

## BAB II

### PANDANGAN UMUM TENTANG DAKWAH

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni (دعوة). Dalam Al-Qur'an, kata dakwah bisa diartikan dengan bermacam-macam makna. Namun kata dakwah kerap kali diartikan dengan mengajak, menyeru, memanggil, meminta, dan mengundang. Dari beberapa arti tersebut, dapat diketahui bahwa dakwah merupakan kegiatan persuasif yakni mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah pada adanya kemunkaran. Dengan demikian dalam dakwah lebih mementingkan proses dari pada hasil.<sup>1</sup>

Islam merupakan agama dakwah yang selalu mendorong pemeluknya untuk aktif melakukan kegiatan dakwah. Oleh karena itu setiap muslim berkewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam. Seperti yang dikatakan di atas, dalam dakwah lebih mementingkan adanya proses daripada hasil, karena keberhasilan dakwah terkait dengan kuasa Tuhan dalam memberikan hidayah pada hambaNya. Ukuran keberhasilan dakwah tersebut dapat diketahui dengan adanya perubahan lebih baik dari orang yang mendapat pesan dakwah<sup>2</sup>. Setiap pendakwah dari agama manapun pasti mengajak pengikutnya untuk berperilaku baik menurut pandangan agama. Dengan demikian, dakwah Islamiyyah menurut Achmad Mubarak adalah upaya mempengaruhi orang lain agar

---

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 10

<sup>2</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. hlm. 10

bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam.<sup>3</sup>

Selain itu, beberapa ahli dalam bidang dakwah turut memberikan persepsi tersendiri untuk memaknai arti dakwah. Seperti:

1. Syaikh Ali Mahfudz dalam kitabnya *Hidayah al-Mursyidin* menyebutkan bahwa dakwah adalah “*Menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat*”
2. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya dalam kehidupan nyata.
3. Toha Yahya Omar mengatakan dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara baik dan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia maupun di akhirat.<sup>4</sup>

Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dalam dakwah juga terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Dakwah menurut prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Malang, Madani Press, 2014, hlm. 27

<sup>4</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Pranadamedia Group, 2004, hlm. 11-13

<sup>5</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013 hlm. 16-17

## 2. Unsur-unsur Dakwah

Dalam berdakwah tentu diperlukan serangkaian alat untuk menunjang perjalanan dakwah. Terdapat 6 unsur penting dalam kegiatan dakwah:

### 1. Da'i (orang yang berdakwah)

Dalam ilmu komunikasi, da'i atau pendakwah adalah komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain. Dalam buku Ilmu Dakwah kualifikasi da'i ada dua macam, yakni secara umum dan khusus. Secara umum, dakwah diharuskan untuk semua muslim yang mukallaf sebagai bentuk kepatuhan atas perintah Nabi SAW, untuk menyampaikan dakwah kepada umat manusia. Secara khusus, penyebaran dakwah Islam diharuskan pada muslim yang mumpuni dalam bidang agama seperti ulama, guru, kiai, dan lain sebagainya.<sup>6</sup>

### 2. Mad'u (orang yang menerima pesan dakwah)

Abu Fath al-Bayanuni berpendapat bahwa mad'u adalah siapa pun yang menjadi penerima pesan dakwah. Sebutan lain dari mad'u adalah mitra dakwah, bukan dikatakan sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah dengan maksud agar pendakwah menjadi kawan berpikir dan bertindak bersama dengan mitra dakwah.

### 3. Pesan Dakwah

Isi pesan dakwah adalah kebenaran Islam. Agar kebenaran pesan dakwah dapat diterima oleh mitra dakwah dengan yakin, pendakwah harus

---

<sup>6</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.*, Jakarta, Pranadamedia Group, 2004, hlm. 216

menguatkannya dengan argumentasi logis dan fakta dari berbagai sumber. Seperti yang dicontohkan ulama Islam Ahmad Deedat dan Abdullah Wasi'an di Surabaya, mereka merupakan ulama yang ahli tentang ajaran agama Kristen (Kristolog). Ketika berdakwah mereka selalu menunjukkan kebenaran pesan Islam tentang Nabi Isa bin Maryam AS,. dengan ayat-ayat Al-Qur'an disertai keterangan dari kitab Injil yang diakui oleh kaum Kristiani. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah tidak hanya berupa sumber utama, yakni ayat Al-Qur'an dan hadis saja, tetapi juga beberapa uraian dari sumber-sumber lainnya sebagai penguat.<sup>7</sup>

Pada hakikatnya setiap pesan dakwah tergantung pada niat yang akan dituju. Secara keseluruhan, pesan dakwah diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu :<sup>8</sup>

a. Pesan Aqidah

Aqidah merupakan prinsip seorang muslim untuk mengimani apa yang diajarkan di dalam agamanya. Maka pesan aqidah meliputi tentang keimanan kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, kitab-kitab Allah, Rasul-rasul Allah, iman pada hari kiamat, dan iman kepada qodlo qodar Allah.<sup>9</sup>

b. Pesan Syari'ah

Pesan syari'ah berhubungan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Allah kepada manusia dalam menjalani kehidupan di dunia. Sebagai

---

<sup>7</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*...., hlm. 216

<sup>8</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, hlm. 98

<sup>9</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*...., hlm. 98

seorang hamba maka ketentuan yang harus dijalani meliputi sholat, puasa, zakat, haji, serta ibadah lainnya. Sedangkan ketentuan sebagai sesama manusia mencakup ibadah yang bersifat muamalah seperti nikah, jual beli, dan lain-lain.<sup>10</sup>

c. Pesan Akhlak

Pesan akhlak berarti berhubungan dengan tingkah laku manusia baik sebagai seorang hamba maupun akhlak kepada sesama dan semesta alam.

4. Media Dakwah

Dalam buku Ilmu Dakwah karya Moh. Ali Aziz, dikatakan bahwa media dakwah merupakan unsur tambahan di dalam dakwah. Maksudnya kegiatan dakwah boleh dan dapat berlangsung meski tanpa media. Contohnya seorang ustadz yang sedang menjelaskan tata cara tayammum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah bentuk dakwah tanpa media. Demikian dikatakan dakwah tanpa media, jika beranggapan bahwa sebuah media selalu merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah.<sup>11</sup>

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara. Dari pengertian tersebut ahli komunikasi sepakat mengartikan bahwa media merupakan alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan

---

<sup>10</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah....*, hlm. 98

<sup>11</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah....*, hlm. 350

oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamaknya yakni *wasail* yang berarti alat atau perantara.<sup>12</sup>

#### 5. Efek Dakwah atau *Feedback*

Sebuah respon atau *feedback* akan timbul jika terdapat stimulus untuk menarik sebuah gerakan itu muncul. Sama halnya dengan kegiatan dakwah yang tujuan utamanya adalah untuk mengajak manusia kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah yang dilakukan secara baik sudah barang tentu akan mendapat respon yang baik pula dari mitra dakwah. Respon yang baik itu dapat berupa kesadaran seseorang untuk melaksanakan sesuatu yang dalam hal ini adalah pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.

#### 6 . Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yakni *meta* yang berarti “melalui” dan *hodos* yang berarti “jalan, cara”. Menurut Toto Tasmara, metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i dalam mengajak mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>13</sup>

Ada 3 macam metode dakwah yang meliputi tiga cakupan, *pertama*, yakni dengan hikmah yang menurut Imam Abdullah bin Ahmad MahmudAn-Nasafi adalah dakwah menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu adil dalam menjelaskan kebenaran dan menghilangkan rasa keraguan. *Kedua*, dengan *mauidloh hasanah* atau dakwah *tabligh* yang

---

<sup>12</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.....*, hlm. 352

<sup>13</sup> M. Munir, *Metode Dakwah*, Jakarta, Prenadamedia Group, 2003, hal. 6-18

banyak ditemui dalam acara-acara sejenis pengajian. *Ketiga*, dengan cara debat yang baik yang tujuannya adalah untuk menemukan kebenaran tanpa ada sedikit pun rasa untuk menjatuhkan lawan debat.<sup>14</sup>

## **B. Macam Macam Dakwah**

Berkembangnya agama-agama di dunia ini, tidak lepas dari proses dari proses penyampaian ajaran yang dilakukan oleh penganjur agama tersebut atau penerusnya. Proses penyampaian ajaran inilah yang disebut sebagai kegiatan dakwah.<sup>15</sup>

### 1. Dakwah bi Al-lisan

*Dakwah bi Al-lisan* yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majelis taklim, khutbah jumat di masjid-masjid atau ceramah pengajian-pengajian.<sup>16</sup>

### 2. Dakwah bi Al-Hal

*Dakwah bi Al-Hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya

---

<sup>14</sup> M. Munir, *Metode Dakwah.....*, hlm. 19

<sup>15</sup> Nurul Fajriah, "*Sistem Pendidikan Masa Sahabat*", Widyaiswara Balai Diklat Keagamaan Aceh, *Jurnal Serambi Ilmu*, Volume 20, Nomor 1, 2019, hlm. 7

<sup>16</sup> Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah*", Sinar Grafika Offset, Jakarta, Cet. Pertama, 2009, hlm. 12

tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.<sup>17</sup>

### 3. Dakwah bi Al-Qalam

*Dakwah bi Al-Qalam*, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bi al-qalam* ini lebih luas dari pada media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan dimana saja *mad'u* atau objek dakwah dapat menikmati sajian *dakwah bi al-qalam* ini.<sup>18</sup>

## C. Dakwah Di Zaman Modern

Sebelum membicarakan dakwah modernitas, sebaiknya apabila lebih dahulu membahas tentang komponen/unsur-unsur pokok dakwah sebagai sistem komunikasi yang efektif dalam proses pelaksanaan dakwah. Oleh karena itu, dakwah modernitas adalah dakwah yang dilaksanakan dengan memperhatikan unsur-unsur penting dakwah tersebut, kemudian subjek atau juru dakwah menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat modern (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di zaman modern terutama dalam bidang keagamaan, tidak pernah terjadi pada zaman sebelumnya, terutama di zaman klasik.<sup>19</sup> Dengan demikian, berarti dakwah di era modern adalah dakwah yang

---

<sup>17</sup> M. Ali Aziz, "*Ilmu Dakwah*", Prenada Media, Jakarta, 2004, hlm. 157

<sup>18</sup> Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah*"....., hlm. 12

<sup>19</sup> Nur Alihidayat, *Dakwah Dinamis Di Era Modern*, Jurnal UIN Sultan syarif Kasim, Riau, hlm.12

pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan.<sup>20</sup> Sebab mungkin saja materi yang disampaikan itu bagus, tetapi metode atau media yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi masyarakat modern, maka dakwah akan mengalami kegagalan. Begitu pula sebaliknya, mungkin saja media atau metode yang digunakan sesuai dengan kondisi masyarakat modern, akan tetapi materi yang disampaikan kurang tepat, apalagi bila tampilan kemasannya kurang menarik, juga dakwah akan mengalami kegagalan.

Oleh karenanya, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era modern maka Juru dakwah seyogainya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern yang dihadapinya.<sup>21</sup>

1. Modernisme adalah suatu gerakan atau faham mengandung arti fikiran, aliran, gerakan dan usaha untuk mengubah faham-faham, adat-istiadat, institusi institusi lama dan sebagainya, untuk disesuaikan dengan suasana baru yang ditimbulkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi modern. Sedangkan modernitas adalah proses menyesuaikan faham-faham keagamaan dengan perkembangan baru yang ditimbulkan ilmu pengetahuan dan teknologi modern. Jika dikaitkan dengan keagamaan Islam, maka itulah yang dikenal

---

<sup>20</sup> Nur Alihidayat, *Dakwah Dinamis Di Era Modern....*, hlm.13

<sup>21</sup> Sholeh Fikri , *Strategi Dakwah Menghadapi Masyarakat Modern*, IAIN Padang, hlm.16

dengan pembaharuan dalam Islam.<sup>22</sup>

2. Masyarakat modern memiliki ciri-ciri : (a) hubungan antarmanusia terutama didasarkan atas kepentingan pribadi; (b) hubungan dengan masyarakat lain dilakukan secara terbuka dengan suasana yang saling mempengaruhi; (c) kepercayaan yang kuat akan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (d) masyarakat modern tergolong ke dalam bermacam-macam profesi yang dapat dipelajari dan ditingkatkan dalam lembaga pendidikan, ketrampilan, dan kejuruan; (e) tingkat pendidikan formal pada umumnya tinggi dan merata; (f) hukum yang berlaku adalah hukum tertulis yang sangat kompleks, dan (g) ekonomi hampir seluruhnya merupakan ekonomi pasar yang didasarkan atas penggunaan uang dan alat-alat pembayaran lain.<sup>23</sup>

3. Dakwah modernitas adalah dakwah yang pelaksanaannya menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat modern (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di zamana modern itu tidak terjadi pada zaman sebelumnya, terutama di zaman klasik.<sup>24</sup>

### **1. Sarana Dakwah Di Zaman Modern**

Di era modern, dakwah dihadapkan pada permasalahan sosial yang berkaitan dengan perkembangan pengetahuan dan pola hidup modern. Budaya modern

---

<sup>22</sup> Sholeh Fikri , *Strategi Dakwah.....*, hlm.17

<sup>23</sup> Sholeh Fikri , *Strategi Dakwah.....*, hlm.19

<sup>24</sup> Sholeh Fikri , *Strategi Dakwah.....*, hlm.19

berkembang menjadi persoalan hidup yang mewarnai kehidupan masyarakat, terutama masyarakat yang kurang atau belum dekat dengan nilai keislaman yang pada gilirannya berlanjut pada budaya yang merembes pada dinamika sosial kehidupan umat Islam. Maka terjadilah pola hidup modern yang tidak seimbang dan menjadi bagian tak terpisahkan dari persoalan dakwah. Tentu, modernitas ekonomi, social, budaya tidak semata-mata sebagai permasalahan yang menghalangi dakwah islamiyah, tetapi juga bisa menjadi penopang dakwah.<sup>25</sup>

Salah satu keberhasilan dakwah adalah adanya media yang mampu untuk kelangsungan berdakwah dan media tersebut akan mempermudah dakwah agar bisa sampai kepada mad'u. Ada beberapa macam yang harus diperhatikan oleh para juru dakwah agar informasi dakwah tersebut menghasilkan hasil yang diharapkan, diantaranya :

- a. Pertama, Media Internet. Internet merupakan jaringan komputer luas yang menghubungkan pemakai komputer satu komputer dengan computer lainnya dan dapat berhubungan dengan komputer dari suatu Negara ke Negara di seluruh dunia , dimana kita dapat melakukan *browsing, surfing chatting* dan lain-lain. Dibandingkan media dakwah yang lain, Internet memiliki tiga keunggulan :. 1). Karena sifatnya yang *never turn-off* tidak pernah dimatikan dan *unlimited access* dapat diakses tanpa batas.<sup>26</sup> Internet memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun. 2). Media Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional

---

<sup>25</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Vol.4, No.1, 2016, hlm. 53

<sup>26</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.....*, hlm. 58

dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya. 3). Sebagian orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi sering kali mendapat kesulitan guna mengatasi dahaga spiritual mereka. Padahal mereka ingin sekali berdiskusi dan mendapat bimbingan dari para ulama. Sementara itu ada sebagian orang yang ingin bertanya atau siap berdebat dengan para ulama untuk mencari kebenaran namun kondisi sering tidak memungkinkan. Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia. Para ulama seharusnya dapat menggunakan internet sebagai media efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya.<sup>27</sup>

Internet adalah media dan sumber informasi yang paling canggih saat ini sebab teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, kecepatan, ketepatan akses dan kemampuan menyediakan berbagai kebutuhan informasi setiap orang, kapan saja, dimana saja dan pada tingkat apa saja. Berbagai informasi yang dapat diperoleh melalui Internet antara lain lapangan pekerjaan, olahraga, seni, belanja, perjalanan, kesehatan, permainan, berita, komunikasi lewat *email*, *mailing list*, dan *chating*, bahkan artikel-artikel ilmiah dalam berbagai disiplin ilmu, dan lain sebagainya.<sup>28</sup> Hampir semua bidang tugas manusia, apapun jenisnya, dapat dicari melalui Internet. Internet sebagai sumber informasi memungkinkan semua orang untuk terus belajar seumur hidup, kapan dan dimanapun serta untuk keperluan apapun. Dan untuk kebutuhan belajar bagi setiap individu, Internet tidak hanya menyediakan fasilitas penelusuran informasi tetapi juga komunikasi.

---

<sup>27</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah....*, hlm. 58

<sup>28</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Sinar Grafika Offset, 2009, hlm. 163

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Seharusnya para ulama, da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet.

- b. *Kedua*, Media Televisi. Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar.<sup>29</sup>

Kelebihan televisi sebagai media dakwah jika dibandingkan dengan media yang lainya adalah: Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.<sup>30</sup>

1. Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu kharakter komunikasi massa yaitu komunikan yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas

---

<sup>29</sup> Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2016, hlm.34

<sup>30</sup> Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah.....*, hlm. 34

bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.<sup>31</sup>

2. Media televisi mampu menampung berbagai varian c. metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
  3. Media televisi bersifat audio visual. Hal ini memungkinkan d. dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.
- c. Ketiga, Media Radio. Pengertian Radio menurut ensiklopedi Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi. artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media.<sup>32</sup> Beberapa kelebihan sebagai media dakwah, yaitu :
1. Cepat dan Langsung. Radio adalah sarana tercepat, lebih cepat dari pada Koran dan Televisi dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu yang banyak seperti siaran Televisi atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.....*, hlm. 61

<sup>32</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.....*, hlm. 63

<sup>33</sup> Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2012, hlm.

2. Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Kita jarang sekali duduk dalam satu grup dalam mendengarkan radio, tetapi biasanya mendengarkannya dilakukan sendirian, seperti di mobil, di kamar tidur, dan sebagainya.<sup>34</sup>
3. Dekat. Suara penyiar radio hadir di rumah dan sangat dekat dengan pendengar. Pembicaraan langsung menyentuh aspek pribadi.
4. Hangat. Paduan kata-kata, efek suara dan musik dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atau memperoleh kehangatan dari suara penyiar, dan pendengar seringkali berfikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.
5. Sederhana. Proses siaran radio tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola atau pendengar.
6. Tanpa Batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, SARA (Suku, Agama, Ras, antar golongan), dan kelas sosial. Hanya Tunarungu yang tidak mampu mengonsumsi dan menikmati siaran radio.<sup>35</sup>
7. Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau membeli alat televisi, pesawat radio relatif lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut biaya sepeserpun untuk mendengarkan radio.
8. Fleksibel. Siaran radio dapat dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, dan lainnya.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2015, hlm. 27

<sup>35</sup> Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah....*, hlm. 28

<sup>36</sup> Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah....*, hlm. 28

Dakwah melalui radio pun bisa dilakukan pada zaman sekarang ini, karena semodern apapun zaman sekarang ini masih ada masyarakat yang terbelakang dan belum menjangkau media-media elektronik yang canggih. Dan radio salah satu cara berdakwah yang bisa dilakukan para Da'i.<sup>37</sup> Adapun program siaran keagamaan melalui media radio dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta dapat menembus ruang dan waktu tanpa batas, ini perlu dikemas dengan baik bagaimana suatu siaran keagamaan atau dakwah menjadi panutan dan diterima masyarakat secara lugas dan menyenangkan, memiliki daya tarik dan berhasil guna bagi audiens.

- d. *Keempat*, Media Cetak. Media cetak atau media Surat Kabar dapat diartikan sebagai lembaran cetak yang bersifat umum, akan tetapi isinya selalu actual.<sup>38</sup> Mengenai apa yang terjadi di sekitar kita bahkan di penjuru dunia semua mengandung nilai untuk disimak sebagai sarana informasi. Secara leksikal, surat kabar juga bisa diartikan suatu lembaran kertas yang bertuliskan kabar atau berita dan sebagainya.

Kemudian surat kabar juga merupakan bagian dari penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan bahkan iklan yang dicetak dan diterbitkan secara tetap atau periodik dan hal ini bisa sebagai sarana informasi. Selain hal tersebut ada beberapa ciri yang terdapat dalam surat kabar diantaranya : Pertama, terekam artinya berita yang dimuat tersusun secara sistematis. Kedua, menimbulkan perangkat mental secara aktif. Ketiga,

---

<sup>37</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah....*, hlm. 65

<sup>38</sup> Bambang Arif, *Komunikasi Dakwah*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2018, hlm. 147

pesannya menyangkut kebutuhan khalayak. Keempat, efeknya sesuai dengan tujuan dan masih banyak lagi.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah....*, hlm. 66