

Manajemen Media Dakwah pada Era Globalisasi serta Tantangannya

Erwan Efendi¹, Habib Ilmi Nasution², Herdi As-singkily³

¹²³Universitas Islam Negeri Sumatera Selatan
erwanefendi@uinsu.ac.id¹

ABSTRACT

Da'wah media is a tool used as an intermediary in achieving the goals of da'wah. In conveying messages to recipients by utilizing media to achieve success, the choice of media used is very important. Progress in communication media in recent years has shown significant changes. Because there are many media that are used to convey messages to support da'wah activities, it is one of the effective and efficient ways of conveying Islamic values to the public. Communication media can be interpreted as meaning that all media and objects can be used as communication media for the success of da'wah. Therefore, it is impossible for da'wah to be successful without the media to help make it a success. The more you master the use of media in the implementation of da'wah, the more it will lead to success and success in the implementation of da'wah.

Keywords: management, da'wah media, globalization.

ABSTRAK

Media dakwah merupakan alat yang digunakan sebagai perantara dalam rangka pencapaian tujuan dakwah. Dalam menyampaikan pesan kepada penerima dengan memanfaatkan media untuk mencapai keberhasilan maka pemilihan media yang digunakan menjadi sangat penting. Kemajuan media komunikasi beberapa tahun terakhir menunjukkan perubahan yang signifikan. Karena sudah banyak media yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan untuk mendukung aktivitas dakwah merupakan salah satu cara yang efektif dan efisien dalam penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Media komunikasi dapat diartikan bahwa semua media dan benda dapat dijadikan media komunikasi demi suksesnya dakwah. Karena itu tidak mungkin dakwah sukses tanpa adanya media yang membantu mensukseskannya. Makin banyak menguasai penggunaan media dalam pelaksanaan dakwah, maka semakin mengantar kepada keberhasilan dan kesuksesan dalam pelaksanaan dakwah.

Kata Kunci: manajemen, media dakwah, globalisasi.

PENDAHULUAN

Kita tidak bisa membendung arus globalisasi yang telah menerjang berbagai aspek dalam kehidupan sosial, khususnya dalam kehidupan beragama. Akibat dari globalisasi banyak aspek dari kehidupan beragama yang terpengaruh. Bagi agama Islam, salah satu aspek yang terpengaruh akibat dari globalisasi adalah dakwah.

Dakwah adalah istilah dalam Islam yang mengacu pada upaya menyebarkan ajaran agama Islam kepada individu atau masyarakat secara luas. Aktivitas dakwah bertujuan untuk memperkenalkan Islam, mengajak orang lain untuk memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran agama ini. Tujuan utama dakwah adalah untuk

memperluas pemahaman tentang Islam, memperbaiki moral, dan membantu individu atau komunitas mendekatkan diri kepada Allah.

Dakwah memiliki peran penting dalam ajaran Islam, sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an. Salah satu dalil yang mendukung konsep dakwah adalah ayat Al-Qur'an Surah An-Nahl (16:125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan berbicaralah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."

Dalam buku *Four Key Concepts of the Qur'an* karya Sayyid Abul Ala Maududi, konsep dakwah dijelaskan sebagai tugas penting umat Islam untuk menyebarkan pesan Islam kepada dunia. Maududi berargumen bahwa dakwah adalah kewajiban umat Islam untuk memperbaiki masyarakat dan menciptakan lingkungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. (Ala Maududi, 2007)

Di era globalisasi terhadap informasi sekarang ini serta kemaknaan bagi teknologi yang sudah tidak bisa dihindarkan. Semuanya sudah tentu bisa diakses dan tidak ada lagi yang bakal disembunyikan termasuk sesuatu hal yang sangat tabu sekalipun. Kecanggihan terhadap sebuah teknologi dalam komunikasi yang ikut memberikan pengaruh ke seluruh aspek kehidupan bagi manusia termasuk pada kegiatan dakwah itu sendiri yang merupakan suatu pola penyampaian sebuah informasi serta sebuah upaya dalam transfer ilmu pengetahuan. (Aminuddin, 2016)

Dakwah yang disampaikan kepada umat manusia dengan melibatkan sebuah unsur dakwah seperti da'i sebagai subjek, mad'u sebagai objek atau penerima dakwah, maadah sebagai materi dakwah, thariqah yang digunakan sebagai metode dakwah dan juga wasilah sebagai media yang akan disampaikan sebagai dakwah. Adapun tujuan dari tercapainya dakwah itu sendiri merupakan bentuk pencapaian kebahagiaan didalam hidup baik berupa hidup di dunia maupun di akhirat. Maka daripada itu dakwah bisa dipahami kedalam prosesi internalisasi, transformasi, transmisi serta kedalam difusi ajaran islam bagi kehidupan masyarakat. (Sadly, 2018)

TINJAUAN LITERATUR

Kata dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'ā-yad'ū-da'watan*, yang memiliki kesamaan makna dengan *al-nidā'*, yang berarti menyeru atau memanggil.

Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut beberapa pakar adalah sebagai berikut:

- Ibn Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintah-Nya.
- Syekh Ali Mahfudz menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan baik dan melarang mereka kepada kebiasaan buruk supaya beruntung di dunia dan akhirat.
- Hamzah Ya'qub menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- Prof. Dr. Hamka menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan *amar ma'ruf nahi munkar*.

Dakwah adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari keislaman seseorang. Karena dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Inti dari tujuan dakwah adalah mengarah pada perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat. Maka dari itu, seharusnya dalam berdakwah harus bersikap dinamis dan progresif. Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah SWT agar bahagia dan sejahtera didunia maupun di akhirat. Adapun tujuan dakwah secara khusus adalah sebagai berikut:

- Mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup sesungguhnya.
- Menginternalisasikan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam.
- Wujud dari internalisasi ajaran Islam tersebut adalah seorang muslim memiliki keinginan untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Globalisasi adalah fenomena di mana dunia menjadi lebih terintegrasi melalui pertukaran ekonomi, budaya, teknologi, dan informasi di antara negara-negara di seluruh dunia. Hal ini mengarah pada hubungan yang semakin erat dan dampak yang lebih besar antara berbagai aspek kehidupan global, menghapus batasan geografis dalam berbagai sektor kehidupan manusia.

Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi ini. Globalisasi menyentuh seluruh aspek penting kehidupan serta menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab dan dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk

kepentingan kehidupan. Bagi Indonesia, proses globalisasi telah begitu terasa sekali sejak awal dilaksanakan pembangunan. Proses globalisasi yang berupa pemikiran atau sistem nilai kehidupan mulai diadopsi dan dilaksanakan sesuai dengan kondisi di Indonesia. Globalisasi secara fisik ditandai dengan perkembangan kota-kota yang menjadi bagian dari jaringan kota dunia. Hal ini dapat dilihat dari infrastruktur telekomunikasi, jaringan transportasi, perusahaan-perusahaan berskala internasional serta cabang-cabangnya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalistik atau bersifat kealamian, serta tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan. Dalam penelitian ini kasus yang akan dibahas adalah mengenai manajemen media dakwah pada era globalisasi serta tantangannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis analisis data deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Penulis menggunakan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data. Melalui metode ini data-data yang berguna untuk bahan penelitian didapatkan melalui literatur-literatur, buku, jurnal, serta sumber internet yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. (Samsul Munir Amin, 2009: 113)

Istilah media berlaku bagi produk-produk informasi dan hiburan dari industri-industri media, begitu juga contoh-contoh telekomunikasi yang membantu membawakan produk-produk tersebut kepada kita. Terdapat berbagai ide tentang apakah sejarah media itu dan bagaimana mendekatinya. Untuk memahami media (dan perkembangannya), kita perlu menggunakan kata-kata kunci dan memahami bagaimana mereka berkaitan dengan isu-isu tentang pengaruh dan konstruksi media. Terdapat berbagai pendekatan kritis terhadap kajian media dalam perkembangan kritik media. Pendekatan-pendekatan ini secara bervariasi memberikan tekanan kepada pemahaman terhadap bisnis dan produsen media,

kepada teks-teks media dan konstruksinya, dan kepada para audiens media dan konteks sosial.

Media dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Nonmedia Massa
 - a. Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain.
 - b. Benda; telepon, surat, dan lain-lain.
2. Media Massa
 - a. Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah dan lain-lain.
 - b. Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
 - c. Media massa periodik-cetak dan elektronik; visual, audio, dan audio visual (Darwanto Sastro Subroto dalam Amin, 2009: 114).

Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah. (Wardi Bachtiar, 1997 : 35)

Peran Manajemen Media Dakwah

Manajemen media dakwah adalah suatu pendekatan strategis yang digunakan dalam mengelola dan mengelola berbagai saluran media yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai agama. Dakwah merujuk pada upaya menyampaikan ajaran agama Islam kepada individu atau masyarakat secara luas, dan media dakwah berperan sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan pesan-pesan ini mencapai khalayak lebih luas. Pentingnya manajemen media dakwah tercermin dalam beberapa aspek berikut:

1. Mencapai Audiens yang Lebih Luas: Manajemen media dakwah memungkinkan penyampai pesan agama untuk mencapai audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin sulit dijangkau melalui metode tradisional. Dengan adanya media, pesan-pesan agama dapat menjangkau individu di seluruh dunia, termasuk yang tinggal di tempat-tempat terpencil.
2. Pembelajaran dan Pendidikan Agama: Media dakwah dapat digunakan sebagai alat pendidikan agama yang efektif. Video, podcast, dan situs web yang didedikasikan untuk dakwah dapat menyediakan materi pelajaran agama yang mendalam dan memfasilitasi pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai agama.
3. Pengenalan dan Persepsi Positif: Manajemen media dakwah dapat membantu dalam memperbaiki persepsi masyarakat terhadap agama dan memerangi stereotip negatif. Ini penting untuk mempromosikan

- pemahaman yang lebih baik tentang agama, menciptakan toleransi, dan mencegah konflik antaragama.
4. Kehidupan Komunitas Agama: Manajemen media dakwah juga memainkan peran penting dalam mempertahankan dan memperkuat identitas agama. Ini dapat membantu dalam mempertahankan hubungan komunitas, memberikan dukungan moral, dan menjaga tradisi keagamaan.
 5. Keterlibatan Pemuda: Manajemen media dakwah dapat mengaitkan pemuda dengan ajaran agama dan nilai-nilai moral. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, menyediakan pesan yang relevan dan menarik dalam format yang sesuai dengan pemuda dapat mempertahankan minat mereka terhadap agama.
 6. Membangun Jembatan Antarbudaya: Media dakwah dapat berperan dalam membangun jembatan antarbudaya dan mempromosikan dialog antaragama. Ini membantu dalam memahami persamaan dan perbedaan antara agama-agama yang berbeda, yang dapat memperkuat toleransi dan kerukunan antarumat beragama.

Manajemen media dakwah adalah alat yang kuat untuk menyebarkan pesan-pesan agama, membangun pemahaman yang lebih baik tentang agama, dan menghubungkan komunitas agama dengan audiens yang lebih luas. Dalam era digital yang terus berkembang, pendekatan ini menjadi semakin penting dalam mempertahankan dan mempromosikan nilai-nilai agama serta menjembatani perbedaan budaya dan agama.

Media Dakwah Pada Era Globalisasi

Perkembangan dakwah dewasa ini harus sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan peradaban manusia sepaya dakwah Islam mampu mewarnai ke seluruh aspek kehidupan manusia. Di era globalisasi seperti sekarang ini sudah barang pasti menjadi keharusan bagi juru dakwah untuk memanfaatkan segala bentuk teknologi yang ada untuk mempermudah pencapaian tujuan dan sasaran dakwah. Tanpa memanfaatkan media dakwah yang ada dakwah tidak akan mengalami kemajuan. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebabkan timbulnya perubahan-perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, baik dari segi keberagamaan, politik maupun perubahan tradisi dalam masyarakat modern.

Media elektronik yang saat ini berkembang pesat di kalangan masyarakat merupakan media massa yang efektif untuk menyampaikan segala informasi, khususnya dakwah. Oleh karena itu, dakwah bisa disampaikan melalui media apapun baik media elektronik maupun media massa, dan pesan dakwah dapat mudah diterima dikalangan masyarakat secara efektif. Dalam media massa memiliki ciri di bidang elektroniksultanitas. Dalam media massa elektronik dapat disebut media massa elektronik apabila masyarakat dapat menyerap pesan apa yang disampaikan dalam media tersebut dan dalam sebuah media bagaimana bisa menarik penonton untuk menyukai media elektronik tersebut. Dan dalam

karakteristik media masa elektronik sangat berbeda sekali dengan media masa yang lainnya. Karena setiap media massa memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak dapat disamakan dengan media massa lainnya.

Salah satu media saat ini yang banyak digunakan sebagai media dakwah adalah melalui internet dan media sosial. Menggunakan media sosial sebagai media dakwah akan menjadi sangat efektif dengan memperhatikan beberapa hak berikut pemaparannya:

1. Perdalam kedekatan dengan Allah. Jangan sampai karena kita asyik di media sosial untuk niat berdakwah, kita malah lupa membangun kedekatan dengan Allah. Sesibuk apapun di medsos, sholat jamaah harus tepat waktu di masjid, dan perbanyak pula ibadah sunnah seperti Dhuha, Tahajjud, Sedekah dll.
2. Pahami apa kebutuhan ummat. Jika kita dapat mengerti apa yang menjadi kebutuhan ummat, kita dapat menyampaikan dakwah yang sesuai dengan apa yang menjadi keresahan mereka.
3. Tetapkan tujuan yang jelas. Meskipun dalam poin pertama di atas kita berusaha mengetahui kebutuhan umat, sebagai seorang da'i harus tetap memiliki tujuan yang jelas, agar tidak terombang ambing.
4. Perbanyak silaturahmi. Dengan banyak silaturahmi, maka ilmu dan wawasan kita akan dapat bertambah, sehingga pesan dakwah kita akan dapat lebih baik lagi.
5. Perbanyak membaca. Terutama, bacalah kisah-kisah para ulama terdahulu. Meskipun saat itu mereka belum menggunakan media sosial untuk berdakwah, namun berbagai prinsip-prinsip utama dalam berdakwah ke masyarakat tetap sangat relevan.
6. Mulailah dari yang terdekat. Allah sudah menegaskan agar kita melindungi diri kita dan keluarga kita dari api neraka. Dakwah dengan Media Sosial seringkali membuat pesan kita terdengar oleh orang-orang yang jauh. Itu bagus. Namun, jangan lupakan orang-orang yang terdekat dari kita.
7. Bersabar. Ada banyak cobaan, tantangan, rintangan, halangan, dan godaan dalam berdakwah dengan media sosial. Terkadang cobaan itu berbentuk sesuatu yang panit. Namun kadang cobaan itu tampak dalam sesuatu yang manis. Bersabarlah, jangan menyerah, ambil pelajaran, mintalah nasehat pada guru dan orang terdekat, serta introspeksi diri.

Sekalipun media dakwah saat ini sangat banyak, tetapi tidak ada media yang sempurna, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, kekurangan yang ada pada media yang satu akan disempurnakan oleh media lainnya. Makin banyak menguasai penggunaan media dalam pelaksanaan dakwah, maka semakin mengantar kepada keberhasilan dan kesuksesan dalam pelaksanaan dakwah. Oleh karena itu, dalam memilih media dakwah sebaiknya selalu dikondisikan dengan obyek dakwah, sebab tidak semua media dakwah bisa digunakan dalam semua kondisi dan situasi.

Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang islam keseluruhan penjuru, dengan keluasaan akses

yang dimiliki yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultural dan lainnya. Begitu besarnya potensi dan effisiensinya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakwah*. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.

Tantangan Media Dakwah Pada Era Globalisasi

Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang tidak bersifat positif, namun setiap perubahan memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam kehidupan umat manusia. Dengan begitu adanya teknologi dapat memberikan manfaat bagi kehidupan dunia dakwah dan juga menjadi tantangan dalam arus perkembangan zaman. Berikut beberapa tantangan dakwah dalam arus perkembangan media sosial, yaitu:

1. Tumbuhnya media massa mainstream yang sekuler dan anti islam. Negara yang memiliki penduduk umat Islam terbanyak sangat disayangkan pada umumnya media massa justru tidak berpihak kepada Islam dan kaum muslimin. Parade kezaliman atas pemberitaan umat mayoritas kini kian menyudutkan Islam merupakan salah satu tantangan dakwah dalam arus perkembangan zaman. Diskriminasi yang merupakan kezaliman itulah yang terjadi saat ini untuk mendiskripsikan penyudutan pemberitaan terhadap umat Islam. Media sekuler dan liberal tidak memberitakan kegiatan umat Islam yang menolak kegiatan liberal, sekuler, dan kapitalis. Seperti peristiwa unjuk rasa Miss World tahun 2013, gerakan 212 dan sebagainya yang dilakukan umat muslim hampir menyeluruh berada di jantung Jakarta tidak satupun media yang mempublikasikan berita tersebut, hanya sebagian kecil dari perwarta yang mempublikasikan peristiwa tersebut. Peristiwa-peristiwa tersebut merupakan tantangan bagi para pendakwah untuk bisa menguasai berbagai macam media agar dapat memberitakan segala sesuatu yang harus diberitakan.
2. Kurangnya tenaga ahli media massa muslim. Peristiwa di atas merupakan pertunjukan realita yang mengatakan bahwa kurangnya tenaga profesional yang terdidik dan memahami seluk beluk media massa. Hal tersebut merupakan salah satu faktor kenapa media massa tidak bisa bersaing dengan media massa mainstream. Kesadaran harus disiram pada umat muslim mengenai pentingnya menguasai media massa. Seperti telah di ketahui media massa mainstream dewasa ini telah berkembang sebagai industri yang memerlukan modal besar dan melibatkan banyak manusia.
3. Problematika internal aktivis dakwah. Menurut Syamsuriah dalam tulisannya tidak hanya masalah besar yang timbul dari luar tetapi masalah internal juga bisa tumbuh dari dalam diri pedakwah. Seperti gejala kejiwaan (cemas, bingung, marah, gelisah dan ada juga gembira dan tenang

(masalah seperti ini jika tidak dikelola dengan tepat dapat menjadi penyebab menghancurkan citra aktivitas dan dakwah itu sendiri. (Syamsuriah, jurnal ilmiah Islamic resource UMI, 2019)

4. Kemiskinan dalam masyarakat. Masyarakat informasi dan masyarakat industri membutuhkan padat modal, untuk membiayai berbagai produksi dalam semua bidang termasuklah media massa. Ditinjau dalam pandangan dunia Islam masyarakat muslim juga mengalami kelemahan yang parah. Penduduk umat Islam yang diketahui masih tergolong dibawah garis kemiskinan sehingga kemiskinan yang bersifat struktural itulah menjadi kelemahan umat Islam saat ini. Maka dengan kemampuan profesional media massa dan teknologi yang canggih harus dikuasai oleh umat Islam. Selain sebagai bentuk penyiaran yang berbentuk dakwah. Keahlian tersebut juga bisa menjadi profesi yang bisa meningkatkan keekonomian dalam masyarakat. (Abdurahman: 2013)
5. Perubahan materi disebabkan model popularitas dakwah. jika di simak keberadaan media massa, dapat disikapi menjadi dua cara yaitu pertama, media massa di pandang sebagai pembentuk masyarakat dan kedua, media massa sebagai kaca yang memantulkan keadaan masyarakat. Pernyataan pertama tersebut merupakan sebagai suatu instrumen yang memiliki daya tarik dalam mempengaruhi alam pikiran manusia. Keberadaan media massa sangat menjadi faktor utama seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikasi sebagai sasarannya. Memang benar media massa maupun media sosial bisa mengubah sasarannya. Tetapi menjadikan masyarakat jenuh dengan apa yang di sampaikan oleh da'i. Sehingga terjadilah perubahan penyampaian materi yang lebih banyak humor dibandingkan pendidikan dan pengetahuan tentang agama. Seperti yang disampaikan oleh ustaz Muhammad Nur Maulana sebagai pelaku dakwah di media, beliau mengakui bahwa masyarakat tidak semuanya menyukai model atau pola ceramah yang menjadi trademark gayanya. Menurutnya model dan metode dakwah memang beragam. Dakwah yang diselingi humor menurutnya hanya sebagai metode saja karena tujuannya ialah membuat jamaah tidak bosan mendengarkannya. (Nur Ahmad, 2014)

KESIMPULAN

Era global merupakan moment penting bagi kebangkitan agama-agama. Ketika orang-orang diterpa perubahan, kebutuhan akan kepercayaan spiritual semakin menguat. Ilmu dan teknologi tidak mengajarkan kepada kita apa makna hidup. Agamalah yang menjelaskan hal itu. Bagi kebanyakan orang, mencantelkan diri pada suatu budaya dan agama yang unik adalah suatu keniscayaan. Menganut suatu budaya atau agama tersebut adalah bagian identitas mereka yang membuat mereka tetap eksis di antara bangsa-bangsa dan penganut-penganut agama lain, dan tidak terasing dari lingkungan mereka yang semakin anonim.

Manusia memang mempunyai banyak identitas yang berkaitan dengan peran-peran tertentu, namun salah satu identitas terpenting adalah identitas yang berkaitan dengan latar-belakang etnik dan agama mereka, baik disadari atau pun tidak. Di tengah-tengah momentum yang sangat bagus inilah sudah seharusnya umat Islam memfungsikan agama Islam sebagai sumber vitalitas peradaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. D. (2003). *Komunikasi dan bahasa dakwah*. Jakarta: Amzah
- Al Maududi, S. (2007). *Four key concepts of the qur'an*. Leicestershire: The Islamic Foundation.
- Aminuddin. (2016). Media dakwah. *Al-Munzir Vol. 9. No. 2*, 345.
- Elhany, H. (2019). Dakwah islam di era globalisasi perspektif bimbingan penyuluhan islam. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 01, No. 02* , 299-303.
- Ilahi, W. (2013). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Karim, A. (2016). Dakwah melalui media: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *AT-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1*, 168-170.
- Nurdin, S. (2018). Media sebagai sarana komunikasi dalam berdakwah. *Ta'dib: Volume 16, No 2*, 42-45.
- Saputri, S., & Hendra, T. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial. *Al hikmah : Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Vol. 7, No. 1*, 51-53.
- Umar, R. (2009). Metode Dakwah Di Era Globalisasi. *Al-Tajdid, Vol. 1 No.2*, 77-78.