

Pengantar Tentang Konsep Dasar Siaran Radio, Televisi, dan Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah

Erwan Efendi¹, Baharuddin Pasaribu², Hotna Marito Siregar³

^{1,2,3} Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com, baharudinpasaribu533@gmail.com,

hotnamaritosiregar20@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia's creative da'wah media is developing along with advances in technology that have developed into an important component of modern society. Communicators can build da'wah on this foundation by presenting media in attractive packaging to facilitate distribution to the wider community. Da'i used to preach from the pulpit of mosques and other traditional places before spreading to television and radio. However, now there are many variants. Preachers currently use various means, one of which is social media, which is considered the easiest way to reach people. Nowadays, when it comes to social media, there are lots of influencers from artists, celebrities, or even young people who have creative ideas. These influencers give interesting presentations specifically discussing religious issues, either through Vlogs, Podcasts or Talkshows, which we usually do. Since the da'i's job is to encourage people to act in a good way according to God's commands, they are also known as influencers. The goal is to engage people but not force them, so you need to be creative and interesting. People won't immediately change their beliefs if you just show them kindness; instead, you will be educating them about the beauty of Islam. Therefore, preachers must be creative content creators (editors, layouters, designers). Preachers and media professionals can collaborate. Da'i can collaborate with celebrities and community leaders. Da'i can also collaborate with those in power.

Keywords: *Manages Programs, Media, Da'wah,*

ABSTRAK

Media dakwah kreatif Indonesia berkembang seiring dengan kemajuan teknologi yang telah berkembang menjadi komponen penting masyarakat modern. Komunikator dapat membangun dakwah di atas fondasi ini dengan menghadirkan media dalam kemasan yang menarik untuk mempermudah distribusi ke masyarakat luas. Da'i yang digunakan untuk berdakwah dari mimbar masjid dan tempat-tempat adat lainnya sebelum menyebar ke televisi dan radio. Namun, kini variannya sudah banyak. Para khatib saat ini memanfaatkan berbagai sarana, salah satunya media sosial, yang dianggap sebagai cara termudah untuk menjangkau orang. Saat ini, ketika berbicara tentang media sosial, banyak sekali influencer yang berasal dari artis, selebriti, atau bahkan anak muda yang memiliki ide kreatif. Para influencer ini memberikan presentasi menarik yang khusus membahas masalah agama, baik melalui Vlog, Podcast, maupun Talkshow, yang biasa kami lakukan. Karena tugas da'i adalah mendorong orang untuk bertindak dengan cara yang baik sesuai dengan perintah Tuhan, mereka juga dikenal sebagai influencer. Tujuannya adalah untuk mengajak orang tetapi tidak memaksa mereka, jadi Anda harus kreatif dan menarik. Orang tidak akan langsung mengubah keyakinan mereka jika Anda hanya menunjukkan kebaikan kepada mereka; sebaliknya, Anda akan mendidik mereka tentang keindahan Islam. Oleh karena itu, para da'i harus menjadi pembuat konten yang kreatif (editor, layouter, desainer). Da'i dan profesional

media dapat berkolaborasi. Da'i dapat berkolaborasi dengan selebritas dan tokoh masyarakat. Da'i juga dapat berkolaborasi dengan mereka yang berkuasa.

Kata Kunci: Mengelola Program, Media, Dakwah,

PENDAHULUAN

Teknologi informasi sangat potensial untuk mempermudah setiap kegiatan. Ketika ingin berkirim pesan kepada orang yang posisinya jauh, mereka masih menggunakan surat bahkan kantor pos. Namun, teknologi informasi semakin canggih di zaman sekarang ini, terbukti dengan tersedianya telepon seluler, telepon, dan media berbasis internet lainnya. Alhasil, keunggulan teknologi informasi saat ini dapat dimanfaatkan untuk memudahkan segala keperluan, termasuk penyebaran pesan dakwah kepada masyarakat umum. Televisi dan radio juga dapat digunakan sebagai alat dakwah yang dapat menjangkau semua orang. Radio memiliki jangkauan yang begitu luas, apalagi jika menggunakan teknologi streaming yang dapat menjangkau semua wilayah. Internet juga kita kenal berkat kemajuan zaman ini. Padahal, media ini memudahkan kita untuk mengakses informasi yang kita butuhkan, baik itu berita maupun dakwah. Oleh karena itu dakwah melalui internet sangatlah penting.

Oleh karena itu, cara-cara penyampaian dakwah Islam ini tidak lagi mensyaratkan kehadiran langsung masyarakat di kemudian hari. Alhasil, dakwah dapat dilakukan dengan bantuan teknologi informasi saat ini. Media teknologi informasi ini akan menyampaikan pesan-pesan Allah untuk menyentuh umat Islam dalam berbagai suasana dan keadaan.¹ Dengan begitu, dakwah dapat terus meluas dan memudahkan hidup kita. Misalnya, jika kita ingin menonton dakwah, kita tidak perlu lagi pergi ke lokasi; sebaliknya, kita bisa menontonnya dengan tenang di rumah dengan menyalakan radio, televisi, dan internet. Oleh karena itu, seorang da'i atau da'i harus mahir mengelola dan menguasai media ini agar menarik perhatian mad'u. karena, di negara demokrasi, media cenderung lebih berorientasi bisnis karena mereka menjadi lebih mandiri dan mandiri, sehingga sulit untuk mengontrol mereka. Sebenarnya, pemilik media harus memiliki kontrol atas latihan para pendeta atau penginjil. Akibatnya, penyampaian pesan dakwah di era modern harus memanfaatkan teknologi informasi yang mutakhir. Teknologi informasi yang ada saat ini dapat beradaptasi dengan segala kondisi dan setting, termasuk setting perkotaan dan pedesaan. Da'i mungkin merasa lebih mudah untuk menyampaikan dakwah kepada penerima yang dituju sebagai akibat dari hal ini.

PEMBAHASAN

Program Siaran dakwah

Dari kata bahasa Inggris "program", yang berarti "acara" atau "rencana", muncul kata "program". Undang-Undang Penyiaran Indonesia menggunakan istilah "siaran" yang diartikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam

¹ Munandar dan dkk. *Media Massa Dan Masyarakat Modern* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 35.

berbagai bentuk, bukan istilah "program" untuk peristiwa. Namun, dalam penyiaran Indonesia, istilah "program" lebih sering digunakan untuk menggambarkan arti program daripada kata "siaran". Program stasiun penyiaran adalah segala sesuatu yang ditayangkan untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya.²

Dakwah di sisi lain, terdiri dari pemahaman serta aktivitas atau ajakan lisan, tulisan, perilaku, dll. Yang dilakukan dengan sengaja dan terarah dalam upaya mempengaruhi orang lain secara fisik, baik secara individu maupun kelompok, sehingga bahwa ia memperoleh pengertian, sikap, penghayatan, dan pengalaman. Peneliti selanjutnya akan membahas tentang makna program siaran setelah mendefinisikan siaran dan dakwah. Bagian atau segmen siaran radio atau televisi dapat dianggap sebagai program siaran, sehingga pemirsa disadarkan bahwa ada sejumlah program yang ditayangkan sebagai bagian dari keseluruhan siaran.

Radio siaran berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, media massa lainnya, dan film yang bersifat optis-mekanis, dilihat dari karakteristiknya sebagai salah satu unsur proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa. Begitu pula dengan TV, meskipun ada kesamaan kecenderungannya, khususnya media elektronik, tetap saja ada perbedaan karena radio bersifat auditif sedangkan TV bersifat auditif visual. Karena bersifat auditori untuk didengar, radio memudahkan masyarakat untuk menyampaikan pesan melalui program-program yang menarik. Namun, radio memiliki kekurangan dalam siarannya, seperti siaran yang hanya dapat dilihat sekilas, artinya pesan cepat hilang dan tidak dapat diulang. Pendengar radio juga lebih pasif karena hanya menggunakan indera pendengarannya.³

Konsekuensinya, komunikator radio harus aktif agar audiens dapat memahami setiap pesan dengan jelas. Sementara itu, dari segi teknis, radio terlalu sensitif terhadap gangguan alam atau teknis di lingkungan. Terlihat dari nilai sebenarnya, radio informasi lebih menguntungkan daripada televisi yang menjadi saingannya. Jika dulu orang mengabaikan radio karena lebih menghargai sifat auditory radio daripada kualitas visual televisi, ternyata teknik visualisasi memakan lebih banyak waktu dan keterampilan, yang dikorbankan untuk nilai aktualitas, sekarang ada kebutuhan yang lebih besar akan kenyataan. Televisi sulit untuk merekam dan segera menyiarkan kejadian yang tiba-tiba dan tidak direncanakan, berbeda dengan radio yang tidak membutuhkan banyak waktu persiapan untuk menyiarkan kejadian tersebut secepat mungkin.

Masing-masing program siaran tersebut menempati slot waktu dengan durasi yang telah ditentukan, yang biasanya bervariasi tergantung jenis programnya, bisa berupa berita, hiburan, atau informasi tentang sains dan teknologi. Keterlambatan setiap program direncanakan sesuai dengan topik program (pemrograman), sehingga menjadi satu rencana transmisi setiap hari. Jadwal acara ini sudah direncanakan satu bulan atau bahkan enam bulan sebelumnya di beberapa

² Aminuddin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1985), h. 2.

³ Phil Astrid dan S. Susanto, *Komunikasi Massa* (Bandung: Bina Cipta, 1997), h. 20.

stasiun. Hal ini menjadi masalah karena ketatnya persaingan ruang iklan dan panjang tahapan pemasaran produk program televisi. Namun, ada juga yang menerapkannya secara dinamis, artinya jadwal acara dapat diubah untuk menanggapi keadaan yang tidak terduga seperti keadaan darurat. Jadwal acara dapat diubah dalam keadaan darurat, seperti untuk mengakomodasi pers berhenti, berita terkini, dan acara serupa lainnya, yang memungkinkan beberapa acara yang dijadwalkan sebelumnya dialihkan. durasi siaran, dan bahkan penghapusannya. Pola acara adalah nama lain dari susunan jadwal acara siaran ini.

Tindakan menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat umum disebut sebagai dakwah. Sebagai sebuah proses, dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan, tetapi juga berusaha mengubah cara berpikir, merasa, dan hidup masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidupnya.⁴ Oleh karena itu program siaran dakwah dapat diringkas sebagai bagian atau segmen siaran radio atau televisi yang memuat pesan atau rangkaian ajakan berupa suara, gambar, atau suara dan gambar, baik interaktif maupun tidak bentuk lisan, bentuk tulisan, tingkah laku, dan lain sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan terarah dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain agar memperoleh pemahaman, sikap, penghayatan, dan pengalaman terhadap ajaran agama sebagaimana yang disampaikan kepadanya tanpa paksaan.

Dengan demikian program siaran dakwah adalah peristiwa atau acara yang disiarkan oleh stasiun penyiaran, termasuk radio dan televisi, untuk mendorong perubahan yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hal ini, ada rumus penyiaran yang menyatakan bahwa program yang baik akan menarik khalayak atau pendengar yang lebih besar sedangkan program yang buruk tidak.

Media Televisi Sebagai Muatan Dakwah

Penggunaan media untuk berdakwah juga semakin berkembang karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat seiring dengan perkembangan manusia.⁵ Dalam konteks komunikasi massa dan penyebaran informasi, masuknya media televisi ke dalam masyarakat Indonesia merupakan sebuah kreasi dan peradaban yang baru.

Melimpahnya televisi di masyarakat telah memberikan peluang yang signifikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁶ Televisi telah menjadi media pilihan bagi setiap orang di masyarakat karena pilihan acaranya yang sangat beragam. Televisi merupakan media yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pengelolanya; Namun, jika diarahkan pada hal-hal yang negatif, maka akan menghasilkan nilai-nilai yang negatif, begitu juga sebaliknya.

⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 200.

⁵ Muhammad Arfin, *Dakwah Multi Media Terobosan Baru bagi Para Da'I* (Surabaya: Graha Ilmu Mulia, 2006), h. 19.

⁶ Syukur Kholil, *Penyiaran Islam Melalui Televisi, Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prosfeknya* (sebuah makalah dalam Loka Karya jurusan Komunikasi Islam IAIN SU Medan pada tanggal 9 Desember 2006), h. 5.

Dakwah dan ajaran Islam dapat disebar luaskan melalui televisi. Tayangan televisi dapat ditampilkan yang menekankan pentingnya nilai-nilai Islam dalam masyarakat. Meskipun demikian, bagaimana proyek-proyek ini diresapi dengan kualitas Islami tidak berarti bahwa mereka harus kehilangan kemampuannya.

Dalam bukunya *Teknologi Komunikasi dan Informasi Islam*, Zulkiple ABD.Gani mengklaim bahwa; Telah diketahui bahwa perangkat teknologi media terkait dakwah telah digunakan sejak lama. Meskipun demikian, upaya untuk mewujudkan cita-cita tersebut harus mengatasi sejumlah tantangan. Sikap umat Islam sendiri yang menghalangi mereka untuk berperan aktif dalam teknologi media, serta hambatan politik seperti pembatasan kebebasan media, menghalangi para pekerja media untuk memiliki pemahaman Islam yang akurat karena lemahnya sistem pendidikan Islam.⁷

Siaran televisi tidak perlu diubah secara mendasar untuk dapat menggunakan televisi sebagai sarana dakwah bagi seluruh lapisan masyarakat. Program-program ini tidak dapat kehilangan hal-hal yang membuatnya unik bagi komunitas. Idenya adalah memasukkan dakwah Islam ke dalam manfaat program.⁸

Format program adalah jenis program siaran yang biasanya mengikuti seperangkat pedoman dan aturan. Hal ini menunjukkan bahwa format program dipahami secara universal, khususnya di lingkungan organisasi penyiaran, karena maknanya sering digunakan oleh organisasi penyiaran publik.

Dalam hal mendukung kesuksesan finansial sebuah stasiun televisi, tidak ada yang lebih penting dari sebuah acara atau program. Program inilah yang memperkenalkan sebuah stasiun penyiaran kepada penontonnya. Pengiklan akan sangat tertarik pada suatu stasiun jika memiliki audiens yang besar dan jika audiens tersebut memiliki karakteristik yang dicari oleh pengiklan. Akibatnya, program memiliki dampak yang signifikan terhadap keuntungan dan pendapatan stasiun penyiaran. Bagian program bertanggung jawab atas program tersebut.⁹

Pembagian jenis program televisi dilakukan secara cermat agar pemirsa dan penyiar sama-sama mudah memahaminya. Perkembangan kreativitas program televisi saat ini telah menghasilkan berbagai macam program siaran yang khas. Tayangan televisi memiliki ciri khas karena dipengaruhi oleh tren gaya hidup masyarakat di sekitarnya. Alhasil, muncul konsep format program televisi baru yang memudahkan produser, sutradara, dan penulis naskah untuk menciptakan karya spektakuler.

Anggota staf penyiaran berupaya menempatkan program yang dapat ditonton oleh berbagai pemirsa saat ini. Setiap sutradara menginginkan sebuah pertunjukan yang dilihat oleh banyak orang dan membuat penonton merasa seperti aktor di dalamnya, memancing pemikiran dan imajinasi penonton. Akibatnya, tim

⁷ Abdul Zulkiple Gani, *Islam Komunikasi Dan Teknologi Maklumat* (Malaysia: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2001), h. 25.

⁸ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi* (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007), h. 26.

⁹ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 158.

produksi diperlukan bagi siapa saja yang ingin menghasilkan produksi siaran berkualitas tinggi. Selain itu, mereka harus mengetahui format program televisi. Dimungkinkan untuk mencapai ketepatan waktu produksi yang efektif dan kenyamanan dalam bekerja sama setelah format yang ditentukan dipahami dengan jelas.

Naratama menegaskan bahwa menentukan format program televisi sangat penting untuk keberhasilannya.¹⁰ Naratama mendefinisikan format program sebagai perencanaan mendasar dari konsep program televisi yang akan menjadi dasar kreativitas dan desain produksi. Format tersebut dipecah menjadi beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan program dan target audiens.

Seperti yang sudah menjadi rahasia umum, komunitas telah mengembangkan format acara yang sangat populer seperti infotainment, sinetron, dokumenter, dan masih banyak lagi. Setiap format program tersebut di atas memiliki norma dan aturan yang berbeda. Selain kesulitan dalam pemahaman, ada perbedaan dalam gaya penulisan, bahasa, dan aspek naskah lainnya.

Tim produksi yang menyusun dan mendeskripsikan konsep cerita atau skenario dalam bentuk audio dan video tidak lepas dari program televisi. Dalam proses produksi, diperlukan sejumlah material untuk kontinuitas yang optimal. Beberapa bahan ini adalah: bahan untuk produksi, biaya untuk produksi, fasilitas untuk produksi, dan bagaimana produksi dijalankan semuanya diatur.

Media Radio Sebagai Muatan Dakwah

Media auditori, visual, dan audio-visual merupakan mayoritas dari media sensasional. Tiga jenis media muncul sebagai akibat dari hubungan yang terjalin antara dua bentuk media ini: media auditori, visual, dan audio-visual. Jika dibandingkan dengan media visual, jenis media auditori (al-sam') lebih sedikit. Akibatnya, Al-Qur'an menggunakan bentuk tunggal dari kata al-sam' daripada bentuk jamak, al-sum'ah. Dakwah dapat diterima oleh media pendengaran tanpa diteliti asal-usulnya.¹¹

Meskipun suara tersebut berasal dari belakang kita, kita dapat mendengarnya saat melakukan aktivitas. Istilah "alsam" yang berarti mendengar sebelum "al-abshar" yang berarti penglihatan, juga dapat berarti bahwa pendengaran adalah indera pertama yang dikembangkan manusia sebelum penglihatan. Lebih khusus lagi, media yang hanya dapat didengar atau yang hanya mengandung unsur suara, seperti radio dan rekaman suara, disebut media auditif.¹²

Al-asr adalah singkatan dari "media visual", yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dan tidak mengandung unsur suara.¹³ Film slide, transparansi, lukisan, gambar, dan berbagai bahan cetakan adalah bagian dari media ini. Di sisi lain, media

¹⁰ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), h. 65.

¹¹ Basyiruddin dan Asnawir, *Media Pembelajaran* (Jakarta: Ciputat Press, 2002), h. 85.

¹² <http://asrofulkhadafi.wordpress.com/2012/04/29/media-pembelajaran/>, diakses 07 Mei 2014

¹³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group:2009), h. 413.

visual dan auditori yang dapat dilihat manusia digabungkan dalam media audio-visual. Televisi, film, bioskop elektrik, atau sinetron, dan compact disc juga dikenal sebagai Compact Disc (CD) dalam bahasa Inggris adalah contoh dari bentuk media ini.

Secara konseptual, radio adalah metode transmisi sinyal melalui radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik) dan modulasi. Gelombang ini bergerak dan berkembang biak di udara dan dapat timbul melalui ruang hampa, karena gelombang ini tidak memerlukan media pengangkut (seperti partikel udara), demikian juga terbatas pada organisasi Suara Giri FM.

Radio juga dapat merangsang persepsi, tanggapan, dan perilaku masyarakat sebagai sarana penyiaran keagamaan. Informasi merupakan hal yang penting bagi masyarakat, bahkan telah menjadi salah satu kebutuhan yang paling mendasar, selain sandang, pangan, dan papan. Dia akan memperoleh lebih banyak pengetahuan, semakin banyak orang berhubungan dengan informasi. Fungsi ideal radio sebagai media publik dalam proses komunikasi sosial adalah memenuhi kebutuhan dan minat pendengar sebanyak mungkin.

Radio sebagai media dakwah merupakan langkah maju yang baik, apalagi ketika da'i memiliki keinginan yang gigih untuk menyiarkan misi dakwahnya kemudian melihat dan menggunakan radio sebagai alat komunikasi dakwahnya. Penggunaan radio untuk dakwah sangat efektif dan efisien. Radio memungkinkan transmisi suara ke berbagai lokasi dengan jarak yang tidak terbatas. Dakwah akan dapat menjangkau komunikan yang jauh dan tersebar berkat kesederhanaan dan kepraktisan siaran radio. Jika seorang dai mampu memodifikasi dakwah dengan cara yang sesuai dengan situasi dan kondisi siarannya, baik melalui metode ceramah, sandiwara radio, forum tanya jawab, atau format siaran lainnya, efektivitas ini dan efisiensi juga akan didukung.

Dalam studinya tentang efek media massa, Joseph Klapper menekankan peran radio dalam memperkuat sikap dan opini yang ada.¹⁴ Hal ini disebabkan karena pada dasarnya setiap orang memiliki ideologi atau pendapat. Namun, ia juga menyebutkan bahwa meskipun tidak ada pendapat atau gagasan yang perlu dikonfirmasi, media massa efektif untuk mengubah sikap dan menciptakan opini tentang topik baru.

Karena radio hanyalah media mati, penggunaan radio oleh da'i untuk meningkatkan perasaan, pikiran, atau pemahaman serta perilaku seseorang terutama bergantung pada bagaimana memformat radio dan memanfaatkan kelebihanannya. Namun penting untuk diingat bahwa radio memiliki keunggulan yang tidak dapat ditandingi oleh bentuk media lain, seperti sifat faktual beritanya dan jangkauannya yang luas. Oleh karena itu, agar kerja dakwah tidak sia-sia, pemanfaatan potensi media radio tentunya akan memberikan hasil yang terbaik.

Masyarakat berbeda dalam menerima pesan dakwah yang disampaikan. Dalam nada yang sama, jaminan efisiensi media. Kemampuan untuk memahami nilai-nilai yang disampaikan oleh masing-masing media dakwah membedakan

¹⁴ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986), h. 235.

proses dakwah radio dengan keberadaannya. Misalnya, siaran-siaran yang berbentuk ceramah-ceramah agama adalah segala upaya untuk menyebarkan gagasan-gagasan yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat umum sebagai pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Ada beberapa faktor lain yang mendukung efektivitas dakwah radio, antara lain: *Pertama*, menggunakan kekuatan langsung untuk mencapai tujuannya tidaklah sulit. *Kedua*, Daya tembus radio tidak peka terhadap jarak dan rintangan. *Ketiga*, Daya tariknya adalah radio itu hidup karena memiliki tiga komponen: musik, kata-kata, dan efek suara.¹⁵

Jika dilihat dari perspektif komunikasi, media massa merupakan “saluran komunikasi” yang berfungsi sebagai sumber pesan dan penyampai pesan. Selain dukungan tersebut di atas, cara penyampaian pesan dan kesesuaian isi pesan dengan audiens merupakan dua faktor tambahan yang sangat berpengaruh terhadap efisiensi siaran radio. Agar komunikasi yang efektif dapat berlangsung, faktor yang harus diperhatikan adalah isi pesan. Karena dakwah Islam dalam hal ini, khutbah yang disampaikan oleh khatib adalah karya Rasulullah SAW. Agar berdampak pada keefektifan pesan, pesan yang dikandungnya juga harus memberikan manfaat.

Penyampaian pesan dakwah akan berjalan lancar jika da'i yang menyampaikan pesan menarik dan isinya sesuai dengan kebutuhan komunikan. Poin penting yang perlu diingat:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan cara yang menarik minat audiens yang dituju.
2. Agar sumber dan target dapat memahami pesan, tanda harus digunakan yang menargetkan pengalaman yang sama.
3. Pesan harus memenuhi kebutuhan individu dari pihak tujuan menyuarakan berbagai cara untuk mendapatkan kebutuhan itu.
4. Untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan, pesan harus menawarkan sarana untuk memenuhi persyaratan khusus kelompok di lokasi target saat ini.

Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah

Beberapa media disebut sebagai multimedia. Seperti, teks, grafik, animasi, suara, atau video adalah semua bentuk multimedia. Unit yang menampilkan informasi atau pesan dalam kombinasi adalah kombinasi ini. Dalam I Gde Wawan Sudatha, Chapman dan Chapman mengatakan bahwa ada dua cara multimedia dapat digunakan untuk menyampaikan pesan: online dan offline. Multimedia yang mentransmisikan data dari komputer atau mesin server yang digunakan sebagai pusat penyimpanan data ke jaringan lain, termasuk jaringan lokal dalam suatu organisasi dan internet, dikenal sebagai pengiriman online.¹⁶

¹⁵ Prayudha, Harley, *Radio; Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia 2005), h.55.

¹⁶ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 5.

Sedangkan multimedia yang disimpan pada perangkat penyimpanan atau kemasan yang dapat dilepas dikenal sebagai pengiriman offline. DVD dan CD-ROM, misalnya, adalah contoh perangkat penyimpanan yang dirancang untuk menyimpan data multimedia dalam jumlah besar. Dalam I Gde Wawan Sudatha, Philips juga menawarkan definisi multimedia yang menitikberatkan pada aspek interaktivitas, yaitu proses pemberian kemampuan kepada pengguna untuk mengontrol lingkungan melalui komputer.¹⁷

Salah satu jenis dakwah modern yang bisa dinikmati siapa saja adalah dakwah multimedia. Pemanfaatannya untuk dakwah merupakan salah satu bentuk pengembangan dakwah. Dahulu, dakwah dikaitkan dengan pengajian, masjid, mushola, mimbar, dan tempat lainnya. Terlepas dari kenyataan bahwa dakwah lebih dari itu, banyak orang masih memandangnya semata-mata sebagai praktik keagamaan saat ini. Semua hal baik dan buruk yang perlu diketahui oleh setiap manusia dapat diajarkan, dimotivasi, dan diingatkan melalui dakwah. Akibatnya, dakwah yang diaktifkan multimedia membantu penyebaran pesan dakwah dan membuatnya lebih mudah bagi umat Islam untuk memahami dan menerimanya. Oleh karena itu, sebagai bentuk inovasi dakwah, para da'i harus melek media dan menguasai berbagai media saat berdakwah, bukan sebaliknya, karena tidak bisa mengikuti perkembangan zaman karena cuek dengan media.

Internet dan bentuk teknologi informasi dan komunikasi lainnya, seperti itu, mampu membuka peluang baru bagi pertumbuhan dan proses penyebaran pesan dakwah Islam di era globalisasi. Diperkirakan internet adalah ruang virtual yang dapat menyebarkan pesan-pesan tentang dakwah secara efektif, mudah diakses, mencakup area yang begitu luas, dan bertahan selamanya. Sebagai contoh kegiatan amar ma'ruf nahi munkar, hal ini dapat melahirkan wacana dakwah siber.

Memang benar internet bisa digunakan untuk menyebarkan sebuah berita, namun manfaat yang dibawanya juga luar biasa. Dengan asumsi bahwa dahulu penyusunan Al-Qur'an dilakukan pada pelepah kurma, batu, daun, kulit dan tulang hewan, saat ini tidak hanya diselesaikan melalui kertas, tetapi harus dapat dilakukan melalui internet. Alunan merdu ayat-ayat Alquran yang dibacakan qori-qoriah kepada para tabligh dan mubaligh melalui kehebatan retorikanya, selain ayat-ayat Alquran dan tulisan-tulisan yang mengandung kata-kata Islami yang dapat disebarluaskan melalui internet.

Setiap hari, seorang juru dakwah menulis dan memposting pesan-pesan Islam secara online dengan bantuan pena. Toh, praktik dakwah di dunia nyata sudah bisa diamati secara tepat di dunia maya. Karena iman yang benar adalah tujuan utama dakwah Islam, internet telah menjadi komponen dakwah yang sangat penting dalam kerangka amar ma'ruf nahi munkar.¹⁸

¹⁷ I Gde Wawan Sudhata dan I Made Teguh, *Desain Multimedia Pembelajaran* (Yogyakarta: Media Akademi, 2015), h. 21.

¹⁸ Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an* (Semarang: Rasail, 2006), h. 34.

Para da'wah menggunakan media dakwah untuk menyampaikan materi dakwahnya secara fisik dan non fisik kepada para pengikutnya. Berdasarkan pengertian sebelumnya, dakwah multimedia dapat dipahami sebagai kumpulan fasilitas atau alat yang digunakan mubaligh untuk membantu mereka mencapai tujuan dakwahnya. Sikap dan tindakan Nabi Muhammad juga merupakan media visual yang dapat ditiru atau dilihat oleh mad'u. Pada saat itu bentuk media yang paling umum adalah audio yang digunakan untuk menyampaikan dakwah secara lisan.

Dalam perkembangan selanjutnya, muncul berbagai media dakwah yang efektif, baik visual, audio, audio-visual, dan sebagainya. Karena kemajuan teknologi, berbagai media dakwah kini telah hadir, dan penggunaannya harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, untuk menghindari kebosanan dengan materi yang disampaikan, pengkhotbah harus menguasai multimedia secara efektif dan memvariasikan media yang digunakan dalam khotbahnya.

Televisi dan internet adalah dua media yang harus diperhatikan oleh para dakwah, namun media lain juga sangat penting. Televisi dan internet, di sisi lain, adalah bentuk media yang paling umum digunakan oleh mitra dakwah. Para da'i dapat secara efektif mengkomunikasikan dakwahnya melalui televisi. Segala bentuk komunikasi bisa menjadi profesi yang berkaitan dengan bisnis, meskipun fakta ini sering menjadi kontroversi di masyarakat, dan maraknya dakwah melalui televisi tidak terlepas dari fenomena global. Masyarakat dapat dipengaruhi dan menerima dakwah secara efektif melalui proses interaksi sosial-keagamaan yang difasilitasi media ini.

Informasi dalam berbagai bidang, termasuk politik, budaya, kriminalitas, hukum, pendidikan, budaya, kesehatan, dan informasi Islam, dapat ditemukan di internet. Para da'i dapat mencari berbagai informasi kapan saja berkat internet. Namun, kehati-hatian dan kewaspadaan diperlukan. Hal ini karena media juga sarat dengan informasi yang sebenarnya harus diperiksa kebenarannya. Dai harus menyortir dan memilih portal berita dengan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Da'i dapat membagikan informasi kepada publik melalui WhatsApp, Facebook, atau platform media sosial lainnya jika akurat. Da'i menggunakan bahasa internasional dan menyebarkannya ke masyarakat internasional, bahkan jika diperlukan.¹⁹

Dengan demikian, mubaligh dan mad'u, atau penerima dakwah, mendapat manfaat besar dari media ini. Internet memiliki kelebihan sebagai media propaganda, yang paling penting adalah ketidakmampuannya untuk dimatikan dan aksesnya yang tidak terbatas. Pengguna dapat mengakses internet dalam keadaan apa pun berkat kemampuan beradaptasinya. Kedua, jika mereka ingin berbicara tentang pengalaman spiritual irasional yang, jika didiskusikan di forum, dapat memmatikannya, internet adalah tempat yang tepat bagi mereka untuk melakukannya.

¹⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 237.

Internet memberi orang tempat di mana mereka dapat merasa bebas membicarakan hal-hal yang tidak mengikuti konvensi ilmiah. Internet dapat menjadi tantangan bagi sebagian orang yang bergumul dengan komunikasi untuk memuaskan dahaga rohani mereka. padahal sebenarnya mereka sangat ingin berbicara dengan para ulama dan mendapatkan nasehat. Sementara itu, ada sebagian orang yang ingin mencari kebenaran dengan cara berdebat dengan ulama atau mubaligh atau bertanya-tanya, namun keadaan seringkali menghalanginya. Internet berfungsi sebagai pemandu yang dapat dipercaya dan mitra debat. Oleh karena itu, para mubaligh atau ulama harus dapat memanfaatkan internet secara efektif untuk mencapai tujuan dakwah mereka.

Media internet memiliki banyak kekurangan, namun juga memiliki banyak manfaat. Itu tidak mengubah fakta bahwa da'i dapat menggunakan internet untuk menyebarkan pesan dakwah mereka. karena manusia banyak menggunakan internet. Penegasan yang dibuat menunjukkan bahwa teknologi komunikasi didukung oleh internet, yang berkembang sangat cepat untuk persyaratan dan tujuan tertentu. Pernyataan tersebut juga mencakup lembaga keagamaan berbasis media sosial.²⁰

Multimedia dakwah memiliki kelebihan dan kekurangan. Manfaatnya adalah dapat diakses oleh semua kalangan, mubaligh dapat menyampaikan dakwahnya kapan saja dan dari lokasi mana saja tanpa harus menyediakan tempat khusus, dan umat Islam dapat memilih topik atau materi sesuai dengan kebutuhannya. Mereka juga dapat berinteraksi langsung dengan da'i dan lebih akrab dengan da'i tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, maupun lokasi.

Sementara kendalanya adalah menteri tidak bisa melibatkan komunikasi yang luas sebagai modus dakwah, mad'u tidak bisa melibatkan media untuk kepentingan dakwah (gaptek), banyaknya media yang memberikan materi dakwah hanya menurut sudut pandang mereka sendiri, sumber atau premis yang sah dianggap tidak jelas, dan mad'u sesekali mengajukan pertanyaan dengan kata-kata kasar. Ketidakmampuan para da'i dan mad'u untuk memanfaatkan media ini menjadi keterbatasannya. Berdakwah menjadi sederhana ketika multimedia digunakan secara efektif. Kehidupan orang berubah, dan bergantung pada apa yang mereka butuhkan, mereka mungkin bergantung pada atau menggunakan media.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan multimedia dalam kegiatan dakwah merupakan salah satu inovasi dalam dakwah. Dalam menyampaikan dakwah, multimedia dakwah memegang peranan penting sebagai alat atau media. Jika seorang dakwah ingin pesannya diterima oleh mad'u dan mencapai tujuannya, ia harus menggunakan multimedia dalam berdakwah. Akibatnya, mubaligh harus bisa memilih media dakwah yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mad'u. Mad'u masa kini adalah mad'u yang hidup di zaman teknologi canggih yang meruntuhkan tembok dan mendobrak batas ruang dan waktu. Alhasil, memilih dan menggunakan

²⁰ <http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>

multimedia menjadi kebutuhan para da'i saat ini. Pengkhotbah hari ini tidak hanya harus menjadi penceramah yang mahir, tetapi juga mampu memasukkan multimedia ke dalam khotbah mereka. Alhasil, penggunaan multimedia menjadi alat untuk mensukseskan dakwah. Akibatnya, pengkhotbah harus memasukkan multimedia ke dalam khotbah mereka.

Dakwah di sisi lain, terdiri dari pemahaman serta aktivitas atau ajakan lisan, tulisan, perilaku, dll. Yang dilakukan dengan sengaja dan terarah dalam upaya mempengaruhi orang lain secara fisik, baik secara individu maupun kelompok, sehingga bahwa ia memperoleh pengertian, sikap, penghayatan, dan pengalaman. Peneliti selanjutnya akan membahas tentang makna program siaran setelah mendefinisikan siaran dan dakwah. Bagian atau segmen siaran radio atau televisi dapat dianggap sebagai program siaran, sehingga pemirsa disadarkan bahwa ada sejumlah program yang ditayangkan sebagai bagian dari keseluruhan siaran.

Radio siaran berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, media massa lainnya, dan film yang bersifat optis-mekanis, dilihat dari karakteristiknya sebagai salah satu unsur proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa. Begitu pula dengan TV, meskipun ada kesamaan kecenderungannya, khususnya media elektronik, tetap saja ada perbedaan karena radio bersifat auditif sedangkan TV bersifat auditif visual. Karena bersifat auditori untuk didengar, radio memudahkan masyarakat untuk menyampaikan pesan melalui program-program yang menarik. Namun, radio memiliki kekurangan dalam siarannya, seperti siaran yang hanya dapat dilihat sekilas, artinya pesan cepat hilang dan tidak dapat diulang. Pendengar radio juga lebih pasif karena hanya menggunakan indera pendengarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz, Moh. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Andi Fachruddin, Hidajanto Djamal. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Arfin, Muhammad. 2006. *Dakwah Multi Media Terobosan Baru bagi Para Da'I*. Surabaya: Graha Ilmu Mulia.
- Arsyad, Azhar. 2015. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asnawir, Basyiruddin. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Ciputat Press.
- Harley, Prayudha. 2005. *Radio; Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedi.
- <http://asrofulkhadafi.wordpress.com/2012/04/29/media-pembelajaran/>, diakses 07 Mei 2014.
- <http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>
- I Made Tegeh, I Gde Wawan Sudhata. 2015. *Desain Multimedia Pembelajaran*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Kholil, Syukur. 2006. *Penyiaran Islam Melalui Televisi, Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prosfeknya*. sebuah makalah dalam Loka Karya jurusan Komunikasi Islam IAIN SU Medan.

- MorissaN. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Munandar, dkk. 2003. *Media Massa Dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pimay, Awaludin. 2006. *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an*. Semarang: Rasail.
- Rakhmat, Jalaludin. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya .
- S. Susanto, Phil Astrid. 1997. *Komunikasi Massa*. Bandung: Bina Cipta.
- Sanwar, Aminuddin. 1985. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Zulkiple Gani, Abdul. 2001. *Islam Komunikasi Dan Teknologi Maklumat*. Malaysia: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd.