



DIFUSI ISLAM MELALUI MEDIA CETAK

Umi Halwati

Penulis adalah Dosen Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto

ABSTRACT

Diffusion of Islam through printed media (*da'wah bi al-qalam, bi al-kitabah*) is an integrated part of the study of Islamic preaching (*da'wah*). It is one of *da'wah* media or channels. One of the main criteria of *da'wah* media is its effectiveness and efficiency.

Printed media is an alternative of *da'wah* media that is effective and efficient enough. The diffusion of Islam through printed media can be found in the form of articles, features, and book reviews. The texts in mass media represent the various kinds of *da'wah* which are developing recently.

Kata kunci: dakwah, media cetak

PENDAHULUAN

Pada perkembangannya, dakwah tidak lagi terbatas pada komunitas primitive, sederhana, eksotis, dan belum mengenal teks tertulis yang batas-batas geografisnya jelas. Perkembangan dakwah dewasa ini semakin terbuka dan terpengaruh arus kemajuan media massa.

Media massa merupakan barang keseharian di masyarakat. Melalui media berbagai peristiwa tidak lagi tersiar melalui dongeng dari mulut ke mulut, masyarakat diajak berpikir melalui teks, pengetahuannya tidak lagi terkurung ruang dan waktu local (adat istiadat setempat). Sebuah media mendorong kesadaran nasional masyarakatnya.¹ Media massa atau Pers adalah suatu istilah untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas.²

Sejalan dengan ilustrasi di atas, dakwah sebagai proses penyampaian dan penyebaran pesan-pesan keislaman agar objek dakwah dapat berislam sesuai dengan yang diridhoi Allah SWT, dibutuhkan dakwah yang dinamis. Dakwah selalu mencari cara dan alat (metode dan media) yang lebih efektif untuk penyampaian dan menyebarluaskan pesan-pesan dakwah. Kedinamisan itu terjadi ketika manusia yang menjadi objeknya dinamis, serta cara dan alat komunikasi yang digunakan manusia pada setiap jamannya mengalami perkembangan seiring dengan inovasi manusia dalam bidang teknologi komunikasi.

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih memerlukan penyesuaian dan keterampilan tersendiri dalam menggunakannya. Dalam abad globalisasi, informasi merupakan komoditi yang paling berharga bagi semua pihak. Berkembangnya teknologi di bidang komunikasi membuat dunia semakin sempit, sehingga informasi apapun mudah diperoleh kapan saja diperlukan.

Namun demikian, teknologi komunikasi tidak akan berkembang bahkan tidak bisa bermanfaat tanpa tangan-tangan terampil dan bijak. Oleh karena itu, perlu adanya orang-orang (*da'i*) yang mau dan mampu menggunakannya demi tersebarnya informasi (pesan dakwah) yang tepat guna bagi kesejahteraan hidup umat manusia (*mad'u*).³

Media cetak bisa menjadi ruang dakwah yang sangat potensial. Dakwah melalui media cetak menjadi alternative dakwah yang cukup efektif. Tulisan bernuansa dakwah yang dimuat di media cetak akan dibaca oleh ratusan, ribuan bahkan jutaan orang diberbagai tempat dan waktu. Difusi Islam di media cetak merupakan salah satu alternative untuk mengkomodir *mad'u* yang



tidak sempat untuk datang kepengajian secara langsung. Mereka biasa mencari informasi melalui bacaan-bacaan.

Oleh karena itu, di samping *dakwah bi al lisan*, kegiatan dakwah harus dikembangkan melalui media cetak (*dakwah bi al qalam*). Melalui tulisan yang dikemas secara populer, dan dikirim lalu dimuat di media cetak, pesan dakwah dapat tersebar dan diterima banyak kalangan yang waktu pengaksesannya tergantung pada keuangan mad'u. di samping itu, melalui tulisan yang dimuat di media cetak, tulisan dakwah dapat memberi "warna dakwah" terhadap pesan dakwah yang berkembang dewasa ini.

JURNALISTIK MEDIA CETAK

Media massa atau media jurnalistik merupakan alat bantu utama dalam komunikasi massa. Secara sederhana, komunikasi massa merupakan kegiatan komunikasi yang menggunakan media (*communicating with media*). Menurut Britner, media massa merupakan alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio, televisi atau suatu kombinasi bentuk dari bentuk-bentuk media itu.⁴

Secara umum, baik media cetak maupun elektronik mempunyai fungsi yang sama yaitu:

1. *Menyiarkan informasi*. Masyarakat memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di dunia. Hal ini merupakan fungsi utama media massa.
2. *Mendidik*, media massa menyajikan pesan-pesan atau tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, termasuk mengandung unsure dakwah (*amar ma'ruf nahi munkar*) serta dapat dijadikan media pendidikan massa.
3. *Menghibur*, media massa juga menyajikan rubric-rubrik atau program-program hiburan untuk menghibur atau mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel yang dapat menguras pikiran pembaca.
4. *Mempengaruhi*, pers memegang peranan penting dalam tatana kehidupan.⁵

JENIS-JENIS MEDIA CETAK

Sekurang-kurangnya ada tiga jenis media cetak, yaitu surat kabar, majalah dan buku.⁶

1. Surat Kabar

Salah satu kekuatan social dan ekonomi yang cukup penting dalam masyarakat adalah Surat kabar (Koran). Pada awal perkembangannya, di Itali, surat kabar dalam bentuk "*posted bulletins*" tumbuh secara bertahap mulai dari bentuknya yang amat sederhana (lembaran-lembaran kertas yang dipublikasi secara local) hingga dalam bentuknya yang sekarang, yang dipublikasi secara internasional. Di Jerman, Koran pertama kali muncul pada abad ke-17, sedang di Inggris dalam bentuk lembaran kertas, lahir pada tahun 1621. Pers yang disponsori oleh kelompok minoritas Amerika mulai berkembang pada abad ke-19 terutama dengan terbitnya *Freedoms's Journal* oleh orang kulit hitam, dan *Cherokee Phoenix* oleh orang-orang Indian (Amerika).

Perkembangan surat kabar menurut Encyclopedia Britannica dilihat dari tiga fase.⁷ Pertama, fase para pelopor yang mengawali penerbitan surat kabar yang muncul secara sporadic dan gradual kemudian menjadi penerbitan regular dan teratur waktu terbit, materi pemberitaan dan khalayak pembacanya. Pada awalnya, surat kabar terbit di tengah masyarakat yang belum paham akan fungsi media, cara membaca huruf-huruf berita cetak karena terbiasa retorika oral yang menjadi penghubung antar individu. Pada perkembangannya, masyarakat berkembang dan membuat pertumbuhan surat kabar menjadi institusi penerbitan mapan yang diakui masyarakat.

Kedua, pertumbuhan kemapanan jurnal-jurnal regular yang masih rentan terhadap berbagai tekanan masyarakat. System otokrasi yang masih menguasai masyarakat membuat surat kabar



kerap ditekan dalam menyampaikan informasi. Penyensoran terhadap berbagai subjek materi informasi sering diterima surat kabar. Setiap pendirian surat kabar harus memiliki izin (lisensi) dari berbagai pihak yang berkuasa. Hal itu mengurangi independensinya sebagai instrument media informasi.

Ketiga, masa penyensoran sudah tidak ada, namun berganti dengan pengendalian. Kebebasan pers telah didapat, pemberitaan sudah leluasa disampaikan. Tetapi, system kapitalisasi industry masyarakat kerap menjadi pengontrol. Hal ini dilakukan misalnya melalui pengenaan pajak, penyuaapan, dan sanksi hokum yang dilakkukan kepada berbagai media dan pelaku-pelakunya.

Berdasarkan hal tersebut, kemandirian surat kabar ditentukan di sebuah masyarakat, kebebasan pers diwarnai, kehidupan demokrasi di sebuah masyarakat diberi tingkatan tertentu.

2. Majalah

Majalah mulai berkembang pada akhir abad ke-19 sebagai media hiburan utama, karena pada saat itu, baik radio maupun televisi belum banyak dikenal orang, juga pada saat itu tidak setiap orang mampu untuk pergi menonton di bioskop. Dalam kondisi demikian, majalah mulai tumbuh dengan membuka halama iklan sebagai salah satu daya tarik sehingga sirkulasi majalah meningkat.⁸

Di Indonesia, untuk memenuhi hasrat baca masyarakat sesuai dengan segmen pembaca yang dipilihnya dapat dicatat nama-nama majalah seperti *Ulumul Qur'an*, *Intisari*, *Amanah*, *Ayah Bunda*, *Panjimas* dan sebagainya. Masing-masing majalah memiliki orientasi isi sesuai dengan masyarakat bacanya sendiri-sendiri.

Majalah merupakan media dakwah yang menarik, sampul majalah banyak menggunakan kertas yang lebih tebal dan berkualitas lebih baik dari pada halaman dalamnya. Tampilan majalah tampak lebih serius dan dijilid dengan baik. Majalah bisa memuat tulisan yang lebih banyak dan lebih panjang. Dengan demikian, dakwah melalui majalah memiliki daya tarik tersendiri.

3. Buku

Buku merupakan media yang sangat penting dalam kehidupan manusia, menawarkan informasi penting tentang ilmu pengetahuan, dapat menjadi teman dekat penggemarnya dan dapat dinikmati berulang-ulang. Oleh karena itu, difusi dakwah Islam melalui buku dapat mereformasi peradaban manusia. Jurnalistik buku telah menempati posisi penting sebagai sumber informasi dari yang bersifat hiburan, ketrampilan praktis hingga yang bersifat ilmiah.

JENIS-JENIS TULISAN DAKWAH UNTUK DIFUSI ISLAM DI MEDIA CETAK

1. Artikel

Pada tahun50-an, masyarakat Eropa dan Amerika menyebut setiap tulisan yang dimuat di media cetak sebagai artikel. Setelah profesi tulis menulis berkembang, mulai dibedakan antara tulisan berisi fakta peristiwa, proses (feature), pendapat (koom opini) dan tulisan yang berisi sikap serta pendirian subjektif mengenai masalah yang sedang dibahas (artikel). Dengan demikian, artikel adalah tulisan yang berisi fakta, masalah yang ada di tengah masyarakat, ulasan atau kritik terhadapnya disertai gagasan atau pendirian subjektif dan argumentasi berdasarkan teori keilmuan dan bukti berupa data statistik yang mendukung pedirian itu.⁹

Menurut Sharon Scull (1987) artikel didefinisikan sebagai bentuk karangan yang berisi analisis suatu fenomena alam atau sosial dengan maksud untuk menjelaskan siapa, apa, kapan, di mana, bagaimana dan mengapa fenomena alam atau sosial tersebut terjadi. Suatu artikel kadang-kadang menawarkan suatu alternatif bagi pemecahan suatu masalah.¹⁰



Penulisan artikel tidak sekedar mengomentari masalah, tetapi bisa juga mengajukan pandangan, pendapat atau pemikiran lain baik yang sudah banyak diketahui masyarakat maupun yang belum diketahui, bisa juga mengomentari pendapat orang lain yang muncul di tengah – tengah kehidupan masyarakat. Penulisan artikel bisa berdasarkan gagasan murni penulis, atau mengambil dari sumber lain, misalnya referensi kepustakaan, gagasan orang lain dan sebagainya.¹¹

Seseorang yang ingin menulis artikel di media massa harus paham bahwa media yang dituju adalah media yang dibaca oleh banyak orang. Artinya secara teoritis pembacanya beragam baik dari sisi usia, pekerjaan, sosial ekonomi, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Implikasinya, seorang penulis (da'i) harus bisa membuat artikel yang bisa mudah dimengerti oleh semua kalangan pembaca, termasuk di dalamnya efek sosial politis yang mungkin timbul dari tulisan tersebut.¹²

Maksud ditulisnya artikel adalah sebagai wahana penampung ide-ide, gagasan-gagasan, serta pemikiran tentang suatu hal. Di sini letak kesempatan para da'i untuk bisa menuliskan buah pikirannya dalam mencermati perkembangan kehidupan disekelilingnya baik dalam bidang sosial, ekonomi maupun politik. Gagasan yang mengembalikan persoalan kearah terciptanya *rahmatallil'alam* merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi pemecahan persoalan yang ada di masyarakat.

2. Kolom

Istilah kolom berasal dari bahasa Inggris *columns* berarti suatu jenis artikel yang khas, unik dan lebih memiliki daya tarik diantara artikel-artikel di media massa. Kolom lebih bersifat personal, artinya lebih akomodatif memberikan keleluasaan terhadap visi otonomi dan kreativitas penulisnya. Kolom biasanya jauh lebih ringkas, lebih menitik (fokus) mengenai suatu permasalahan dan ditulis dengan gaya bahasa populer. Isi kolom beraneka ragam, analisis, renungan atau komentar. Gaya penulisannya bebas, bisa kocak (humoristis), dialogis atau reflektif. Bidang bahasan suatu kolom tidak terbatas asal cara penulisannya menarik. Sudut pandangnya khas, berbobot (punya kedalaman) dan terfokus. Bila kolom berisi analisis, argumentasi harus jelas, urut dan mempunyai wawasan.¹³

Apabila isi kolom dibandingkan dengan artikel, maka artikel berisi sikap atau pendirian, sedangkan kolom berisi pendapat. Tulisan pendapat isinya hanya pendapat saja tidak ada angka statistik dan bukti pengalaman pada waktu lampau yang mendukung pendapat itu. Satu-satunya pendukung adalah argumentasi berdasarkan penalaran menurut pandangan subjektif dari penulis sendiri. Sedangkan tulisan pendirian (seperti artikel) bisa lengkap dengan data atau fakta yang mendukung pendirian itu.¹⁴

Ciri-ciri Kolom:¹⁵

- a. Kolom memiliki keunggulan orisinalitas dan personalitas secara otonom serta kreatif menyangkut keseluruhan judul dan isinya, sehingga mampu membangkitkan daya tarik dan kesegaran para pembaca.
- b. Tema bervariasi, kolumnis tidak tercegah untuk melakukan penafsiran personal.
- c. Memiliki fleksibilitas yang sangat kuat dalam kebebasan bentuk dan struktur serta teknik pengungkapannya.
- d. Kolom dapat juga dikatakan sajian mulai dari yang paling serius sampai yang paling humoris, mulai dari yang filosofis sampai yang sangat keseharian selama semuanya dapat dipertanggungjawabkan.
- e. Kolom bersifat padat, ringkas dan mengesankan.



Kolom sebagai forum diskusi mempunyai tempat terpadang dalam pers Indonesia. Oleh karena itu, para da'i dapat memanfaatkan kolom sebagai sarana dakwah, dapat membentuk aliran utama pemikiran intelektual yang tengah berkembang di masyarakat.

3. Feature

Merupakan tulisan kreatif yang dirancang untuk memberi informasi tentang suatu kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang sambil menghibur.¹⁶ Sisi-sisi kemanusiaan (*human interest*) merupakan aspek yang paling dominan dalam sebuah produk penulisan feature.¹⁷ Tulisan feature akan lebih menarik apabila dibiarkan bercerita sesuai keadaan yang sesungguhnya.

Menurut Aep Kusnawan, feature minimal dapat dibagi menjadi tiga jenis:¹⁸

- a. News Feature. Tulisan ini biasanya muncul berbarengan dengan suatu peristiwa, membicarakan kejadian dari peristiwa tersebut disertai proses timbulnya kejadian itu. Dengan kata lain yang diperlukan di sini adalah apa (*what*), dan bagaimana (*how*) terjadinya peristiwa tersebut. Sementara mengapa (*why*) peristiwa tersebut terjadi tidak begitu menjadi perhatian.
- b. Feature pengetahuan. Tulisan ini biasanya dikemukakan dengan cukup berbobot. Ciri tulisan ini ditandai oleh kedalaman pembahasan objektifitas pandangan yang dikemukakan, memuat data dan informasi secara memadai. Dalam operasionalnya tidak hanya menjelaskan mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*) suatu peristiwa terjadi, namun juga harus mampu menjelaskan secara ilmiah yang dapat diterima secara logis.
- c. Human interest. Yaitu jenis feature yang lebih banyak menuturkan situasi yang menimpa orang, dengan cara penyajian yang menyentuh hati dan menggugah perasaan, seperti orang yang selamat dari bahaya kecelakaan kereta api, kapal laut, pesawat terbang dan sebagainya.

4. Resensi Buku

Resensi berasal dari bahasa latin *revidere* atau *recencere* artinya “melihat kembali”, “menimbang”, atau “menilai”. Dalam bahasa belanda dikenal dengan istilah *recensie* dan dalam bahasa Inggris *review*. Ketiga istilah itu mengacu pada hal yang sama, yaitu sebuah buku. Walaupun sebenarnya untuk istilah *review* bukan hanya mengacu pada buku saja tetapi juga mengulas pertunjukan musik, seni tari, seni lukis, film, drama dan sebagainya. Namun, persepsi yang lazim menisbatkan presensi dengan buku. Dengan demikian, pengertian resensi buku berarti produk tulisan yang berisi penilaian, mengungkap isi buku, membahas atau mengkritik buku. Maksud dituliskannya resensi buku adalah untuk menginformasikan isi kepadamasyarakat luas.¹⁹

Dewasa ini, hampir setiap minggu bahkan setiap hari ada buku baru yang diterbitkan dan ada informasi baru yang siap menjadi bahan rujukan bagi masyarakat. Meskipun pada tiap-tiap buku ada editornya, namun dari setiap buku yang siap menyebar di pasaran perlu mendapat pertimbangan dari para peresensi, termasuk pengemban dakwah (da'i).

Pertimbangan dari pengemban dakwah dipandang perlu karena buku akan hadir sebagai rujukan bagi masyarakat. Jika tanpa adanya tahap pertimbangan dari para pengemban dakwah, maka akan lahir buku-buku yang apa pun isinya akan menjadi rujukan masyarakat.

Bagi kalangan intelektual, penulis dakwah melalui resensi buku berjasa sebagai perantara antara penulis dan pembaca. Dengan resensi, embaca dengan cepat dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan sebuah buku yang baru terbit.

Oleh karena itu, berdakwah melalui resensi buku menjadi salah satu pilihan strategis dalam membantu masyarakat mengetahui secara praktis informasi buku sekaligus meneleksinya,



baik yang penting untuk dibaca karena bermutu atau yang lemah kualitasnya sehingga sebaiknya dilengkapi oleh penulisnya.

PENUTUP

Dakwah merupakan proses penyampaian dan penerapan pesan-pesan keislaman agar objek dakwah mau berislam sesuai dengan yang diridhai oleh Allah SWT. Perkembangan dakwah dewasa ini semakin terbuka dan terpengaruh arus kemajuan media massa. Media cetak merupakan lahan dakwah yang potensial. Oleh karena itu, kegiatan dakwah dapat dikembangkan melalui media cetak sehingga pesan dakwah dapat tersebar dan diterima masyarakat dalam waktu yang pengaksesannya tergantung pada keuangan mad'u.

¹ Septiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia), hlm. 82.

² Wikipedia Bahasa Indonesia. Ensiklopedia Bebas. wikipedia.org/wiki/Media_massa.

³ Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. (Bandung: Nuansa, 2004), hlm.7.

⁴ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. (Bandung: Logos, 1999), hlm.73.

⁵ *Ibid*, hlm. 84-85.

⁶ *Ibid*, hlm. 88.

⁷ Septiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. hlm. 87-88.

⁸ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik*, hlm. 88-89

⁹ Aep Kusnawan, *Berdakwah Lewat Tulisan*. (Bandung: Mujahd Press, 2004), hlm. 128.

¹⁰ M. Mufti Mubarak, *Tips dan Trik Agar Nongol di Media*. (Surabaya: Java Pustaka Group, 2011), hlm. 11.

¹¹ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 70-71.

¹² M. Mufti Mubarak, *Tips dan Trik*, hlm. 12.

¹³ Badiatul Muchlisin Asti, *Da'i Bersenjata Pena*. (Bandung: Pustaka Ulumuddin, 2005), hlm. 107.

¹⁴ Aep Kusnawan, *Berdakwah*, hlm. 138.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 143.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 143.

¹⁷ Badiatul Muchlisin Asti, *Da'i Bersenjata*, hlm. 83.

¹⁸ Aep Kusnawan, *Berdakwah*, hlm. 83.

¹⁹ Badiatul Muchlisin Asti, *Da'i Bersenjata*, hlm. 113.

DAFTAR PUSTAKA

- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kusnawan, Asep. 2004. *Berdakwah Lewat Tulisan*. Bandung: Mujahid Press.
- Mubarak, M. Mufti. 2011. *Tips dan Trik Agar Nongol di Media*. Surabaya: Java Pustaka Group.
- Muchlisin Asti, Badiatul. 2005. *Dai Bersenjata Pena*. Bandung: Pustaka Ulumuddin.
- Saeful Muhtadi, Asep. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. Bandung: Logos.
- Santana K. Septiawan. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Suhandang, Kustadi. 22004. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa.
- Wikipedia bahasa Indonesia. Ensiklopedia Bebas. wikipedia.org/wiki/Media_massa.