

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Umum Tentang Dakwah

1. Pengertian Dakwah

a. Pengertian Dakwah secara Etimologi

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'a-da'watun*, artinya mengajak, menyeru, memanggil.¹

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat Alqur'an antara lain:

Firman Allah

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ
عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ۝ ٣٣

*Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku" {QS. Yusuf (12): 33}*²

Banyak sekali kata-kata bahasa Arab yang erat kaitannya dengan kata dakwah, seperti antara lain:

دَعَا إِلَيْهِ : mengajak kepada

دَعَا عَلَيْهِ : mendoakan kejahatan

¹Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 1.

²Kementrian Agama RI., *Syaamil Al-Qur'an TerjemhanTafsirPertama*, (Bandung: PT. SygmaExamediaArikanleema, 2010), hlm. 239.

دَعَا لَهُ : mendoakan kebaikan

إِدَّ عَلَى الْأَمْرِ : mendakwahkan (perkara)

دَاعٍ : yang mendoa, yang menyeru, yang memanggil.

Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut *da'i (isim fail)*, artinya orang yang menyeru. Tetapi karena perintah memanggil atau menyeru adalah suatu proses penyampain (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah *muballigh*, artinya penyampai atau penyeru.

b. Pengertian Dakwah secara Terminologi

Definisi mengenai dakwah, telah banyak dibuat para ahli, di mana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi. Walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikatnya sama.

Di bawah ini akan penulis kemukakan beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli mengenai dakwah:

1) Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A.

“Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunai dan akhirat.”³

³Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1979), hlm. 1.

2) Menurut Prof. A. Hasjmy

“Dakwah Islamiyyah yaitu mengajak orang lain untuk menyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah yakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.”⁴

3) Menurut Syaikh Ali Mahfudz

حَتَّالْنَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَ الْهُدَى وَ الْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ
وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَالِجِ وَالْأَجَلِ

*Artinya: Memotivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaiakan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.*⁵

4) Menurut M. Natsir

“Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia Konsep Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperolehkan

⁴ A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1884), hlm. 18.

⁵ Syaikh Ali Mahfudz, *Hidayat Al-Mursyidin*, (Cairo: Dar Kutub Al-Arabiyyah, 1952), hlm. 1.

akhlak dan membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.”⁶

5) Menurut Prof. H.M. Arifin, M.Ed.

“Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.”⁷

6) Menurut Amrullah Ahmad

“Pada hakikatnya, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (theologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemsyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran kenyataan individual dan Sosio-Kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.”⁸

⁶ M. Natsir, “*Fungsi Dakwah Perjuangan*” dalam Abdul Munir Mul Khan, *Ideologi Gerakan Dakwah*, (Jakarta: Sipers, 1999), cet. I, hlm. 52.

⁷ M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), cet. V, hlm. 6.

⁸ Amrullah Ahmad (Ed), *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PL2P2M, 1985), hlm. 3.

7) Menurut Prof. Dr. Aboebakar Aceh

“Dakwah yang berasal dari *da'a*, berarti perintah mengadakan seruan kepada semua untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Kata-kata ini mempunyai arti luas sekali, tetapi tidak keluar daripada tujuan mengajak manusia hidup sepanjang agama dan hukum Allah.”⁹

8) Menurut Dr.M. Quraish Shihab

“Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran lebih luas apalagi sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.”¹⁰

9) Menurut Ibnu Taimiyah

Dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh Rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.

⁹ Aboebakar Aceh, *Potret Dakwah Muhammad saw dan Para Sahabatnya*, (Solo:Ramadhani, 1986), hlm. 11.

¹⁰ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 2001), cet. 22, hlm. 22.

Beberapa Istilah dakwah diatas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar berupa ajakan atau menyeru untuk melaksanakan kebaikan (*makruf*) dan meninggalkan kejahatan (*mungkar*) untuk mencapai cita-cita dakwah yakni menuju kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat.¹¹

2. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan sering disebut dengan informasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan. Sedangkan pesan merupakan isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk tujuan. Pesan dapat dibedakan menja diantara lain:¹²

- a. *Informative* yaitu pesan yang sifatnya memberikan sekedar informasi
- b. *Eksplanatif* yaitu pesan yang sifatnya memberikan penjelasan
- c. *Edukatif* yaitu pesan yang sifatnya mendidik
- d. *Entertaining* yaitu pesan yang sifatnya memberikan hiburan

Secara bahasa, dakwah berasal dari kata yang berarti memanggil; mengundang; minta tolong kepada; berdoa; memohon; mengajak kepada sesuatu; mengubah dengan perkataan, perbuatan, dan amal.

¹¹Ibnu Taimiyah, *Majmu Al-Fatawa*, juz 15, (Riyadh: Mathabi Ar-Riyadh, 1985), hlm. 185.

¹²Endang S. Sari, *Audience Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hlm. 25.

Jadi pesan dakwah ialah semua pernyataan yang bersumberkan Al-qur'an dan *Sunnah* baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (Risalah) tersebut.¹³

3. Unsur-unsur Dakwah

a. *Da'i*

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum *da'i* juga disebut dengan sebutan mubalig (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Namun, sebutan ini memiliki konotasi sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan saja. Seperti penceramah agama, khayib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.¹⁴

Dalam buku *Islamic Public Speaking*, ada tiga hal yang harus diperhatikan oleh *da'i* agar dakwahnya bisa berhasil, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Attention* (perhatian komunikan terhadap pesan dakwah).
- 2) *Comprehention* (Pemahaman terhadap pesan-pesan dakwah).
- 3) *Acceptance* (Penerima pesan-pesan dakwah).¹⁵

¹³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 112.

¹⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 288.

¹⁵ Syekh Musthafa Masyhur, *Fiqih Dakwah*, (Jakarta: al-I'tishom, 2000), hlm. 20.

b. Mad'u

Mad'u berasal dari bahasa Arab yang berarti objek dakwah (yang diajak kepada Allah atau menuju Al-Islam).

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah baik sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam, maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.¹⁶

c. Maddah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada mad'u dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

Pokok-pokok materi dakwah atau ajaran Islam antar alain,

- 1) pesan aqidah, meliputi Iman Kepada Allah Swt. Iman kepada Malakait-Nya, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada Qodha-Qadhar.
- 2) Pesan Syariah meliputi ibadah Thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji, serta mu'amalah.
 - Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.
 - Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perah dan damai.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 288.

4) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt., akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.¹⁷

d. Wasilah

Wasilah dalam bahasa arab berarti segala hal yang dapat menghantarkan tercapainya sesuatu yang diinginkan. Sedangkan secara istilah adalah segala sesuatu yang mendekatkan kepada sesuatu lainnya.¹⁸

Wasilah (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, audiovisual, lukisan, dan akhlak.¹⁹

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi 5 (lima):

1. *Lisan*, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. *Tulisan*, buku majalah, surat kabar, korespondensi, (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.

¹⁷Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.20.

¹⁸Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, hlm. 51.

¹⁹*Op. cit.*, hlm. 288.

3. *Lukisan*, gambar kurikatur, dan sebagainya.
4. *Audio Visual* yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet, dan sebagainya.
5. *Akhlak*, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.²⁰

Sedangkan menurut hemat penulis, media dakwah itu terdiri dari:

1. Media elektronik seperti: tv, radio, internet, telepon genggam, telepon, film dan seterusnya.
2. Media cetak seperti : majalah, surat kabar, buku, jurnal, buletin, tabloid, dan seterusnya.

Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas dakwah.²¹

e. Thariqah

Kata “metode” telah menjadi Bahasa Indonesia yang memiliki pengertian suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia.

²⁰Wahyu Ilahi, *Ibid.*, hlm. 21.

²¹Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 9.

Metode dakwah adalah cara-cara penyampaian dakwah atau strategi yang harus dimiliki oleh *da'i* dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Metode dakwah ini secara umum ada tiga yaitu:

- 1) *Bi al-Hikmah* yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan *mad'u*.
- 2) *Mau'izatul Hasanah* yaitu berdakwah dengan menggunakan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan kasih sayang, sehingga dapat menyentuh hati *mad'u*.
- 3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan* yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang baik dengan tidak memberikan tekanan-tekanan pada *mad'u*.²²

f. Astar

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika telah dilakukan oleh *da'i* dengan materi dakwah. Wasilah dan thariqah tertentu, maka akan timbul respon dan efek (astar) pada *mad'u* (penerima dakwah).

Efekte diri dari tiga macam yaitu:

- 1) Efek Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, *mad'u* akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir.

²²Munirdan Wahyullahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 34.

2) Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap pada *mad'u* setelah menerima pesan dakwah.

3) Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan polah tingkah laku *mad'u* dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif, dan efektif.²³

4. Tujuan Dakwah

Merususkan tujuan dakwah bermanfaat untuk mengetahui tujuan arah yang ingin dicapai dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Tanpa tujuan yang jelas, aktivitas dakwah menjadi kurang terarah, sulit untuk diketahui keberhasilannya, dan bisa jadi akan meyimpang dari target dan sasaran yang ingin dicapai. Untuk itulah, setiap da'i ketika mau melaksanakan dakwah hendaknya membuat tujuan dakwah yang jelas dan terperinci.

Hal terpenting yang harus diperhatikan ketika merumuskan tujuan dakwah adalah siapa yang menjadi objek dakwah, laki-laki, perempuan, dewasa, remaja, berpendidikan tinggi atau tidak, masyarakat desa atau masyarakat kota dan sebagainya.

²³Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: GrahaIlmu, 2011), hlm. 177.

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun akhirat.²⁴ Tujuan umum tersebut perlu ditindaklanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat.

Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama (umum) dan tujuan khusus (perantara). Tujuan umum merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan umum ini tidak dicapai sekaligus karena mengubah sikap dan perilaku seseorang bukan pekerjaan sederhana. Oleh karena itu perlu tahap-tahap pencapaian.

5. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkain kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
- b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan startegi adalah pencapaian tujuan.

²⁴ Tujuan umum tersebut dapat dilihat dalam tulisan Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm, 51. Lihat juga tulisan Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, cet. Ke-3, 1993), hlm. 21.

Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Ada empat hal yang dapat dijadikan pemikiran dalam pengembangan strategi dakwah menghadapi era globalisasi berdasarkan perspektif komunikasi media.

- a. Strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM), yakni para *dai*, mubalig, ataupun para cendekia.
- b. Strategi pengelolaan pesan dakwah (materi dakwah).
- c. Strategi pengembangan pemanfaatan media dakwah (metode dakwah, dan
- d. Strategi mengelola audiens (*mad'u*).

B. Film Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Film Animasi

Film atau gambar hidup juga sering disebut *movie*. Film, secara kolektif, sering disebut 'sinema'. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi.²⁵ Film atau gambar merupakan kumpulan gambar-gambar dalam frame, dan setiap frame di proyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga saat dilayar gambar terlihat hidup. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visualisasi yang kontinu. Sama halnya dengan film,

²⁵ Moh Ali Aziz, *op.cit.*, hlm. 425.

video dapat menggambarkan suatu obyek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai.²⁶

Menurut bahasa, kata animasi berasal dari bahasa latin “*anima*” yang berarti jiwa, hidup, nyawa semangat. Animasi adalah gambar dua dimensi yang seolah-olah bergerak karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan atau mengingat gambar yang terlihat sebelumnya.²⁷ Kemudian istilah tersebut dialihbahasakan kedalam bahasa inggris menjadi *animate* yang artinya memberi hidup (*to give life to*), atau *animation* yang berarti ilusi dari gerakan, atau hidup.

Ilusi dari gerakan tersebut dapat terjadi dengan cara menngerakkan secara cepat serangkain gambar mempunyai gerakan secara bertahap masing-masing bagaian objek gambar tersebut. Apabila rangkain gamabar tersebut digerakkan secara cepat, maka mata akan menangkap gerakan dari objek, dan bukan lagi gambar dari per *frame*-nya.²⁸

Dari yang telah disampaikan diatas mengenai media film, film animasi adalah salah satu dari media film seperti yang telah diterangkan sebelumnya mengenai media film yaitu kumpulan gambar-gambar dalam frame. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visualisasi yang kontinu.²⁹

²⁶ Cecep Kustandi dan Bambang Sutjipto, *Media Pembelajaran; Manual dan Digital*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2113), hlm. 64.

²⁷ Cinemags, *The Making Of Animation*, (Bandung: PT. Magindo Tunggal Sejahtera, 2004), hlm. 06.

²⁸ Ranang Agung. S, dkk., *Animasi Kartun Analag dari Sampai Digital*, (Jakarta: INDEKS, 2110), hlm. 9.

²⁹ Cecep Kustandi dan Bambang Sujipto, *op. cit.*, hlm. 64.

Dapat disimpulkan penulis bahwa film animasi adalah media gambar yang diberi efek bergerak yang mengakibatkan setiap efek terlihat hidup, animasi bisa berupa karakter manusia, hewan atau benda. Animasi pun ada bermacam-macam, berdasarkan teknik pembuatan animasi dibagi menjadi animasi *frame*, *sprite*, *path*, *spiline*, *vektor*, *clay*, *morphing*, digital, dan karakter.

Memperhatikan film-film animasi layar lebar yang beredar, hampir semuanya menggunakan satu teknik saja yaitu umumnya adalah animasi 3-D seperti yang biasa dilakukan Pixar studio, stop motion yang biasa dilakukan oleh Ardman, atau 2-D yang biasa dilakukan oleh Disney.

2. Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar. Dalam bahasa arab media adalah perantara “*Wasaila*” atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.³⁰

Media adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.³¹ Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated commucation*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sasaran untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya.

³⁰Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 3.

³¹Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 104.

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah Swt. Bukan untuk mengikuti *dai* atau sekelompok orang.³²

Maka media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.³³ Adapun yang dimaksud dengan 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.³⁴

Media komunikasi dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional ampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film, radio dan televisi. Dari semua itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, dan audiovisual.

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.

Media dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Nonmedia Massa
 - a. Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain.

³²*Ibid.*, hlm. 14.

³³*Op. cit.*, hlm. 404.

³⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), hlm. 35.

b. Benda; telepon, suart, 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.³⁵

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan pada:

1. Media Visual

a. Film Slide

Media film slide berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogramkan sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan paa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor film slide yang kemudian gambarnya diproyeksikan apada screen (layar).³⁶

b. Overhead Proyektor (OHP)

Overhead Proyektor, biasanya disebut OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program ke

³⁵ Darwanto Sastro Subroto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Perss, 1995), hlm. 10.

³⁶ Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), hlm. 90.

dalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat sekali untuk menyampaikan pesan-pesan atau materi dakwah kepada kalangan terbatas, baik sifat maupun tempatnya.³⁷

c. Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai di mana-mana. Keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik.³⁸

2. Media Audio

a. Radio

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio akan mudah dan praktis, dengan demikian, dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar.³⁹

b. Tape Recorder

Tape recoder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat di-*Play back* dalam bentuk suara.

³⁷ Benny Agus Pribadi, *Media Teknologi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), hlm. 90.

³⁸ Slamet Muhaimin Abda, *Ibid.*, hlm. 91.

³⁹ Samsul Munir Amin, *op.cit.*, hlm. 119 – 121.

3. Media Audio Visual

a. Televisi

Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi karena melalui pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas. Televisi merupakan hasil teknologi elektronik yang dapat menyiarkan suatu program dalam bentuk suara sekaligus gambar dari stasiun yang memancarkannya.

b. Film atau sinetron

Malalui media film atau sinetron, informasi dapat disampaikan secara teratur sehingga menarik untuk ditonton. Hal ini karena persiapan yang begitu mantap mulai dari naskah, skenario, *shooting*, *acting*, dan penyelesaiannya. Media film dan sinetron sebenarnya lebih bersifat *entertainment* (hiburan), bahkan bersifat komersial. Akan tetapi, film dan sinetron juga dapat dipergunakan sebagai media dakwah.

c. Video

Video tepat sekali digunakan untuk kepentingan dakwah, ia dapat memancarkan program dalam bentuk audio visual. Terlebih lagi, program video disusun sesuai selera dan dapat disiarkan sesuai dengan kebutuhan tanpa harus bergantung pada stasiun pusat. Kita dapat guakan media video sewaktu-

waktu untuk kepentingan dakwah. Kelebihan dakwah menggunakan media video adalah di samping menarik, program dan penyiarannya juga disesuaikan dengan keperluan dan kesempatan pemirsa. Biaya tidak terlalu mahal dibandingkan jika melalui film.

4. Media Cetak

a. Buku

Buku merupakan jendela ilmu. Melalui buku informasi-informasi atau pesan-pesan dakwah dapat disebarluaskan secara mudah kepada sasaran dakwah. Dalam hal ini, buku dan penerbitan buku cukup efektif sebagai media dakwah kepada khalayak atau sasaran dakwah.

b. Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu media cetak yang terbit setiap hari. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar diberbagai penjuru, karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien, yaitu dengan cara *da'i* menulis rubrik di surat kabar tersebut, misalnya berkaitan dengan rubrik agama.⁴⁰

⁴⁰Onang Uchyana Efendi, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Adiyta Bakti, 2003), hlm, 145 – 159.

c. majalah

majalah biasanya terbit dalam bentuk buku dan terbit dalam waktu berkala, tergantung waktu terbitnya, ada mingguan, tengah bulanan, bulanan, dan seterusnya.

Disamping media cetak seperti yang telah disebutkan di atas yaitu buku, surat kabar, majalah, juga terdapat media cetak lain yang dapat digunakan sebagai media dakwah, seperti brosur, buletin, dan lain-lain yang mempunyai fungsi sama yaitu menyebarkan informasi melalui media cetak.

Dengan banyaknya media yang ada maka *da'i* harus dapat memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media, karena sekarang adalah era globalisasi informasi, artinya di era globalisasi terjadi penghilangan batas ruang dan waktu dari hasil perkembangan Teknologi komunikasi. Masalah teknologi komunikasi menjadi penting untuk diupayakan agar para *da'i* menguasainya, karena pada hakikatnya dakwah adalah proses komunikasi baik media visual, audio, dan lebih penting lagi media audio visual, termasuk televisi maupun film.

Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern

sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak *out of date*.

Pemilihan media dakwah juga sangat menentukan keberhasilan efektifitas dan efisiensi dakwah yang dilakukan, apakah media elektronik, atau media cetak.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media dakwah adalah sebagai berikut:⁴¹

- a. tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
- b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
- d. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan *da'i*.
- f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g. Efektifitas dan efisiensi harus diperhatikan.

⁴¹Samsul Munir Amin, *op.cit.*, hlm. 114.

3. Film Sebagai Media Dakwah

Perkembangan teknologi, khususnya informasi dan komunikasi, tidak bisa dipungkiri akan menghasilkan berbagai implikasi dalam bidang kehidupan manusia. Peluberan informasi akibat ledakan komunikasi (*communications explotions*),⁴² terutama bagi negara-negara konsumen kemajuan iptek secara tidak langsung akan mempengaruhi kultur.

Berkaitan dengan tantangan dakwah di era globalisasi ini, yang tidak bisa dipikirkan adalah memasukkan aspek media (media massa) dalam pengembangan strategi dakwah. Media dalam hal ini bukan sekedar alat untuk menyampaikan, lebih dari itu media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi aspek kognitif, afektif dan behavior audiens (*mad'u*) sehingga apa yang diharapkan oleh dai dapat tercapai.⁴³

Di era digital, dakwah tidaklah cukup disampaikan dengan lisan tanpa bantuan media massa, seperti pers/percetakan, radio, film, dan televisi.⁴⁴

Tersedianya ragam jenis media yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang dakwah sangat memberikan peluang umat Islam untuk mengembangkan kreatifitas dalam syiar Islam. Dakwah tidak hanya

⁴²Ledakan komunikasi (*communications explotion*) merupakan istilah Collin Cherry untuk menggambarkan perkembangan masyarakat di era informasi dan globalisasi.

⁴³Abdul Aziz dkk., *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*, (Yogyakarta: Gama Media, 2006), hlm. 50.

⁴⁴ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologi Gerakan Dakwah Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar basyir*, (Yogyakarta: SIPRESS, 1986), hlm. 58.

dapat dilakukan secara lisan, *face to face* dalam ajang ceramah atau taklim, tetapi dapat melalui media massa, baik media elektronik atau media cetak.

Peranan media massa terhadap dakwah adalah sebagai pembaharu (*agent of social change*), yaitu membantu mempercepat proses peralihan dari tipe masyarakat yang tradisional menuju masyarakat yang modern, terutama peralihan yang menghambat pola pikir dan kepercayaan masyarakat kontemporer. Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak.

Film sebagai media dakwah mempunyai kelebihan, antara lain dapat menjangkau berbagai kalangan baik itu anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Disamping itu juga dapat diputar berulang-ulang dimanapun dan kapanpun sesuai dengan situasi dan kondisinya sedangkan kelemahannya adalah biayanya cukup mahal, prosedur pembuatannya cukup panjang dan memerlukan keterlibatan berbagai pihak.

Selama ini peningkatan jumlah radio, surat kabar dan film secara kualitatif ternyata tidak selalu diikuti oleh meningkatnya perubahan sosial. Film secara psikologis memiliki kecenderungan yang unik dalam menyajikan pesan dalam menerangkan hal-hal yang masih samar, mengurangi keraguan dan lebih mudah diingat.

Saat ini, dengan kemudahan regulasi pemerintah dalam ijin pendirian/penerbitan media, telah banyak bermunculan media-media muslim, baik lokal maupun nasional. Peluang ini nampaknya telah ditangkap dan direspons oleh sebagian *entrepreneur* muslim, seperti AA Gym dengan MQ *Corporation*-nya, dan sejumlah media muslim lokal yang independen ataupun yang merupakan bagian dari sebuah perusahaan penerbitan nasional.⁴⁵

Selain memberikan hiburan untuk masyarakat, film juga dapat memberikan informasi dan pendidikan/edukasi. Oleh karena itu, film digunakan sebagai media dakwah ketika film dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Film dengan muatan pendidikan yang baik tidak selalu berarti harus membosankan atau menggurui.⁴⁶

⁴⁵ Abdul Aziz, dkk. *Op. cit.*, hlm. 60.

⁴⁶ Heru Effendy, *Industri Perfilman Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.28.