**BAB II**

**TINJAUAN TEORITIS**

1. **Definisi dan Tujuan Dakwah**
2. Definisi Dakwah

Di tinjau dari etimologi atau bahasa, kata Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu Da’a yad’u da’watan, artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (to call), mengundang (to invite), mengajak (to summon), menyeru (propose), mendorong (to urge), dan memohon (to pray),[[1]](#footnote-2)

Perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab, “da’a”, yang artinya sangat tergantung kepada pemakaianya, misalnya :

* Da’aa Hu : memanggilnya, menyerunya.
* Da’aa Hu ila walimatin : mengundangnya makan dalam pesta.
* Daa’lahu : mendoakanya.
* Daa’aahu : berbicara denganya, berdiskusi denganya. Apabila kata kerja itu dibedakan, maka da’watun : seruan, panggilan, undangan.
* Daa’i atau addaa’ii : orang yang mengerjakan pekerjaan da’aa. Berarti orang yang menyeru/memanggil /mengundang.
* Mauduu’un: orang diseru/dipanggil/diundang.

Jadi perkataan da’a dapat berarti: mengajak, mengundang, menyeru, memanggil, menganjurkan, berdiskusi dan seterusnya.[[2]](#footnote-3)

Menurut pengertian istilahi, para ulama mendefinisikan dakwah antara lain sebagai berikut:

1. Syekh Ali mahfudz mengemukakan

حَثُ النَّاسِ عَلَي الْخَيْرِ وَالْهُدَي وَاْلاَمْرُ بِالْمَعْرُوْفِ وَانْهَي عَنِ الْمُنْكَرِ لَيَفُوْزُوْا بِسَعَادَةِ اْلعَاجِلِ وَاْلاَجِلِ

“Mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat”

1. HSM Nasrudin Latif merumuskan

“Setiap usaha aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta ahlak Islamiyah”

1. Toha Yahya Oemar mengemukakan

“ Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar, sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat”.

1. Abu bakar Atjeh merumuskan

“seruan kepada seluruh umat manusia untuk kembali pada ajaran hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik”.

1. Masdar Helmy merumuskan

“ Mengajak dan menggerakan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk amar ma’ruf nahi mungkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunai dan akhirat[[3]](#footnote-4).

Moh. Natsir (Ketua Umum Dewan Da’wah Islamiyah Indonesia ) dalam Fikhud Da’wah 1 halaman 2,4 dan 111 antara lain mengadakan perbedaan pengertian antara da’wah dan risalah.

“Risalah” menurut beliau adalah tugas yang dipikulkan kepada rosulullah SAW, untuk menyampaikan wahyu yang diterimanya kepada seluruh umat manusia.

“Da’wah” adalah tugas para muballigh untuk meneruskan risalah yang diterima dari rosulullah. Selanjutnya beliau dengan singkat menyatakan: risalah merintis, da’wah melanjutkan.

Prof. K.H.Abdul Kahar Mudzakkir (pendiri dan guru besar U.I.I Yogyakarta) mengemukakan :

 “Da’wah Islamiyah adalah tugas suci atas tiap-tiap muslim di mana dan bilamana ia berada di dunia ini. Baikpun dalam Al-qur’an maupun sunah rosulullah SAW kewajiban da’wah, menyerukan dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat. Kewajiban ini adalah menjadi tugas tiap-tiap orang Islam, masyarakat kaum muslimin dan pemerintah.

 Rumusan Musyawarah Kerja Nasional Ke : 1 Pendidikan Tinggi Da’wah Islam (P.T.D.I.) di Jakarta pada bulan Mei 1968 tentang da’wah, sebagai berikut :

“Da’wah berarti mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, merubah ummat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi, keluarga, kelompok atau massa serta bagi kehidupan maasyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan ummat manusia”.[[4]](#footnote-5)

1. Tujuan Dakwah

Mengenai tujuan dakwah Allah SWT memerintahkan rasul dan pengikutnya untuk mengajak manusia menuju Allah semata, bukan kepada yang lainya. Inilah pernyataan ghayah (tujuan utama) dakwah. Allah telah berfirman:

 “Hai Nabi, sesungguhnya kami mengutusmu untuk menjadi saksi dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, dan untuk menjadi da’i (penyeru) kepada (Agama) Allah dengan idzinya dan untuk menjadi cahaya yang menerangi” (Al-Ahzab 33:45-46).

Salah satu misi kerasulan sebagaimana informasi ayat diatas adalah da’iyan ilallah sebagai da’i yang menyeru kejalan Allah. Bukan untuk menyeru kepada selain Allah, berupa Ideologi, Isme-isme dan kepercayaan hidup lainya. Dakwah hanyalah berorientasi mengajak manusia agar menyembah Allah semata. Allah SWT berfirman:

 “Bagi tiap-tiap umat kami telah tetapkan syariat tertentu yang mereka lakukan, maka janganlah sekali-kali mereka membantah kamu dalam urusan (syariat) ini, dan serulah kepada (Agama) tuhanmu. Sesungguhnya kamu benar-benar berada pada jalan yang lurus” (Al Haj 22:67).

Ibnu katsir memberikan penjelasan mengenai ayat ini, “Allah berfirman bahwa dia telah menetapkan bagi tiap-tiap umat suatu syariat atau cara hidup tertentu yang mereka ikuti dan lakukan, maka janganlah sekali-kali engkau gentar karna bantahan dan keingkaran mereka terhadap urusan syariatmu ini. Sekali-kali sikap mereka tersebut jangan membuatmu kendor dalam dakwahmu. Jalanlah terus dengan dakwah dan seruanmu kepada jalan yang telah ditetapkan oleh tuhanmu, karna sesungguhnya engkau benar-benar berada di jalan lurus”.

Ayat di atas menggunakan fiil amr (kata kerja perintah) wad’u ila rabbika, serulah kepada tuhanmu. Tujuan utama dakwah telah ditetapkan dengan tegas oleh Allah dengan rumusan ilallah atau ila rabbika. Dalam ayat yang lain Allah telah berfirman:

“Dan serulah mereka kepada tuhanmu, dan janganlah sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang musyrik” (Al Qashas 28:87).

Perintah berdakwah mengajak manusia ila rabbika, kepada tuhanmu, dikaitkan langsung dengan larangan syirik. Hal ini semakin memperjelas rumusan tujuan utama dakwah, yakni semata-mata mengajak manusia kepada allah tanpa mempersekutukan dengan sesuatu apapun.[[5]](#footnote-6)

Dalam banyak literatur, para ahli telah menjelaskan bahwa tema sentral dakwah adalah Islam. Arti dari pernyataan ini adalah dakwah sebagai implementasi dari publikasi ajaran agama, menjadikan Islam sebagai wawasan dan basis ruang geraknya sekaligus. Demikian dekat jarak antara keduanya, sehingga Islam dan dakwah tidak memiliki celah kecuali hanya terpaut dalam posisi ideolgi dan aplikasi, atau antara ajaran dan pengamalan. Sebutlah Islam sebagai format dasar tentang konsep pedomoan tingkah laku manusia tentang apa yang semestinya dan tidak semestinya, maka dakwah adalah sebuah proses realisasi konsep ini secara implementatif, sebagai implementasi dari sebuah konsep, seluruh kebijakan dakwah dan langkahnya tidak terlepas dari apa yang telah digariskan dalam konsep dasar tersebut. Dari sini dapat dipahami, bahwa dakwah tidaklah memiliki wujud yang berdiri sendiri, lebih dari itu, secara hakiki, dakwah adalah bentuk fisik-empiris dari ajaran Islam yang dari situ dakwah mengarahkan setiap kebijakan dan langkahnya.

Kalau demikian alur pikirnya, maka tujuan dakwah sebetulnya tidak lain dari tujuan Islam itu sendiri yakni tronformasi sikap kemanusiaan (attitude of humanity transformation) atau yang dalam terminologi al-Qur’an disebutkan al-ikhraj min al-zulumat ila al-nur. Menurut pakar tafsir aba zahrah, al-nur (cahaya) adalah simbol dari karakteristik asal kemanusiaan (fitrah). Disebut demikian, karna hidup manusia akan bersinar hanya jika ia secara natural mengikuti karakter asal tersebut. Sebaliknya, al-zulm (kegelapan) adalah simbol yang menunjuk kepada situasi penyimpangan manusia dari karakter aslanya. Cahaya itu kata Aba zahrah amat terang ketika pertama kali manusia lahir, lambat laun, ia semakin redup sejalan dengan tingkat manjauhnya manusia dari cahaya itu yang tidak lain adalah komitmen primordial ( al-Iman al-Fitry)[[6]](#footnote-7)

1. **Metode dan Media Dakwah**
2. Metode Dakwah

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa yunani metodos yang artinya cara atau jalan. Jadi metode dakwah adalah jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efesien. Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah adalah surat an-Nahl ayat 125:

 “ Ajaklah ke jalan tuhanmu dengan hikmah, dan nasihat-nasihat yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik”

(QS. An-Nahl 16 : 125)

Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah

1. Bi Al-Hikmah

Kata hikmah sering diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan apa yang di dakwahkan atas kemampuanya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik, maupun rasa tertekan.[[7]](#footnote-8)

Kata “hikmah” dalam Al-Quran disebutkan sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma’rifat. Bentuk masdarnya adalah “hukman” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.

Menurut al-Ashma’I asal mula di dirikan “hukumah” (pemerintahan) ialah untuk mencegah manusia dari perbuatan zalim.

Al-Hikmah juga berarti tali kekang pada binatang, seperti istilah hikmatul lijam, karena lijam (cambuk atau kekang kuda) itu digunakan untuk mencegah tindakan hewan. Diartikan demikian karena tali kekang itu membuat penunggang kudanya dapat mengendalikan kudanya sehingga si penunggang kuda dapat mengaturnya baik untuk perintah lari atau berhenti. Dari kiasan ini maka orang yang memiliki hikmah berarti orang yang mempunyai kendali diri yang dapat mencegah diri dari hal-hal yang kurang bernilai atau menurut Ahmad bin Munir al-Mukri al-Fayumi berarti dapat mencegah dari perbuatan yang hina.[[8]](#footnote-9)

1. Maui’zah Hasanah

Maui’zah Hasanah atau nasihat yang baik, maksudnya adalah memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk kea rah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan dihati, menyentuh perasaan, lurus di pikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak mencari atau menyebut kesalahan audiens sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadaranya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah. Jadi, dakwah bukan propaganda.[[9]](#footnote-10)

Secara bahasa, Maui’zhah Hasanah terdiri dari dua kata, yaitu mau’izhah dan hasanah. Kata maui’zhah berasal dari kata wa’adza-yaidzu-wa’dzan-‘idzatan yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara hasanah merupakan kebalikan dari sayyi’ah yang artinya kebaikan lawanya kejelakan.

Adapun pengertian secara istilah, ada beberapa pendapat antara lain;

1. Menurut imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi yang dikutip oleh H. Hasanuddin adalah sabagai berikut:

والموعظة الحسنة وهي التى لا يخفى عليهم انك تنا صحهم بها وتقصد ما ينفعهم فيها او بالقران

“Al-Maui’dzah hasanah adalah (perkatan-perkataan) yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan al-Qur’an.

1. Menurut Abd. Hamid al-Bilali al-Mau’izah al-Hasanah

Merupakan salah satu manhaj (metode) dalam dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan nasihat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.

Mau’izah hasanah dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiyat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.

Dari beberapa definisi di atas, mau’izah hasanah tersebut bisa diklasifikasikan dalam beberapa bentuk:

1. Nasihat atau petuah
2. Bimbingan, pengajaran (pendidikan)
3. Kisah-kisah
4. Kabar gembira dan peringatan (al-Basyir dan al-Nadzir)
5. Wasiat (pesan-pesan positif)
6. Menurut K.H. Mahfudz kata tersebut mengandung arti:
7. Didengar orang, lebih banyak lebih baik suara panggilanya.
8. Diturut orang, lebih banyak lebih baik suara panggilanya. Sehingga menjadi lebih besar kuantitas manusia yang kembali ke jalan tuhanya, yaitu jalan Allah SWT.

Sedangkan menurut pendapat Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi, kata tersebut mengandung arti:

 والموعظة الحسنة وهي التى لا يخفى عليهم انك تنا صحهم بها وتقصد ما ينفعهم فيها او بالقران

“Al-Maui’dzah hasanah adalah (perkatan-perkataan) yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberikan nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan al-Qur’an.

Jadi kalau kita telusuri kesimpulan dari Mau’izah hasanah, akan mengandung arti kata-kata yang masuk kedalam kalbu dengan penuh kasih saying dan kedalam perasaan dengan penuh kelembutan; tidak membongkar atau mem-beberkan kesalahan orang lain sebab kelemah-lembutan dalam menasehati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.[[10]](#footnote-11)

1. Muzadalah

Muzadalah adalah berdiskusi dengan cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang ada. Muzadalah merupakan cara terahir yang digunakan untuk berdakwah manakala kedua cara terakhir yang digunakan untuk orang-orang yang taraf berfikirnya cukup maju, dan kritis seperti ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya. Oleh karna itu, Al-quran juga telah memberikan perhatian khusus kepada ahli kitab, yaitu melarang berdebat dengan mereka kecuali dengan cara terbaik. Firman Allah :

Dan janganlah kamu berdebat dengan ahli kitab (Yahudi dan Nasrani) melainkan dengan cara yang lebih baik. Kecuali dengan orang-orang zhalim diantara mereka. (QS. Al-Ankabut 29:46)

Dari ayat tersebut, kaum muslimin (terutama juru dakwah) dianjurkan agar berdebat dengan ahli kitab dengan cara yang baik, sopan santun dan lemah lembut kecuali jika mereka telah memperlihatkan keangkuhan dan kezaliman yang keluar dari batas kewajaran.[[11]](#footnote-12)

1. Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi 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.

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televise, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Seorang da’i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak di capai, 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. Non media massa
2. Manusia; utusan, kurir dan lain-lain
3. Benda; telepon, surat dan lain-lain
4. Media Massa
5. Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah dan lain-lain
6. Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain
7. Media massa periodic –cetak dan elektronik; visual, audio, dan audio visual.

Hamzah Ya’qub membagi sarana dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, audio, visual dan akhlak (amal fathullah zarkhasyi, 1998:154).

Dilihat dari segi sifatnya, media dapat digolongkan menjadi dua kategori: media dakwah tradisional dan media dakwah modern. Media dakwah tradisional berupa berbagai macam seni dan pertunjukan tradisional, dipentaskan secara umum terutama hiburan yang bersifat komulatif. Sedangkan media modern diistilahkan dengan media elektronik yaitu media yang dihasilkan dari teknologi seperti televis, radio, pers, internet dan sebagainya.[[12]](#footnote-13)

Pada hakikatnya media adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dengan mana seseorang menyatakan gagasan, isi jiwa atau kesadaranya. Dengan kata lain media adalah alat untuk menyalurkan gagasan manusia, dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karna itu eksistensi dan urgensi media dalam bermasyarakat menjadi penting bagi dakwah dalam menopang budaya dan peradaban manusia modern.

Media dibagi oleh Arifin (2003: 92) ke dalam tiga bentuk. Pertama media yang menyalurkan ucapan (spoken words), termasuk juga yang berbentuk bunyi, yang sejak dahulu sudah dikenal dan dimanfaatkan sebagai medium yang utama, dan karena hanya dapat ditangkap oleh telinga, maka dinamakan juga auditive media (media auditif atau media dengar). Media yang termasuk dalam kategori ini, antara lain gendang, kentongan, (alarm block), telepon dan radio. Kedua media yang menyalurkan tulisan (printed writing), dan karena hanya dapat ditangkap oleh mata maka disebut juga visual media (media visual atau media pandang). Media yang masuk dalam golongan ini, antara lain prasasti, selebaran, pamphlet, poster, brosur, baliho, spanduk, surat kabar, majalah dan buku. Ke tiga, media yang menyalurkan gambar hidup, dan karena dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus, maka disebut audio visual media (media audio visual atau media dengar pandang). Media yang termasuk dalam bentuk ini hanya film dan televisi.

Dalam kemajuan ilmu dan teknologi, muncul pula media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang disebut dengan nama internet (international networking). Telah dijelaskan dimuka bahwa internet adalah jaringan dari jaringan komputer diseluruh dunia, dan dapat disebut sebagai kolaborasi teknis antara komputer, telepon dan televisi. [[13]](#footnote-14)

1. **Definisi dan Peran Media Sosial**
2. Definisi Media Sosial

Media masa atau Media Sosial adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula[[14]](#footnote-15). Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televise radio), media cetak (surat kabar, majalah,tabloid), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukanya internet. Belum ada untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media yang memasukan internet dalam media massa. Padahal jika ditinjau dari ciri, fungsi, dan elemenya, internet jelas masuk dalam bentuk komunikasi massa.[[15]](#footnote-16) Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hamper seketika pada waktu yang tak terbatas.[[16]](#footnote-17)

1. Peran Media Sosial

 Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

* Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu peranya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikiranya, dan menjadi masyarakat yang maju.
* Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, masyarakat yang terbuka dengan informasi,sebaliknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Selain itu, informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat, menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuanya.
* Terahir media massa sebagai media hiburan. Sebagai agent of change, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai agent of change yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

Secara lebih spesifik peran media massa saat ini lebih menyentuh persoalan-persoalan yang terjadi di masyarakat secara actual, seperti:

* Harus lebih spesifik dan proporsional dalam melihat sebuah persoalan sehingga mampu menjadi media edukasi dan media informasi sebagaimana diharapkan oleh masyarakat.
* Dalam memotret realitas, media massa harus fokus pada realitas masyarakat, bukan pada potret kekuasaan yang ada di masyarakat itu, sehingga informasi tidak menjadi propaganda kekuasaan, potret figur kekuasaan.
* Sebagai lembaga edukasi, media massa harus dapat memilah kepentingan pencerahan dengan kepentingan media massa sebagai lembaga produksi, sehingga kasus-kasus pengaburan berita dan iklan tidak harus terjadi dan merugikan masyarakat.
* Media massa juga harus menjadi early warning system, hal ini terkait dengan peran media massa sebagai media informasi, dimana lingkungan saat ini menjadi sumber ancaman. Media massa menjadi sebuah system dalam system besar peringatan terhadap ancaman lingkungan, bukan hanya menginformasikan informasi setelah terjadi bahaya dari lingkungan itu.
* Dalam hal menghadapi ancaman masyarakat yang lebih besar seperti terorisme, seharusnya media massa lebih banyak menyoroti aspek fundamental pada terorisme seperti mengapa terorisme itu terjadi bukan hanya pada aksi-aksi terorisme.[[17]](#footnote-18)
1. Fungsi Media Massa dan Dakwah

Selain sebagai media komunikasi yang melayani khalayak yang luas, pers, film, radio, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial (social institution). Bahkan jenis-jenis media massa itu dapat juga menjadi “alat perjuangan” politik (Anwar Arifin, 2008), atau “alat perjuangan” ekonomi (bisnis) atau “alat perjuangan” al khayr, amr ma’ruf, dan nahy munkar (dakwah), baik dalam arti universal, maupun dalam arti khusus (dakwah islamiyah). Oleh karna itu media massa sebagai lembaga sosial dapat menjalankan fungsi sosial, fungsi politik, dan fungsi dakwah.

Media massa sebagai lembaga sosial, memiliki sifat-sifat kelembagaan (institutional character). Media massa menyelenggarakan dan melayani informasi dengan cepat dan teratur secara melembaga. Informasi yang disalurkan dan disebarkan oleh media massa kepada khalayak (audience), heterogen dan anonym itu di olah dalam sebuah organisasi yang dapat melibatkan pembiyayaan yang besar (wright, 1985:6 dan 27). Justru itu media massa kemudian berkembang sebagai industri jasa yang bersifat otonom dan professional serta dapat mendatangkan financial.

Perkembangan media massa sebagai industri, berarti melayani kepentingan bisnis, yang terutama terjadi di Negara kapitalis. Sebaliknya media massa juga dapat melayani kepentingan politik penguasa seperti di negara otoriter, atau melayani kepentingan partai politik seperti di Negara komunis (uni soviet dahulu). Demikian juga media massa dapat melayani kepentingan para pejuang kemerdekaan seperti yang pernah terjadi di Indonesia pada masa sebelum dan awal kemerdekaan. Selain itu media massa juga dapat melayani kepentingan para dai atau mubalig seperti di Negara-negara Islam. Dalam rangka melayani kepentingan-kepentingan yang berbeda itu, media massa menjalankan fungsi sosial dan fungsi politik serta dapat juga sekaligus menjalankan fungsi dakwah.

Fungsi dakwah yang diperankan oleh media massa adalah menjaga agar media massa selalu berpihak kepada kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal sesuai dengan fitrah dan kehanifan manusia, dengan selalu taat kepada kode etiknya. [[18]](#footnote-19)

1. **Internet (Fans Page) Sebagai Media Dakwah**

Fanspage adalah sebuah halaman atau komunitas yang dibuat oleh penggemar yang tertarik pada selebriti, fenomena, acara televisi, film, blog atau untuk mempromosikan produk atau webnya dan sipembuat berusaha agar fans page-nya memiliki banyak like[[19]](#footnote-20)

Perkembangan dunia komunikasi dan informasi melalui alat-alat teknologi modern dewasa ini, harus di antisipasi untuk keperluan menyebarkan informasi kealquranaan atau keIslaman, sehingga dengan demikian pesan-pesan Islam dapat diterima dengan mudah melalui alat-alat komunikasi modern tersebut.

Untuk kemajuan agama Islam, penggunaan media komunikasi modern, termasuk internet sudah selayaknya digunakan sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan agama Islam dengan menggunakan berbagai bahasa, termasuk bahasa Arab, inggris, jepang, mandarin, atau bahasa lainya. Akan tetapi memang perlu diantisipasi juga dampak negatif media-media informasi dan komunikasi modern tersebut.[[20]](#footnote-21)

Fans page adalah cara promosi terbaik yang bisa dilakukan menggunakan facebook. Secara kegunaan, fan page hampir mirip dengan grup yang ada di facebook. Tetapi, fans page memiliki lebih banyak manfaat yang bisa digunakan untuk mempromosikan dibandingkan grup. Perbedaanya, jumlah pelanggan yang bisa dimasukan di fans page lebih banyak dibanding di grup. Di fans page juga bisa menggunakan bermacam-macam aplikasi yang tentunya sangat membantu dalam proses promosi. Yang paling memudahkan dengan membuat fans page adalah kita tidak usah repot-repot mengonfirmasi orang-orang yang ingin mem-follow iklan kita, dengan klik Suka mereka sudah menjadi follower fans page tanpa harus repot-repot mengonfirmasi satu persatu.[[21]](#footnote-22)

Facebook pages, mirip sebuah website pada umumnya, hanya saja website ini dibuat dan ditampilkan di dalam facebook secara public. Action yang dilakukan oleh pengunjung di dalam facebook pages anda akan terlihat di news feed. Yang pada ahirnya, produk/jasa yang anda tawarkan di dalam facebook pages anda menyebar secara viral (efek marketing dari mulut ke mulut).

Facebook pages mirip dengan profil pribadi yang berisi informasi, alamat, video. Hanya saja, biasanya facebook pages digunakan seperti layaknya website pada umumnya. Isinya bisa mengenai bisnis, hoby dan sebagainya. Tidak seperti profil pribadi, kalau pages semua orang bisa melihat atau public. Jadi apapun yang orang lakukan di pages anda, akan muncul di news feed dan semua orang bisa melihat.[[22]](#footnote-23)

1. Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah,* (paragonatama jaya:jakarta, 2013)p,1 [↑](#footnote-ref-2)
2. A.H. Hasanuddin, *Rhetorika Da’wah & Publistis Dalam Kepemimpinan,* (Usaha Nasional : Surabaya, 1982)P.33 [↑](#footnote-ref-3)
3. H.A.Chaerudji Chalik, “*Fikih Dakwah*” (IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2011) p.7. [↑](#footnote-ref-4)
4. Hasanuddin*, Rhetorika Da’wah & Publistis Dalam Kepemimpinan,*…p.34-35. [↑](#footnote-ref-5)
5. Cahyadi Takariawan, *Prinsip-Prinsip Dakwah*, (Izzan Pustaka : yogyakarta, 2005)p.18-19 [↑](#footnote-ref-6)
6. A. Ilyas Ismail & Prio Hotman, *Filsafat Dakwah:Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Prenada Media group: Jakarta, 2011)p.57-58 [↑](#footnote-ref-7)
7. Amin, *ilmu dakwah…,*p.98-101. [↑](#footnote-ref-8)
8. M. Munir, *Metode Dakwah,* (Kencana Prenada Media Group :Jakarta,2009)p.8 [↑](#footnote-ref-9)
9. Amin, *ilmu dakwah…,*p.98-101 [↑](#footnote-ref-10)
10. Munir metode dakwah,…p15-17. [↑](#footnote-ref-11)
11. Amin, *ilmu dakwah…,*p.98-101. [↑](#footnote-ref-12)
12. Siti Uswatun Khasanah*, Berdakwah Dengan Jalan Debat Antara Muslim Dan Non Muslim,* (pustaka pelajar offset: Yogyakarta, 2007)p.37 [↑](#footnote-ref-13)
13. Anwar Arifin, Dakwah Kontemporer Sebuah Study Komunikasi, (Graha Ilmu : Yogyakarta, 2011)p.89 [↑](#footnote-ref-14)
14. H.M. Burhan Bungin *Sosiologi Komunikasi, Teori,Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Kencana Prenada Media Group:Jakarta 2013),p.72. [↑](#footnote-ref-15)
15. Nurudin *Pengantar Komunikasi Massa* (PT Raja Grafindo Persada:Jakarta:2007)p.5. [↑](#footnote-ref-16)
16. Nurudin *Pengantar Komunikasi Massa*…,p.9. [↑](#footnote-ref-17)
17. Bungin *Sosiologi Komunikasi, Teori,Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat…,*p.85. [↑](#footnote-ref-18)
18. Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Study Komunikasi…*p.95. [↑](#footnote-ref-19)
19. Masterbama.blogspot.com.>Home>facebook. Diakses pada 6 maret 16 jam 08.05 [↑](#footnote-ref-20)
20. Amin, *ilmu dakwah*…,p.xvi. [↑](#footnote-ref-21)
21. Matius Tomi, Ignatius *Anda Bos-nya,Facebook dan Twitter Staf Marketingnya.* (CV. Andi Offset Yogyakarta:2013) p.45. [↑](#footnote-ref-22)
22. Andi Shera *Step By Step Internet Marketing (PT* Elek Media Komputindo, Jakarta:2010*)* p.123. [↑](#footnote-ref-23)