi tersebut. Semua ini bermula dari sistem komunikasi dan informasi yang telah ditata sedemikian rupa, sehingga masyarakat dengan cepat dapat melihat dan menyaksikannya tanpa hams beranjak dari

Kalau kita membaca realita yang ada dalam masyarakat, terlihat bermacam-macam penyakit yang sedang tumbuh subur dan menggrogoti nilai-nilai moral manusia. Konsumsi alkohol dan minuman keras lainnya diproduksi dan ditebarkan di tengah masyarakat, praktek pelacuran terjadi di mana-mana penyalahgunaan narkotika dan praktik bunuh diri menjadi masalah biasa. Kasus- kasus tersebut memberikan suatu gambaran betapa besar pengaruh komunikasi terhadap perubahan tingkah laku dan persepsi manusia terhadap informasi yang didapatkan.

Seluruh penyakit sosial tersebut di atas, bukan hanya bertentangan dengan ajaran agama tetapi juga merupakan tantangan yang harus dijawab oleh dakwah Islamiyah. Kemajuan teknologi di bidang komunikasi terus bergerak ke arah perkembangan yang sangat pesat dan tidak mungkin lagi dapat dicegah, kondisi demikian menurut para penyeru agama, bagaimana menyampaikan pesan-pesan agama ini menurut pendekatan-pendekatan kebutuhan umat.

Dalam era kemajuan teknologi, meluasnya informasi dan munculnya era globalisasi, strategi dakwah menurut Marwah Daud Ibrahim, harus mengacu pada sinergi, akumulatif, konvergensi, totalitas dan inklusivitas, yakni perluasan makna, isi, metode, media dan pendekatan dakwah. Yang di maksud dengan sinergi adalah sikap memandang apa yang kita sampaikan bukan merupakan penyempurnaan terhadap langkah sebelumnya. Adapun konvergensi yaitu, bahwa walaupun kita berangkat dari tempat yang berbeda dan memakai jalan yang beragam, pada dasarnya kita menuju ke titik sentripetal sempurna, yaitu Tauhid. Mengenai totalitas ialah bahwa dakwah perlu dipersepsikan sebagai multi dimensi, semua dimensi harus disentuh. Adapun tentang inklusivitas berarti bahwa kita harus melihat siapa saja sebagai bagian dari diri kita. Dakwah sebaiknya dipersepsikan sebagai mediator yang efektif dalam menyatukan potensi-potensi umat yang selama ini berserak-serak.

Memasuki abad informatika yang penuh dengan tantangan ini, maka dakwah Islamiyah semakin terpanggil untuk mampu dan berperan dalam memberikan solusi sekaligus tampil dengan informasi-informasi ketakwaannya kepada Allah SWT. Kita harus lebih memantapkan dakwah yang telah kita rintis selama ini, untuk mengajak manusia ke arah yang lebih baik. Obsesi ini tentunya mengharuskan adanya media komunikasi, yaitu komunikasi yang dapat menyampaikan berbagai informasi tentang Islam.

Seiring dengan perkembangan pembangunan dewasa ini, dakwah harus menyesuaikan situasi dan kondisi yang semakin berubah, untuk itulah di samping keberhasilan dakwah ditentukan oleh da'i sendiri, tapi juga di tentukan oleh sarana dan prasarananya. Banyak instrumen-instrumen yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan kegiatan dakwah, instrumen-instrumen tersebut berupa media, baik yang bersifat auditi maupun bersifat audio visual.

BAB V
PENUTUP
KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada apa yang telah dipaparkan pada bab-bab terdahulu, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa di era modern yang serba canggih ini, khususnya abad ke-21, dimana berbagai informasi telah didominasi oleh media, baik cetak terutama elektronik, yang pada abad ke-21 ini ditandai dengan semakin banyak dan bertambahnya penerbitan buku, majalah, koran dan lain sebagainya, demikian juga dengan media elektronik yang pada saat ini menjadi kebutuhan primer masyarakat seperti radio, televisi, komputer, internet dan lain sebagainya, yang kesemua jenis media ini menyajikan berbagai informasi dari berbagai aspek kehidupan manusia seperti ilmu pengetahuan, perekonomian, sosial, politik, hiburan dan lain-lain. Dengan demikian maka komunikasi pada abad ini dapat dilakukan dengan mudah, dan demikian pula dalam mengkonmunikasikan dakwah pada abad ke-21 ini dapat dilaksanakan dengan sangat mudah, efektif dan efisien.
2. Sebagaimana disebutkan pada bab-bab terdahulu, bahwa pada abad ini berbagai media, baik cetak terutama elektronik telah berkembang dengan pesat sdangga seolah-olah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat dalam mencari berbagai informasi, maka dalam kehidupan

masyarakat pun telah terjadi perubahan sosial yang signifikan. Dengan sebab perkembangan dan kemajuan kedua media tadi, maka masyarakat pada abad ini, baik yang ada di desa temtama penghuni perkotaan senantiasa dengan mudah dapat mengetahui berbagai infonnasi dan pada akhirnya menjadi masyarakat yang berpengetahuan dan berwawasan luas, kritis dan dinamis.

3. Pada abad ke-21 ini, karena media, baik cetak terutama elektronik telah dijadikan dan dianggap sebagai alat komunikasi yang paling efektif, maka dunia informasi pun didominasi oleh kedua media tersebut. Dengan demikian mak pengaruhnya pun terhadap perubahan sosial sangat besar. Akan tetapi dalam perubahan sosial yang diakibatkan oleh pengaruh komunikasi via dua media tadi terdapat dua sisi perubahan yang bertolak belakang, yaitu pengaruh positif dan pengaruh negatif. Contoh pengaruh positifnya adalah bahwa dakwah dapat dikomunikasikan kepada orang banyak dalam jangkauan yang cukup luas, baik tingkat nasional maupun internasional, baik melalui radio, televisi maupun internet. Adapun pengaruh negatifnya adalah bertambahnya jumlah kejahatan, kemungkaran dan kemaksiatan yang terjadi di masyarakat, seperti banyaknya pembunuhan, perampokan, pemerkosaan, korupsi dan berbagai kejahatan lainnya yang kesemuanya itu disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi yang disalahgunakan oleh masyarakat.

B. SARAN-SARAN

Sebagai pelengkap pada bab penutup ini dapat penulis sebutkan beberapa saran beriklia ini:

1. Bahwa bam. para da'i dan da'iah, para muballig dan muballighah, para ustadz dan usiadzah. para kiyai. dan para aktivis atau pelaku amar ma'ruf dan nahi mungkar. heodaklah memanfaatkan media-media canggih yang ada pada abad ke-21 ini dalam menyampaikan mated dakwahnya dengan sebaik-baiknya guna lersalurkannya dakwah Islamiah secara lebih efektif dan efisien serta mendapaikan hasil yang lebih optimal dan maksimal.
2. Pada era modern, khususnya abad ke-21 ini, seiring dengan kemajuan zaman yang ditandai dengan semakin canggihnya media komunikasi dan informasi, raaka dalam masyarakat pun terjadi dua perubahan, yaitu perubahan positif dan perubahan negatif. Perubahan negatif ditandai dengan semakin meningkatnya tingkat kejahatan dan tindakan kriminal, merajalelanya kemungkaran dan tempat-tempat maksiat, dan lain-lain. Sementara perubahan positif ditandai dengan semakin mudahnya masyarakat dalam melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi, bahkan tidak terbatas pada komunikasi tingkat nasional akan tetapi hingga tingkat internasional, Dan khususnya dalam praktek dakwah, dengan keamjuan zaman dan kecanggihhan media informasi dan komunikasi ini maka pelaksanaan dakwah dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan efisien serta mencapai jangkauan yang jauh dan luas

bahkan tidak terbatas. Dengan teknologi canggih di era globalisasi ini menjadikan masyarakat muslim dapat mencapai wawasan keislaman yang luas dengan sangat mudah tanpa memerlukan waktu yang lama dan biaya yang banyak.

3. Diharapkan kepada seluruh kaum musfimin dan muslimat, mu'minin dan mu'minat agar tetap selalu waspada terhadap segala bentuk informasi yang diterima baik melalui media cetak maupun media elektronik dengan melakukan filterisasi. Karena, disadari atau tidak kecanggihan alat komunikasi di abad ke-21 ini, di dalamnya terdapat unsur-unsur penyesatan dan penealihan dari ajaran Islam yang apabila masyarakat Islam tidak waspada, maka akan menjadikan masyarakat tersebut jauh dari ajaran agama dan bahkan melanggar peraturan-peraturan Tuhan yang pada akhirnya akan mengakibatkan kebinasaan bagi kita bersama sebagai kaum Muslimin dan Muslimat yang hidup di akhir zaman ini.

DAFTARPUSTAKA

- Abidin Ass, Djamalul, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Abda, Muhaimin, Slamet, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, Surabaya: Usaha Nasional, 1994, Cet. Ke-1.
- Achma, Amrullah, *Dakwah dan Transformasi Sosial-Budaya*, Yogyakarta: PLP2M, 1995.
- Ali, Novel. *Iman Versus Globalisasi*, Majalah Panji Masyarakat, 10 Desember 1991.
- Anshari, Endang Saifuddin, *Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.
- Arifin, M.M, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Study*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Aziz, All, HM, Dr., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Dahlan, Alwi, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dampak Sosialnya Terhadap Masyarakat Ibu Kota*, Jakarta: Majalah Bulanan KORPRI, 1995.
- Departemen Agama RI., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Yayasan Penterjemah Al-Qur'an, 1997.
- Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji, *Pedoman Pembinaan Dakwah Bilhal*, Jakarta.
- Effendy Uchjana, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- _____, *Ilmu, Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Citra Adirys Bakti, 1993.
- Fachruddin, *Islam di Tengah-tengah Abad Informatika*, Purwokerto: LAIN Sunan Kalijaga, 1993. Hafiduduin, Didin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- Ibrahim, Daud Marwah, *Dakwah Tahun 2000 Tinjauan Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Makalah Pada Studium General Fakultas Dakwah IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 10 Nopember 1990.

- Israr, MH., *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern*, Jakarta: CV. Firdaus, 1993.
- John, M. Echols, dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: Gramedia.
- Juwaini, Ahmad, *Gerakan Dakwah Islam 2000*, Bandung: Pustaka Misykat, 1997.
- Kafie, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah*, Surabaya: Penerbit Indah, 1993.
- Kayam, Umar, *Transformasi Budaya Kita*, Yogyakarta: Pidato Pengukuhan Guru Besar pada Fakultas Saster Universitas Gajahmada, 1989.
- Kompas, *Sidang Komite OKI Bidang Dakwah*, Ditetapkan Strategi Dakwah Tahun 2000, Jakarta: 25 Januari 1995.
- Mahzar, Armahedi, *Islam dan Transformasi Sosial Budaya dari Sudut Pandang Integratif*, Yogyakarta: PLP2M, 1985.
- Manaf, Abdul Mujahid, *Sejarah Agama-agama*, Jakarta: Grafindo Persada, 1994, edisi 1, cet.ke-1.
- Muchtarom, Zaini, H. Drs., *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, LAIN Sunan Kalijaga: Al-Amin Press, 1996.
- Mulkhan, Munir Abdul, *Paradigma Intelektual Muslim Pengantar Filsafat Pendidikan Islam dan Dakwah*, Yogyakarta: Sypress, 1993.
- Mulyana, Dedy, Rahmat Jalaluddin, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- Natsir, Muhammad, *Fiqhud Dakwah*, Jakarta: Majalah Islam Kiblat, 1972.
- Omar, Yahya Thoha, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: 1971.
- Pelita, *Tayangan Film TVRI dan RCTI*, Jakarta: 22 Agustus,; 1992.
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994, cet.ke-ix.
- Republika, *Dakwah di Tive Jika Fatwa Tergantung Niat*, Jakarta: 24 Mei, 1996.
- Risman, Abu, Drs., *Dakwah Islam Praktis Dalam Masa Pembangunan*, Yogyakarta: PLP2M, 1985.
- Sardar, Ziauddin, *Tantangan Dunia Islam Menjangkau Informasi*, Bandung: Mizan, cet.ke-iv.

- Soerjono, Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Universitas Indonesia, 1969, cet. ke-6.
- Subky, Badaruddin, *Dilema Ulama Dalam Perubahan Zaman*, Jakarta: Universitas Indonesia, 1969, cet. ke-6.
- Sudarsono, Pratiwi, *Mencari Bentuk Teknologi yang Sesuai dengan Kondisi Bangsa Indonesia*, Yogyakarta: LKPSM, 1993.
- Suminti, Aqib, *Dakwah Islam Abad XX*, Sumber: Makalah Pada Kuliah Umum PKD Al-Ittihad, 5 Juli 1992.
- Susanto, S. Astrid, *Pendapat Umum*, Bandung: Bina Cipta, 1975.
- Shihab, Quraish, *Membumikan Al-Qur'an "Fungsi dan Peranan Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat"*, Bandung: Mizan, 1993.
- Sholeh Rasyad, Abdul, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1993, cet. ke-3.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987, cet. ke-1.
- Tim Perumus, Fakultas Teknik UMJ Jakarta, *Al-Islam dan Iptek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.
- Umary, Baenawi, *Azas-azas Ilmu Dakwah*, Solo: Ramadhani, 1995.
- Widjaya, A.W., *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*, Jakarta: Bina Aksara, 1988.