Fenomena Dakwah Di Media Massa

Herul Tamrin

Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Abstrak

Berdasarkan fungsi media massa untuk memberi informasi pada khalayak, tentunya sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri dimana dakwah adalah bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman keislaman seseorang maka tindakan dakwah dapat dilakukan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut tidak bertentangan dengan kaidah. Namun demikian, karena sifat khusus tindakan dakwah, maka tindakan yang hanya berisikan ajakan, seruan, dan panggilan seseorang atau sekelompok orang sehingga orang lain dan masyarakat menjadi muslim yang dapat disebut sebagai tindakan dakwah dalam arti yang luas. Efek dan dampak dakwah melalui media massa sangat berpengaruh dalam kegiatan dakwah yang kian semarak ditandai tingginya respon sejumlah media. Dalam perkembangannya, media mampu melakukan konstruksi sosial dalam membentuk opini publik di tengah realitas di tengah-tengah masyarakat.

Kata Kunci : Dakwah, dan Media Massa

BAB I

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Keberadaan media massa sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Media massa mampu membentuk opini bahkan mengubah perilaku masyarakat. Seiring dengan itu, kehadiran media membawa nilai positif juga negatif. Sementara itu aktivitas diarahkan membentuk perilaku yang baik bagi masyarakat sehingga media diharapkan juga dapat memberi kontribusi melalui pemberitaan dalam pengembangan dakwah dalam masyarakat.¹

Aktivitas dakwah menjadi keniscayaan dengan melakukan inovasi-inovasi dalam menjaga eksistensi agama secara berkesinambungan. Dalam hal ini, islam sebagai agama dakwah menjadikan kegiatan tersebut sebagai perekat terpeliharanya nilai-nilainya islam. Proses transmisi pesan-pesan dakwah dari seorang dai dihadapan khalayak mad'u yang menjadi sasaran dakwah, tentunya dalam bingkai amar ma'ruf nahi munkar (menyeru pada kebaikan dan mencegah kemunkaran).

Berdakwah melalui media hiburan ini adalah merupakan tugas yang mulia dengan harapan mereka para pelaku media hiburan dapat memperjuangkan kebenaran dengan menegakkan amar ma'ruf dan nahi munkar dalam skala lebih luas melalui media tanpa membiaskan makna dakwah tersebut. Berbagai persoalan yang

¹ Ibid, hlm . 1014 Onong Uchyana Efendi. Ilmu Komunikasi Teori dan Prakt ek, (Bandung:Rem aja Rosdakarya, 2000), hlm . 79s Jalaludin Rakhmat. Psikologi Komunikasi , (Bandung: Remaja Rosda Karya,2005), hlm . 189Ibid.,

mengiringi pola dan intensitas perilaku keagamaan masyarakat tidak terlepas dari besarnya pengaruh media massa. Hal ini menarik dicermati dalam paradigma akademik. Justru aspek yang cukup menarik namun belum mendapat perhatian akademik yang baik, adalah pada dimensi media. Hal ini dianggap urgen untuk mengukur konstruksi sosial media massa dalam proses pengembangan dakwah.

Kegiatan dakwah kian semarak ditandai tingginya respon sejumlah media. Dalam perkembangannya, media mampu melakukan konstruksi sosial dalam membentuk opini publik di tengah realitas di tengah-tengah masyarakat. Dengan demikian, mengukur positif-negatifnya media terhadap perilaku masyarakat perlu kajian akademik sehingga memiliki kualifikasi keilmiah. Tentu baik dan buruk dampak media sangat tergantung dari perspektif yang digunakan. Untuk itu, tulisan ini lebih difokuskan pada aspek keagamaan, kaitannya dengan perubahan perilaku akibat informasi media.

BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Ditinjau dari hasil penelitian oleh Nurul Syoba mengenai dampak dari dakwah melalui media sosial mengatakan bahwa Pelaksanaan dakwah melalui media sesungguhnya selaras perintah Islam yang mewajibkan sebagian dari umat Islam yang memiliki ilmu untuk berdakwah, terutama ketika seorang muslim melihat kemunkaran yang dilakukan secara terang terangan.

Hasil penelitian ini memberikan penjelasan bahwa berdasarkan pada fungsi media massa untuk memberi informasi pada khalayak, tentunya sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri, di mana dakwah adalah bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman keislaman seseorang maka tindakan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut tidak bertentangan dengan kaidah Islam. Namun demikian, karena sifat khusus tindakan dakwah, maka tindakan yang hanya berisikan tentang ajakan, seruan panggilan dan penyampaian pesan seseorang atau sekelompok orang sehingga orang lain dan masyarakat menjadi muslim yang dapat disebut sebagai tindakan dakwah dalam pengertian yang luas.

2.2 Tinjauan Teoritis

Dakwah dan Media Massa

Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam. Kata dakwah merupakan masdar (kata benda) dari kata kerja *da'a yad'u* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan.²³

Pengertian dakwah yaitu kegiatan yang bersifat mengajak, memanggil, dan menyeru seseorang untuk beriman dan taat kepada Allah SWT. Hukum Dakwah sebagian ulama memberikan keputusan bahwa hukum dakwah yaitu *fardhu kifayah*, dan ada juga ulama lain yang menyatakan bahwa hukum berdakwah ialah *fardhu ain* dan juga terdapat hadist Rasulullah Saw. Yaitu:

² <https://media.neliti.com/media/publications/77984-ID-media-massa-dan-dakwah.pdf>

"Sampaikanlah dariku walau satu ayat" Dari hadist diatas dapat dinyatakan bahwa Rasulullah memerintahkan kita untuk menyampaikan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam aplikasi penyampaian dakwah, seorang dai sebagai subjek dakwah memerlukan seperangkat pengetahuan dan kecakapan dalam hal metode. Dengan mengetahui metode maka dai mampu memahami dan menyampaikan materi kepada objek dakwah yang sedang dihadapinya dengan harapan bahwa mampu diterima dan dipahami pula oleh mad'u Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat Konstruksi Media Massa Dalam Pengembangan Dakwah (Nurul Syobah) 157 penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan melalui metode yang tidak tepat maka pesan bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.

Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah diantaranya telah dilakukan oleh beberapa stasiun televisi baik televisi pemerintah maupun televisi swasta. Bentuk pemanfaatan media televisi tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa acara sinetron yang bernuansa Islam yang sebagian ceritanya diangkat dari kisah nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui sinetron lebih mudah sampai kepada mad'u (masyarakat). Selain itu, pesan verbal yang digunakan dalam sinetron dapat diimbangi dengan pesan dakwah visual yang memiliki efek sangat kuat terhadap pendapat ,sikap dan perilaku mad'u. Hal ini sangat mungkin terjadi karena

dalam sinetron, selain pikiran, perasaan pemirsa pun dilibatkan dalam penyampaian pesannya. Dalam sinetron juga terdapat kekuatan dramatik dan hubungan logis bagian-bagian cerita yang tersaji dalam alur cerita, kekuatan yang dibangun akan diterima mad'u secara penghayatan, sedangkan hubungan logis diterima mad'u secara pengetahuan (M uhyidin, 2002 :206).

Karena itu bahasa dakwah melalui jurnalistik harus memiliki sifat singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas dan menarik. Sedang bahasa agama adalah bahasa yang mengedepankan kemurnian, kebenaran, kebersihan, jauh dari kata-kata kotor, kasar, tidak simpatik dan menyingkirkan kata-kata yang bernada hasutan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Hujurat/49:11-12, Q.S. Lukman/31: 18-19

Efek dakwah dan Media Massa

Berdasarkan fungsi media massa untuk memberi informasi pada khalayak, tentunya sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri dimana dakwah adalah bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman keislaman seseorang maka tindakan dakwah dapat dilakukan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut tidak bertentangan dengan kaidah. Namun demikian, karena sifat khusus tindakan dakwah, maka tindakan yang hanya berisikan ajakan, seruan, dan panggilan seseorang atau sekelompok orang sehingga orang lain dan masyarakat menjadi muslim yang dapat disebut sebagai tindakan dakwah dalam arti yang luas.⁴

⁴ Rivers L, William ., Jay W. Jensen dan Theodore Peterson, Mass Media and Modern Society, alih bahasa edisi Indonesia Haris Munandar, Media Massa dan Masyarakat Modern, Jakarta: Kencana, 2008.

Pelaksanaan dakwah melalui media sesungguhnya selaras perintah islam yang mewajibkan sebagian dari umat islam yang memiliki ilmu untuk berdakwah, terutama ketika seorang muslim melihat kemunkaran yang dilakukan secara terang-terangan.

Meskipun demikian, media menyadari bahwa dakwah merupakan kebutuhan masyarakat termasuk informasi atau pemberitaan yang mengandung pesan-pesan keagamaan yang diangkat dari peristiwa keagamaan. Proses ini dilakukan dalam bentuk merekonstruksi peristiwa menjadi berita yang diakses publik.

2.3 Rumusan Masalah

2.3.1 Bagaimana dampak yang di rasakan masyarakat, melihat dakwah yang disiarkan melalui media massa?

2.4 Tujuan Penelitian

2.4.1 Untuk mengetahui seberapa antusias masyarakat menerima dakwah melalui media massa.

BAB 3

Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek yang alamiah, atau natural setting, sehingga penelitian ini sering disebut penelitian *naturalistic*. Obyek yang alami adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek dan keluar dari objek relatif tidak berubah. Dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrumen. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *Human instrument*. Untuk menjadi instrumen peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret dan mengkontruksi objek yang diteliti menjadi jelas dan bermakana. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap,

tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut (Sugiyono,2008: 02).

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan memanfaatkan media massa . dalam tulisan ini tidak akan mengkaji bagaimana membuat pesan yang efektif namun lebih kepada bagaimana kreatif dalam mencari dan menentukan media yang notabene sebagai pembawa pesan sehingga dakwah yang dilakukan betul-betul efektif. Dimana dampak dari dakwah melalui media massa sangat berpengaruh terhadap masyarakat,meskipun dakwah dapat kita temukan secara langsung, namun dakwah melalui media massa juga sangat berperan besar terhadap umat beragama islam.

3.2. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.2.1 Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari masyarakat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data utama dan data pokok yang digunakan dalam penelitian. Data pokok dapat deskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari tangan pertama subjek penelitian atau responden atau informan. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari masyarakat berdasarkan daftar pertanyaan.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

3.3.1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Dari pengamatan, akan mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi/keterangan yang diperoleh sebelumnya.

3.3.2. Wawancara *interview*

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilaksanakan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atau pertanyaan tersebut.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai kondisi di masyarakat dan apa saja dampak dari dakwah melalui media massa.

3.4. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2002: 103), analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar dengan demikian maka data-data yang lebih mudah dibaca dan disimpulkan.

Sedangkan menurut Taylor, (1975: 79), data adalah sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (*ide*)

seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Jika dikaji, pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang ke dua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif, yaitu dengan cara menghimpun data-data faktual dan mendiskripsikan. Data berasal dari seluruh informasi yang diperoleh dari hasil wawancara serta dokumen-dokumen melalui beberapa tahap. Setelah pengumpulan data, pencatatan data, peneliti melakukan analisis interaksi yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Analisis dari penelitian ini berlangsung bersama dengan proses pengumpulan data, maupun dilakukan setelah data data terkumpul.

3.4.1 Pengumpulan data

Menggali informasi dan data dari berbagai sumber atau responden. yaitu dengan wawancara, observasi, analisis dokumen dan foto-foto kegiatan yang ada.

3.4.2 Reduksi data

Dalam reduksi data, data yang diperoleh disortir karena data dari hasil wawancara merupakan data yang memiliki sifat sangat luas informasinya bahkan masih mentah (Lexy J. Moleong 2002: 114). Dengan ini kita akan bisa memilih laporan hasil wawancara yang lebih penting, jadi bila ada hasil laporan yang dirasa kurang penting bisa dibuang.

Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama, melakukan editing, pengelompokkan, dan meringkas data. Tahap kedua, menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal berkaitan dengan data yang sedang diteliti sehingga peneliti dapat menentukan tematera, kelompok-kelompok, dan pola-pola

data. Pada tahap terakhir dari reduksi data adalah menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan penjelasan berkenaan dengan tema, pola, atau kelompok yang bersangkutan.

3.4.3 Penyajian data

Hasil dari pengorganisasian data yang di sajikan secara sistematis dapat dibentuk dalam sebuah laporan. Bentuk penyajian laporan berupa diskriptif analitik dan logis yang mengarah pada kesimpulan. Dalam tahap ini peneliti dituntut untuk melakukan penafsiran terhadap data dalam wawancara.

3.4.4 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

Penarikan kesimpulan menyangkut intepretasi peneliti, yaitu pengembangan makna dari data yang ditampilkan. Kesimpulan yang masih kaku senantiasa di verifikasi selama penelitian berlangsung, sehingga diperoleh kesimpulan yang kredibilitas dan objektivitasnya terjamin. Verifikasi bisa berupa pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti saat mengadakan pencatatan atau bisa berupa suatu tinjauan ulang terhadap catatan-catatan di lapangan.

BAB 4

Hasil Dan Pembahasan

Efek dan dampak dakwah melalui media massa sangat berpengaruh dalam Kegiatan dakwah yang kian semarak ditandai tingginya respon sejumlah media. dalam perkembangannya, media mampu melakukan konstruksi sosial dalam membentuk opini publik di tengah realitas di tengah-tengah masyarakat. dapat dilihat melalui observasi dan wawancara.

Untuk melihat respon masyarakat dari hasil observasi yang peneliti lakukan menyatakan bahwa dakwah melalui media massa sangat mempermudah dimanapun kita berada, walaupun tidak bertemu langsung dengan pendakwah. Namun kita mampu mendapatkannya dimanapun berada termasuk media massa. Hasil wawancara terkait penelitian tanggapan dari ibu Winda, selaku masyarakat :

“Dengan adanya dakwah di media massa, itu memudahkan kita mempelajari dakwah dan menerima informasi dimanapun dan kapanpun.”

Hal ini senada disampaikan oleh salah satu remaja mesjid Baiturrahim bernama Herul :

“ Sangat penting, karena media saat ini lebih instan untuk mengetahui apa yang tidak diketahui termasuk dakwah, contoh di masa pandemi orang hanya menggunakan media untuk belajar berdakwah”

1. Dampak Positif

Dari hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa di masa ini sudah ada pedoman untuk mendapatkan informasi dari media massa yang lebih luas serta tidak menutup kemungkinan informasi yang kita dapatkan jauh lebih cepat melalui media massa dibandingkan secara langsung termasuk dakwah .

Hal ini disampaikan oleh salah satu imam mesjid Baiturrahim kota Parepare :

“ pengaruhnya terhadap masyarakat sangat positif dan masyarakat sangat antusias ketika melihat dakwah melalui media massa. Mereka dengan mudah mendapatkan informasi dakwah melalui media massa”.

Hal ini senada dikatakan oleh jamaah mesjid Baiturrahim bernama adji :

“ Kami sangat mudah mendapatkan informasi dakwah dimanapun kami berada melalui media massa, apalagi kami adalah karyawan yang jarang mengikuti kegiatan dakwah secara langsung. Kami hanya tinggal membuka atau melihat artikel tentang dakwah di media massa”.

2. Dampak Negatif

Kemunduran moral, yaitu banyaknya berita hoax dan ujaran kebencian di media massa yang menyebabkan terjadinya konflik antarkelompok. Hal ini disampaikan oleh salah satu petugas kepolisian bernama priyono :

“ Media massa memang memiliki banyak nilai positif namun tidak menutup kemungkinan memiliki dampak negatif, salah satunya ujaran kebencian yang maksudnya berdakwah namun hal yang disampaikan bertentangan dengan kaidah islam”

KESIMPULAN

Berdasarkan fungsi media massa untuk memberi informasi pada khalayak, tentunya sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri dimana dakwah adalah bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman keislaman seseorang maka tindakan dakwah dapat dilakukan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut tidak bertentangan dengan kaidah. Namun demikian, karena sifat khusus tindakan dakwah, maka tindakan yang hanya berisikan ajakan, seruan, dan panggilan seseorang atau sekelompok orang sehingga orang lain dan masyarakat menjadi muslim yang dapat disebut sebagai tindakan dakwah dalam arti yang luas.

Pelaksanaan dakwah melalui media sesungguhnya selaras perintah islam yang mewajibkan sebagian dari umat islam yang memiliki ilmu untuk berdakwah, terutama ketika seorang muslim melihat kemunkaran yang dilakukan secara terang-terangan.

Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah diantaranya telah dilakukan oleh beberapa stasiun televisi baik televisi pemerintah maupun televisi swasta. Bentuk pemanfaatan media televisi tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa acara sinetron yang bernuansa Islam yang sebagian ceritanya diangkat dari kisah nyata dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Ibid, hlm . 101⁴ Onong Uchyana Efendi. Ilmu Komunikasi Teori dan Prakt ek, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2000), hlm . 79⁵ Jalaludin Rakhmat. Psikologi Komunikasi , (Bandung: Remaja Rosda Karya,2005), hlm . 189⁶Ibid., hlm . 18 , diakses pada tanggal 17 juli 2020

<https://media.neliti.com/media/publications/77984-ID-media-massa-dan-dakwah.pdf>

Rivers L, William ., Jay W. Jensen dan Theodore Peterson, Mass Media and Modern Society, alih bahasa edisi Indonesia Haris Munandar, Media Massa dan Masyarakat Modern, Jakarta: Kencana, 2008.