

DAKWAH MELALUI MEDIA CETAK

Oleh

¹Usman Jasad

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

¹ujas72@hotmail.com

ABSTRAK; Perkembangan dakwah melalui media cetak sebagai tanda bahwa dakwah bukan hanya dimimbar tapi lewat dengan tulisan. Tujuan penelitian ini memberikan pemahaman pada masyarakat tentang dakwah lewat dengan media cetak. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif lewat wawancara pada informan yang setiap saat membaca media cetak.

Hasil penelitian ini yaitu; 1). *Peranan dakwah melalui media cetak:* a). Media massa sebagai penyebaran ide-ide perubahan, pencerahan, semangat ke Islaman dan optimism keislaman, b). Media propaganda kemajuan Islam, menentukan kemajuan Islam, c). Sebagai media pencitraan Islam, 2). *Tantangan dakwah melalui media cetak;* kurang berkembangnya peran media karena media Islam masih bergelut dengan dirinya sendiri, persoalan internal kerap menjadi penghalang berjalannya dakwah, yakni perbedaan persepsi, biaya produksi dan mismanajemen, persoalan eksternal; kurangnya perusahaan yang beriklan dimedia Islam, 3). *Efektivitas dakwah melalui media massa;* Akurat, sesuatu yang disampaikan harus jujur dan benar, adil, bermakna, santun, lembut, argumentative atau dikenal dengan bil hikmah, jujur, tidak dusta.

"Kata kunci: dakwah cetak, berorientasi edukasi, informasi, mempersatu"

MEDIA PREVENT THROUGH PRINT

By

¹Usman Jasad

Lecturer at the Da'wah and Communication Faculty of UIN Alauddin Makassar

¹ujas72@hotmail.com

ABSTRACT; The development of da'wah through print media is a sign that da'wah is not only on the pulpit but through writing. The purpose of this study is to provide an understanding of the community about propaganda through print media. The method used in this research is qualitative through interviews with informants who read the print media every time.

The results of this study are; 1). The role of da'wah through print media: a). Mass media as the spread of ideas of change, enlightenment, Islamic enthusiasm and Islamic optimism, b). Media propaganda Islamic progress, determine the progress of Islam, c). As an Islamic imaging medium, 2). The challenge of da'wah through print media; the role of the media is not well developed because the Islamic media is still struggling with itself, internal interaction often becomes a barrier to the propagation, namely perceptions of perceptions, production costs and mismanagement, external relations; Fewer companies advertise on Islam, 3). The effectiveness of da'wah through mass media; Accurately, something delivered must be honest and true, fair, inviting, polite, gentle, argumentative or known as bil hikmah, honest, not lying.

"Keywords: preaching print oriented education, information, unifying"

93

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang mewajibkan umat Islam untuk berdakwah, dan yang selalu mendorong umatnya untuk berbuat kebaikan dalam bentuk apapun. Dan seruan tersebut tidak hanya dapat dilakukan melalui lisan saja. Dizaman sekarang ini dakwah *bilqalam* atau dakwah melalui media cetak tak kalah lebih efektif, mengingat tidak selamanya seseorang bisa ikut dalam pengajian dengan segudang aktivitas pekerjaan yang dia lakoni. Dengan adanya media cetak, seseorang akan lebih mudah mengakses dan memperoleh informasi melalui pesan dakwah tersebut.

Media cetak adalah alat komunikasi massa berupa tabloid, majalah, koran, jurnal bulletin, yang terbit secara berkala.¹ Dengan merebaknya media dakwah sebaiknya hal ini jangan dilewatkan begitu saja oleh aktivis dakwah. Melalui menulis dan membaca orang akan memperoleh pengetahuan informasi tentang agama Islam. Hal ini sebagaimana tertulis dalam *al-Quran al-Alaq* ayat;4 yang mengajarkan manusia dari perantaraan kalam". Kata qalam pada ayat tersebut memberikan gambaran dan anjuran, bahwa dakwah bukan hanya melalui lisan, namun bisa pula melalui tulisan. Dan tidak bisa dipungkiri dengan tulisan orang akan memperoleh ilmu.

Pada pertengahan abad ke-19 dinegara-negara Barat, pers disebut sebagai kekuatan yang keempat, setelah kekuatan eksekutif, yudikatif, dan legislatif. Hal ini menunjukkan kekuatan pers dalam melakukan advokasi dalam menciptakan isu-isu politik, tak heran pers sering ditakuti atau malah di beli oleh pihak yang berkuasa.² Dalam ranah dunia pemberitaan, saat ini kelebihan media *online* lebih bisa menyajikan berita secara cepat dan *realtime*, dan tentunya tidak bisa tertandingi oleh media cetak. Keberadaan internet disinyalir oleh pengamat bisnis media cetak, dengan berkembangnya media *online* akan menghabisi eksistensi media cetak, dengan makin maju dan murah teknologi pendukung, dengan berlomba-lombanya sejumlah media cetak meluncurkan versi media *online* disitus media bersangkutan. Namun pendapat lain mengatakan walaupun semakin naiknya pamor media *online*, bukan berarti media cetak akan segera punah. Media *online* dan media cetak akan saling melengkapi.

Maka dalam hal ini dakwah melalui media cetak tetap dan perlu dijalankan. Dalam hal ini para aktivis dakwah tak perlu memilih-milih media cetak dalam menyampaikan pesan agama melalui tulisan. Karena pesan moral dan kebaikan sudah tentu itu sebagai tujuan dari dakwah itu sendiri yang tak perlu tulisan yang ditampilkan dengan membawa *nash-nash* Al-Quran, hadis-hadis, atau fatwa dalam media cetak lainnya, kecuali di media cetak Islam. Karena untuk menyentuh dan menarik minat pembaca dilapisan masyarakat, kita harus lebih cair dan *fleksibel*. Seperti yang dilakoni oleh beberapa tokoh, seperti: Puisi oleh Ainun Najib, KH Mustafa Bisri, Abdurahman El Husain, Cerepen oleh Danarto, Ahmadun Yosi Hervanda, Novel oleh Aman El Shirazi, Buku-buku Islami Motivasi, Pendidikan, Dll. Oleh, Ary Ginanjar, Toto Tasmara, Muhammad Fauzi Adzim, Irawati Istadi, dan masih banyak lagi penulis Islam yang terkenal. Yang semuanya adalah rangkaian dari aktivitas dakwah. Artinya apaun yang mengantarkan orang pada kebaikan itu adalah aktivitas dakwah. Artinya dakwah yang dikemas melalui tulisan jauh lebih tahan lama dibanding melalui lisan. Daya jangkauannya juga lebih luas, menembus ruang dan waktu, buktinya tulisan para ulama beberapa tahun yang lalu masih bisa dinikmati oleh generasi masa kini, dan yang

akan datang, sepanjang karyanya masih dibaca, maka sepanjang itu pula dakwah tetap berjalan seiring berjalannya waktu tulisannya tetap memberikan pencerahan kepada masyarakat. Jasad penulis boleh terkubur, tapi karya dan tulisannya tidak ikut terkubur. Dengan demikian permasalahan yang diungkap penulis adalah; a). Bagaimana peranan dakwah melalui media cetak, b). Bagaimana tantangan dakwah melalui media cetak, c) Bagaimana efektivitas dakwah melalui media cetak.

B. Kajian Pustaka

1. Peranan Dakwah

Peranan dakwah melalui Media memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pengembangan umat kedepan. Berbagai fungsi strategis media cetak adalah nilai plus untuk mengembangkannya sebagai dari strategi pembangunan keumatan. Bahkan, sejarah mencatat media masalah yang telah menggerakkan berbagai perubahan diberbagai belahan dunia. Hal ini didukung oleh bererapa teori. Diantaranya adalah teori pembangunan (*theory development*) dan teori komunikasi massa . Teori tersebut merupakan hasil dari proses belajar (*learning*) yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat. Teori ini berangkat sejak pembangunan pasca perang dunia II oleh negara-negara jajahan melalui media massa.³ teori pembangunan yang berkisar pada pengembangan ekonomi, dalam hal ini media massa mempromosikan tehnik dan inovasi social yang essensial dalam moderenisasi. Kesempatan ini tidak diabaikan oleh umat Islam yang peduli terhadap pengembangan ekonomi syariah, dan tak kalah pentingnya makin menjamurnya media-media yang bernuansa Islami. Pengembangan identitas nasional, dalam hal ini media massa dapat membantu identitas kebangsaan (nasionalitas) bagi negara-negara baru, dan membantu memperkenalkan tata cara demokrasi dalam berbagai kebijakan. Jika ada penyimpangan-penyimpangan media cukup jeli untuk melakukan kritikan dan hal ini merupakan bagian dakwah dari dakwah meskipun itu tidak berlabel islami, namun secara substansial menjadi bagian dari dakwa itu sendiri.

Komunikasi massa secara teori, pada satu sisi konsep komunikasi massa mengandung pengertian sebagai suatu proses dimana institusi media massa memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas, namun pada sisi lain, komunikasi massa merupakan proses pesan itu dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audiens. Fokus kajiannya adalah intuisi yang menebarkan informasi berupa pesan, berita peristiwa, atau prodak budaya yang mempengaruhi dan merefleksikan suatu keadaan masyarakat.⁴ Hal ini sangat startegis apabila dimanfaatkan oleh para aktivis dakwah, guna memberikan informasi yang baik dan benar agar masyarakat dapat menerima informasi dan mengaplikasikan wujud dari apa peran yang media lakukan.

2. Tantangan Dakwah

Teori otoriter dalam komunikasi melalui penerapan hak khusus, lisensi sensor langsung, dan peraturan yang diterapkan sendiri dalam tubuh serikat pemilik mesin cetak, individu dijauhkan dari kemungkinan mengkritik pemerintah yang berkuasa. Dalam sistim otoriter, pers bisa dimiliki baik secara public atau perorangan, tetapi dianggap sebagai alat menyebarkan kebijakan pemerintah.⁵ Hal ini sangat mengganggu aktivitas dakwah, seperti yang terjadi di zaman orde baru, banyak dari aktivis dakwah diculik, dan para ustadz dan kiyai dicekal apabila menyinggung kebijakan-kebijakan

pemerintah pada masa itu. Teori *liberal* dan teori tanggung jawab social dapat mengimbangi perjalanan dakwah jika tantangan dakwah terhalang oleh pemerintah yang otoriter, namun diperlukan keberanian untuk melakukannya. *Teori liberal* merupakan salah satu teori pers, yang berusaha melawan pandangan yang otoriter. Dari tulisan Milton, Locke, dan Mill, dapat memunculkan pemahaman, dengan pendapat: Bahwa pers harus mendukung fungsi, membantu menemukan kebenaran dan mengawasi pemerintah sekaligus sebagai media yang memberikan informasi, menghibur, dan mencari keuntungan”⁶

Teori Tanggung Jawab Social, yang merupakan evolusi gagasan praktisi media, Undang-undang Media, dan hasil kerja komisi kebebasan Pers (commission on feerdem on the press), berpendapat : “Bahwa selain bertujuan memberikan informasi, menghibur, mencari untung, juga bertujuan membawa konflik keranah diskusi. Dalam hal ini inti dari teori ini adalah setiap orang memiliki sesuatu yang penting untuk dikemukakan dan diberikan hak dalam forum. Dalam hal ini media dikontrol oleh pendapat masyarakat, tindakan konsumen, kode etik professional.”⁷

Receptie, teori ini dicetuskan oleh Christian Snouck Hurgorenya (1857-1936) sebagai penasehat pemerintah Belanda dalam masalah Islam. Untuk memperdalam pengetahuannya Snouck belajar Islam ke Mekkah, dan menyamar sebagai dokter mata dan seorang fotografer bernama Abdul Gaffer. Keinginan bertolak untuk melemahkan ketuguhan iman masyarakat pribumi. Berdasarkan teori *Snouck* pemerintah Belanda yang berkuasa saat itu mengeluarkan aturan berupa: “hukum Islam itu bisa diberlakukan kalau nilai-nilai hukum Islam sudah diterima oleh sebagian masyarakat sebagai bagian dari adat istiadatnya” berdasarkan teori tersebut pemerintah Belanda sangat sukses melumpuhkan pelaksanaan hukum Islam.⁸ Kejadian diatas tidak menutup kemungkinan terjadi di era saat ini, hal ini dapat terlihat dengan mudahnya masuk budaya-budaya barat dan masyarakat sebagian kecil dapat menafikan hal tersebut, justru sebaliknya masyarakat terbawa arus dan terlena dengan budaya-budaya yang bersifat *hedonisme*.

3. Efektivitas Dakwah

Teori Etik (Wisdom) merupakan pengalaman dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam suatu keputusan atau penilaian yang berdasarkan pada kehendak yang baik. Yang pada prinsip dasar yang menjadikan substansinya adalah penghormatan kepada orang. W. Ross membuat *six basic duties* yang keterkaitan dengan teori etik-wisdom, sebagai berikut:⁹ *Fidelity-to do no harm to orther* (Loyalitas dan tidak menyakiti orang lain), *Reparation- to make amends to those we have hurt* (Memperbaiki kesalahan dengan tidak membalas kejelekan dengan kejelekan), *Gratitude-to repay those we have helped us* (Membalas kebaikan dengan kebaikan), *Justice-to treat people as well as they deserve* (Adil, memperlakukan orang lain sesuai dengan kebaikan mereka), *Beneficence-to help others when we can* (Bersikap baik, selalu menolong orang lain selama bisa), *Self-improvement-to better oneself* (Selalu mengembangkan diri kearah yang lebih baik)

Berdakwah seseorang diperlukan loyalitas yang tinggi dalam menekuni dakwahnya, dengan keiklasan dan ketulusan, dan selalu berupaya introspeksi diri dengan memperbaiki kesalahan yang dilakukan, meskipun dalam karir dakwah tidak semuanya langsung menerima bahkan ada yang mengejek, namun tidak membalasnya dengan kejelekan pula, tapi sebaliknya membalas dengan kebaikan seperti yang

dicontohkan oleh baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang dilempari kotoran diwajahnya, namun beliau tetap membanlas dengan kebaikan. Yang paling penting adil memperlakukan orang lain, dalam hal ini mad'u yang mungkin termasuk didalamnya adalah sanak saudara, ataupun tetangga, anggota masyarakat lainnya. Dan yang paling penting seorang pendakwah tetap selalu mengembang diri dalam meningkatkan kualitas iman dan sekaligus kualitas dalam berdakwah. *Difusi Inovasi*. Teori ini berkaitan dengan komunikasi massa, karena dalam berbagai situasi dimana efektivitas potensi perubahan yang berawal dari penelitian ilmiah dan kebijakan public, dalam pelaksanaannya, yang manfaatnya untuk masyarakat. Terdapat pula kebutuhan yang terus menerus dalam perubahan social dan tehnologi, untuk menggantikan cara-cara yang lama dengan tehnik-tehnik baru. Hal ini sangat cocok dan relevan untuk masyarakat yang sedang berkembang maupun masyarakat maju.¹⁰ dan ini sangat penting dimiliki oleh para pendakwah agar berdakwah memberikan subangsi kepada masyarakat secara keseluruhan. Penulis berpendapat dari kedua teori diatas efektifitas` media massa didukung oleh theory tersebut, dalam hal ini setiap efek media yang timbul memiliki nilai plus-minusnya, yang harus disikapi secara bijaksana, dan ilmu yang diterima melalui akses informasi harus memiliki perubahan, dalam setiap pola pikir, dan tingkah laku kearah yang lebih baik.

C. Pembahasan

1. Peranan Dakwah Melalui Media Cetak

Media cetak adalah salah satu media yang berisikan artikel-artikel yang memuat tulisan tentang peristiwa atau berita penting dan terhangat seputar kehidupan manusia. Topic yang sering ditampilkan dalam media cetak adalah agama, politik, kriminalitas, bisnis, seni, social dan olah raga. Peranan media cetak diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media cetak bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk dimasa yang akan datang, tentunya hal ini didukung oleh para pemilik perusahaan penerbitan yang terus bersemangat mensyiarkan Islam. Dan kita akan memperoleh harapan kedepan media cetak akan memberikan kontribusi yang besar terhadap dakwah yang akan mampu membimbing dan mempengaruhi masyarakat kehidupan masa kini dan masa datang. Misi dakwah harus dilakukan dengan semangat dan keikhlasan dan tidak menutup diri terhadap ilmu-ilmu yang datang dari luar atau dari dunia Barat.

Sebagai agen dakwah sebaiknya harus mampu melihat kondisi masyarakat dizaman sekarang, dan apa yang menjadi kebutuhan mereka, agar materi dakwah mampu mengisi ruang kosong yang mereka butuhkan. Dengan memilih dan membuat tema yang tepat dan menarik, agar pesan dakwah yang disampaikan mampu dicerna dengan baik. Pesan dakwah harus menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami agar bisa diamalkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan tulisan yang disajikan mampu menghipnotis masyarakat. Dan ini menjadi *peer* bagi para da'i atau jurnalis Muslim dalam memanfaatkan dunia pers khususnya media cetak sebagai peluang dalam berdakwah.

Media cetak seperti koran, majalah, bulletin, telah menghiasi perjalanan dakwah Islam. Dari kalangan berita harian, koran Republika telah mencatatkan diri sebagai koran Islam yang rating-nya cukup tinggi. Dari kelompok majalah, ada

majalah *Ummi*, Suara Hidayatullah, *Sabili*, *Hidayah*. Dan bahkan hampir semua ormas Islam menerbitkan majalah, sehingga dakwah melalui media cetak mulai ramai. Demi untuk menguatkan peran media cetak dalam dakwah Islam dilakukan melalui peran strategis media Islam dalam tiga hal, sebagai berikut: a). Media massa sebagai penyebaran ide-ide perubahan, pencerahan, semangat ke Islaman dan optimism keislaman, b). Media propaganda kemajuan Islam. Ini sangat perlu menentukan demi kemajuan Islam untuk dapat diekspos keseluruh penjuru Negeri maupun dunia, c). Sebagai media pencitraan Islam. Sekarang ini islam dikenal dengan stigma-stigma negative, sebagai radikalisme, terorisme, dan sebagainya yang memperburuk citra Islam itu sendiri.¹¹

Melihat peran strategis media Islam, sebagai aktivis dakwah tidak tinggal diam, seharusnya sudah saatnya memikirkan sesuatu apa yang dipersembahkan dalam gerakan dakwah kita. Jika kita tidak mampu untuk berbicara, berusaha melakukan lewat tulisan melalui goresan tinta yang dilandasi semangat keikhlasan dalam memperjuangkan ajaran Islam dan mengembalikan citra Islam dimata dunia lewat media tulisan.

2. Tantangan Dakwah Melalui Media Cetak

Salah satu kendala yang sekaligus menjadi tantangan dakwah adalah kurang berkembangnya peran media adalah karena media Islam masih bergelut dengan dirinya sendiri. Persoalan internal kerap menjadi penghalang berjalannya dakwah, diantaranya perbedaan persepsi, terbatasnya biaya produksi dan mismanajemen. Sementara persoalan eksternal dengan kurangnya perusahaan yang beriklan dimedia Islam. Hambatan politis Karena beberapa aturan, dan dukungan finansial dari pembaca yang lemah. Sementara banyaknya peristiwa-peristiwa yang membuat hati menjadi miris tersaji dalam tayang dimedia masa begitu maraknya yang disuguhkan hampir setiap saat. Namun media massa Islam belum mampu membendung sajian-sajian tersebut. Semua itu adalah salah satu fenomena betapa besar pengaruh media terhadap pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Dan ini menjadi pintu masuk untuk mengetahui akses kejahatan yang tidak tahu menjadi tahu. Sajian di media makin banyak orang meniru adegan tersebut, karena diinformasikan secara berulang-ulang. Dan secara tidak sengaja ini akan masuk dalam pikiran bawa sadar seseorang.

Perekembangan media sekarang ini ibarat pisau bermata dua. Dengan adanya media transformasi social berjalan dengan cepat, selain informasi ilmu pengetahuan dan teknologi, serta menjadi pendukung informasi lintas budaya dengan melewati batas-batas geografis yang tak terbayangkan sebelumnya, dan ini adalah peradaban dunia yang tidak bisa dihindari, namun harus dihadapi dengan membentengi diri dengan iman yang kokoh. Sudah waktunya sekarang media Islam lebih meningkatkan profesionalismenya dalam segala bidang sehingga bisa mencapai media yang *qualified*. Harusnya media Islam dikelola secara berjamaah, dan pengusaha-pengusaha muslim dianjurkan untuk memasang iklan ke media-media Islam dengan niat mendukung gerakan dakwah melalui media. Upaya-Upaya dalam mengatasi tantangan dakwah adalah sebagai berikut: a). Upaya mengatasi problematika internal. Upaya tersebut secara umum meliputi minimal tiga langkah yaitu: 1). Dengan menyadari, mengakui, mengenali dan memahami setiap problem internal dengan benar, tepat dan proporsional, 2). Mengklasifikasikannya sesuai dengan kategori dan peringkat serta tingkat prioritasnya, 3). Mencarikan solusi, penanganan dan penyelesaian dengan

mendahulukan dan mengutamakan yang lebih penting dan urgen berdasarkan urutan tingkat prioritasnya.¹² Ada beberapa rancangan kerja dakwah yang dapat dilakukan dalam menjawab problematika umat dewasa ini, yaitu: (a). Memfokuskan aktivitas dakwah untuk mengentaskan kemiskinan umat, (b). Menyiapkan elit strategis Muslim untuk disuplai keberbagai jalur kepemimpinan bangsa sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing, (c). Membuat peta social umat sebagai informasi awal bagi pengembangan dakwah, (d). Mengintegrasikan wawasan etika, estetika, logika, dan budaya dalam berbagai perencanaan dakwah, (e). Mendirikan pusat-pusat studi informasi umat secara profesional dan berorientasi pada kemajuan IPTEK, (f). Menjadikan mesjid sebagai pusat kegiatan: ekonomi. Kesehatan, dan kebudayaan umat Islam, (g). Menjadikan Islam sebagai pelopor yang profetis, humanis, dan transformative.¹³

2. Upaya Pembaruan Dakwah dengan Konsep Psikologis dengan Keragaman sosial. Dengan adanya *deviasi* moral secara massal dan distorsi nilai kemanusiaan secara umum, yang perlu dilakukan adalah: (a). Upaya para pendakwah harus lebih memunculkan teori Psikolog Islam dari Alqur'an dan Sunnah, (b). Adanya kesadaran bahwa dalam masyarakat, bahwa selalu ada jurang pemisah yang lebar antara modernisasi dan tradisi yang perlu dijembatani dan disikapi secara bijak, (c). Kesadaran pengelola lembaga-lembaga, yang memakai simbolisasi Islam, seperti media cetak maupun elektronik, ormas-ormas islam. Terutama yang bergerak dalam kanca informasi untuk mengkedepankan tanggung jawab dan masalah hati nurani.¹

3. Upaya Mengadopsi kebiasaan Intelektual Masyarakat Islam pada masa Nabi. Empat kesadaran yang pada masa nabi cukup dijunjung tinggi, dan sekarang harus dibangkitkan lagi pada masyarakat indonesia yang mayoritas Islam: (a). Watak kosmopolitan umat Islam. Dengan adanya watak ini maka orang-orang muslimlah yang pertama kali menginternasionalisasikan ilmu pengetahuan yang menjadi milik indonesia, (b). Sifat terbuka terhadap ide-ide luar. Pada abad ke-8 hingga ke-15 mereka mampu mengharmonisasikan prinsip peradaban yang diakomodasikan dari filsafat Yunani, Hindu, dan Persia, (c). Sikap egaliter, dalam mempelajari dan mewarisi ilmu. Islam tidak mengenal diskriminasi berdasarkan strata sosial. Segala ilmu bisa diambil asalkan tidak bertentangan dengan prinsip urgen dari akidah Islam, (d). Pola keseimbangan antar dimensi keduniaan dan keakhiratan, yang dikenal dengan konsep iman dan amal sholeh.¹⁵

Strategi Penguatan Penerbitan Islam. Dalam perjalanan eksistensi buku-buku Islam, bukan sekedar pemenuhan kajian Islam, melainkan juga upaya pemenuhan rohani masyarakat menengah. Sebagaimana fenomena masyarakat perkotaan, gejala kekosongan spritual menjadi penyakit yang kronis. Ada tiga hal yang harus dikembangkan sebagai strategi pengembangan penerbitan Islam. (a). Penerbitan Islam harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan baik dari aspek kajian, penelitian, maupun pemenuhan spritual, (b). Dari segi bisnis perlu adanya penajaman strategi bisnis. Maka para penerbit Islam harus memperhatikan sistim pemasaran, strategi marketing yang dikelola secara profesional, (c). Penguatan lembaga perekonomian Islam, sebagai penunjang perkembangan penerbitan Islam. Berkaitan dengan hal diatas kita membutuhkan strategi dakwah dengan fokus pada pengembangan tradisi tulis, karena keberadaan buku, majalah, jurnal, tabloid, maupun *website* sangat urgen untuk menjadi penyeimbang.

3. Efektivitas Dakwah Melalui Media Massa

Efektivitas dakwah melalui media cetak memiliki pengaruh yang besar terhadap khasan keilmuan seseorang. Tulisan merupakan media yang efektif untuk menyampaikan ide. Dakwah yang baik harus terdokumentasikan dalam bentuk tulisan. Banyak ayat dalam al-Quran yang jika direnungkan substansi kandungannya, menjadi renungan bagi siapa saja yang berkecimpung dalam jurnalistik khususnya media cetak. Prinsip-prinsip itu antara lain; (a). Akurat, merupakan modal utama sebuah profesi jurnalistik. Sesuatu yang disampaikan harus jujur dan benar. (QS. Al-Hujarat/49:6), (b). Adil, komunikasi dan informasi harus senantiasa dalam batas-batas kewajaran dan kepatutan, dan tidak memutar balikkan fakta. (QS. *An-Nisa*/4:135), (c). Bermakna, santun, lembut, argumentative atau dikenal dengan bil hikmah. (QS. *an-Nahl*:125), (d). Benar, jujur, tidak dusta, merupakan perkataan yang benar tidak memberikan kabar bohong. (QS. *al-Hajj*:30)¹⁶

Ditengah arus dan problematika umat, dakwah membutuhkan pemikiran dan pembaharuan yang terdokumentasi dalam tulisan.¹⁷ yaitu (1). Tulisan memiliki kelebihan dari bahasa lisan. Dalam tulisan ide-ide akan terjaga dan terbaca oleh setiap generasi. Para ulama terdahulu meskipun tak sampai bertemu generasi sekarang, namun nama dan pemikiran dapat kita baca melalui karya-karyanya. (2). Tulisan juga media yang efektif dalam merekam dialektika keilmuan yang terjadi dalam setiap generasi. Rekam jejak perjalanan pemikiran Islam bisa dilihat dalam berbagai karya. Tulisan berperan sebagai jembatan transformasi ilmu pengetahuan khususnya terkait dalam ilmu keIslaman. Kita banyak melihat karya-karya tafsir telah berperan dalam perkembangan keislaman. Dengan tumbuhnya karya-karya menandai tumbuhnya semangat keilmuan yang dibangun dalam dialektika konstruktif. Karya-karya yang lahir adalah sebuah respon terhadap materi sebuah keislaman. Dengan tulisan yang memiliki kualitas tinggi, semakin memperkaya khasanah keilmuan dan dibaca banyak orang dengan bantuan media cetak dengan melakukan penerbitan dengan beberapa kali cetakan.

Dengan hadirnya nuansa intelektual yang hadir dalam gairah penerbitan Islam telah banyak mendorong lahirnya kajian Islam, melalui tulisan, bedah buku, seminar, dan acara yang menunjang keberhasilan dakwah melalui tulisan atau media cetak yang akhir-akhir ini sangat berkembang pesat. Karna perintah membaca dan menulis yang terkandung dalam Al-quran sangat relevan dengan profesi menulis. Sebesar apapun tantangan sebagai umat Islam harus berjiwa besar dalam menghadapinya. Dakwah media cetak tidak boleh berhenti, kita harus semangat untuk berkarya lewat tulisan.

Merajuk pada uraian diatas secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa dakwah melalui media massa khususnya media cetak, mengandung lima misi, yaitu: edekasi, informasi, pembaharu, permersatu, perjuangan.

D. Kesimpulan

1. Melihat peran strategis media Islam, sebagai aktivis dakwah tidak tinggal diam, dan perlunya memikirkan yang akan dipersembahkan dalam gerakan dakwah kita. Berusaha terus melakukan dakwah lewat tulisan melalui goresan tinta yang dilandasai semangat keikhlasan dalam memperjuangkan ajaran Islam.

2. Media Islam lebih meningkat profesionalismenya dalam segala bidang sehingga bisa mencapai media yang *qualified*. Harusnya media Islam dikelola secara berjamaah, dan pengusaha-pengusaha muslim dianjurkan untuk memasang iklan ke media-media Islam dengan niat mendukung gerakan dakwah melalui media.
3. Tumbuhnya karya-karya menandai tumbuhnya semangat keilmuan yang dibangun dalam dialektika konstruktif. Karya-karya yang lahir adalah sebuah respon terhadap materi sebuah keislaman.

E. Implikasi

Prospek dakwah yang terbuka lebar, maka berdakwah melalui media tulis, haruslah menjadi agenada pembangunan bagi lembaga dakwah islamdari lembaga perekonomian Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifuddin, *Metode Dan Strategi Dakwah Bi Al Hikmah*, Cet. I; Makassar: Alauddin Makasar Perss, 2012
- Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, Cet.I, Semarang; Pustaka Rezki Putra, 2002
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Cet.I, Yogya; Graham Pena, 2011
- A.Supaktinya, *Tinjauan Psikologi Komunikasi Antar Pribadi*, Edisi Ketiga Belas, Yogya; Kansius, 2009
- Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah; Respon Dai Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama Dibawah Kaki Ceremai*, Cet.I, Jakarta; Raja Gravindo, 2011
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, cet.V; Jakarta; Kencana; 2011
- H.M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi; Komparasi Komunikasi Islam Dan Barat*, Cet. I, Bandung; Pustaka Setia, 2012
- Ibnu Qomar El-Banthory,Dkk, *Peta Dakwah Di Indonesia*, Edisi Pertama. Pamulang;Formadia Press, 2010
- Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Cet.Duapuluhtiga, Bandung; Remaja Rosda Karya, 2005
- Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah; Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*, Edisi Pertama, Jakarta; Amzah, 2001
- Tigor Pangaribuan, *Kamus Popular Lengkap*, Edisi Kedua, Bandung; Pustaaka Setia, 1997
- Usman Jasad, *Dakwah Dan Komunikasi Transformasi; Mencari Titik Temu Dakwah Dan :Realitas Umat*, Edisi Pertama. Makasar: Alaudin Makassar, 2011
- www. Majalah.nurhidayahsolo.com/indeks.majalah-dakwah.htm, diakses pada hari ahad tanggal 30 sepetember 2013.
- Waspada Santing, *Profesi Jurnalistik Prespektif Hukum Islam*, Cet.I; Makassar; Alauddinn University Press; 2011

Endnotes

- Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah; Paradigm Untuk Aksi*, (Bandung; Remaja Rosdakarya; 2010), h. 101
- ²Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah; Paradigm Untuk Aksi* h. 101
- ³ Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Cet.I. Bandung; Pustaka Setia, 2012), h. 46
- ⁴Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, (Cet.V; Jakarta; Kencana; 2011), h. 262
- ⁵Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, h. 294
- ⁶Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, h 294
- ⁷Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat* h. 295
- ⁸Waspada Santing, *Profesi Jurnalistik Prespektif Hukum Islam*, (cet.I; Makassar; Alauddinn University Press; 2011), h. 90
- ⁹ Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, h. 50
- ¹⁰Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, Dan Diskursus Tehnologi Komunikasi Di Masyarakat*, h. 282
- ¹¹Ibnu Qomar El-Banthory, Dkk, *Peta Dakwah Di Indonesia*, (cet.I Pamulang;Formadia Press, 2010),h. 126
- ¹²[www. Majalah.nurhidayahsolo.com/indeks.majalah-dakwah.htm](http://www.Majalah.nurhidayahsolo.com/indeks.majalah-dakwah.htm), diakses pada hari ahad tanggal 30 sepetember 2013.
- ¹³Usman Jasad, *Dakwah Dan Komunikasi Transformasi; Mencari Titik Temu Dakwah Dan :Realitas Umat*, (Cet.I; Makasar; Alaudin Makassar, 2011), h. 73
- ¹⁴Ahmad Anas, *Paradigm Dakwah Kontemporer*, (Cet.I, Semarang; Pustaka Rezeki Putra, 2002), h. 195-197
- ¹⁵Ahmad Anas, *Paradigm Dakwah Kontemporer*, h. 224-225
- ¹⁶Waspada Santing, *Profesi Jurnalistik Prespektif Hukum Islam*, h. 100
- ¹⁷Ibnu Qomar Al-Bathory, *Peta Dakwah Di Indonesia*,, h. 117