

MEDIA CELLULER (HP): FUNGSINYA DALAM PENYAMPAIAN PESAN-PESAN DAKWAH

Oleh: Hamiruddin

Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar
drhamiruddin@gmail.com

Abstrak;

Since the Prophet Muhammad was sent to deliver the message, media has become an important element of it. At the level of the da'wah implementation process, the media is one of the elements that always accompanies. Therefore, the media becomes one of the primary needs in delivering da'wah messages, especially in an effort to reach all layers and regions of mad'u. In the era of advances in information communication technology, communication media are increasingly sophisticated such as cellular media (HP), so that with the vast area of da'wah, it can be reached with the help of cellular media in the form of SMS via cellular cellphone.

Kata Kunci : Mobile Media, Function, Delivery, Da'wah Message

PENDAHULUAN

Pada awal-awal dimulainya perintah dakwah, telah banyak menggunakan media dakwah walaupun sifatnya tradisional. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama di bidang teknologi informasi, di mana media informasi semakin berkembang dan menjadi semakin banyak variasinya dan dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi media massa yang semakin modern, berbagai informasi dapat ditemukan dengan mudah, seperti media cetak baik dalam wujud buku, koran, majalah, tabloid dan yang lainnya maupun dengan media elektronik yang variatif pula seperti radio, televisi, film, media seluler (HP/SMS), dan internet.¹

Keberadaan berbagai perangkat teknologi informasi khususnya HP, harus menjadi salah satu kebutuhan sebagai medium dakwah bagi para dai. Mengingat keberadaan media seluler telah sampai ke semua pelosok, sepanjang ada jaringan satelit, HP seluler bisa digunakan. Oleh karena itu, jika HP mampu dimaksimalkan sebagai medium dakwah, maka pesan dakwah akan dapat diterima dengan cepat oleh umat sebagai obyek dakwah.²

¹Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer: Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian* (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), h. 68

²Peran ICT (*Information Communication Tehnology*) sebagai media telah memberikan stimulan dalam berbagai sendi kehidupan.(Suf Kasman, *Pers dan Pencitraan Umat Islam di Indonesia; Analisis Isi Pemberitaan*

Begitu banyaknya variasi hasil teknologi informasi dan komunikasi yang dapat digunakan sebagai media dakwah, baik cetak maupun elektronik, akan tetapi pada tulisan ini hanya akan difokuskan pada bahasan salah satu media elektronik yang masih “merajai” media lainnya sampai saat ini, yaitu media seluler (HP) khususnya dalam konten SMS yang marak digunakan saat ini oleh para dai sebagai perpanjangan tangan dalam penyampaian pesan-pesan dakwah.

Media Celluler (HP); Fungsinya dalam Penyampain Pesan Dakwah

A. Fungsi media seluler (HP) dalam penyampaian pesan dakwah.

Dakwah dalam tataran proses, tidak pernah luput dari kebutuhan sebuah media. Upaya mewujudkan keberhasilan dakwah sangat ditentukan dengan media apa yang digunakan oleh seorang dai dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada umat. Dewasa ini. Masyarakat dunia berada dalam serbuan informasi sebagai akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Bukti kemajuan yang paling menonjol adalah lahirnya teknologi komunikasi yang sangat canggih seperti HP, karena itu abad ini disebut sebagai abad informasi dan globalisasi.³

Pengguna ponsel yang kini sudah tidak terhitung lagi, membuat konsumen media *mobile* menjadi sebuah target sebagai konsumen dakwah, di mana konsumen ini menggunakan ponsel untuk mengirim dan menerima teks, mengambil gambar mendengarkan musik dan mengunduh video. Hal inilah yang membuat media ponsel menarik media pasar.⁴ Munculnya era globalisasi menurut Alvin Toffler sebagaimana dikutip M. Amin Abdullah sebagai desakan arus perkembangan pemikiran dan sejarah kemanusiaan kontemporer, dimana batas-batas konvensional tradisional secara politik, geografis, regional, bahasa dan budaya bergeser.⁵ Dengan demikian, pergeseran yang dialami masyarakat sebagai akibat dari berbagai kemajuan, menghendaki keberadaan ajaran Islam harus mampu memberikan solusi melalui bahasa dakwah yang efektif dan efisien, baik secara teoretis maupun praktis.⁶

Islam sebagai agama dakwah mengharuskan para pemeluknya untuk menyampaikan kebenaran agamanya kepada orang lain, bahkan kepada seluruh umat manusia.⁷ Sebagai agama dakwah, kedudukan Islam menurut pemikir Islam Ismail Raji al-Faruqi, bahwa Islam

Harian Kompas dan Republika (Cet. I; Jakarta: Balai Litabang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2010), h. 273.

³J. Suyuthi Pulungan, *Universalisme Islam* (Jakarta: Moyo Segoro Agung, 2002), h.29.

⁴Shirley Biagi, *An Introduction to Mass Media* terj. Mohammad Irfan dan Wulung Wira Mahendera, *Media Impact: Pengantar Media Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 246.

⁵M. Amin Abdullah, *Falsafah Kalam di Era Postmodernisme* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 67.

⁶Thomas W. Arnold, *The Preaching of Islam, A History of The Propagation of The Muslim Faith* (Cet. II; Delhi: Low Price Publications, 1995), h.1

⁷Ali Abd. Halim al-Mahmad, *Al-Dakwah al-Islamiyah Dakwah Alamiyyah* (Kairo: Majlis al-A'la Li Su'un al-Islamiyah, 1969), h. 3-4.

yang ajarannya melebihi agama-agama dakwah yang lain. Hal ini disebabkan oleh klaim Islam sendiri bahwa ia merupakan wahyu (agama) terakhir dan merupakan agama penyempurna (reformasi definitif) dari agama-agama sebelumnya, terutama agama Yahudi dan Nasrani.⁸

Dengan demikian, eksistensi dakwah dalam kehidupan seorang muslim hendaknya tetap dikobarkan sebagai upaya transformasi pesan-pesan ilahiyah kepada seluruh umat manusia.

Dakwah sebagai bagian dari proses komunikasi, maka dapat menggunakan berbagai media untuk dapat memberi rangsangan kepada umat di dalam menerima dan mencerna pesan-pesan dakwah. Berdasar pada banyak dan luasnya garapan dakwah, maka pesan-pesan dakwah sangat perlu disampaikan melalui media massa yang memiliki jangkauan yang begitu luas khususnya HP dalam konten SMS.⁹

Di dalam perkembangannya, media seluler bagi masyarakat Indonesia khususnya, tidak hanya dimiliki oleh kalangan menengah ke atas saja, akan tetapi hampir dimiliki oleh seluruh masyarakat, baik kalangan tua maupun muda. Oleh karena itu, maka penggunaan media harus dapat dan mampu dimaksimalkan sebagai salah satu alternatif sarana dalam melaksanakan dakwah. Dengan demikian, jika tidak, maka tidak menutup kemungkinan pesan-pesan dakwah itu sendiri tidak akan sampai ke masyarakat.

Eksistensi dakwah dalam kehidupan manusia sangat urgen. Hal tersebut diperkuat oleh salah satu firman Allah pada QS. Saba'/34 : 28

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Terjemhanya:

“Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahuinya.”¹⁰

Terkait dengan ayat di atas, dapat dipahami bahwa ayat tersebut memberikan isyarat kepada umat bahwa dalam melakukan dakwah akan ditemui suatu kondisi berupa sejumlah orang sebagai sasaran dakwah yang tidak peduli terhadap dakwah, menjadi sebuah tantangan tersendiri dalam upaya menggairahkan umat agar dapat menerima kehadiran dakwah.

Berpijak pada ayat di atas, maka untuk mengeliminir berbagai tantangan dakwah dalam konteks kekinian, maka perlu dielaborasi berbagai media kontemporer dalam pelaksanaan dakwah seperti SMS melalui Handphone Seluler.¹¹

⁸Ismail Raji al-Faruqi dan Lois Lamya al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam* (New York: Macmillan Publishing Company, 1986), h. 188.

⁹Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Cet. I; Bandung: Rosda, 2010), h. 105.

¹⁰Kemenerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: Al-Hikmah, 2014), h. 421.

Bertolak dari beberapa historisasi lahirnya media HP sebagai salah satu sarana komunikasi bagi masyarakat modern saat ini, maka semakin memantapkan argumen kita bahwa harapan pesan-pesan dakwah dapat sampai dan dinikmati oleh masyarakat luas.

Salah satu esensi dalam pelaksanaan dakwah adalah dakwah dilaksanakan dengan *hikmah*. Mengutip pandangan Sayyid Qutub, bahwa memahai kata *hikmah* dalam Alquran sebagai salah satu metode dakwah adalah; dakwah harus dilakukan bersifat kondisional, sesuai dengan kondisi *mad'u*, baik dari segi sosiologis, ekonomi, politik, pendidikan, maupun budaya.¹²

Dengan demikian, maka kemajuan teknologi di tengah-tengah kehidupan manusia khususnya teknologi informasi, secara sadar membuka ruang kehidupan manusia semakin luas tanpa batas dengan indikasi bahwa manusia sebagai *khalifah* semakin komplit.

B. Bentuk-bentuk dakwah pada HP melalui SMS

Begitu urgennya kehadiran ponsel sebagai salah satu media komunikasi terutama dalam proses penyampaian pesan-pesan dakwah, maka semakin tampak jelas betapa media ponsel memiliki kontribusi yang sangat besar di tengah dunia global saat ini. Berikut beberapa bentuk dakwah dalam ponsel sebagai berikut:

1. Quran Cell

Di era kemajuan informasi, kapan dan di mana saja, siapapun dapat membaca Alquran 30 juz berbahasa Arab dan terjemahan berbahasa Indonesia melalui ponsel secara gratis.

2. Adzan Cell

Hampir setiap ponsel berisi tanda pengingat salat 5 waktu di kota manapun di Indonesia. Dengan aplikasi ini, ibadah salat takkan lagi terlewatkan, Penanda ini juga dapat dinikmati secara gratis.

¹¹Sejarah telepon seluler atau yang kita kenal HP, ternyata sudah ada dari zaman penjajahan, yaitu kira-kira tahun 1947 di negara paman Sam (Amerika) dan Eropa. Pada tahun 1910 adalah cikal bakal telepon seluler yang ditemukan oleh Lars Magnus Ericsson, yang merupakan pendiri perusahaan Ericsson yang kini di kenal dengan perusahaan Sony Ericsson. Pada awalnya, orang Swedia ini mendirikan perusahaan Ericsson memfokuskan terhadap bidang bisnis perlaan telegraf, dan perusahaannya juga tidak terlalu besar pada waktu itu. Pada tahun 1921 pertama kalinya Departemen Kepolisian Detroit Michigan menggunakan telepon mobile yang terpasang di semua mobil polisi dengan menggunakan frekuensi 2 MHz. Pada tahun 1960, di Finlandia sebuah perusahaan bernama Fennis Cable Works yang semula berbisnis dibidang kabel, melakukan ekspansi dengan mendirikan perusahaan elektronik yang bernama Nokia sebagai handset telepon seluler. Tahun 1970-an perkembangan telepon mobile menjadi pesat dengan di dominasi oleh 3 perusahaan besar yaitu di Eropa dengan perusahaan Nokia dan perusahaan Ericsson-nya dan di Amerika dengan Motorola-nya. Pada tahun 1969, sistem telekomunikasi seluler dikomersialkan. Setelah tahun 1970, telekomunikasi seluler semakin sering dibicarakan orang. Motorola mengenalkan telepon genggam tiga tahun kemudian. Ukurannya memang cukup besar dengan antenna pendek. Ada pula ponsel dengan ukuran sekoper. Didin Hafidhuddin, Kata pengantar, *Dakwah Aktual* (Cet. III; Jakarta: Gema Insani, 2001). t.h.

¹²Sayyid Qutub, *Fi Zilali al-Quran* (Jilid IV) h.2202. Dalam A.Ilyas Ismail, *Paradigma Dakwah Sayyid Qutub; Rekonstruksi Dakwah Harakah* (Jakarta: Penamadani, 2006), h. 248.

1. Peran HP sebagai media dakwah di era sekarang sangat penting, mengingat keberadaan HP pada masyarakat dengan berbagai merek dan tipe telah familiar, sehingga akan dapat memudahkan pesan-pesan dakwah cepat sampai.
2. Bentuk-bentuk dakwah melalui HP di antaranya Alquran Seluler, Azan Seluler, nada sambung islami, doa-doa harian dan pesan-pesan yang sifatnya islami lainnya dapat dinikmati dengan mudah, karena dapat diakses secara gratis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Abdullah, M. Amin., *Falsafah Kalam di Era Postmodernisme*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Al-Mahmad, Ali Abd. Halim., *Al-Dakwah al-Islamiyah Dakwah Alamiyyah*, Kairo: Majlis al-A'la Li Su'un al-Islamiyah, 1969.
- Kementerian Agama RI, Departemen. *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: Al-Hikmah0, 2014.
- Biagi, Shirley. *An Introduction to Mass Media* terj. Mohammad Irfan dan Wulung Wira Mahendera, *Media Impact; Pengantar Media Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cet. IV; Jakarta: Prenada Kencana Group, 2009.
- Hafidhuddin, Didin. Kata pengantar; *Dakwah Aktual*, Cet. III; Jakarta: Gema Insani, 2001.
<http://handphone-heboh.blogspot.com/sejarah-lahirnya-handphone.html>, diakses pada 27 April 2011, pukul 12.30 Wita.
- <http://wa2n.staff.uns.ac.id/2008/09/07/ponsel-esia-hidayah-dilengkapi-al-quran-30-juz-dan-terjemahan/>, diakses 20 Mei 2011, pukul 19.15 Wita.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*, Cet. I; Bandung: Rosda, 2010.
- Ismail, A.Ilyas. *Paradigma Dakwah Sayyid Qutub; Rekonstruksi Dakwah Harakah*, Jakarta: Penamadani, 2006.
- Kasman, Suf. *Pers dan Pencitraan Umat Islam di Indonesia: Analisis Isi Pemberitaan Harian Kompas dan Republika*, Cet. I; Jakarta: Balai Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2010.
- Pulungan, J. Suyuthi. *Universalisme Islam*, Jakarta: Moyo Segoro Agung, 2002.
- Raji al-Faruqi, Ismail., dan Lois Lamya al-Faruqi, *The Cultural Atlas of Islam*, New York: Macmillan Publishing Company, 1986.

Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam Volume 9, Nomor 2 Desember 2022: 191-197

W.Arnold, Thomas. *The Preaching of Islam, A History of The Propagation of The Muslim Faith*, Cet. II; Delhi: Low Price Publications, 1995.