

# KOMUNIKASI DAKWAH; DAKWAH INTERAKTIF MELALUI MEDIA KOMUNIKASI

Eva Maghfiroh

Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang

Email: evajauhari@yahoo.com

## Abstrak

Informasi menjadi bagian penting dalam kehidupan. Pada perkembangan terkini, informasi menjadi komoditas khususnya dalam kancah komunikasi dakwah. Pengelola produk informasi yang tersaji untuk masyarakat dalam hal ini diperankan oleh media massa. Penggunaan teknologi informasi menjadi sebuah cara yang efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi termasuk di dalamnya informasi keagamaan untuk kepentingan dakwah. Dari sisi da'i, penggunaan teknologi media komunikasi ini dapat memperluas audien dakwah. Dengan demikian, tingkat penyebaran nilai-nilai agama menjadi lebih luas, minimal dalam tataran informatif.

**Kata Kunci:** Dakwah Interaktif, Media

## Pendahuluan

Dakwah merupakan suatu *iltizam* yang harus ditunaikan setiap muslim. Ia dapat dilakukan dalam bentuk seruan, pemberian contoh ahlak yang mulia, dan kegiatan-kegiatan yang *bermashlahat* bagi setiap insan.<sup>1</sup> Hukum dakwah adalah wajib bagi setiap muslim, dengan melaksanakan atau melakukannya secara berkesinambungan, yang bertujuan akhir untuk mengubah perilaku manusia berdasarkan pengetahuan dan sikap yang benar, yakni untuk membawa manusia mengabdikan kepada Allah swt. secara total sebagaimana digambarkan Al-Qur'an.<sup>2</sup>

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. merekalah orang-orang yang beruntung.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Djamalul Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Pres, 1996), 5.

<sup>2</sup>Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 146.

<sup>3</sup>al-quran, 3:104

Pada hakikatnya, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan. Hal ini dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.<sup>4</sup>

Dakwah adalah suatu proses yang kompleks. Proses dakwah terjadi karena adanya interaksi antara sejumlah unsur, dimana unsur-unsur yang dimaksud meliputi; da'i (komunikator) atau penyampai pesan dakwah, mad'u (komunikan) penerima pesan dakwah, lingkungan dan sarana/media dakwah. Unsur-unsur tersebut merupakan sebuah sistem yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya dalam suatu aktivitas dakwah. Keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh peran dari semua unsur tersebut. Salah satu unsur yang sangat menunjang di dalam proses berlansungnya dakwah yang dikenal pula dengan istilah media dakwah.

Ahmad Mubarak dalam buku Psikologi Dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da'i mengomunikasikan pesan kepada mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.<sup>5</sup>

### **Sekilas komunikasi dakwah**

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari al-Quran dan hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap,

---

<sup>4</sup>Achmad Amrullah, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Prima Duta, 1983), 2.

<sup>5</sup>Wahyu Ilahi. *Komunikasi dakwah*.(bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2010), 24.

pendapat atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>6</sup>

Dari sisi audien, sebagai contoh, seorang muslim dapat mengambil banyak manfaat dari maraknya program agama Islam di radio. Muslim yang karena suatu alasan menjadi sibuk dan tidak sempat menghadiri majelis ta'lim, dapat memanfaatkan hadirnya nilai-nilai agama dengan perantaraan teknologi media komunikasi dalam menjaga kontinuitas keberagamaannya.<sup>7</sup>

Salah satu sarana teknologi media komunikasi dan informasi yang mampu menjangkau masyarakat luas diantaranya adalah radio. Oleh karena itu, radio dianggap efektif dalam penyampaian informasi pada masyarakat, sebab harga pesawat radio yang relatif murah, dengan daya jangkau frekuensi dan daya persuasi yang terjangkau pula.

Media elektronik seperti radio merupakan salah satu hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat di jadikan sebagai media dalam penyiaran berbagai informasi. Peranan radio sebagai media penyiarandewasa ini di pandang semakin penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat media elektronik tersebut. Radio berfungsi sebagai media komunikasi, ekspresi, informasi, pendidikan dan hiburan.

Media radio dianggap memiliki kekuatan yang cukup hebat, hal ini disebabkan oleh tiga faktor penting yaitu: *pertama*, radio siaran sifatnya adalah langsung. Untuk mencapai sasarannya, yaitu para pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan oleh media radio tidaklah mengalami proses yang kompleks. *Kedua*, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu, selain itu ruangpun bagi media radio siaran tidak merupakan sebuah masalah, bagaimanapun jauhnya jarak sasaran yang akan di tuju, dengan media radio siaran akan dengan mudah dapat dicapainya. *Ketiga*, media siaran radio memiliki daya tarik yang kuat, daya tarik ini ialah karena disebabkan oleh sifatnya yang serba hidup. Hal ini tentu karena adanya unsur unsur

---

<sup>6</sup> Ibid., 26.

<sup>7</sup> Abdullah Rohim, "E dakwah:berdakwah melalui internet.", *Al-Hikmah, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, Edisi 02 (Oktober, 2007), 16-17.

yang ada pada media radio yaitu: kata kata, kalimat dari seorang penyiar, musik dan efek suara.<sup>8</sup>

Dari beberapa kelebihan yang dimiliki radio sebagai media penyiaran menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan besar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang butaradio menstimulasikan begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui telinga pendengar.<sup>9</sup> Dengan mendengarkan siaran radio di sini pendengar bisa berimajinasi dengan bebas, terlebih lagi program seperti ceramah agama atau talk show tentunya membutuhkan seoran penyiar dalam menyampaikan materi kepada pendengar (audiens) karena siaran radio yang hanya berupa audio agar esan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

### **Memaknai arti dakwah**

Dakwah, secara bahasa (*Etimologi*), merupakan sebuah kata dari bahasa arab dalam. Kata dakwah berasal dari kata : يدعو, دعوة, دعا yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a.<sup>10</sup>

Dakwah menurut arti istilahnya mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau devinisi terhadap istilah dakwah terdapat beraneka ragam pendapat. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan. Untuk lebih jelasnya di bawah disajikan beberapa definisi dakwah menurut bebera apa ahli<sup>11</sup>

Sedangkan secara terminologi Menurut Toha Yahya Umar, dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemashlahatan dan kebahagiaan

---

<sup>8</sup>Onong U effendy, *Dimensi Dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumni, 1981), 140-141.

<sup>9</sup>Masduki, *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyair*, (Yogyakarta: LkiS, 2001), 9.

<sup>10</sup>Enjang dkk, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 3.

<sup>11</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, 18.

mereka di dunia dan di akhirat.<sup>12</sup> Menurut Quraish Syihab Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kesituasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>13</sup>

### **Media Komunikasi**

Media adalah suatu alat atau sarana komunikasi, dalam hal ini yang dimaksud adalah media elektronik, yaitu alat (sarana) media massa yang mempergunakan alat elektronik modern misalnya radio dan televisi.<sup>14</sup> Sedangkan komunikasi itu sendiri adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan timbul saling pengertian yang mendalam.<sup>15</sup>

Dengan demikian media komunikasi adalah suatu alat atau sarana elektronika modern, seperti radio televisi dan lain lain yang dimanfaatkan sebagai alat suatu proses membangun hubungan antar sesama melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

#### **1. Pesan Islam**

Dalam istilah agama islam pesan disebut dengan *maudu* (pesan islam) yang artinya materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i (subyek dakwah) kepada mad'u (objek dakwah) yaitu keseluruhan ajaran islam, yang ada didalam kitabullah dan sunnah rosulnya, atau yang disebut juga dengan al haq (kebenaran hakiki) yaitu al iaslam yang bersumber dari al-qur'an.<sup>16</sup>

Dengan demikian pesan islam adalah perintah, nasehat, amanah atau permintaan yang disampaikan dalam bentuk materi dari da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) yang berdasar kepada al qur'an dan al hadist.

#### **2. Program acara keagamaan**

---

<sup>12</sup>Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*, Cet. IV (; Jakarta: Widjaya, 1985), 1.

<sup>13</sup> Quraish Syihab, *Membumikan Al Qur'an* (Bandung : Mizan, 1999), 194.

<sup>14</sup>Ibid.

<sup>15</sup>Lukiati Komala, *Ilmu Komunikasi;Persepektif, Proses Dan Konteks* (Bandung: Widya Pajadjaran, 2009), 73.

<sup>16</sup>Enjang, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*,(bandang,widya padjajaran, 2009), 80.

Program acara keagamaan merupakan rancangan mengenai asas serta usaha yang akan dilakukan, dalam konsep kegiatan/hal pemfokusan mengenai nilai nilai agama

Dalam proses program acara keagamaan merupakan usaha merancang suatu kegiatan yang berdasar pada konsep ajaran yang diyakini dalam hal ini adalah ajaran islam.

### **Kajian Dakwah Interaktif**

Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, prilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai aktifitas menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kemakrufan dan mencegah dari kemungkaran. Berdasarkan penjelasan diatas, maka seberapa besarnya aktifitas dakwah dapat berhasil secara optimal, jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Terkait dengan hal ini, maka komunikator atau da'i juga harus memperhatikan tampilan diri komunikator dan pesan yang akan disampaikan kepada mad'u atau komunikan, sehingga terjalin proses komunikasi yang aktif.

Berangkat dari sebuah paradigma komunikasi dan dakwah yaitu paradigma interaksional yang mempunyai karakteristik utama menonjolkan nilai individual di atas segala pengaruh yang lainnya, maka penelitian ini menjadi penting adanya. Pasalnya, manusia mempunyai esensi kebudayaan, saling berhubungan, bermasyarakat dan memiliki buah pikiran. Justru itu, setiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia.

Paradigma interaksional dalam komunikasi yang dapat diterapkan dalam dakwah, amat sering dinyatakan sebagai komunikasi dialogis atau komunikasi yang dipandang sebagai dialog. Unsur fundamental dalam dialog adalah melihat yang lain atau mengalami pihak lain sehingga proses dasar dalam dialog ialah konsep pengambilan peran, paradigma interaksional yang memberikan faktor manusiawi, sangat relevan diterapkan dalam dakwah yang bertujuan mengembalikan manusia kepada fitrah dan kehanifaannya.

Konsep Islam yang memandang manusia sebagai kholifatullah dan sebagai makhluk yang rasional dan menunjang hak-hak asasi manusia serta mengembangkan prinsi-prinsip egaliter dan populis sehingga sesuai dengan paradigma interaksional.<sup>17</sup>

Guna mencapai tujuan tersebut, ada beberapa teori yang peneliti anggap tepat, yakni teori empati dan teori homofili. Kedua teori ini sangat berguna dalam komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) termasuk dalam pelaksanaan dakwah. Keduanya relevan ditempatkan dalam kelompok besar paradigma atau intraksional komunikasi dan dakwah. Dalam hal ini penonjolan nilai-nilai dan harkat manusia di atas segala pengaruh yang lainnya sangat dominan karena manusia adalah makhluk yang relatif sempurna.

Teori empati dan teori homofili merupakan salah satu teori komunikasi dan dakwah. Teori empati secara sederhana adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Dalam hal ini K. Berlo memperkenalkan teori yang dikenal dengan nama *influence theory of empathi* (teori penurunan dari penempatan diri kedalam diri orang lain).artinya komunikator mengandaikan diri, bagaimana kalau ia berada pada posisi komunikan. Dalam hal ini individu memiliki pribadi khayal sehingga individu-individu yang berinteraksi dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan masing-masing, yang kemudian menjadi dasar dalam melakukan penyesuaian. Dengan demikian empati dalam dakwah adalah sifat yang sangat dekat dengan citra seseorang mubaligh tentang diri dan tentang orang lain. Dalam usaha melakukan empati dalam peristiwa komunikasi itu, Rogers Shoemaker memperkenalkan homofili. Hal ini dimaksudkan sebagai kemampuan individu untuk menciptakan kebersamaan-kebersamaan, baik fisik maupun mental. Dengan homofili tercipta hubungan-hubungan sosial dan kominiasi yang intensif dan efektif. Istialah homofili berasal dari perkataan yunani yaitu *homoios* yang berarti sama.

Jadi komunikasi berarti komunikasi dengan orang yang sama yaitu derajat dari orang yang berkomunikasi dengan sifat-sifat tertentu. Homofili dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang

---

<sup>17</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer; Sebuah Study Komunikasi* (Jogjakarta; Graha Ilmu, 2011), 231-232.

yang berinteraksi dengan lancar karna memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian. Sulit sekali terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat heterofili, yaitu tidak memiliki kesamaan bahasa, pengetahuan, dan kepentingan.<sup>18</sup>

Adapun unsur-unsur dakwah yang berkaitan dengan teori empati dan homofili adalah sebagai berikut:

#### 1. Subjek Dakwah (Da'i)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan ataupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.<sup>19</sup>

Peran da'i sangatlah penting karna da'i harus memahami dan melaksanakan semua langkah yang strategis mengenai khalayak, pesan, metode yang digunakan dan media yang dipakai sesuai dengan kondisi dengan khalayak. Karna Efektifitas dakwah dibangun baik oleh da'i, mad'u, metode dan media yang digunakan.<sup>20</sup>

Menurut Jasmes McCroskey (1966) kredibilitas komunikator dapat dimiliki oleh seorang karna: *competence* yaitu kompetensi penguasaan terhadap pesan yang disampaikan, *attitude* yaitu sikap tegas pada prinsip, *intentionp* yaitu tujuan yang baik, *personaliti* yaitu kepribadian yang hangat dan bersahabat, dan *dynamism* yaitu dinamika yang menunjukkan cara penyajian yang menarik dan tidak membosankan.<sup>21</sup>

Menurut Syaikh Bin Bazz seorang da'i harus memiliki kriteria dalam berdakwah antara lain:

- a. Mengilmui apa yang dia dakwahkan.
- b. Mengamalkan apa yang ia dakwahkan.
- c. Ikhlas dalam berdakwah.

---

<sup>18</sup>Ibid., 77-79.

<sup>19</sup>Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 19.

<sup>20</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, 236.

<sup>21</sup>Ibid., 236-237.

- d. Memulai dari yang terpenting kemudian yang penting (berikutnya) yaitu memulai dengan memperbaiki aqidah, syariah, akhlaq.
  - e. Bertekad bulat dengan cita-cita yang kuat, artinya seorang da'i tidak boleh putus asa dalam berdakwah dan tidak pula berputus asa pada pertolongan Allah SWT, walaupun ia telah berdakwah dalam jangka waktu yang lama.
2. Objek Dakwah (Mad'u)

Dakwah yang dilakukan dengan menggunakan pers, film, radio dan televisi, atau retorika atau pidato (*public speaking*), akan diterima oleh komunikan atau sasaran dalam jumlah yang besar, yang disebut khalayak (*audience*) yang dalam bahasa Arab disebut mad'u. Artinya khalayak adalah orang yang menjadi sasaran media massa, yaitu pembaca surat kabar, penonton film, pendengar radio dan pemirsa televisi atau orang-orang yang datang mendengar pidato dalam tabliq akbar atau khutbah.<sup>22</sup>

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam, maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu;

- a. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan golongan yang di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.<sup>23</sup>

Dalam firman Allah SWT

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٧٦﴾

---

<sup>22</sup>Ibid., 137.

<sup>23</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 19-20.

*Artinya: Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada Mengetahui. (QS. As-saba 34;28)*

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa objek atau sasaran dakwah secara umum adalah sejumlah manusia, dan objek secara khusus dapat ditinjau dari berbagai aspek secara khusus sebagai berikut;

- a. Aspek usia; anak-anak, remaja dan orang tua.
- b. Aspek kelamin; laki-laki dan perempuan.
- c. Aspek agama; Islam dan kafir atau nonmuslim.
- d. Aspek sosiologis; masyarakat terasing, pedesaan, kota kecil dan kota besar, serta masyarakat marginal dari kota besar.
- e. Aspek struktur kelembagaan; legislatif, eksekutif, dan yudikatif.
- f. Aspek kultur keberagaman; priyayi, abangan, dan santri.
- g. Aspek ekonomi; golongan kaya, menengah, dan miskin.
- h. Aspek mata pencaharian; petani, peternak, pedagang, nelayan, karyawan, buruh dll.
- i. Aspek khusus; golongan masyarakat tuna susila, tuna netra, tuna rungu, tuna karya, tuna wisma, dan nara pidana.
- j. Komunitas masyarakat seniman, baik seni musik, seni lukis, seni pahat, seni tari, artis, aktris, dll.<sup>24</sup>

### 3. Materi dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Pesan Aqidah, meliputi Iman kepada Allah SWT. Iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada rosul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, iman kepada Qodho' dan Qodhar.

---

<sup>24</sup>Abdul Wadud Nafis, "strategi dakwah di era globalisasi" *Al-Hikmah, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, edisi 02 ( Oktober 2007), 32.

- b. Pesan Syariah, meliputi ibadah toharoh, sholat, zakat, puasa, dan haji serta muamalah yang meliputi;
  - 1) Hukum perdata; hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.
  - 2) Hukum publik; hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai
- c. Pesan Akhlaq, meliputi akhlaq terhadap Allah SWT, akhlaq terhadap makhluk yang meliputi; akhlaq terhadap manusia, diri-sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlaq terhadap bukan manusia, flora, fauna dan sebagainya.<sup>25</sup>

Bertolak dari uraian diatas maka pesan dakwah adalah seluruh ajaran Islam yang sering disebut dengan syari'at Islam, yang oleh Schiko Murata dan William C. Chitick disebut sebagai *Triologi Islam* (Islam, Iman dan Ihsan).<sup>26</sup>

Sebuah pesan dakwah dapat bersifat verbal dan nonverbal. Pesan yang bersifat verbal dapat disebut sebagai isi pesan atau materi (*maddah*) dakwah. Perencanaan pesan dakwah (verbal dan non verbal) dapat dilakukan dengan menggunakan tradisi retorika, yang telah berkembang jauh sebelum masehi. Fokus perhatian dalam retorika itu yang dikenal dengan “karya agung” retorika, yaitu penemuan (*invention*), penyusunan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*dellivery*), dan ingatan (*memori*). Kalima karya agung retorika itu merupakan unsur penting dalm merencanakan pesan dakwah. Oleh karena itu perencanaan pesan diawali dengan ide-ide penemuan, pengaturan ide, memilih cara membingkai ide-ide itu dengan bahasa yang kesemuannya dapat disebut *konseptualisasi*. Kemudian penyusunan simbol-simbol terutama yang terkait dengan orang dan konteks. Demikian juga gaya yang berkaitan dengan ppenyajian dari semua simbol tersebut, yang diteruskan dengan penyampaian, yaitu perwujudan dari simbol-simbol yang mencakup pilihan nonvebal untuk berbicara, menulis atau memediasi pesan. Terahir adalah daya ingat, yang berarti tidak lagi hanya mengacu kepada penghafalan, tetapi bagaimana menyimpan dan mengolah informasi.<sup>27</sup>

### **Dakwah interaktif melalui Media komunikasi (*spesifikasi radio*)**

---

<sup>25</sup>Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*, 20.

<sup>26</sup>Enjang, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, 81.

<sup>27</sup>Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer*, 247-248.

Belum pernah dalam sejarah, manusia dapat menyebarkan gagasannya dan dapat menyampaikan isi dakwah kepada banyak orang dengan cepat, atau memperoleh informasi sedemikian beragamnya sebelum ada surat kabar, film, radio dan televisi. Yang kemudian dikenal sebagai media massa. Media berasal dari bahasa latin *medium* yang berarti perantara, pengantara atau tengah. Sedangkan dalam pengertian jamak dipakai istilah media. Kemudian istilah media itu digunakan dalam bahasa inggris dan diserap kedalam bahasa indonesia, dengan makna antara lain: alat komunikasi, atau perantara atau penghubung. Media dibagi oleh Arifin dalam tiga bentuk.

*Pertama* media yang menyalurkan ucapan (*spoken words*), termasuk juga yang berbentuk bunyi, yang sejak dahulu sudah dikenal dan dimanfaatkan sebagai medium yang utama, dan karena hanya dapat ditangkap oleh telinga, maka dinamakan juga *auditive media* (media auditif atau media dengar). Media yang termasuk dalam katagori ini, antara lain: gendang, kentongan (alarm block), telepon dan radio.

*Ke dua* media yang menyalurkan tulisan (*printed writing*), dan hanya dapat ditangkap oleh mata maka disebut juga *visual media* (media visual atau media pandang). Media yang termasuk golongan ini antara lain: prasasti, selebaran, pamflet, poster, brosur, baliho, sepanduk, surat kabar, majalah dan buku.

*Ke tiga* media yang menyalurkan gambar hidup, dan karena dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus, maka disebut *audio visual media* (media audio visual atau media dengar pandang), media yang termasuk dalam bentuk ini hanya film dan televisi.<sup>28</sup>

Secara garis besar media komunikasi yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah dapat digolongkan kedalam beberapa jenis diantaranya adalah: Pertama, media visual yakni alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihat untuk menangkap datanya, misal: Film Slide, Over Head Proyektor (OHP), media cetak, gambar photo diam, komputer. Kedua, media auditif merupakan alat komunikasi yang berbentuk hasil teknologi canggih dalam wujud hardware,

---

<sup>28</sup>Ibid., 89.

media ini dapat ditangkap melalui indera pendengaran, misal: radio, tape recorder, telephon. Ketiga, media audio visual merupakan perangkat komunikasi yang dapat ditangkap melalui indera pendengar maupun penglihat, misal: movie film, televisi.

Dari beberapa media dakwah tersebut di sini tidak akan membahas secara keseluruhan, akan tetapi memfokuskan pada media elektronik radio. Di mana radio selain dapat digunakan untuk kepentingan hiburan, pendidikan dan informasi, juga untuk kepentingan penyiaran agama Islam (dakwah islamiyah) yang bersifat ceramah, drama, dan peringatan hari-hari besar Islam. Walaupun dibandingkan media cetak dan televisi, radio dianggap sebagai anak kecil, namun menjelang dan sesudah reformasi, radio menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat yang sadar akan informasi.

Kesadaran yang muncul dikalangan pengelola (owner) dan praktisi (broadcaster) bahwa radio merupakan media informasi strategis, mendapatkan momentum yang sangat tepat. Seperti menemukan kembali anak yang hilang, yaitu program informasi, radio berlomba menyajikan berita sebaik mungkin, baik dari segi materi maupun pengemasannya. Tiga alasan mengapa radio semakin dilirik, karena sifat ketersegeraan (actuality), berita radio yang tersaji secara langsung menjadi primadona karena aktualitas dan objektivitasnya terjamin tanpa rekayasa ulang dari redaktur. Sifat format kemasan (bodystyle), kemasan berita radio dewasa ini makin bervariasi, sehingga memudahkan masyarakat pendengar untuk memilih kemasan yang pas buat mereka, dan mencatat waktu penyiaran yang sesuai dengan kesibukan mereka.

Sifat lokalitasnya, sebagai sarana komunikasi publik, radio menganut prinsip segmentasi menurut kedekatan geografis dan perilaku sosial masyarakat sekitarnya. Prinsip ini mengharuskan radio bersifat sangat lokal, dan karena itu radio lebih mampu menyerap lebih dalam aspirasi lokal dan menyiarkannya.

Dalam proses pelaksanaan dakwah media massa memiliki posisi dan peran “mediasi” yaitu menyampaikan (transmitters) berbagai pesan dakwah (*al khyar, amr maruf, dan nahy munkar*) dari pihak-pihak diluar dirinya, sekaligus sebagai pengirim (sender) pesan dakwah yang dibuat (*constructed*) oleh para wartawannya kepada khalayak yang besar jumbelahnya dan sekaligus menyerap berbagai macam informasi

yang disiarkan oleh media massa. Seain itu media massa dapat digunakan oleh para wartawan memproduksi berbagai pesan dakwah (*al khyar, amr maruf, dan nahy munkar*).<sup>29</sup>

Media radio sebagai media dakwah merupakan suatu bentuk pembaharuan siaran relegius yang bersifat konvensional atau tradisional, sehingga siarannya mampu bersaing dengan program siaran yang lain, pelaksanaan dakwah melalui radio tidaklah mudah, karena disamping diperlukan seorang yang ahli juga perlu ada persiapan yang matang tentang berbagai bahan bahan yang akan disampaikan dimana penyuguhan dakwah ini lebih menarik sehingga pendengar akan merasa kehilangan manakala siaran dakwah tidak terdengar lagi

Adapun beberapa bentuk siaran agama islam yang biasa dipakai oleh pihak radio antara lain: Bentuk acara yang bersifat monologis, biasa dengan memutar kaset yang sudah direkam sebelumnya. Atau pengajian pengajian kitab bagi komunitas secara on air tanpa adanya interaktif. Bentuk acara yang bersifat dialogis yaitu seorang da'i menyapaikan pesan islam secara langsung kepada pendeng melalui radio.dan pendengar bisa ikut terlibat langsung pada acara yang sedang berlangsung dengan bertanya kepada da'i dengan cara menelfon atau SMS langsung

## Referensi

- Abidin Djamalul, 1996. *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Pres
- Achmad Amrullah, 1983. *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Prima Duta
- Arifin Anwar, 2011. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Study Komunikasi*, Jogjakarta; Graha Ilmu.
- Arifin Med, 2000. *Dakwah Suatu Pengantar Study*, Jakarta: Wijaya.
- Aziz Moh Ali, 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dokumen Radio Diana Fm Jember.
- Efendy Onong Uchjana, 1990. *Radio Siaran; Teori Dan Praktik*, Bandung; Mandar Maju.
- Enjang dkk, 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjadjaran.

---

<sup>29</sup>Ibid., 90.

Fraser, C. & Estrada, 2001. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta: UNESCO Jakarta Office.

<http://sejarah ditemukannya radio.htm>

<http://digilib.un-suka.ac.id/1176/1>

<http://digilib.un-suka.ac.id/2748/view/divisions/jur=sfkpi/2009.html>

Ilahi Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kamus besar bahasa indonesia (KBBI)

Kumala, Lukiari, 2009. *Ilmu Komunikasi Perspektif Proses dan Konteks*, Bandung: Widya Padjadjaran.

Masduki, 2001. *Jurnalistik Radio; Menata profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta: LKIS.

Nafis Abdul Wadud, *Al-Hikmah, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, edisi 02 Oktober 2007

Rachmattie Atie, 2007. *Radio Komunitas; Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, Bandung; Simbiosis Rekatama Media.

Rohim Abdullah, *Al-Hikmah, Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, edisi 02 Oktober 2007.

Rosyad, Abd Shaleh, 1995. *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.

Simanjutak Tiur lh, 2002. *dasar-dasar komunikasi*, bandung: pt alumni.

Syihab, Quraish, 1999. *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan.

Syukir, Asmuni, 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al Ikhlas.

Umar Toha Yahya, 1985. *Ilmu Dakwah*, Cet. IV; Jakarta: Widjaya,

[www.id.Wikipedia.Org](http://www.id.Wikipedia.Org)