



KOMUNIKA, P-ISSN [2615-112X], E-ISSN [2615-5206]
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/komunika>
DOI: <http://dx.doi.org/10.24042/komunikavli1.2751>
Volume 1, No. 1, Juni 2018, halaman 33 - 50

DAKWAH PERSPEKTIF EKOLOGI MEDIA

Siti Uswatun Khasanah
Universitas Islam Attahiriyah Jakarta
sitiuswatun@yahoo.com

Abstract: *Globalization that occurs today does not necessarily make da'wah in Indonesia can be felt evenly by the community. One of the factors that cause some people to get da'wah opportunity is poverty. In additions there are also other problems such as low audience spirit and quality of d'ii, facilities and infrastructure are not adequate, and the low relevance of da'wah with needs. With the development of technology, ideally da'wah in Indonesia is efficient, effective, has a clear standardization and produce quality output as needed. Da'wah by using technology is something that can not be denied. Theoretically, McLuhan (1964) states that we have a symbiotic relationship with technology that uses media. Man creates technology, and instead technology makes man. The theory of media ecology has the assumption that: 1). Media encompasses every action in society, 2). Media improves our perceptions and organizes experiences, 3). The media brings the whole world together. Communication technology has a great effect on people's lives (especially da'wah). Almost all human activities and actions can not be separated from the influence of technology. Then it should be used wisely by the Muslim community. With quality education is expected to prepare people to face this global era.*

Abstrak: Globalisasi yang terjadi saat ini tidak lantas membuat dakwah di Indonesia dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat. Salah satu faktor yang menyebabkan sebagian orang mendapat peluang dakwah adalah kemiskinan. Selain itu ada juga masalah lain, seperti semangat penonton yang rendah, kualitas dai, sarana dan prasarana tidak memadai, dan rendahnya relevansi dakwah dengan kebutuhan. Dengan perkembangan teknologi, idealnya dakwah di Indonesia cukup efisien, efektif, memiliki standardisasi yang jelas dan menghasilkan keluaran yang berkualitas sesuai kebutuhan. Dakwah dengan menggunakan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat disangkal. Secara teoritis, McLuhan (1964) menyatakan bahwa kita memiliki hubungan simbiotik dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi membuat manusia. Teori ekologi media memiliki asumsi bahwa: 1). Media mencakup setiap tindakan dalam masyarakat, 2). Media meningkatkan persepsi kita dan mengatur pengalaman, 3). Media membawa seluruh dunia bersama. Teknologi komunikasi memiliki pengaruh besar pada kehidupan masyarakat (terutama dakwah). Hampir semua aktivitas dan tindakan manusia tidak dapat dipisahkan dari pengaruh teknologi. Maka itu harus digunakan dengan bijaksana oleh komunitas Muslim. Dengan pendidikan berkualitas diharapkan dapat mempersiapkan orang untuk menghadapi era global ini.

Keywords: *Media Ecology, Communication, Media, Da'wah Approach.*

A. Pendahuluan

Dakwah adalah usaha mengajak manusia untuk sama-sama membangun dunia ini dengan penuh kedamaian (salam), keadilan, cinta, kasih, etika dan akhlak yang luhur, demi mencapai masyarakat berkeadaban yang hormat menghormati satu sama lain.¹ Dakwah merupakan kewajiban atas komunitas yang terdapat pada manusia. Mengajak berbuat baik dan mencegah dari yang munkar merupakan prinsipal yang menunjukkan kelebihan umat Islam. Di dalam al-Qur'an,

¹ Andi Faisal Bakti, Dakwah dalam Komunikasi, www.andifaisalbakti.net/articles. Diunduh tanggal 15 Desember 2015

terdapat banyak istilah-istilah lain, seperti: *Tabligh*², *Hikmah*³, *Mau'idzah al-Hasanah*, *Mujadalah*⁴, *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*, Dakwah (QS. Yusuf: 23, Yunus: 25 dan An-Nahl: 125), *Washiyat* (وصية) (QS. Al-Asr: 3), *Tadzikoroh* (QS. Al-'Ala: 9), *Indzar* Nasehat (QS. Al-Arof: 179).

Kewajiban untuk berdakwah diperintahkan bagi setiap muslim (juru dakwah). Juru dakwah atau subyek dakwah menurut A. Hasjimy⁵, yaitu para penasehat, para pemimpin, dan para pemberi ingat, yang memberi nasehat dengan baik, yang mengarang dan berkhotbah, yang memusatkan kegiatan jiwa-raganya dalam *wa'ad* dan *wa'id* (berita pahala dan berita siksaan) dan dalam membicarakan tentang kampung akhirat untuk melepaskan orang-orang yang karam dalam gelombang dunia.

Ismail R. Al-Faruqi dan Lois Lamya Al-Faruqi mengambil beberapa ayat Al-Qur'an⁶, ia juga mengatakan bahwa hakikat dakwah Islam terbagi menjadi tiga term: kebebasan, rasionalitas dan universalitas dan ketiganya adalah saling berkaitan dan melengkapi. Dia mengatakan bahwa dakwah bukan saja merupakan suatu keharusan, melainkan tugas terbesar kaum Muslim yang mesti ditunaikan. Oleh sebab itu, dapat dimengerti bila semangat untuk menyampaikan dan memperjuangkan kebenaran Islam itu terus membara dalam jiwa kaum muslim. Bahkan cita-cita hidup seorang Muslim menurutnya adalah membawa manusia kedalam suatu kehidupan dimana Islam, agama Allah yang benar, dalam semua aspeknya baik teologi, hukum, akhlak dan institusi-institusi Islam, dapat diterima menjadi agama (sistem hidup) seluruh umat manusia.⁷

² Yakni, merupakan suatu proses penyampaian (تبلغ) atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

³Hikmah sering diterjemahkan dengan bijaksana, artinya suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak obyek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan, atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik maupun rasa tertekan.

⁴*Al-Mujadalah* berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan yang lahir di antara keduanya.

⁵A. Hasjimy, *Dustur Dakwah menurut Al-Qur'an* (Jakarta: PT Bulan Bintang, 1994), h. 144.

⁶Beberapa perintah dakwah dalam al-Qur'an yang diacu olehnya adalah, perintah dakwah dan konsisten (*istiqomah*) dalam dakwah (Q.S. al-Syura: 15), perintah dakwah dalam kebajikan (*bi al-Hikmah*), dengan nasehat yang baik (*bi al-mau'idzah al-hasanah*), dan dengan dialog dengan cara yang baik (*wa bi al-mujadalah al-lati hiya ahsan*) (Q.S. an-Nahl: 125), dan perintah dakwah dengan kata-kata yang baik (*ahsan qaul*) dan dengan amal perbuatan yang baik (*ahsan 'amal*) (QS. Al-Fushilat:33).

⁷Ismail R. Al-Faruqi dan Lois Lamya Al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam* (New York: Macmillan Publishing Company, 1986), h. 187. Lihat pula Adnan Ali Ridha, *Daur al-*

Abdurrosyad Saleh sebagaimana dikutip oleh Nasrudin Harahap, Muhamad Harfiun dan Afif Rifa'i, mengatakan bahwa dakwah berarti proses aktivitas, yaitu proses untuk merubah suatu kondisi kepada kondisi lain yang lebih baik dan dilakukan secara sadar, sengaja dan berencana.⁸ Emha Ainun Nadjib yang terdapat dalam bukunya Asep Muhyidin, dkk⁹, menyebutkan bahwa latar belakang idealnya dakwah adalah bagaimana memperkenalkan Islam dengan cara yang menarik. Sehingga bentuk-bentuk dakwah terus menerus direformasi, tetapi bukan menyesuaikan diri terhadap segala kemajuan zaman, melainkan tetap berdiri di atas landasan tauhid Islam dengan memodifikasi ungkapan-ungkapan budayanya.

Di era globalisasi yang sarat dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, keberadaan media komunikasi dapat dianggap sebagai salah satu kebutuhan primer. Dalam pandangan Dryden dan Voss, kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang cepat tanpa terhambat oleh batas ruang dan waktu.¹⁰ Marshall McLuhan menyebutnya dengan desa global (*global village*), yang menggambarkan bahwa kemajuan teknologi komunikasi mengecilkkan bumi menjadi sebuah desa, dimana seseorang dapat menerima informasi seketika. Tidak ada lagi perbedaan jarak dan waktu antara masyarakat dunia.¹¹

Manhaj al-Rabbani fi al-Da'wah al-Islāmiyyah (Riyadl: Maṭabi al-Farazdaq al-Tijariyyah, 1985) cet. Ke-4, h. 83. Ahmamd Umar Hasim, *al-Da'wah al-Islāmiyyah: Manhajuhā wa Ma'alimuhā* (Kairo: Maktabah Gharib, 1990), h. 5.

⁸Nasrudin Harahap dkk, *Dakwah Pembangunan* (Yogyakarta: DPD Golkar, 1992), h. 227.

⁹Asep Muhyidin, dkk, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 29.

¹⁰Gordon Dryden dan Jeanette Voss, *The Learning Revolution: To Change The Way The World Learn*, (USA: The Learning Web, Torrence, 1999). Diakses pada tanggal 28 Desember 2015 dari <http://www.thelearningweb.net>.

¹¹Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy* (Canada: University of Toronto Press, 1962), h. 63.

Pemikiran Marshall McLuhan tentang pengertian dan sejarah ekologi media.¹² Harold Adam Innis (1951)¹³ adalah mentor yang menginspirasi Marshall McLuhan dalam mengembangkan teori ekologi media. Innis berpendapat bahwa kerajaan-kerajaan besar dalam sejarah seperti Yunani, Mesir, Romawi, dibangun oleh mereka yang memiliki kendali terhadap kata kata yang tertulis.¹⁴ Menurut Innis, kaum elite Kanada menggunakan beberapa teknologi komunikasi untuk membangun “kerajaan” mereka. Innis menyebut kekuatan membentuk yang dimiliki oleh teknologi terhadap masyarakat sebagai bias komunikasi (*bias of communication*).¹⁵ Masih menurutnya, bahwa dengan media, seseorang dapat memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi, dan pada tahap selanjutnya dapat mengubah susunan sosial suatu masyarakat dan mengendalikan gagasan-gagasannya di dalam masyarakat tersebut.¹⁶ McLuhan, seperti halnya Innis merasa bahwa hampir tidak mungkin untuk menemukan masyarakat yang tidak dipengaruhi oleh media elektronik. Ia menyatakan bahwa manusia memiliki hubungan yang sifatnya simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi tersebut membentuk manusia. Maka inilah yang mejadi konsep dasar dari teori ekologi media.¹⁷

¹² Marshall McLuhan lahir pada tahun 1911 dan wafat pada tahun 1980. Ia memperkenalkan slogan yang sangat terkenal yaitu *global village dan medium is the message*. Karya-karyanya yang menjadi rujukan banyak orang adalah: *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (1962) *to Understanding Media: The Extensions of Man* (1964), *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (1967, with Quentin Fiore) and *Laws of Media: The New Science* (1988).

¹³ Harold Adam Innis adalah seorang ekonom politik berkebangsaan Kanada. Ia lahir pada tahun 1894 dan wafat 1952. Ia adalah salah satu tokoh yang memperkenalkan konsep ekologi media. Karya-karyanya yang terkenal seperti: *A History of the Canadian Pacific Railroad* (1923), *The Fur Trade in Canada* (1930), *Empire and Communications* (1950), dan *The Bias of Communication* (1951).

¹⁴ Matteo Andreozzi and the team, *Understanding Media, Today. McLuhan in the Era of Convergence Culture, International Journal of McLuhan Studies* (Barcelona, 2011), h. 160.

¹⁵ Michael Zimmer, *Media Ecology and Value Sensitive Design: A Combined Approach to Understanding the Biases of Media Technology Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 6, 2005 diakses tgl. 30 Desember 2015.

¹⁶ Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (Boston: Mc Graw Hill, 2007) h. 140.

¹⁷ Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory* (California: SAGE Publications, 2009), h. 645.

Ada tiga asumsi ekologi media menurut McLuhan,¹⁸ yaitu: (1) Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat. Dalam perspektif McLuhan media tidak terbatas dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar atau majalah, radio, televisi, film, atau internet. Akan tetapi ia melihat konsep medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia. Seperti jam dinding, angka, uang, jalan adalah medium. (2). Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. Dalam asumsi kedua teori Ekologi Media melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. Dalam asumsi ini McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan kita atas dunia. (3). Media menyatukan seluruh dunia. Dalam asumsi ketiga teori ekologi media menyatakan bahwa setiap peristiwa atau hal yang dilakukan di belahan dunia lain, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Akibat dari hal tersebut, McLuhan menyebut, manusia kemudian hidup di sebuah desa global (globalvillage).¹⁹ Media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Konsep Global Village berarti tidak akan ada lagi batasan antar belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain.

Selain ketiga asumsi mengenai ekologi media, pernyataan McLuhan yang sangat terkenal adalah “*medium is the message*” atau medium adalah pesan.²⁰ Menurut pendapatnya media komunikasi (saluran komunikasi) atau medium memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan isi dari pesan tersebut. Media juga berfungsi sebagai penghubung ruang dan waktu antara masa lalu dan masa kini. Selain itu media memiliki peran sebagai perpanjangan dari berbagai kemampuan manusia, seperti roda sebagai perpanjangan dari kaki, instalasi listrik sebagai perpanjangan dari system syaraf, buku sebagai perpanjangan dari pemikiran atau ide, dan lain-lain.

McLuhan dan Innis adalah konseptor yang mengembangkan teori ekologi media, namun yang memperkenalkannya di forum resmi

¹⁸ M. Andreozzi and the team, *Understanding Media, Today*. McLuhan in the Era of Convergence Culture, *International Journal of McLuhan Studies* (Barcelona, 2011), h. 90.

¹⁹ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The extensions of man* (London: 1964).

²⁰ *Ibid*, h.9.

adalah Neil Postman.²¹ Senada dengan McLuhan, Postman menyatakan dalam bahwa saat ini kita hidup dalam budaya dimana teknologi mendominasi pemikiran dan perilaku kita (alat- alat teknologi berfungsi untuk mengambil budaya dimana mereka berada). Sedangkan Joshua Meyrowitz menjelaskan bahwa media telah menyebabkan memburamnya peranan dan tempat yang tadinya jelas. Selain Postman dan Joshua Meyrowitz, ada pula tokoh lain yang mendukung pendapat McLuhan seperti: Walter Ong, Lance Strate, Robert Logan, dan lain-lain.

Jika McLuhan menyatakan bahwa media adalah pesan, dan media lebih berpengaruh dari isi pesan itu sendiri, maka M. Syerif dan Hovland mengembangkan teori Social Judgement. Teori ini menjelaskan bahwa suatu pesan atau pernyataan diterima atau ditolak didasarkan atas kemampuan kognitif kita terhadap pesan tersebut. Seseorang akan menerima atau menolak suatu pesan atau pernyataan, bergantung pada keterlibatan egonya sendiri.²² Sedangkan Louis Wirth mengungkapkan bahwa tidak semua orang bergantung pada media sebagai sumber informasi dan bimbingan. Media dikatakan hanya menumpang proses sosial yang sudah ada, dan sering kali menimbulkan kesan keliru bahwa isi dan simbol-simbol media berpengaruh besar.

Senada dengan Wirth, Richard T La Piere lingkungan inti seperti rumah/keluarga dan jaringan persahabatan lebih memengaruhi nilai-nilai, sikap dan perilaku individu ketimbang media. Orang-orang berpaling ke media untuk memperoleh apa yang mereka cari, bukannya menyediakan diri untuk dipengaruhi.²³ Ada beberapa alasan yang dikemukakan jika lingkungan terdekatlah yang mempengaruhi seseorang, pertama bahwa

²¹ Neil Postman memperkenalkan istilah ekologi media secara resmi pada acara “The Annual Meeting of the National Council of Teachers of English” di Milwaukee, Wisconsin pada November 1968. Ia lahir pada tahun 1931 dan wafat pada tahun 2003. Beberapa karya-karyanya yang cukup terkenal adalah: *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (1985), *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology* (1992) or *The End of Education: Redefining the Value of School* (1995).

²² Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 108.

²³ Richard T. La Piere adalah seorang sosiolog yang lahir di Beloid, Wisconsin tahun 1899 dan wafat pada tahun 1986 karena penyakit kanker yang dideritanya. Karya-karyanya yang cukup terkenal adalah *The Theory of Social Control* (1954), *Social Psychology* (1936), *Collective Behaviour* (1938), *Sociology* (1946), *Social Change* (1965), *Son of Han* (1937).

hubungan seseorang dengan media memiliki jarak dibandingkan dengan hubungannya dengan kelompok sosial. Sebagian besar individu akan lebih mempercayai kelompok sosialnya dibandingkan dengan media. Kedekatan hubungan individu dengan kelompok sosialnya merupakan filter bagi hubungan impersonal yang digaungkan media. Kedua, jumlah media yang semakin banyak membuat seseorang memiliki banyak pilihan dan tidak terikat oleh media tertentu saja. Dengan demikian pesan dari suatu media baru bisa diterima kalau sejalan dan sesuai dengan pesan lingkungan sosial.²⁴

Pemikiran konseptual yang mencoba untuk mengembangkan gagasan McLuhan dan Innis dilakukan oleh Donald Ellis. Ia menyajikan seperangkat proposisi yang merepresentasikan sebuah perspektif kontemporer tentang gagasan-gagasan dasar dari Innis dan McLuhan. Ellis menegaskan bahwa media yang menonjol pada suatu masa akan membentuk perilaku dan pikiran. Ketika media berubah, maka akan berubah pula cara-cara orang dalam berpikir, mengelola informasi, dan berhubungan dengan orang lain. Ada perbedaan yang tajam antara media lisan, tertulis, dan elektronik. Masing-masing mempunyai efek yang berbeda dalam konteks bagaimana kita berinteraksi dengan setiap medium.

Jika McLuhan berpendapat bahwa media adalah yang mampu memengaruhi seseorang, lain halnya dengan Wilburn Schramm yang menyatakan bahwa komunikatorlah yang memiliki pengaruh. Wilburn Schramm memperkenalkan teori ini sekitar tahun 1950-an dengan nama *the bullet theory*, dimana seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang pasif dan tidak berdaya. Meskipun pada awal 1970an ia menyatakan bahwa teori tersebut tidak benar, karena khalayak yang menjadi sasaran media massa ternyata tidak pasif.

B. Pembahasan

1. Dakwah

Dakwah secara lisan adalah upaya dakwah yang mengutamakan pada kemampuan lisan. Seseorang yang akan menggunakan metode ini sudah seharusnya memahami bagaimana cara berkomunikasi, baik komunikasi intra personal maupun antar personal. Dakwah dengan

²⁴ www.historicalsociety.stanford.edu/LaPiereR, diunduh pada tanggal 18 Desember 2015.

tulisan, yaitu dakwah yang dilakukan dengan melalui tulisan baik berupa buku, majalah, brosur, maupun media elektronik seperti jejaring sosial *face book*, *twitter*, *Instagram*, *youtube*, dan lain sebagainya. Sedangkan dakwah dengan perbuatan adalah dakwah yang dilakukan dengan aksi nyata. Dakwah dengan perbuatan nyata dianggap mampu menjawab permasalahan umat. Namun bukan berarti dakwah secara lisan dan dakwah dengan tulisan tidak penting. Persoalan yang dihadapi umat tidak hanya dapat diselesaikan hanya dengan mendengar ceramah saja melainkan perlu aksi nyata yang lebih konkrit seperti mengentaskan kemiskinan melalui pelatihan wirausaha, mengurangi kebodohan dengan pendidikan.²⁵ Di era globalisasi saat ini, mengoptimalkan media komunikasi sangatlah penting dalam aktifitas dakwah. Dengan memahami media komunikasi dan menggunakannya dengan tepat, diharapkan pesan-pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat.

2. Ekologi Media

Pada prinsipnya, komunikasi massa lebih dikenal sebagai komunikasi bermedia (*mediated communication*), yang produk-produk informasinya dibuat dan didistribusikan melalui organisasi komunikasi massa untuk dikonsumsi khalayak dengan tujuan tertentu. Hal ini berdasarkan simpulan Brent D. Ruben (1992) yang mengemukakan bahwa: “*mass communication is the most familiar form of mediated communication. Its a process through which information product are created and distributed by a mass communication organization for consumption by audience*”. Komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sebagian besar orang yang tersebar dibanyak tempat.

Penggambaran beberapa teori komunikasi massa yang relevan dengan efek media massa untuk lebih memahami teori ekologi media. Berdasarkan perkembangan teori pengaruh media massa pada suatu masyarakat maka munculah ide utama dibalik teori ekologi media terdapat tiga asumsi utama yang mendasari teori tersebut yaitud: 1). Media mempengaruhi setiap perilaku dalam masyarakat. 2). Media membentuk persepsi dan mengatur pengalaman kita. 3). Media dapat menyatukan dunia.

²⁵ Dahlan Iskan, “Dakwah bil Hal: Korporatisasi Usaha Individu Umat Menuju Indonesia Baru” dalam <http://jambiupdate.com/artikel-dakwah-bil-halkorporatisasi-usaha-individu-umat- menuju-indonesiamaju.html>, di akses tanggal 15 November 2015.

Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Ernest Haeckel, seorang ahli Biologi Jerman, pada tahun 1869. Ekologi secara etimologis, berasal dari bahasa Yunani, yakni gabungan dari dua kata, *oikos* yang berarti rumah tangga dan *logos* yang berarti ilmu. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Ernest Haeckel, seorang ahli Biologi Jerman, pada tahun 1869. Oleh karena itu, secara etimologis, ekologi dapat dikembangkan artinya menjadi ilmu yang mempelajari tentang seluk beluk di rumah, termasuk proses dan pelaksanaan fungsi dan hubungan antar komponen secara keseluruhan, sedangkan secara terminologis, ekologi adalah ilmu yang mengkaji tentang proses interrelasi dan interdependensi antar organisme dalam satu wadah lingkungan tertentu secara keseluruhan.

Saat ini kajian ekologi menjadi lebih luas pembahasannya. Ekologi tidak hanya terbatas pada kajian biologi, namun ekologi memiliki kaitan juga dengan ilmu-ilmu lainnya. Oleh karena itu ada juga istilah ekologi budaya, ekolinguistik, ekologi industri, dan ekologi media.

Menurut Richard West dan Lynn H. Turner dan Lance Strate mendefinisikan ekologi media sebagai kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, kode penyampaian informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia. McLuhan menjelaskan bahwa manusia memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi tersebut membentuk manusia. Maka inilah yang menjadi landasan dari kajian ekologi media.

Ekologi mempunyai pengaruh yang besar terhadap cabang biologi meskipun termasuk cabang ilmu yang masih relatif baru, yang baru muncul pada tahun 70-an.

Ekologi juga berhubungan erat dengan tingkatan-tingkatan organisasi makhluk hidup, yaitu populasi, komunitas, dan ekosistem yang saling memengaruhi dan merupakan suatu sistem yang menunjukkan kesatuan. Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat dramatis terhadap kehidupan manusia, memaksa manusia menjadi tergantung kepada teknologi. Marshall McLuhan tergoda untuk mengetahui pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia khususnya teknologi komunikasi. Menurutnya manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa diri kita.²⁶

Menurut McLuhan, teknologi media telah merubah paradigma kehidupan baru secara dramatis di tengah masyarakat karena masyarakat

²⁶ Marshall McLuhan, *Understanding Media...*, h. 354.

sudah sangat bergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. McLuhan melihat media berperan menciptakan dan mengelola budaya.

Pemikiran McLuhan ini dinamakan teori mengenai ekologi media (*media ecology*), yang didefinisikan sebagai studi mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia.²⁷

McLuhan memandang penemuan teknologi sebagai hal yang sangat vital karena menjadi kepanjangan atau ekstensi dari kekuatan pengetahuan dan persepsi pikiran manusia. Pemikiran McLuhan melibatkan sejumlah disiplin ilmu dan menggunakan berbagai jenis teknologi, ia melihat adanya persimpangan (*intersection*) antara hubungan manusia dengan teknologi serta bagaimana teknologi tersebut memengaruhi persepsi dan pengertian manusia terhadap banyak hal. Media adalah esensi peradaban dan sejarah diarahkan oleh media yang mendominasi pada setiap zamannya.

Pengaruh teknologi media pada masyarakat menjadi gagasan utama dari teori ekologi media. Gagasan ini dapat ditinjau dari tiga asumsi yang menjadi landasan teori tersebut:²⁸ pertama, Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat (*media infuse every act and action in society*), kedua, Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita (*media fix our perceptions and organize our experineces*), ketiga, Media mengikat dunia bersama-sama (*media tie the world together*). Media atau saluran komunikasi mempunyai kemampuan mempengaruhi masyarakat, artinya media dengan pesan sama pentingnya, ini yang disebut oleh McLuhan media adalah pesan (*medium is the messege*)

Dampak iptek terhadap perkembangan manusia, tidak dapat disangkal perkembangan dunia iptek yang demikian pesatnya telah berdampak luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Bahkan dianggap dapat menyelesaikan berbagai permasalahan, meski dilain pihak dampak negative dari perkembangan Iptek pun tidak dapat dipungkiri, jadi kita harus punya kemampuan untuk memanfaatkan dampak positif perkembangan Iptek untuk peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup manusia, namun dilain pihak juga harus mampu meminimalisir dampak negative dari Iptek.

Meski Iptek di yakini mampu mengungkap berbagai rahasia alam dan kehidupan namun ternyata Iptek hanya mampu menampilkan

²⁷ Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication ...*, h. 140.

²⁸ *Ibid.*, h. 463.

kenyataan obyektif, tapi tidak mampu menampilkan keadilan, karena Iptek tidak berbicara moral, Iptek hanya menyuguhkan fakta, jadi tidak dapat dijadikan standar kebenaran untuk mengatasi berbagai permasalahan manusia (*mospagebreak*)

Dampak Positif kemajuan Iptek dalam bidang informasi dan teknologi yang dapat dirasakan antara lain adalah melalui Internet Informasi-informasi dari belahan dunia manapun dapat diakses dengan mudah, cepat, akurat dan terbaru dari belahan bumi manapun. Kita dapat berkomunikasi dengan teman, maupun keluarga yang sangat jauh hanya dengan melalui handphone. Dunia menjadi tanpa jarak. Dampak negative yang sulit dihindari adalah antara lain: pemanfaatan jasa komunikasi oleh jaringan teroris bahkan *cyber crime* dan penyalahgunaan informasi dan situs tertentu di internet yang dapat merusak moral bangsa

Dampak positif kemajuan Iptek dalam bidang ekonomi dan industri yang dapat dirasakan antara lain adalah memacu pertumbuhan ekonomi, terjadinya industrialisasi, dan meningkatnya produktifitas dunia industri.

Dampak positif yang sulit dihindari dalam bidang sosial dan budaya adalah antara lain: peningkatan pertumbuhan ekonomi negara berkembang dapat meningkatkan rasa percaya diri, kompetisi yang sportif dan obyektif, munculnya Etos kerja, disiplin, kerja keras dan tekun. Dampak negative yang sulit dihindari adalah antara lain: kemerosotan moral di kalangan warga masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan pelajar, materialistis namun miskin rohani, egoistis.

Dampak Positif kemajuan Iptek yang dapat dirasakan dalam bidang antara lain adalah guru bukan menjadi satu-satunya sumber Ilmu, media dan metode pembelajaran semakin variatif dan atraktif, kegiatan pembelajaran tidak harus selalu tatap muka. Dampak negative yang sulit dihindari adalah antara lain: *cyber crime*, penyalahgunaan teknologi untuk perbuatan criminal, Lebih mementingkan hasil dari pada proses, Fungsi Guru tidak dapat digantikan oleh apapun.

3. Komunikasi

Kata komunikasi dalam bahasa Inggris *Communication*, berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama. Istilah *communis* adalah istilah yang biasa dipakai sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang

sejenis.²⁹ Sedangkan definisi komunikasi, para ahli memiliki pandangan yang berbeda-beda. John R. Wenburg dan William W. Wilmot mengemukakan tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yaitu: 1). Komunikasi sebagai tindakan satu arah, 2). Komunikasi sebagai interaksi, dan 3). Komunikasi sebagai transaksi.³⁰

Konsep pertama, komunikasi sebagai tindakan satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan yang efektif dan menandakan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat persuasif. Penganut konsep ini diantaranya adalah Carl I. Hovland yang mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses yang mungkin seseorang dapat menyampaikan rangsangan atau dengan lambang verbal yang bertujuan untuk mengubah pola tingkah laku orang lain. Menurut Raymond S. Ross komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan symbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang disampaikan oleh komunikator.³¹ Sedangkan Harold Lasswell menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut “*who? what in? which channel? to whom? with what effect?*”³² jika diuraikan definisi komunikasi menurut Laswell memiliki lima unsur yang saling berkaitan, yaitu: sumber atau pengirim, pesan, saluran atau media, penerima, dan efek. Konsep kedua, komunikasi sebagai interaksi. Konsep ini menyetarakan komunikasi dengan proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Unsur penting dalam konsep ini adalah umpan balik atau (*feedback*) antara pengirim dan penerima pesan. Konsep ketiga, komunikasi sebagai transaksi. konsep komunikasi ini tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Maksudnya, komunikasi terjadi apakah pelakunya menyengajanya atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respon yang tidak dapat diamati.

Diantara tokoh-tokoh yang senada dengan konsep ini seperti William J. Seller. Ia mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses

²⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), h. 41

³⁰ John R. Wenburg dan William W. Wilmot, *The Personal Communication Process* (New York: John Wiley and Son, 1973).

³¹ Raymond S. Ross, *Speech Communication: Fundamentals and Practise* (New Jersey: Prentice Hall, 1983), h. 8

³² Michael Burgoon, *Approaching Speech/ Communication* (New York: Holt, Rinehart& Winston, 1974), h. 10-11

dimana symbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi makna.³³ Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih.³⁴ Unsur-unsur komunikasi dalam konsep ini adalah pengirim, pesan, penerima, saluran, gangguan, umpan balik dan waktu.

Kegiatan dakwah dapat pula disebut kegiatan komunikasi. *Da'i* (*komunikator*) memberikan pesan dakwahnya kepada *mad'u* (*komunikan*). Adapun isi pesan yang diberikan dalam komunikasi bersifat netral, sedangkan isi pesan dakwah mengandung nilai-nilai keteladanan.³⁵ Jika komunikasi berfungsi sebagai penyampai informasi, pemberi hiburan, atau pengendali tingkah laku, maka dakwah pun demikian. Fungsi dakwah adalah juga dapat berupa pemberian informasi (*tabligh*), memberikan kabar baik atau peringatan (*basyiran wa nadziran*), atau mengajak untuk berubah menjadi yang lebih baik (*taghyir*).

4. Media

Dalam proses komunikasi terdapat unsur-unsur yang saling berkaitan, salah satunya adalah media atau saluran. Media merupakan bentuk jamak dari medium, yang dapat diartikan sebagai alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghantar. *Association of Education and Communication Technology* menjelaskan bahwa media adalah segala bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Sedangkan menurut *National Education Association* media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak, maupun audiovisual, termasuk teknologi dan perangkat kerasnya.

Seorang *Da'i* atau juru dakwah dalam menyampaikan ajaran (Islam) kepada umat manusia tidak akan lepas dari sarana atau media. Karena di era modern ini dakwah tidak hanya cukup disampaikan melalui lisan tanpa melalui bantuan alat-alat komunikasi modern sekarang ini, seperti: radio, televisi, film, VCD, percetakan dan lain-lain. Kata-kata yang diucapkan seorang *da'i* sangatlah terbatas oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, kepandaian untuk memilih media atau sarana yang tepat merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah.

³³ John R. Wenburg dan William W. Wilmot, *The Personal Communication Process* (New York: John Wiley and Son, 1973), h. 7

³⁴ Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication* (New York: McGraw-Hill, 1994), h. 6.

³⁵ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah, Membangun Cara Berpikir dan Merasa* (Malang: Madani, 2014), h. 29.

Hamzah Ya'qub membagi sarana dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, audio, visual dan akhlak, dari lima macam pembagian tersebut, secara umum dapat dipersempit menjadi tiga media, yaitu: Pertama, *Spoken Words*, media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan indera telinga, seperti: radio, telepon, dan lain-lain. Kedua, *Printed Writings*, berbentuk tulisan, gambar, lukisan dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan mata. Ketiga, *The Audio Visual*, berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat, seperti televisi, video, film dan sebagainya.³⁶

Sementara dilihat dari segi sifatnya, media dapat digolongkan menjadi dua kategori: media dakwah tradisional dan media dakwah modern. Media dakwah tradisional berupa berbagai macam seni dan pertunjukan tradisional, dipentaskan secara umum terutama hiburan yang bersifat komulatif. Sedangkan media modern diistilahkan dengan media elektronik yaitu media yang dihasilkan dari teknologi seperti televisi, radio, pers, internet dan sebagainya.

Dampak positif media sosial terhadap perubahan masyarakat dapat dibahas berdasarkan teori tentang media. Ada 4 teori yang dapat digunakan untuk membahas dampak media sosial terhadap perubahan masyarakat, yaitu:³⁷

- 1) Teori Analisis Kultivasi (*Cultivation Analysis*). Teori analisis kultivasi berfokus pada peran media di dalam kehidupan masyarakat. Teori ini tertarik untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai dampak eksposur jangka panjang dari media terhadap persepsi orang mengenai dunia.
- 2) Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*), yang menyatakan bahwa para penonton/pendengar mampu mendiskriminasi dalam konsumsi media. Teori ini khusus membahas mengenai apa yang dilakukan orang dengan media tertentu.
- 3) Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence Theory*). Teori ini berkaitan dengan pengaruh media terhadap apakah orang akan mengemukakan pendapat mereka mengenai suatu isu.
- 4) Teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*). Teori ini berargumen bahwa media utama pada zaman ini (Internet dan media sosial, misalnya) biasanya mendahului isi pesan.

³⁶ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat Antar Muslim dan Non-Muslim*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan STAIN Press, 2006), 37.

³⁷ Richard West, Lynn H. Turner, *Introducing Communication...*

C. Penutup

Dakwah adalah salah satu sarana untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Tinggi rendahnya kualitas sumber daya manusia dapat ditandai dengan adanya unsur-unsur kreativitas dan produktivitas. Era globalisasi yang tidak dibatasi waktu dan tempat, membuat sumber daya manusia dituntut untuk mampu menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Untuk itu maka pendidikan sudah seharusnya dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya.

Akan tetapi, dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tidak serta merta membuat semua lapisan masyarakat mendapatkan akses dakwah yang layak dan bermutu. Banyak masyarakat dari kalangan menengah ke bawah belum merasakan dakwah yang layak.

Dalam dakwah, penguasaan IPTEK mutlak diperlukan oleh siapapun agar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman yang berjalan begitu cepat. Setiap inovasi IPTEK hendaknya dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan, kemajuan dan kesejahteraan bangsa. Perkembangan IPTEK Selain berdampak positif juga berdampak Negatif, tergantung bagaimana kita mensikapinya. Hendaknya dalam dakwah kita mampu mengoptimalkan dampak positif dan meminimalisir dampak negative. []

Daftar Pustaka

- A. Hasjimy, *Dustur Dakwah menurut Al-Qur'an*, Jakarta: PT Bulan Bintang, 1994.
- Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah, Membangun Cara Berpikir dan Merasa*, Malang: Madani, 2014.
- Adnan Ali Ridha, *Daur al-Manhaj al-Rabbani fi al-Da'wah al-Islamiyyah*, Riyadl: Maṭabi al-Farazdaq al-Tijariyyah, 1985, cet. Ke-4.
- Ahmamd Umar Hasim, *al-Da'wah al-Islamiyyah: Manhajuhâ wa Ma'alimuhâ*, Kairo: Maktabah Gharib, 1990.
- Andi Faisal Bakti, Dakwah dalam Komunikasi, www.andifaisalbakti.net/articles. Diunduh tanggal 15 Desember 2015
- Asep Muhyidin, dkk, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Dahlan Iskan, "Dakwah bil Hal: Korporatisasi Usaha Individu Umat Menuju Indonesia Baru" dalam <http://jambiupdate.com/artikel-dakwah-bil-halkorporatisasi-usaha-individu-umat-menuju-indonesiamaju.html>, di akses tanggal 15 November 2015.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Gordon Dryden dan Jeanette Voss, *The Learning Revolution: To Change The Way The World Learn*, USA: The Learning Web, Torrence,

1999. Diakses pada tanggal 28 Desember 2015 dari <http://www.thelearningweb.net>.
- Ismail R. Al-Faruqi dan Lois Lamya Al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam*, New York: Macmillan Publishing Company, 1986
- John R. Wenburg dan William W. Wilmot, *The Personal Communication Process*, New York: John Wiley and Son, 1973.
- John R. Wenburg dan William W. Wilmot, *The Personal Communication Process*, New York: John Wiley and Son, 1973.
- M. Andreozzi and the team, "Understanding Media, Today: McLuhan in the Era of Convergence Culture", *International Journal of McLuhan Studies*, Barcelona, 2011, h. 90.
- Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, Canada: University of Toronto Press, 1962.
- Marshall McLuhan, *Understanding Media: The extensions of Man*, London: 1964.
- Matteo Andreozzi and the team, "Understanding Media, Today. McLuhan in the Era of Convergence Culture", *International Journal of McLuhan Studies*, Barcelona, 2011, h. 160.
- Michael Burgoon, *Approaching Speech/ Communication*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1974.
- Michael Zimmer, *Media Ecology and Value Sensitive Design: A Combined Approach to Understanding the Biases of Media Technology Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 6, 2005 diakses tgl. 30 Desember 2015.
- Nasrudin Harahap dkk, *Dakwah Pembangunan*, Yogyakarta: DPD Golkar, 1992.
- Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Raymond S. Ross, *Speech Communication: Fundamentals and Practise*, New Jersey: Prentice Hall, 1983.
- Richard West, & Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory Analysis and Application*, Boston: Mc Graw Hill, 2007.
- Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat Antar Muslim dan Non-Muslim*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan STAIN Press, 2006.

Stephen W. Little John and Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory*, California: SAGE Publications, 2009.

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication*, New York: McGraw- Hill, 1994.

www.historicalociety.stanford.edu/LaPiereR, diunduh pada tanggal 18 Desember 2015.