

Pemanfaatan Periklanan sebagai Sarana Perkembangan Dakwah Islam di Era Digitalisasi

Erwan Effendy¹, Peby Shinta Siregar², Sutan Pardomuan Ritonga³

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

pebysiregar34@gmail.com, sutanpardomuan33@gmail.com

ABSTRACT

In the current Era of Digitalization, da'wah activities are growing along with the development of science and technology. Islamic da'wah can be disseminated through various media without reducing the meaning and purpose of Islamic da'wah. One of the media that is used as a means of da'wah is advertising where this advertising spreads very quickly in the Digital Age as we experience it today. Dakwah is an appeal or invitation to people to carry out activities based on Amar Ma'ruf Nahi Munkar. This inviting activity can be done in various ways and can use various media, one of which is through advertising media. With the development of technology, especially in the field of communication and advertising, it is very reliable as a means of spreading Islamic da'wah. Technological developments in the current era of digitalization not only lead to negative things but also have positive sides, especially as a means of spreading Islamic da'wah.

Keywords: *advertising marketing , development of technology, digitalization*

ABSTRAK

Di Era Digitalisasi saat ini, kegiatan dakwah semakin berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dakwah islam dapat disosialisasikan melalui berbagai media tanpa mengurangi makna dan tujuan dakwah islam. Salah satu media yang digunakan sebagai sarana dakwah ialah periklanan yang mana periklanan ini sangat cepat tersebar di Era Digital seperti yang kita rasakan saat ini. Dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada manusia untuk melakukan kegiatan yang berdasarkan Amar Ma'ruf Nahi Munkar . Kegiatan mengajak ini dapat dilakukan dengan berbagai cara dan dapat menggunakan berbagai media, salah satu nya adalah melalui media periklanan. Dengan berkembangnya teknologi khususnya di bidang komunikasi dan periklanan sangat dapat di andalkan sebagai sarana penyebaran dakwah islam. Perkembangan teknologi di era digitalisasi saat ini tidak hanya mengarah ke hal-hal yang negatif tetapi juga memiliki sisi positif khususnya sebagai sarana penyebaran dakwah islam.

Kata Kunci : **Pemanfaatan Periklanan, Perkembangan Dakwah, Era Digitalisasi**

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, Teknologi merupakan wadah baru bagi manusia untuk berkomunikasi dengan khalayak luas. Ketika umat Islam dapat menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, maka dakwah Islam akan mendapatkan kemudahan.⁶ Dakwah memiliki sifat persuasif, yaitu mengajak manusia dengan cara yang halus atau lebih tepatnya meyakinkan orang lain terhadap sesuatu tanpa memaksa. Hal ini sama kaitannya dengan prinsip marketing (pemasaran) yaitu tindakan persuasi untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen. Dakwah Islam tidak lagi didefinisikan secara konservatif sebagai tindakan berceramah melainkan

dari berbagai aktivitas, yang secara langsung maupun tidak langsung menarik keingintahuan publik tentang Islam.

Gencarnya perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat semua aktivitas dapat dilakukan dengan mudah, terkhususnya dalam hal berdakwah karena teknologi yang ada dan media yang berkembang sudah semakin mudah di akses dan pemanfaatan media sosial dalam ranah digitalisasi saat ini semakin mudah dalam menyebarkan dakwah. Hal tersebut menjadi jalan pintas bagi para pendakwah untuk melakukan dakwah nya dengan cepat dan efektif. Untuk itu selain mengetahui makna konsep dakwah yang terdapat pada iklan sebagai alternatif media dalam menyampaikan dakwah, penulis juga menganalisis tentang pentingnya periklanan untuk menyebarkan dakwah islam di Era Digitalisasi saat ini. Diharapkan jurnal ini dapat memberikan gambaran dan deskripsi memahami dan membaca makna dari konsep dakwah yang terdapat dalam iklan sebagai sarana perkembangan dakwah serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian tentang pemanfaatan media sebagai sarana perkembangan dakwah islam khususnya periklanan.

Perkembangan tatanan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat sebagai dampak kemajuan ilmu dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya perimbangan pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan di era globalisasi. Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga mampu menghasilkan alat-alat informasi, komunikasi dan transportasi sedemikian murah dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau dunia entertainment berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara live atau recorded, cetak atau elektronik. Oleh karena itu, tugas kita sebagai seorang da'i semakin berat, bukan saja siaran itu dapat membimbing umat Islam dalam pengamalan agama, tetapi juga memberikan motivasi kepada umat dan berupaya menggerakkannya agar meningkatkan partisipasinya secara maksimal dalam mensukseskan program-program pembinaan keagamaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu da'a, yad'u, dakwatan, yang berarti memanggil, mengundang atau mengajak. Sedangkan Secara terminologi, dakwah adalah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk berada di jalan yang benar. Dakwah adalah suatu kegiatan mengajak manusia dalam kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah merupakan suatu proses yang berkaitan dengan seorang da'i yang mampu mengajak seseorang agar mengarah kepada jalan Allah.

Sebagaimana Allah berfirman dalam q.s An-Nahl : 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَا تِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk." (Q.S An-Nahl : 125).

Agama Islam, adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang material dan spiritual. Agama Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat yang ampuh dalam mengembangkan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Agama dapat memberi pemahaman kepada arti dan kualitas hidup, sebab kalau tidak dengan begitu, maka kita akan kehilangan tujuan, keindahan dan keberkahan hidup. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media.

Pengertian Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima, dari da'i ke mad'u. Untuk itu, berdakwah melalui media merupakan penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan sarana media khususnya iklan untuk meneruskan pesan kepada audien yang jauh tempatnya atau banyak jumlahnya. Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan atau informasi kepada mitra dakwah. Seorang da'i yang ingin menyampaikan pesan dakwahnya agar cepat diterima mad'u di seluruh lapisan masyarakat maka dibutuhkan materi dakwah dengan mengikuti perkembangan media sekarang ini diantaranya menggunakan media elektronik khususnya media periklanan. Jika pesan dakwahnya ingin dibaca, atau didengar tentunya juga harus menggunakan fasilitas media untuk memudahkan misi dakwah kita, contoh misal teks ayat-ayat al-Quran yang dikutip dapat dibaca serta ekspresi wajahnya bisa dilihat oleh semua pemirsa, maka ia harus menggunakan media televisi. Jika ingin pesan dakwahnya dibaca orang, maka seorang dai harus menggunakan media cetak, dan bila pesannya bisa di dengar oleh orang lain maka dibutuhkan media audio (radio). Dan jika pesan dakwah nya ingin terlihat menarik maka pendakwah harus bisa membuat sebuah iklan yang kreatif dan dengan adanya iklan tersebut mampu menyebarkan dakwah dengan cepat dan efektif.

Oleh sebab itu, para pelaku dan pemilik program siaran keagamaan harus terlebih dahulu mengetahui strategi dan sasarannya, serta juga harus mengetahui bagaimana melaksanakan program dengan sebaik-baiknya. Tentu saja harus mengetahui pula dengan baik kelompok-kelompok yang menjadi sasarannya dan menguasai dengan baik materi-materi siaran agama yang disampaikan. Kemudian, pengelola siaran agama, baik dipusat maupun didaerah, seharusnya menguasai medan dengan baik, sehingga dengan demikian mereka dapat menyusun program-program siaran agama yang sesuai dengan kenyataan, problem dan sasaran yang tepat.

Berdakwah bisa dilakukan melalui apa saja, apalagi di zaman yang serba canggih dan modern saat ini, di mana teknologi terus berkembang. Imbas dari

kecanggihan teknologi ini memberikan banyak perubahan dalam kehidupan sosial manusia. Orang-orang mulai jarang bertatap muka secara langsung jika ada keperluan. Begitu pula saat menambah ilmu pengetahuan, kebanyakan manusia menggunakan berbagai media yang berhubungan dengan internet untuk memperoleh informasi tersebut, atau berinteraksi dengan orang lain. Kesempatan ini pula yang harus disadari dalam berdakwah. Seorang pendakwah tentunya sangat baik jika bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat. Pendakwah dapat memanfaatkan berbagai media khususnya iklan, sehingga jangkauan dakwah menjadi luas, bahkan bisa mencakup seluruh dunia.

Pengertian Era Digitalisasi

Era digitalisasi adalah zaman di mana segala sesuatu serba digital. Semua hal dapat dilakukan dengan bantuan teknologi yang canggih serta akses internet yang dapat digunakan di mana pun dan kapanpun. Kemajuan peradaban manusia dapat terlihat juga melalui kemajuan teknologi. Bersamaan dengan semakin banyaknya teknologi baru yang diperkenalkan pada masyarakat, maka beberapa teknologi using pun tanpa disadari mulai ditinggalkan. Sehingga, terdapat suatu perkembangan teknologi di era digitalisasi yang terus berkembang dengan cepat.

Era digitalisasi adalah masa di mana aktivitas masyarakat hingga informasi disebarluaskan dengan menggunakan teknologi digital. Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan era digital memberikan pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat baik itu pengaruh positif maupun pengaruh yang negatif. Era digitalisasi ini adalah kesempatan yang baik untuk para pendakwah agar dapat menggunakan media sebagai sarana perkembangan dakwah islam. Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mengembangkan islam bagi generasi-generasi muda agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.

Sebuah langkah yang baik telah banyak dilakukan oleh ulama-ulama di timur tengah dan para cendekiawan Islam di Eropa dan Amerika yang menyambut media internet sebagai senjata dakwah. Langkah-langkah untuk berdakwah melalui internet dapat dilakukan dengan cara berdakwah melalui media periklanan yang kreatif. Ini membuktikan bahwa dakwah melalui media khususnya iklan sangat membantu dalam hal dakwah islam, dimana dakwahtainment tersebut memadukan alur cerita yang dikemas secara islami sesuai dengan misi dakwah islam. Hal ini membuktikan bahwa dakwah islam juga bisa disampaikan melalui beberapa cara termasuk diantaranya menggunakan media periklanan. Salah satu unsur yang mudah kita saksikan adalah cara mereka berpakaian, cara mereka bertutur kata, cara mereka menyampaikan ajakan yang dikenalkan para da'i selalu mencerminkan nuansa islami.

Unsur-Unsur Dakwah

Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam keberhasilan dakwah diantaranya adalah unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut, yaitu :

1. Da'I (Pelaku Dakwah), orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan.
2. Mad'u (Mitra Dakwah), Orang yang menjadi sasaran dakwah baik individu maupun kelompok.
3. Maddah (Materi Dakwah), Pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u.
4. Wasilah (Media Dakwah), merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan isi pesan dakwah kepada mad'u.
5. Thariqah (Metode Dakwah), metode yang akan digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan kepada mad'u.
6. Atsar (Efek Dakwah), Feedback (Umpan Balik), digunakan untuk menganalisis berhasil atau tidak nya strategi dakwah yang disampaikan oleh da'i.

Keberadaan Iklan dalam Dakwah

Dakwah Islam yang disisipkan melalui iklan-iklan dengan berbagai macam produk industri, makanan, pakaian, kosmetik dan segala macam kebutuhan hidup masyarakat. Pesan-pesan dakwah Islam yang disisipkan menggunakan simbol-simbol Islam yang sudah dikenal oleh masyarakat. Misalnya iklan kosmetik dengan simbol jilbab, iklan bahan pangan dengan simbol halal dari MUI, dan sebagainya. Jumlah iklanpun yang ada di masyarakat tidak terhitung banyaknya dan beragam jenisnya, baik dalam bentuk poster, baliho, pamflet maupun spanduk. Begitupun media yang menayangkannya, meliputi semua channel, baik televisi, radio, surat kabar maupun majalah. Keberadaan iklan tersebut dimaksudkan agar semua lapisan masyarakat mengetahui dan memahami produk dan jasa yang ditawarkan.

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempersuasi atau membujuk masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Di Indonesia mayoritas penduduknya beragama Islam menjadikan pembuat iklan mengatur strategi pemasaran dengan melihat peluang tersebut. Pembuat iklan berupaya merancang produk sesuai dengan keinginan dan minat konsumen.

Keberhasilan suatu iklan tidak terlepas dari pemilihan media yang tepat, karena setiap media periklanan memiliki karakteristik dan keunggulannya sendiri yang unik, maka setiap pengiklan diharuskan untuk menyesuaikan tujuan (sasaran) dengan media yang akan dipilih agar periklanan yang dilaksanakan tidak sia-sia. Dari sisi strategi periklanan, pesan-pesan yang disampaikan sejumlah perusahaan produk halal melalui iklan di televisi masih kurang menampilkan unsur edukasinya, terkait dengan pengetahuan dan manfaat produk. Iklan produk halal dapat dijadikan sebagai salah satu langkah strategi dalam dakwah Islam karena masyarakat telah memahami lewat keberadaan iklan yang dimiliki oleh produk yang halal, disiarkan

dengan tampilan pesan yang Islami menyebabkan masyarakat mau menerima produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berkaitan dengan informasi pesan dakwah, maka perkembangan dakwah saat ini merupakan cara yang dilakukan juru dakwah untuk menyampaikan isi pesan yang disampaikan mad'u khususnya berdakwah melalui iklan. Ketika menyampaikan suatu pesan dakwah, maka isi pesan tersebut sangatlah penting peranannya. Untuk itu perhatian dan kebijakan juru dakwah dalam menyampaikan pesan melalui iklan ini sangat dibutuhkan keahlian agar dapat tercapai tujuan dakwah yang diinginkan. Pesan dakwah yang tepat pada dasarnya dapat membimbing manusia menuju moralitas yang baik. Jika juru dakwah mampu membuat sebuah iklan yang kreatif dan tentunya mengandung pesan-pesan islami maka mad'u atau sasaran dakwah menjadi ingin tahu akan pesan dakwah yang disampaikan. Juru dakwah dituntut untuk selalu memahami situasi dan kondisi masyarakat yang setiap saat mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial- keagamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- M. Rosyid, Afif, Suisyanto, 2017, Pengantar Ilmu Dakwah : Sejarah, perspektif, dan Ruang lingkup, Yogyakarta : Samudra Biru.
- Rakhmawati. 2016. Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No.
- Lukitaningsih Ambar, 2013, Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran, Yogyakarta, Vol. 13, No. 2.
- Samsul Munir Amin, 2009, Ilmu Dakwah, Jakarta: AMZAH.
- Tajibu. Kamaluddin. Syafariana. Pesan Dakwah Pada Iklan Kosmetik Wardah "Sebuah Kajian Semiotika". 2016.
- Wahyu Ilaihi, 2010, Komunikasi Dakwah, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.