

FUNGSI KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA MULTI MEDIA

Suharto

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu

Email: suharto@iainpalu.ac.id

Abstract :

This article examines the function of preaching communication in the multimedia era. Preaching communication that is increasingly developing is no longer through conventional media with communication strategies that still rely on face-to-face or stagnant in one mass media. Especially regarding propaganda material that contains inviting, educating or informing facts or something that is considered to be beneficial to the Ummah, the preachers have been more effective and practical in disseminating quickly through social media, the religious teachers can disseminate propaganda content in WhatsApp Group or WAG, messenger, instagram, can also be through other networked media.

Keywords: Da'wah, Multimedia, Communication

Abstrak:

Artikel ini menelaah fungsi komunikasi dakwah di era multimedia. Komunikasi dakwah yang semakin berkembang tidak lagi melalui media konvensional dengan strategi-strategi komunikasi yang masih mengandalkan tatap muka atau stagnan pada satu media massa. Terutama menyangkut materi-materi dakwah yang berisi mengajak, mendidik ataupun menginformasikan fakta-fakta atau sesuatu yang dianggap membawa manfaat bagi ummat, maka para dai sudah lebih efektif dan praktis dalam menyebarluaskan secara cepat melalui media sosial, para ustadz bisa menyebarluaskan konten-konten dakwah di WhatsApp Group atau WAG, messenger, instagram, juga bisa melalui media-media yang berjejaring lainnya.

Kata Kunci: Dakwah, Multimedia, Komunikasi

A. Pendahuluan

Menghadapi era global ini, dapat dipastikan bahwa setiap manusia atau sebagian besar manusia di belahan dunia ini telah “menggantungkan hidupnya” terhadap teknologi informasi atau telah “ketergantungan” terhadap internet. Hal ini ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, sehingga setiap orang dengan mudahnya berkomunikasi dengan berbagai sarana komunikasi seperti handphone dan internet.

Menurut Rudolph F Verderber dalam Deddy Muliana mengatakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama*, Fungsi Sosial, yaitu untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu¹. Fungsi komunikasi tersebut menggambarkan bahwa betapa pentingnya seseorang dalam setiap aktivitas kesehariannya untuk berkomunikasi antara satu orang dengan orang lain, mengkomunikasi antara satu perkara dengan perkara lainnya, untuk menentukan suatu keputusan baik untuk diri sendiri, kesenangan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain dan kepentingan yang lebih besar telah menjadi bagian integral dari semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi tersebut.

B. Pembahasan

1. Teori dan Fungsi Komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan antara dua orang atau lebih. Kita sering melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara implisit, mungkin kita pernah memperoleh atau mendengar pertanyaan yang mengungkapkan bahwa untuk apa kita berkomunikasi? Apa manfaat kita berkomunikasi dan lain-lain sebagainya. Everett M Rogers mengatakan bahwa berkomunikasi itu adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mempengaruhi

¹ Deddy Muliana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung, Cet. 21, 2017, h. 5

tingkah laku mereka². Jelas, bahwa berkomunikasi itu sangat penting dalam setiap interaksi seseorang karena memiliki beberapa fungsi. Fungsi komunikasi itu sebagai berikut:

- a. Menyampaikan pikiran atau perasaan
- b. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan
- c. Mengajarkan atau memberitahukan sesuatu
- d. Mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan
- e. Mengenal diri sendiri
- f. Memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
- g. Mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang
- h. Mengisi waktu luang
- i. Menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan
- j. Membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan³

Fungsi komunikasi di atas sejalan dengan pendapat Judy C Pearson dan Paul E Nelson yang mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum. *Pertama*, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. *Kedua*, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan social dan mengembangkan keberadaan dalam masyarakat⁴.

Sedangkan berdasarkan kerangka yang dikemukakan oleh William I Gordon, maka ada empat fungsi komunikasi tersebut, Komunikasi Sosial, Komunikasi Ekspresif, Komunikasi Ritual dan Komunikasi Instrumental. Mulyana kemudian mengembangkan keempat fungsi komunikasi tersebut sebagai berikut:

Komunikasi Sosial, secara implisit fungsi komunikasi social adalah fungsi komunikasi kultural. Para ilmuwan social mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya

² *Ibid*, h. 69

³ <http://blogilmukomunikasi.blogspot.com/2013/09/fungsi-komunikasi.html>

⁴ *Lot Cit*, h. 5

menjadi prilaku dari komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara dan mengembangkan atau mewariskan budaya.

Komunikasi Ekspresif, bahwa erat kaitannya dengan komunikasi social adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

Komunikasi Ritual, erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakuan secara kolektif. Suatu komunikasi sering melakukan suatu upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun perkawinan, siraman, pernikahan dan sebagainya. Dalam acara-acara itu orang menguapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

Komunikasi Instrumental, fungsi komunikasi instrumental ini adalah mempunyai beberapa tujuan umum, menginformasikan, mengajar, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah prilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas lanjut Mulyana maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicaraan menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui.

2. Fungsi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah segala bentuk komunikasi yang berisi pesan ajakan kepada jalan Tuhan atau ajakan berbuat baik dan meninggalkan keburukan. Dakwah dalam literatur Islam, komunikasi dakwah dipahami sebagai “mengajak manusia kepada jalan Tuhan” berdasarkan ayat Al-Quran:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui

tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl:125).

Komunikasi dakwah dapat diartikan bahwa sebuah proses interaksi penyampaian ajaran-ajaran agama yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau banyak orang, dengan menggunakan media dengan tujuan agar tercipta pemahaman yang berdampak kepada terjadinya perubahan pola pikir dan tingkahlaku komunikan. Komunikasi dakwah dapat pula diartikan sebagai sebuah proses penyampaian informasi-informasi yang bersumber pada ajaran agama yang dilakukan oleh para retor-retor dakwah untuk mempengaruhi sikap dan persepsi obyek dakwah atau mad'u. Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

Jadi dari segi proses komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan, sedangkan tujuan komunikasi dakwah yaitu mengharapkan terjadi nya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam⁵.

Siapun mungkin tahu bahwa fungsi komunikasi dakwah sangat penting apabila kita sudah mengkaitkannya dengan kegiatan keagamaan. Dakwah merupakan proses penyampaian pesan dengan sifat spiritual dan biasanya diadakan pada suatu forum pengajian. Kegiatan dakwah ini memang sudah sering kita dengar dan mungkin juga kita pernah mengikuti dalam kegiatan tersebut. Ini merupakan salah satu

⁵ Suharto, Suharto, *Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah*, **Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi**, IAIN Palu, Vol. 13, No. 2, Juli - Desember 2017, h. 235-236

bentuk model komunikasi, dimana biasanya seorang individu akan menyampaikan pesan kepada sekelompok orang.

Seperti dikutip pada situs www.pakarkomunikasi.com, Beragam manfaat dakwah itu sendiri memang banyak. Teknik berkomunikasi di dalam dakwah pun mungkin akan berbeda dengan teknik komunikasi lainnya. Berikut adalah beberapa macam fungsi dari komunikasi dakwah yang bisa kita lihat secara umum, sebagai berikut:

1. Membuat Pesan Berisi Ajakan

Komunikasi dakwah merupakan jenis komunikasi persuasif. Oleh karenanya, di dalamnya akan sangat identik dengan pesan yang berisi ajakan untuk berbuat kebaikan. Umumnya, komunikasi ini sangat efektif terutama dalam membawa pengaruh baik di suatu komunitas. Penerapannya juga termasuk sering efektif untuk memberikan pengaruh-pengaruh yang memang bagus dan baik.

2. Membagikan Pesan Dengan Sifat Spiritual

Komunikasi dakwah juga akan identik dengan isi pesannya yang sarat akan nilai spiritual. Dakwah akan sangat bermanfaat apabila isi pesan yang dikandungnya disampaikan dalam bahasa-bahasa sederhana dan mudah untuk dipahami. Cara komunikasi yang efektif merupakan salah satu kunci agar pesan dakwah bisa tersalurkan dengan baik.

3. Memperkuat Kepercayaan

Komunikasi dakwah, karena sifatnya adalah mengajak, juga mampu memperkuat kepercayaan seseorang. Kepercayaan seseorang biasanya akan semakin dipupuk berkat adanya komunikasi dakwah ini. Keterampilan dalam merangkai kata yang bagus dan juga penuh makna perlu ditingkatkan agar fungsi ini juga bisa terjadi.

Membagikan Pesan Bermakna

Pesan dengan nilai spiritual umumnya akan bersifat penuh makna. Ini berarti bahwa komunikasi yang berkesan adalah salah satu ciri khas dari komunikasi dakwah. Dakwah dilakukan hendaknya tidak hanya tentang penilaian pribadi terhadap suatu permasalahan keagamaan, melainkan juga mengandung nilai keobjektifan yang didasarkan pada sumber-sumber kepercayaan.

4. Membagikan Informasi Keagamaan Terbaru

Fungsi komunikasi dakwah selanjutnya yaitu terkait dengan mudahnya membagikan informasi keagamaan terbaru melalui teknik ini. Sebagai contoh, dalam komunikasi Islam informasi mengenai jadwal puasa Ramadhan atau hari raya Idul Fitri bisa disampaikan dengan lebih cepat melalui komunikasi dakwah.

5. Sarana Komunitas Keagamaan untuk Berkumpul

Melalui komunikasi dakwah, komunitas keagamaan juga bisa saling berkumpul dalam satu forum. Ini adalah fungsi yang bagus, dimana kegiatan komunikasi dakwah akan saling menyatukan hubungan antar umat yang ada di dalam kegiatan keagamaan tersebut.

6. Memudahkan dalam Mengubah Sikap dan Perilaku

Komunikasi dakwah juga akan memudahkan dalam mengubah sikap dan perilaku seseorang. Sifatnya yang persuasif akan mengajak orang untuk mengubah sikapnya menjadi lebih baik. Tentu ada teknik komunikasi persuasif di dalamnya. Hal ini tentu tak lepas dari isi pesan dalam komunikasi dakwah yang biasanya sifatnya adalah spiritualis.

7. Memberikan Kesempatan dalam Bertukar Informasi

Dakwah juga memberikan kesempatan untuk saling bertukar informasi. Berbagai macam pertanyaan seputar keagamaan, akan menjadi perbincangan menarik dalam proses komunikasi dakwah. Tentu saja, ini menjadi sebuah kegiatan yang bagus untuk klarifikasi dan juga peningkatan ilmu-ilmu yang bersifat keagamaan. Beragam fungsi dari komunikasi dakwah tersebut adalah fungsi secara umum. Berdakwah merupakan kegiatan yang membutuhkan keterampilan dan juga kecerdasan, mengingat isi pesan yang akan disampaikan harus benar-benar berasal dari kitab suci. Fungsi komunikasi dakwah tersebut memang pada dasarnya membawa seseorang ke arah yang lebih baik⁶.

⁶ <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-komunikasi-dakwah-secara-umum>

3. Komunikasi Dakwah di Era Multi Media

Jika dilihat dari fungsi komunikasi secara umum maupun fungsi komunikasi dakwah secara spesifik, maka bila kita meleburkan keduanya kedalam fenomena yang berkembang saat ini, dimana perkembangan teknologi informasi maupun pengaruh dari pemanfaatan jaringan internet yang tengah merambah ke dalam kehidupan masyarakat global, semakin memudahkan bagi kita semua, terutama para komunikator-komunikator dakwah, para muballiq, para da'i dan siapapun yang hendak dan untuk menyiarkan syiar islam dengan menggunakan berbagai media social tersebut.

Mengutip pendapat Zulkarnain pada Jurnal *Risalah* 2013, bahwa dakwah pada dasarnya menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat luas. Dalam hal ini dakwah bisa dilaksanakan dengan berbagai media yang ada, termasuk dakwah harus menggunakan media-media mutakhir untuk bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Media elektronika dan media cetak adalah media komunikasi yang dapat dipergunakan untuk berkomunikasi dengan massa.

Media elektronik meliputi media radio, televisi film. Media cetak seperti surat kabar, majalah, bulletin, pamphlet, dan liflet. Media elektronik bisa dipergunakan untuk berkomunikasi dengan massa disamping berkomunikasi dengan nonmassa, yaitu khalayak yang terbatas, seperti penggunaan Overhead Projector (OHP), slide projector, Closed Circuit Television (CCTV) dalam pesta-pesta, penggunaan Citizen Band yang sifatnya interpersonal.² Tidak dapat bahwa media cetak adalah juga media komunikasi massa yang mempunyai pengaruh cukup besar bagi penyebaran pesan-pesan atau informasi. Dalam hal ini sebagai media penyebaran informasi bisa digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islamiyah. Pada masa kini publikasi tercetak (printed publications) sangat efektif sangat efektif untuk penyebar informasi kepada khalayak ramai⁷.

Hanya saja, pada era multi media ini, komunikasi dakwah tidak hanya seperti apa yang dikemukakan Zulkarnain, tetapi lebih luas lagi bahwa komunikasi dakwah dapat dilaksanakan kapanpun, dimanapun dan dalam suasana apapun. Bahwa komunikasi dakwah tidak lagi terfokus pada laman yang tertentu seperti khotbah di

⁷ <https://media.neliti.com/media/publications/127971-ID-dakwah-islam-di-era-multimedia-studi-ata.pdf>

masjid, pengajian di majelis taklim, talk show di televise dan ataupun siran langsung di media elektronik seperti radio. Tetapi, kini komunikasi dakwah tersebut sudah dapat dilakukan di berbagai bentuk media sosial seperti facebook, youtube, whatsapp, twitter dan instagram, serta media-media cetak online yang sudah menjamur mengikuti trend perkembangan zaman milenial ini.

Beberapa komunikator dakwah handal dan ternama, khususnya di Indonesia ini yang memainkan fungsi komunikasi instrumental dalam melaksanakan misi dakwah di berbagai media seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), UAS selain melaksanakan tabliq akbar atau ceramah dengan metode tatap muka di tempat-tempat terbuka dan fasilitas sosial seperti di lapangan, di perguruan tinggi, masjid-masjid dan lainnya, tetapi penceramah lulusan Kairo dan Marokko ini pun menjadikan multi media seperti video, youtube, facebook untuk menjangkau lebih luas ajakan, pandangan, informasi dan pendidikan tentang keislaman, tentang ushul fiqh dan kehidupan manusia yang bersandar pada ajaran islam. Begitupun terhadap ustadz Khaliq Basalamah, ustadz yang saya juluki ustadz matematik ini pun banyak memanfaatkan youtube dan multi media lainnya. Akan halnya dengan ustadz Dasad Latief, ustadz jebolan Universitas Hasanuddin ini kita sangat mudah menjumpai isi dakwah dan ceramah-ceramah serta pandangan-pandangannya tentang keislaman melalui media-media sosial seperti instagram dan facebook tersebut, serta ustad-ustadz lainnya.

C. Kesimpulan

Akhirnya, kita bisa menarik suatu konklusi terkait dengan pendekatan dan pemanfaatan fungsi komunikasi dakwah yang tidak lagi bisa dilaksanakan secara konvensional atau dengan strategi-strategi komunikasi yang masih mengandalkan tatap muka atau stagnan pada satu media massa. Namun, pada kenyataannya bahwa situasi di sekitar kita ataupun kondisi lingkungan pergaulan kita hari ini sudah tidak lagi hanya dibatasi oleh ruang-ruang tertentu dan dengan model komunikasi yang juga sangat tertentu, sebaliknya bahwa kita sudah semakin jauh berkembang dan bergerak maju sehingga bagi siapa saja dan kapan saja kita bisa melakukan upaya-upaya untuk

mengajak, membujuk, menginformasi, menghibur dan bahkan menggerakkan hati seseorang untuk melakukan sesuatu hal pada saat-saat tertentu.

Mungkin, inilah yang dinamakan zaman milenial, era multi media, dimana segala sesuatu yang ingin kita rencanakan, kerjakan, dan atau kita ingin sampaikan kepada orang lain atau kelompok lain dan atau kepada khalayak umum maka berbagai varian media komunikasi telah menanti untuk kita manfaatkan.

Terutama menyangkut materi-materi dakwah yang berisi mengajak, mendidik ataupun menginformasikan fakta-fakta atau sesuatu yang dianggap membawa manfaat bagi ummat, maka para dai sudah lebih mudah dan gampang bisa menyebarluaskan dalam sekejap melalui media sosial, para ustadz bisa membroadcast konten-konten dakwah di WhatsApp Grup atau WAG, messenger, instagram, juga bisa melalui media-media yang berjejaring lainnya.

Daftar Pustaka

- Deddy, Mulyana, 2005, *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Deddy Mulyana. 2017, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-komunikasi-dakwah-secara-umum>
- <https://media.neliti.com/media/publications/127971-ID-dakwah-islam-di-era-multimedia-studi-ata.pdf>
- Lister, Martin. 2003. *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- M. Arifin. 1997. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Moh. Ali Azis. 2004. *Ilmu Dakwah*. Edisi pertama. Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Suharto, Suharto, *Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah*, **Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi**, IAIN Palu, Vol. 13, No. 2, Juli - Desember 201