

## EFEKTIVITAS DAKWAH MELALUI MAJALAH

Oleh : Alamsyah

Dosen Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri (UIN) Makassar

Email : alamsyah@gmail.com

### Abstract

Seiring dengan arus perkembangan media informasi yang nampak semakin pesat sebagai konsekuensi dari kemajuan peradaban khususnya di bidang prestasi ilmu dan teknologi, bentuk-bentuk penyampaian pesan di mana kegiatan dakwah termasuk di dalamnya, juga amat terasa untuk perlu dimodernisir sesuai dengan perkembangan zaman dan kemajuan di bidang peradaban. Jika tidak, maka sistem penyampaian pesan dalam bentuk dakwah akan tertinggal dan dapat berakibat tidak lagi mendapat tempat yang layak ditengah kemajuan ilmu dan peradaban yang semakin maju. Eksistensi majalah sebagai media merupakan kebutuhan primer untuk menyalurkan aspirasi, ide dan pesan-pesan moral agama yang sangat efektif ke berbagai belahan dunia.

**Kata Kunci : Media Informasi, Transformasi nilai, kebutuhan primer**

### I. PENDAHULUAN

Era informasi merupakan istilah populer untuk merujuk kepada periode sekarang ini. Ini telah menjadi waktu di mana komunikasi dan teknologi informasi telah memainkan peran yang semakin penting dalam masyarakat. Di era ini sudah menjadi kenyataan bahwa kehidupan manusia sangat membutuhkan berbagai informasi. Informasi diperoleh melalui media. Di era ini, berkembang dengan pesat media-media komunikasi baik media cetak maupun media elektronik. Era informasi ini berlangsung sejak tahun 1970-an yang disebut oleh **Alvin Tofler** dengan gelombang ketiga.<sup>1</sup> Media adalah suatu alat informasi yang mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembentukan opini publik. Kehadiran media sebagai fenomena yang menyentuh seluruh lapangan kehidupan manusia.

Dalam dunia modern seperti sekarang ini penggunaan media sangat penting artinya dalam kehidupan umat manusia, betapa tidak, media adalah jembatan untuk mengetahui berbagai kejadian dibelahan dunia lain, serta media merupakan alat untuk mempengaruhi orang lain terhadap suatu ajaran, ide, dan pesan-pesan moral lainnya. Sebaliknya media juga bisa dijadikan

---

<sup>1</sup> Lihat Alvin Tofler, *The Third Wave* (New York : Boston Books Inc, 1981), h. 158-165

sebagai alat untuk menjual kepentingan dan bahkan merusak moral suatu bangsa. Media komunikasi dan informasi, berkembang dengan sangat pesat, maka dari itu Umat Islam mestinya mampu menggunakan segala bentuk media komunikasi baik cetak maupun media elektronik untuk memberi informasi kemasyarakat luas terhadap ajaran Islam itu sendiri.

Dalam sejarah pembaharuan dan kebangkitan suatu bangsa, majalah salah satu media cetak mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembentukan opini public. Majalah sebagai alat sosialisasi nilai yang berkembang dan ingin dikembangkan di tengah-tengah masyarakat. Majalah menjadi penampung ide-ide kreatif dari sejumlah kelompok intelektual. Peran majalah sangat menentukan dalam perjuangan suatu bangsa. Karena itu, majalah merupakan alat yang sangat strategis bagi masyarakat Islam yang sedang berada di dalam dunia informasi.

Eksistensi majalah sebagai media merupakan kebutuhan primer untuk menyalurkan aspirasi, ide dan pesan-pesan moral agama keberbagai belahan dunia seperti yang pernah digunakan oleh Jamaluddi al-Afghani dan Muhammad Abduh dengan menerbitkan majalah *al-Urwatu al-Wutsqa* di Mesir dan di Indonesia terbit beberapa majalah Islam yang berperan untuk mempersatukan bangsa Indonesia keluar dari penjajahan. Dari catatan sejarah ini perlu menjadi pelajaran untuk dijadikan barometer penggunaan media Islam di era globalisasi.

Sejalan dengan itu, dewasa ini alat komunikasi berkembang dengan begitu cepat keseluruh lini kehidupan masyarakat yang apabila informasi yang disampaikan bukan yang bernuansa Islam, maka akibatnya adalah menimbulkan penyusutan nilai norma-norma agama.

## II. PEMBAHASAN

### *A. Efektifitas Dakwah Melalui Majalah.*

Sebuah ilustrasi yang indah pernah disampaikan oleh Hasan al-Banna bahwa para juru dakwah ibarat gardu listrik yang menyebarkan aliran listrik untuk menerangi setiap sudut pelosok kota. Adalah tugas dan tanggung jawab para da'i menyampaikan sinar nilai-nilai Islam

ke segenap lapisan masyarakat.<sup>2</sup> Menurut M. Hafi Anshari, dakwah Islamiyah adalah “semua aktifitas manusia muslim di dalam berusaha merubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah Swt. dengan disertai kesadaran dan tanggung jawab baik kepada dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah Swt.<sup>3</sup>

Keberhasilan dakwah tidak semata terletak pada format dan isi, tetapi sangat tergantung pula pada metode dan media. Pengaruh media informasi sungguh makin nyata. Sementara di kalangan umat Islam umumnya kita juga mulai menyaksikan adanya semacam pergeseran proporsionalitas struktur penggunaan media dakwah, yakni *da'wah bi al-qalam* (media cetak) mendapat posisi besar di samping dakwah *bi al-lisan*.<sup>4</sup>

Dakwah melalui media cetak yang dimaksudkan disini adalah buku, majalah, surat kabar, dan sejenisnya. Menurut Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer media cetak ialah sarana informasi yang dicetak dan terbit secara berkala, seperti majalah, surat kabar dan sebagainya.<sup>5</sup>

Akhir abad XX dewasa ini adalah masa terjadinya banjir media massa dan menjurus kepada terjadinya kekerasan media massa yang sukar diabaikan oleh pembentuk-pembentuk watak manusia. Media massa seperti surat kabar, televisi, radio, film, teater, majalah dan sebagainya. Oleh para da'i harus dimanfaatkan seefektif mungkin, sebab bila tidak, media tersebut akan cenderung berupa alat sekularistis yang akan mendangkalkan penghayatan keagamaan umat Islam.

Tantangan utama yang dihadapi oleh media Islam adalah penggunaan teknologi media secara tepat dalam penyampaian informasi, dan bahkan umat Islam belum menyadari bahwa penggunaan media merupakan kebutuhan primer untuk menyalurkan aspirasi, Dalam kaitan ini, tantangan pers Islam semakin kompleks karena pesan-pesan melalui media memberi tawaran-

---

<sup>2</sup>Suf Kasman, *Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bi al-Qalam Dalam Alquran* ( Jakarta: Teraju, 2004),h.127.

<sup>3</sup> Anshari M. Hafi, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 11.

<sup>4</sup>Rusjdi dan Rafiq Hamka, *Islam dan Era Informasi*. Cet. I (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989).h.122

<sup>5</sup> Peter Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Cet.I; Jakarta: Modern English Press, t.t), h. 958.

tawaran, ide-ide dan nilai-nilai budaya asing yang dikemas dalam suatu paket yang menarik yang bisa mengakibatkan pergeseran nilai-nilai yang sudah mapan di dalam masyarakat Islam. Disebut tantangan karena bukan menjadi halangan, tetapi bahkan menjadi pendorong bagi terwujudnya pers Islam yang mandiri untuk menyampaikan jati dirinya sebagai pembawa ajaran Islam kepada masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui majalah.

Sejalan dengan itu, dewasa ini alat komunikasi berkembang dengan begitu cepat keseluruh lini kehidupan masyarakat yang apabila informasi yang disampaikannya bukan yang bernuansa Islam, maka akibatnya adalah menimbulkan penyusutan nilai norma-norma agama.

Majalah sebagai salah satu media cetak sangat besar peranannya dalam mentransformasikan nilai-nilai ajaran agama kepada masyarakat. Untuk manusia modern tidak lagi dapat hidup tanpa mendapatkan suguhan pers yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.<sup>6</sup> Teknologi informasi merupakan ciri dominan kehidupan masyarakat dalam mencari, memproses, dan menyajikan informasi.<sup>7</sup>

Perkembangan media komunikasi pada dasawarsa terakhir menunjukkan perubahan cukup mendasar. Banyak media yang dapat dijadikan alternatif untuk menyampaikan pesan secara *massif* (dengan target penerima yang besar) dan dalam waktu yang relatif cepat. Pemanfaatan media cetak dalam aktivitas dakwah Islam juga merupakan salah satu cara efektif dalam mengimbangi dan meminimalisir dampak negatif yang ada dalam media tersebut. Jadi, para dai harus tanggap dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi sehingga mampu memanfaatkan media yang ada. Perkembangan teknologi membawa informasi yang tak mengenal batas ruang dan waktu, dapat merambah ke segala arah, diterima oleh siapa saja yang memerlukan.<sup>8</sup> Derasnya arus informasi ini didukung oleh berbagai media sebagai corong penyampai pesan baik itu komunikasi yang bersifat massa maupun pribadi.

Secara umum fungsi media komunikasi massa adalah:

a. memberikan informasi

<sup>6</sup>Dja'far Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini*. Cet. III (Jakarta: Ghalia Indonesia 1991),h. 9.

<sup>7</sup>Haris Firdaus, *Generasi Muda Islam di Ambang Kehancuran*. Cet. II (Bandung: Mujahid, 2003),h.12

<sup>8</sup> Lihat Charles R. Wright, *Mass Communication : a Sociological perspective*, diterjemahkan oleh Lilawati Trimo dengan judul *Sosiologi Komunikasi Massa* ( Bandung : PT.Remaja Rosdakarya,1988),h.5.

- b. mendidik
- c. menghibur dan
- d. memengaruhi.<sup>9</sup>

Majalah sebagai salah satu media dakwah telah memiliki fungsi tersebut di atas, persoalannya adalah apakah muballigh sudah siap untuk menggunakan dan memanfaatkan majalah sebagai media saluran dakwah? Ini adalah sebuah tantangan bagi para muballigh dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat khususnya melalui media cetak tersebut (majalah). Majalah sebagai media informasi dan media dakwah sangat besar pengaruhnya dalam penyiaran Islam kepada masyarakat. Majalah memuat dan menyajikan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui konsumen.

Sejak Alquran diturunkan oleh Allah Swt. kepada Nabi Muhammad saw. sebagai sumber dan petunjuk bagi seluruh umat manusia, maka secara tersurat menurut hemat penulis bahwa Alquran adalah sumber inspirasi dan sumber media dakwah khususnya cetak yang dengan tulisan ayat-ayat berlambangkan bahasa Arab sehingga dapat diketahui maknanya oleh manusia baik melalui teori semantic maupun teori semiotik. Untuk mendukung argumen ini silahkan lihat tulisan Asep Muhiddin pada “Dakwah Dalam Perspektif Alquran.”<sup>10</sup>

Dakwah merupakan bagian yang cukup terpenting bagi umat saat ini tatkala manusia dilanda kegersangan spiritual, rapuhnya akhlak, maraknya korupsi, kolusi dan manipulasi, ketimpangan sosial, kerusuhan, kecurangan dan sederet tindakan-tindakan lainnya. Ironisnya selama ini ranah dakwah hanya berputar pada bentuk dakwah melalui mimbar (*bi al-Kitābah*) dan dakwah melalui aplikasi ajaran Islam dalam kehidupan dalam bentuk nyata masih jauh dari harapan dan dakwah melalui tulisan (*bi al-Qalam*) di media cetak khususnya majalah hanya dilakukan oleh segelintir orang, padahal efektivitas dakwah dalam bentuk tulisan sangat penting jika dibandingkan dengan dakwah melalui mimbar saja.

Esesnsi dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran agama Islam, ia merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada

---

<sup>9</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Cet.II (Bandung: Alumni, 1986),h.116

<sup>10</sup> Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Pespektif Alquran* (Cet. I; Bandung:Pustaka Setia, 2002), h. 159.

pemeluknya, yang berisi seruan kepada keinsyafan, atau mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>11</sup>

Dengan demikian untuk mengaplikasikan pesan-pesan Islam melalui bahasa dakwah di tengah-tengah umat adalah seorang aktivis dakwah harus mampu memaksimalkan majalah sebagai media dengan segala kemampuannya agar pesan tersebut bisa dinikmati oleh umat. Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas (Islam kaffah).<sup>12</sup>

Totalitas ajaran Islam akan nampak manakala, Islam mampu memberikan solusi atas segala problem umat yang sementara mereka hadapi, baik dari segi ekonomi, politik, hukum dan sebagainya. Proses dakwah bisa terwujud dengan menggunakan media cetak sebagai salah satu medium dakwah kontemporer.<sup>13</sup>

Adapun landasan normatif (Alquran dan hadis) dalam memberikan legitimasi terhadap media cetak sebagai salah satu medium dakwah adalah :

#### 1. Landasan Normatif Dakwah Melalui Media Cetak Dalam Alquran

Dakwah melalui tulisan dalam Alquran disepadankan dengan istilah *al-Qalam*. Dalam term bahasa kata *al-Qalam* berasal dari bahasa Arab dari akar kata dengan huruf *qaf*, *lam*, dan *mim* yang berarti” memperbaiki sesuatu sehingga menjadi nyata dan seimbang.” Contoh: *qalamtu al-Jifra wa qalamtuhu*. Yang berarti saya memotong kuku atau meratakan kuku yang tidak rapi.<sup>14</sup> Selanjutnya menurut istilah *al-Qalam* disebutkan oleh beberapa pendapat diantaranya menurut Jalal al-Din Abdurrahman bin Abi Bakar al-Suyuthi menyatakan *al-Qalam* adalah alat yang digunakan Allah untuk menulis takdir yang baik maupun yang jelek, yang bermanfaat atau yang berbahaya.<sup>15</sup>

<sup>11</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Alquran* (Bandung: Mizan, 1998), h. 194.

<sup>12</sup> Islam *Kaffah* menurut hemat penulis adalah suatu pemahaman keislaman yang tidak bersifat parsial, subjektif dan *fiqih sentris*; akan tetapi bagaimana memahami Islam secara utuh dalam berbagai sudut pandang misalnya dari sudut sosial, politik, ekonomi, budaya, HANKAM dan seterusnya.

<sup>13</sup> Media dalam dakwah yakni; alat atau wahana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah tersebut dari seorang da'i kepada mad'u. ( Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* ( Bandung: Rosda, 2010), h. 104.

<sup>14</sup> Suf Kasman, *op.ci.*, h. 117.

<sup>15</sup> Dikutip dalam Suf Kasman, *ibid.*, h. 118.

Berpedoman pada keterangan di atas, menurut hemat penulis bahwa *al-Qalam* adalah sebagai bagian media dakwah yang diajarkan Alquran kepada Nabi Muhammad Saw. khususnya sebagaimana telah dijelaskan oleh Allah Swt.<sup>16</sup>

Dengan demikian maka sudah seyogyanya dakwah melalui media cetak sebagai bagian dari hasil tulisan harus dimaksimalkan baik dalam bentuk buku, majalah, surat kabar, buletin dan lain sebagainya.

Dalam salah satu ayat yang paling spesifik terkait perintah menulis dalam Alquran adalah diantaranya pada QS. al-Qalam [68]:1

ن وَالْقَلَمِ يَسْطُرُونَ وَمَا ن

Terjemahnya:

*Nun*, demi kalam dan apa yang mereka tulis.

Abu Al-Faraj mencatat bahwa interpretasi terhadap kata *nun* cukup beragam. *Pertama*, sekaligus yang paling banyak dipegang, adalah pemahaman kata *nun* sebagai *dawat* (tinta). Inilah pendapat Ibnu Abbas, Al-Hasan, dan Qatadah yang disandarkan pada hadis riwayat Abu Hurairah:” Hal yang paling pertama kali diciptakan Allah adalah kalam, menyusul *nun*, yaitu tinta.”<sup>17</sup>

Majalah sebagai media dan sarana dakwah diperlukan oleh manusia yang akan berkembang terus-menerus sejalan dengan laju dan perkembangan manusia. Apabila dikaitkan dengan media dan sarana dakwah dalam al-Qur’an, maka akan ditemukan sebagai contoh media dakwah, misalnya pentingnya baca tulis sebagai media dakwah. Informasi tentang perintah baca tulis dapat dilihat dalam al-Qur’an surah al-‘alaq: 1-5;

## 2. Landasan Normatif Dakwah Melalui Media Cetak Dalam Hadis

Dari sejumlah hadis yang mengungkap terkait dengan pentingnya tulisan sebagai sarana dakwah salah satu diantaranya dapat dikemukakan hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Jarir dari Ibn Abbas ra. Nabi bersabda:

<sup>16</sup> Lihat QS. al-Rahman {[55]: 03

<sup>17</sup> Dikutif Dalam Suf Kasman, *ibid.*, Jurnalisme Universal..h.89.

Artinya:

*Setelah Allah menciptakan nun, yakni dawat, dan setelah menciptakan qalam, Dia berkata "Tulislah! Ya Rabbi, apa hamba tulis?, Allah menjawab; tulislah semua yang ada sampai hari kiamat."<sup>18</sup>*

Mencermati dalil yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik benang merah bahwa eksistensi tulis menulis dalam kaitannya sebagai media penyampai informasi yang bernuansa kebaikan termasuk majalah telah dilegitimasi dalam Alquran dan hadis Nabi Saw. secara umum.

Muhammad Natsir dalam bukunya "Fiqhud Dakwah" mengatakan bahwa ada tiga metode dakwah yang relevan disampaikan di tengah masyarakat yakni dakwah *bi al- lisan*, *bi al- kalam*, dan yang terakhir *bi al-hal*.<sup>19</sup>

Dakwah melalui tulisan di majalah memang membutuhkan keseriusan yang lebih jika dibandingkan dakwah melalui lisan (mimbar), dakwah yang ditulis melalui majalah misalnya membutuhkan alokasi waktu yang cukup misalnya mingguan atau bulanan untuk merampungkan satu buah majalah sesuai dengan topik-topik dakwah yang dibutuhkan.

Dengan demikian dakwah di samping sebagai kewajiban dari Allah kepada setiap umat muslim yang telah balig juga merupakan tanggung jawab sosial seorang manusia yang peka terhadap lingkungan sosialnya. Selanjutnya terkait dengan media dakwah mengutip apa yang dikemukakan Hamzah Ya'qub bahwa media adalah alat obyektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang dapat digolongkan menjadi lisan atau tulisan, lukisan, audio visual dan perbuatan atau akhlak.<sup>20</sup>

Pasca perang dunia kedua, majalah mulai lebih banyak membuat artikel-artikel pelayanan publik yang kebanyakan mengandung bujukan kepada pembaca untuk mengambil sikap tertentu.<sup>21</sup> Dalam konteks dakwah, maka disamping dakwah bisa dilakukan melalui buku dan koran, majalah juga dapat membuat berbagai pesan dan informasi keislaman yang dapat dibaca

<sup>18</sup> Lihat A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Alquran* ( Jakarta: Bulan Bintang, 1994), 249.

<sup>19</sup> Hamdan Daulay, *Dakwah di Tengah Persoalan Budaya dan Politik* (Yogyakarta: LESFI, 2001). h. 4.

<sup>20</sup> Hamzah Ya'qub, *Publisistik Islam Seni dan Tehnik Dakwah* (Bandung: CV. Diponegoro, 1973), h. 42

<sup>21</sup> William Rivers L. at.all., *op.cit.*, h. 240.



oleh umat akan tetapi majalah memiliki keterbatasan informasi jika dibandingkan dengan koran yang bersifat informasi harian sementara majalah minimal informasi yang dikemas tersebut paling tidak untuk jangka waktu satu minggu ke depan atau satu bulan ke depan.

Di Indonesia setidaknya ada dua jenis majalah yang paling populer memuat pesan-pesan dakwah yakni sebagai berikut:

1. Majalah *Hidayatullah*. Majalah ini sejak thn 1999 telah banyak memberikan informasi keislaman terhadap masyarakat luas secara nasional khususnya terkait dengan berbagai topik-topik aktual. Adapun alamat redaksi majalah *Hidayatullah* adalah Jl. Brigjend Katamso 180 Rewwin Surabaya. email: [www.Hidayatullah.com](http://www.Hidayatullah.com)

2. Majalah *Sabili* adalah salah satu majalah Islam yang terbit di Indonesia. Semboyan majalah ini, "*Meniti Jalan Menuju Mardhotillah*". *Sabili* terutama memuat artikel-artikel tentang kondisi sosial masyarakat, politik, ditinjau dari kacamata Islam Sunni berdasarkan Alquran dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Artikel-artikel *Sabili* sering menulis tentang apa yang mereka sebut sebagai gejala Islamofobia dan Kristenisasi yang semakin marak di Indonesia. Pada awal 80-an majalah ini hanya beredar di kalangan terbatas, hingga kemudian diedarkan ke publik. Tulisan-tulisan *Sabili* dianggap sangat menggugah dan membangkitkan semangat berlandaskan idealisme. Di sisi lain ada sebagian kalangan yang menganggapnya cenderung provokatif.<sup>22</sup> Majalah *Sabili* yang pada dekade yang lalu lebih dikenal sebagai majalah yang membela aspirasi umat Islam, tampaknya sudah berubah. Sekarang majalah ini justru menjadi penebar fitnah kepada gerakan Islam.<sup>23</sup>

Pesan-pesan Islam dikemas sedemikian rupa dalam dua majalah tersebut mulai dari yang bernuansa kelembutan bahkan yang bernuansa propokatif, khususnya majalah *sabili* yang memuat bagaimana konstalasi kerusuhan muslim Poso dan Ambon.

### ***B. Karakteristik Majalah Dakwah***

<sup>22</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Sabili%28majalah%](http://id.wikipedia.org/wiki/Sabili%28majalah%29), diakses pada tgl 19 April 2011, pukul 13.30 Wita.

<sup>23</sup> *Ibid.*

Setiap majalah mempunyai karakter tersendiri antara majalah populer, majalah ilmiah, majalah hiburan, dan majalah dakwah, terdapat titik persamaan di samping juga ada beberapa titik perbedaan yang memisahkan antara satu dan lainnya dari jenis majalah tersebut. Persamaannya ialah bahwa semua majalah terbit secara berkala dalam periode tertentu misalnya sekali seminggu (majalah mingguan), dua minggu sekali (majalah tengah bulanan), sekali sebulan (majalah bulanan), dua bulan sekali (majalah dua bulanan), tiga bulan sekali (majalah tiga bulanan), empat bulan sekali (majalah empat bulanan) enam bulan sekali (majalah tengah tahunan), dan sekali setahun (majalah tahunan).

Secara umum, karakteristik majalah dikemukakan oleh Sattu Alang sebagai berikut :

1. Penyajiannya lebih mendalam karena periodesitasnya lama sehingga pencarian informasi lebih leluasa dan tuntas.
2. Nilai aktualitas lebih lama karena dalam membaca majallah tidak pernah tuntas sekaligus.
3. Gambar/foto lebih banyak, desain bagus, kualitas kertas bagus.
4. Cover; sebagai daya tarik.
5. Bersifat *segmented* ; berdasarkan segmen pasar tertentu ex. Majalah anak-anak, ibu-ibu rumah tangga, pria, wanita.<sup>24</sup>

Sedang karakteristik majalah dakwah ialah sesuai dengan namanya harus mengedepankan misi utamanya sebagai wadah penyampaian pesan dakwah. Jadi semua rubrik atau ruang pemberitaan, termasuk ruang opini, analisis, informasi, berita-berita lokal, nasional, regional, hingga internasional, semuanya harus mencerminkan misi dakwah dengan tujuan utama sebagai penyampai pesan untuk menyadarkan sasaran dakwah (para pembacanya) sebagai hamba Allah sekaligus sebagai *khalifahNya*.

Sebagai majalah pada umumnya, pengelola majalah dakwah harus pandai-pandai memilih penampilan memikat dan sekaligus menarik. Di sini diperlukan nuansa hiburan dengan

---

<sup>24</sup> Sattu Alang, *Berdakwah Melalui Media Massa* (Garis-garis Besar Pengantar Kuliah Dakwah di S3 UIN Alauddin Makassar 10 Mei 2008),h.2

memanfaatkan segi-segi keindahan. Namun perlu diingat bahwa keindahan dan nilai hiburan dalam dakwah tidaklah selalu sama dengan nuansa keindahan dan nilai-nilai hiburan dalam kesenian pada umumnya. Artinya, kalau keindahan dan seni yang ditampilkan oleh majalah hiburan pada umumnya berpijak pada prinsip ”*seni untuk seni*” maka majalah dakwah harus menonjolkan prinsip dakwah dalam menampilkan keindahan, yaitu prinsip yang berpijak pada motto ”*seni untuk moral dan al-akhlaq al-karimah*”.

### **C. Kelebihan dan Kekurangan Dakwah Melalui Media Cetak**

#### **1. Kelebihan Media Cetak Sebagai Sarana Dakwah**

Berbagai analis memperkirakan bahwa salah satu pemicu kehancuran media cetak (majalah) adalah faktor televisi dan internet. Pendengar televisi di AS diperkirakan 70 % dari tahun 2007 menjadi 40 % di tahun 2009.<sup>25</sup> Dengan demikian eksistensi media cetak khususnya majalah sebagai sarana dakwah mendapat tantangan tersendiri dalam konteks kekinian dengan hadirnya berbagai media elektronik seperti TV dan internet. Namun demikian diketahui pasti setiap media memiliki wilayah (segmen) tersendiri di setiap kelompok masyarakat.

Pemanfaatan media cetak untuk kepentingan dakwah, dalam hal ini majalah agaknya sudah cukup baik. dilihat dari banyaknya judul majalah yang beredar dimasyarakat seperti Hidayah, Sabilli, Tarwabi, Ummi, Suara Muhammadiyah. Majalah dapat dijangkau masyarakat pada umumnya, sehingga dapat mendalami kaidah keislaman karena media dakwah dalam bentuk media cetak sangat detail mengulas penuh masalah-masalah agama dan bisa dibaca berulang-ulang. Majalah hendaknya tampil dengan gaya bahasa yang lancar, mudah dicerna dan menarik publi, baik mereka orang awam maupun kaum terpelajar.<sup>26</sup>

Kelebihan dakwah melalui majalah menurut hemat penulis adalah seluruh informasi yang dikemukakan dalam majalah tersebut dapat diverifikasi secara baik, sehingga menghindari

---

<sup>25</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Cet. IV; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h.367.

<sup>26</sup> Muhammad Sayyid Al-Wakil, *Prinsip dan Kode Etik Dakwah* (Cet.I; Jakarta: Akademika Pressindo, 2002), h.20.

informasi yang bersifat liar (tidak berdasar) dan dalam bahasa Alquran disebut *al-Mau'izah al-Hasanah*.<sup>27</sup>

Media cetak dalam hal ini majalah memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri, yaitu informasi yang disajikan kepada pembaca selalu aktual, menarik, dapat dibawa kemana-mana, terdokumentasi, mudah diperoleh dan dapat dibaca berulang-ulang dalam kondisi apapun.<sup>28</sup>

Majalah sebagai media informasi yang telah banyak dikenal masyarakat, khususnya bagi masyarakat perkotaan dianggap sebagai salah satu alternatif yang paling mudah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu setidaknya ada beberapa kelebihan dakwah yang dikembangkan melalui majalah diantaranya sebagai berikut:

a) Lebih dalam pengaruhnya dari gelombang suara lisan ahli pidato. pidato lisan dari seorang orator dapat memikat jutaan massa rakyat dalam sesaat. Tetapi bisa kembali tiada membekas dan menyerap dalam hati. Itulah sebabnya orator mengulang kembali terus menerus keyakinan dan pandangan yang dipropagandakan pada masyarakat ramai.

b) Tulisan sari pena seorang pengarang cukup berbicara satu kali dan akan melekat terus menerus dalam hati serta bisa menjadi buah tutur setiap hari.

c) Bahasa tulisan lewat media cetak lebih rapi dan lebih teratur dari pada bahasa lisan karena menulis adalah berfikir dengan teratur.

d) Pembaca bisa membaca berulang-ulang hingga meresapi.

e) Lebih menguatkan jalinan atau persaksian.<sup>29</sup>

Menyimak lima kelebihan dari majalah dakwah yang dikemukakan di atas, maka semakin nampak bahwa medium dakwah dalam bentuk ini tidak dapat dianggap remeh mengingat eksistensinya hingga hari ini masih sangat dibutuhkan, khususnya bagi masyarakat yang tidak sempat menonton TV dan mendengarkan radio.

---

<sup>27</sup> *Al-Mau'izah al-Hasanah* diartikan sebagai "pelajaran yang baik yang berisi petunjuk bagi manusia kepada jalan kebenaran, kebaikan, kemuliaan dan kebahagiaan...(Lihat Mustafa Luthfi, *Menyingkap Hantu Teroris Dari Dakwah Kontemporer* ( Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2008), h. 131.

<sup>28</sup> <http://blog.binadarma.ac.id/yudi>, diakses pada 25 April 2011, pukul 09.30 Wita.

<sup>29</sup> Lihat Suf Kasman, *Jurnalisme Universal...op.cit.*, h. 127-128.

Terkait dengan kelebihan majalah sebagai media dakwah ditambahkan oleh Onong Uchana Effendy sebagai berikut: *Pertama*, majalah dapat terekam, karena tersusun alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf di atas kertas. *Kedua*, menimbulkan perangkat mental yang aktif. Karena berita melalui majalah yang dikomunikasikan kepada masyarakat menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak”mati” di atas kertas, sehingga untuk mengetahui maknanya, maka pembaca harus menggunakan perangkat akalnya secara aktif.<sup>30</sup>

Selanjutnya terkait dengan pentingnya media cetak dalam memberikan informasi kepada masyarakat menurut William L. Rivers dkk., ia menyebutkan “ peran media cetak sangatlah penting, sehingga sulit dibayangkan oleh negara modern jika tanpa kehadiran media tersebut”. Selama berabad-abad media cetak telah menjadi satu-satunya alat pertukaran informasi di tengah-tengah kehidupan masyarakat.<sup>31</sup>

## 2. *Kekurangan Media Cetak Sebagai Sarana Dakwah*

Majalah merupakan kumpulan berbagai informasi yang dibuat dan disampaikan kepada khalayak. Sasaran melalui bentuk-bentuk tulisan atau cetakan dan seringkali disertai gambar sehingga dapat dilihat maupun dibaca. Media cetak selain memiliki kelebihan juga memiliki kelemahan dalam menyampaikan pesan.

Media cetak pada dewasa ini telah bermunculan bagaikan munculnya jamur di musim hujan. Baik majalah, koran ataupun buletin lainnya. Hal ini merupakan wujud nyata dari sebuah era informasi dan keterbukaan. Oleh sebab itu alangkah baiknya jika para muballigh mampu memanfaatkan media-media cetak yang ada sebagai sarana untuk berdakwah.

Potensi dakwah melalui majalah cukup berpeluang dengan banyaknya majalah yang beredar dimasyarakat, namun masyarakat masih banyak yang kurang meminati majalah Islam yang menjadi media dakwah. Ada dua penyebabnya menurut hemat penulis, yakni: problem financial dan kurangnya kesadaran umat Islam akan peranan majalah sebagai media dakwah.

---

<sup>30</sup> Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek* ( Cet. XV; Bandung: Rosda Karya, 2001), h. 156.

<sup>31</sup> William L. Rivers, *op.cit.*, h. 17.

Dari segi finansial masyarakat awam masih sangat sulit untuk mendapatkannya disebabkan karena pendapatannya yang hanya cukup untuk makan saja dan tidak mampu membeli majalah Islami.

Selanjutnya menurut Hafied Changara menambahkan salah satu kekurangan media cetak adalah media cetak cenderung diminati oleh kalangan orang tua dibandingkan dengan generasi muda, juga surat kabar/majalah hanya bisa dinikmati oleh masyarakat melek huruf saja.<sup>32</sup>

Berdasarkan beberapa poin yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dipahami kekurangan media cetak adalah, minimal ada dua factor:

*Pertama*, masyarakat lebih condong mencari informasi melalui media elektronik seperti televisi, radio dan internet khususnya. *Kedua*, kebanyakan tulisan-tulisan yang bernuansa dakwah tidak dikemas menarik oleh penulis (penerbit) sehingga membuat masyarakat kurang berminat membacanya.

### III. Simpulan

Setelah menyimak bagaimana pentingnya dakwah melui media cetak yang telah dikemukakan dengan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Majalah sebagai media dakwah diperlukan oleh manusia yang akan berkembang terus-menerus sejalan dengan laju dan perkembangan manusia. Bentuk-bentuk dakwah melalui media cetak diantaranya melalui buku, koran, majalah, tabloid dan sebagainya.
2. Karakteristik majalah mempunyai ciri tersendiri Sedang karakteristik majalah dakwah ialah sesuai dengan namanya harus mengedepankan misi utamanya sebagai wadah penyampaian pesan dakwah.
3. Adapun kelebihan dan kekurangan dakwah melalui media cetak (majalah) sangat urgen dengan memiliki beberapa kelebihan diantaranya dakwah melalui media cetak khususnya dalam bentuk majalah, maka pesannya dapat dibaca berulang-ulang, dapat diverivikasi,

<sup>32</sup> Lihat Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (ed. Revisi, Jakarta: Rajawali Pers,2008), h. 127.

pesannya lebih universal. Kekurangan dakwah melalui majalah adalah diantaranya, dakwah semacam ini hanya bisa dinikmati oleh orang yang yang melek huruf saja, dan cenderung diminati oleh generasi tua.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cet. IV; Jakarta: Prenada Kencana Group, 2009.
- Changara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ed. Revisi, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Daulay, Hamdan. *Dakwah di Tengah Persoalan Budaya dan Politik*, Yogyakarta: LESFI, 2001.
- Effendy, Onong Uchana. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Cet. XV; Bandung: Rosda Karya, 2001.
- Hasjmy, A. *Dustur Dakwah Menurut Alquran*, Jakarta: Bulan Bintang, 1994.
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Sabili%28majalah%](http://id.wikipedia.org/wiki/Sabili%28majalah%29), diakses pada 20 April 2011
- <http://blog.binadarma.ac.id/yudi/>, diakses pada 25 April 2011
- Kasman, Suf. *Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bi al-Qalam Dalam Alquran*, Jakarta: Teraju, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Pers Dan Pencitraan Umat Islam di Indonesia; Analisis Isi Pemberitaan Harian Kompas dan Republika*, Cet. I; Jakarta: Balai Litbang dan Diklat, 2010.
- L. Rivers, at.all., William. *Media Massa dan Masyarakat Modern*, ed. II; Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Group, 2008.
- Luthfi, Mustafa. *Menyingkap Hantu Teroris Dari Dakwah Kontemporer*, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2008.
- M. Hafi, Anshari. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1998.
- Sayyid Al-Wakil, Muhammad. *Prinsip dan Kode Etik Dakwah*, Cet.; Jakarta: Akademika Pressindo, 2002
- .
- Salim, Peter. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Cet.I; Jakarta: Modern English Press, t.t.
- Ya'kub, Hamzah. *Publisistik Islam Seni dan Tehnik Dakwah*, Bandung: CV. Diponegoro, 1973.