

Peran Siaran Radio, Televisi, Multimedia (Internet) dalam Pengembangan Dakwah

Erwan Efendi¹, Aviatri Fatimah², Indah Mawati Sipahutar³

^{1,2,3} Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com, aviatrifatimah091@gmail.com,

indahsipahutar6451@gmail.com

ABSTRACT

Dakwah, on the other hand, is not always a product born from the pulpit. The spread of da'wah messages is now more dynamic and adaptive thanks to the widespread use of media. Modern da'wah is increasingly made possible by the use of mass media by people from all walks of life who want to invite and convey goodness, namely da'wah activities. In online media and social media, such as Instagram, Facebook, You Tube, short films, radio, and so on, a person can convey messages of kindness through writing (kalam), speech, and behavior or actions (objects). This study is descriptive in nature which describes and describes how to manage the fundamental ideas of radio, television and multimedia (internet) with da'wah content that has occurred in Indonesia throughout history and today.. Therefore, in order for the da'wah to be delivered on target, Muslims, preachers, and television producers need to be skilled at managing this media as effectively as possible. Modern information technology must be used to spread Islamic teachings in the global era, both in urban and rural areas.

Keywords: Development of Mass Media, Television, Radio, Multimedia, Da'wah.

ABSTRAK

Dakwah, di sisi lain, tidak selalu menjadi produk yang lahir dari mimbar. Penyebaran pesan dakwah kini berlangsung lebih dinamis dan adaptif berkat penggunaan media yang meluas. Dakwah modern semakin dimungkinkan dengan pemanfaatan media massa oleh masyarakat dari segala lapisan masyarakat yang ingin mengajak dan menyampaikan kebaikan, yaitu kegiatan dakwah. Di media online dan media sosial, seperti Instagram, Facebook, You Tube, film pendek, radio, dan sebagainya, seseorang dapat menyampaikan pesan kebaikan melalui tulisan (kalam), ucapan, dan perilaku atau perbuatan (benda). Kajian ini bersifat deskriptif yang memaparkan dan memaparkan bagaimana mengelola gagasan radio, televisi, dan multimedia (internet) dengan muatan dakwah yang terjadi di Indonesia sepanjang sejarah dan masa kini. Oleh karena itu, agar dakwah yang disampaikan tepat sasaran, umat Islam, mubaligh, dan produser televisi perlu terampil mengelola media ini seefektif mungkin. teknologi informasi modern harus dimanfaatkan untuk menyebarkan ajaran Islam di era global baik di perkotaan maupun di pedesaan.

Kata Kunci: Perkembangan Media Massa, Televisi, Radio, Multimedia, Dakwah.

PENDAHULUAN

Salah satu aspek terpenting dalam kehidupan modern adalah keberadaan media. Sebagai sarana untuk memenuhi tuntutan masa kini, media massa telah berkembang mengikuti perkembangan zaman. Terlepas dari jarak atau waktu, media massa berfungsi sebagai saluran antara sumber informasi dan masyarakat umum. Ketersediaan media massa memudahkan masyarakat umum untuk

mendapatkan informasi secara cepat dan tepat sesuai dengan preferensinya. Media online merupakan bentuk terbaru dari media massa, karena industri media massa terus berkembang di zaman sekarang ini. Dulu, media massa hanya dikenal dengan media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid, serta media elektronik seperti radio dan televisi.

Hal-hal baru muncul sebagai akibat dari globalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi, dan masing-masing akan memiliki aspek positif dan negatif. Modernisasi juga merupakan akibat dari globalisasi yang sudah ada. Kemunculan media massa merupakan salah satu contoh pengaruh globalisasi dan modernisasi karena pesatnya perkembangannya. Eksposur publik terhadap media massa dapat memiliki aspek positif dan negatif, seperti munculnya globalisasi. Jika digunakan dengan cara yang baik, media dapat bermanfaat. Banyaknya masyarakat yang menggunakan berbagai platform media sosial menandakan bahwa dakwah perlu diubah menjadi kegiatan yang mendorong kebaikan dan memiliki daya tarik yang lebih kreatif dan inovatif.¹

Demikian pula, komunikasi luas mengandung hal-hal negatif dengan asumsi itu digunakan untuk tujuan yang buruk. Perkembangan manusia tidak dapat dipisahkan dari keberadaan media massa karena media massa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dalam penyampaian pesan, yaitu; Media massa dapat dikategorikan menjadi dua kelompok yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Kelompok-kelompok ini berfungsi sebagai sumber informasi, pendidikan, hiburan, dan persuasi. Koran dan majalah merupakan contoh media massa cetak, sedangkan siaran radio, televisi, film, dan media cetak merupakan contoh media elektronik.

Bagi kegiatan dakwah, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merupakan angin segar karena dapat menyediakan platform yang lebih luas bagi penyebaran pesan dakwah melalui media massa. Selama komponen media massa tetap mendukungnya sebagai saluran dakwah, maka dakwah dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui media. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa dakwah menghadapi tantangan juga dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Mengingat besarnya kerugian yang dapat ditimbulkan terhadap kehidupan masyarakat, perubahan cara berpikir dan bertindak yang bertentangan dengan norma sosial dan agama tidak dapat diterima.²

Peran media massa sebagai pemandu atau penafsir yang menterjemahkan dan menunjukkan arah dari berbagai ketidakpastian atau alternatif juga sejalan dengan hadirnya dakwah sebagai pedoman umat manusia untuk berada di jalan yang benar. Melalui konten yang mendidik, mencerahkan, dan menginspirasi umat Islam untuk menjadi umat yang lebih baik, dakwah melalui media massa harus menjadi pilihan yang tepat. Ketika pesan-pesan dakwah dijadikan pedoman bagi

¹ Hari Wiryawan, *Dasar-Dasar Hukum Media* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 85.

² Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik* (Bandung: Penerbit Nuansa, 2010), h. 20.

mad'u, maka da'i akan menafsirkan apa yang sebenarnya dibutuhkan masyarakat luas.

PEMBAHASAN

1. Perkembangan Media Televisi

Pesatnya perkembangan teknologi informasi (TI) disertai dengan berbagai inovasi yang dapat mendekatkan atau menjauhkan umat dari paham keagamaan. Manusia dapat berkomunikasi kapan saja dan dari lokasi mana saja, dan hampir tidak ada lagi batasan. Pengembangan informasi tidak memakan waktu sehari-hari, berjam-jam, atau menit; informasi baru dapat ditemukan di internet dalam hitungan detik. Televisi, khususnya, telah muncul sebagai komponen penting dari masyarakat modern.

Menonton televisi menyita banyak waktu. Mayoritas orang lebih memilih untuk menghabiskan waktunya dengan menonton televisi daripada belajar atau melakukan kegiatan lain yang bermanfaat bagi orang-orang di sekitarnya. Namun, keberadaan media televisi bukan berarti peristiwa-peristiwa penting dan signifikan harus diabaikan begitu saja. Di tengah perkembangan yang dinamis, arus teknologi informasi dan komunikasi selalu berubah. Begitu pula dengan teknologi internet yang menemukan bentuk paling baru dari berbagai jenis. Akan ada sejumlah persoalan yang menghambat kemajuan bangsa jika berbagai jenis teknologi tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik.

Di tengah perkembangan yang dinamis, arus teknologi informasi dan komunikasi selalu berubah. Begitu pula dengan teknologi internet yang menemukan bentuk paling baru dari berbagai jenis. Akan ada sejumlah persoalan yang menghambat kemajuan bangsa jika berbagai jenis teknologi tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik. Berdakwah semakin mudah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir seiring berkembangnya teknologi informasi. Saat ini, Anda tidak perlu bertatap muka langsung dengan ulama untuk mendengarkan pengajian. Sebaliknya, siapa saja yang memiliki akses internet bisa mendapatkan bahan bacaan agama kapanpun dan dimanapun mereka mau.

Sebagai sarana dakwah, pelaku dakwah harus memanfaatkan media baru dan aplikasinya. Penanaman nilai-nilai, ideologi, atau gagasan penting dapat dilakukan melalui berbagai media. Isu dakwah Islam menjadi semakin kompleks seiring dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, baik dalam bidang politik, ekonomi, budaya, maupun sosial. Sebagai salah satu konsekuensi dari kemajuan yang telah terjadi, isu-isu serius juga muncul di sektor keagamaan itu sendiri. Karena jutaan informasi dapat ditransfer melalui internet dan televisi dalam hitungan detik, kemajuan teknologi informasi dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam.³

Penerapan berbagai teknologi melayani dakwah dengan baik. Dakwah Islamiyah merupakan upaya yang sangat penting bagi kehidupan umat Islam. Alhasil, potensi

³ Yasril Yazid dan Nur Alhidayatillah, *Dakwah dan Perubahan Sosial* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 98.

tersebut dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk mendukung eksistensi dakwah Islam. Dalam budaya saat ini, media berperan penting dalam aktivitas publik. Media, baik media cetak maupun elektronik, telah menjadi salah satu kebutuhan mendasar budaya masa kini. Karena itu, media arus utama, khususnya televisi, telah berkembang menjadi media utama penyebaran dakwah Islam saat ini. Karena meluasnya penggunaan media televisi dalam kehidupan kontemporer, fenomena ini muncul sebagai bidang penelitian yang signifikan dalam ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan media komunikasi.

Pengamat memiliki kekuatan langsung untuk menentukan program dakwah di TV mana yang akan mereka ikuti sesuai tingkat pemenuhan yang mereka butuhkan untuk menyelesaikan proyek yang mereka minati. Realitas ini adalah hipotesis tandingan yang menyatakan bahwa komunikasi yang luas membanjiri kerumunannya. Televisi menjadi salah satu media elektronik yang menonjol dari media massa. Karena memadukan media visual dan pendengaran (audio), media televisi seolah memiliki kualitas yang unik. Informasi, hiburan, atau pendidikan atau bahkan kombinasi dari ketiganya di atas dapat menjadi isi media televisi. Televisi dengan mudah masuk ke dalam rumah ukuran apa pun karena ukurannya yang relatif kecil.

Komunikator (pembawa acara, presenter, atau artis) dan komunikan (penonton) tampak berkomunikasi secara langsung pula. Karena jelas terdengar dan terlihat jelas secara visual, informasi yang disampaikan mudah dipahami. Ketika membahas media televisi sebagai salah satu komponen media massa, pasti akan ada pembahasan mengenai globalisasi media massa. Televisi memang memiliki keunggulan dibandingkan bentuk media massa lainnya karena tampilan audio-visualnya, yang tidak dimiliki oleh bentuk media lain. Televisi melampaui surat kabar dalam hal kecepatan liputan berita.

Masyarakat memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap berbagai program televisi, terutama yang memberikan hiburan dan informasi. Oleh karena itu, jika media ini digunakan untuk menyebarluaskan berita, hiburan, film, bahkan konten yang berhubungan dengan pembinaan spiritual, sangat efektif. Hal ini terkait dengan gagasan bahwa televisi adalah alat informasi yang ampuh untuk mengubah sikap dan perilaku pemirsa karena mereka dapat melihat secara nyata bentuk dan suara dari gambar dan efek suara di rumah.⁴

Sudah menjadi rahasia umum bahwa gambar-gambar yang ditayangkan di televisi (paket acara), baik berupa film, drama, berita, maupun iklan, akan berdampak pada jiwa pemirsanya. Begitu pula dengan program-program kerohanian, khususnya yang berkaitan dengan pembinaan kerohanian Islam, khususnya program-program dakwah. Bahkan, harus diakui bahwa program religi mungkin kurang menarik dari sekian banyak paket program televisi. Ini terkait dengan fakta bahwa proyek seperti ini kurang menarik bagi sponsor sehingga paket program seringkali membosankan dan kurang menarik. Berbagai proyek pemurnian mendalam Islam muncul di layar TV publik. Paket acara ini sudah termasuk sarapan

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 236.

pagi rohani bagi umat Islam. Karena diyakini cukup bermanfaat bagi pemirsa di rumah, program ini mendapat banyak perhatian dari masyarakat muslim.

Meski begitu, ada beberapa kekurangan dari paket program acara dakwah televisi. Tidak menutup kemungkinan acara seperti ini disusupi oleh misi terselubung dari sumbernya, selain karena terlalu sering tayang di berbagai stasiun televisi Indonesia sehingga menyebabkan monotonnya acara siaran. Meski merupakan bagian dari program dakwah Islam, namun masing-masing pembawa acara memiliki latar belakang agama atau ideologi yang berbeda-beda, hal ini terkait dengan pemirsanya yang masing-masing memiliki latar belakang agama yang berbeda. sehingga minat pemirsa untuk mengikuti program dakwah yang dimaksud juga dipengaruhi oleh hal tersebut.

Meskipun demikian, umat Islam Indonesia patut bersyukur bahwa paket-paket program religi ditayangkan di televisi nasional karena diharapkan dapat memberikan pembinaan mental sehari-hari. Selain itu, hal ini menunjukkan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan kepada masyarakat luas melalui siaran televisi. Karena industri pertelevisian membutuhkan modal yang besar, setiap program, termasuk Dakwah Islamiyah, dirancang untuk meningkatkan citra publik stasiun tersebut semaksimal mungkin untuk memaksimalkan keuntungan finansial. Baik program televisi yang ditayangkan di depan pemirsa maupun program dakwah Islami yang melibatkan banyak pihak di dunia pertelevisian, memungkinkan industri pertelevisian untuk terus beroperasi. Pihak-pihak berikut terlibat dalam persiapan program, diantaranya:⁵

Pertama, slot TV adalah media untuk menyiarkan proyek siaran ke publik yang dijangkau oleh gelombang transmisinya. Karena menggabungkan audio dan gambar, media ini cukup populer. Itu bisa mendidik, menghibur, atau informatif, atau bahkan kombinasi dari ketiga aspek tersebut di atas. Secara khusus, program dakwah Islam mencontohkan peran televisi dalam upaya pendidikan masyarakat, khususnya dalam ranah spiritual.

Kedua, Rumah Ciptaan atau sering disebut Rumah Ciptaan, merupakan yayasan yang berbeda dengan saluran TV. Organisasi ini membuat film dan sinetron untuk televisi. Setelah itu, paket program tersebut dijual ke stasiun televisi untuk disiarkan. Stasiun televisi menggunakan dua pendekatan untuk memproduksi siaran dakwah Islam: pertama, mereka membeli paket siaran dari Rumah Produksi, khususnya untuk program siaran dakwah yang memanfaatkan media luar ruang. Mengenai metode kedua, siaran dakwah dilakukan oleh stasiun televisi sendiri. Stasiun televisi menggunakan studionya sendiri untuk menyiarkan program dakwah langsung ke publik, sebuah praktik yang dikenal sebagai "in-house production". Sebagian besar program ini bersifat interaktif, sehingga da'i dan audiens dapat berbicara langsung satu sama lain.

Institut Survei Pemirsa berada di urutan *ketiga*. Selain itu, lembaga ini berbeda dengan stasiun televisi. Tujuan lembaga ini adalah untuk menyelidiki minat pemirsa

⁵ Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivis Dakwah* (Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 165.

terhadap suatu acara televisi. Sebagian besar waktu, orang yang tinggal di kota besar adalah orang yang disurvei melalui saluran telepon. Rating siaran adalah hasil akhir dari penyelidikan ini. Dalam dunia pertelevisian, istilah "rating" mengacu pada jumlah orang yang menonton suatu program. Sebagian besar waktu, peringkat diwakili oleh angka; semakin tinggi rating suatu acara televisi, semakin banyak orang yang menontonnya.

Selain itu, peringkat menentukan kapan acara televisi ditayangkan. Semakin besar peringkatnya, semakin besar kemungkinan program tersebut akan ditayangkan pada jam tayang utama, yang terjadi setiap hari antara pukul 19.00 dan 14.00. Program Dakwah Islamiyah jarang mengudara pada jam tayang utama, di mana pemirsa biasanya lebih menyukai program hiburan seperti acara kuis dan sinetron. Acara dakwah Islamiyah biasanya ditampilkan sebagai acara pembuka pagi hari, kemungkinan untuk mengakomodir umat Islam yang baru saja menyelesaikan sholat subuh. Meskipun demikian, lembaga jajak pendapat tetap memasukkan program Dakwah Islamiyah dalam rangkaian survei mereka, terutama untuk menentukan da'i mana yang paling disukai pemirsa.

Keempat, pemasar. Iklan merupakan sumber pendapatan utama bagi media massa, khususnya televisi, khususnya televisi swasta. TVRI tetap tidak "melarang" iklan masuk dalam siarannya. Pengiklan akan semakin tertarik pada program acara sebagai akibat dari popularitas program tersebut. Pengiklan biasanya mendasarkan keputusan mereka pada peringkat program siaran dan jam siaran. Meskipun program Dakwah Islamiyah tidak disiarkan oleh sebagian besar stasiun televisi, pengiklan tetap menggunakannya karena menasar sebagian besar umat Islam Indonesia. Hal ini terutama berlaku untuk iklan produk yang dibutuhkan umat Islam, seperti perlengkapan sholat dan produk halal.

Kelima, audiensi sebagai sesuatu yang akan diselenggarakan. Penonton televisi adalah pihak terakhir dalam rantai siaran. Pemirsa adalah penerima siaran bagi stasiun televisi. Dari sudut pandang pengiklan, audiens mewakili pasar dari produk yang diiklankan. Dari perspektif lembaga survei, pemirsa menjadi fokus penelitian tentang bagaimana pemirsa menilai acara TV. Pemirsa bisa menjadi batas antara nilai positif dan negatif siaran.

Berbagai program televisi, termasuk siaran dakwah Islam, dapat terwujud berkat keterlibatan semua pihak tersebut di atas. Dari perspektif televisi, semua program direncanakan untuk meningkatkan citra stasiun dan memanfaatkan nilai jual yang diharapkan dari stasiun dan daya tarik modal dari pengiklan. Sehingga sesedikit mungkin program dihindari karena dianggap merusak citra televisi dan mempengaruhi iklan. Siaran dakwah Islam stasiun televisi juga tidak terlepas dari upaya memproyeksikan citra positif kepada semua pihak.

Alhasil, siaran dakwah Islam di televisi bertujuan untuk menjangkau sebanyak mungkin pemirsa di rumah untuk mendongkrak rating program dan menarik pemasang selain untuk menyeru dan mengajak manusia ke jalan Allah yang merupakan tujuan ideal dakwah Islam. wah. iklan. Konsekuensinya, pendakwah atau individu yang akan menyampaikan dakwah Islam menjadi fokus utama liputan

stasiun televisi terhadap siaran dakwah yang akan datang, bukan konten atau metodenya.⁶

Seorang da'i dengan citra dan reputasi positif banyak dicari oleh masyarakat luas karena posisi da'i sebagai key figure program. Akibatnya, dakwah di televisi Indonesia bergeser dari waktu ke waktu. Selain itu, mengukur keberhasilan dakwah Islam yang disampaikan melalui televisi oleh KH Zainuddin MZ, Aa Gym, Ustad Jefri Al-Bukhori, atau ustadz lainnya sebenarnya sulit. Karena perbandingan semacam itu di luar konteksnya, stasiun televisi tidak mau mempersoalkan siapa yang lebih baik berdakwah, Ustad Jefri Al-Bukhori atau Prof Quraish Shihab.

Da'i memiliki citra publik yang positif dan sangat disukai oleh pengiklan maupun mereka yang memiliki posisi otoritas. Inilah substansi program dakwah di ranah pertelevisian. Karena dunia pertelevisian adalah dunia wirausaha yang sepenuhnya ditentukan oleh visi modal, maka proyek-proyeknya termasuk program dakwah Islam semuanya terkoordinasi sepenuhnya untuk kepentingan ini.

Maka, dapat dikatakan bahwa teknologi informasi seperti televisi sangat membantu sebagai salah satu cara untuk menyebarkan dakwah kepada khalayak yang lebih luas dan memudahkan masyarakat untuk mendapatkannya. Agar tidak terombang-ambing oleh pemikiran-pemikiran yang keliru, masyarakat tidak hanya belajar agama melalui televisi, tetapi juga mencari kebenaran dari para guru atau ulama yang memiliki pemahaman agama yang lebih dalam.⁷

2. Perkembangan Media Radio

Radio sebagai media adalah alat atau sarana yang menyampaikan informasi, ajakan, pendidikan, dan hiburan dengan cara yang dapat memotivasi individu untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan kejahatan. Penonton akan mendapatkan hiburan yang dapat dijadikan sebagai kegiatan positif yang salah satu manfaatnya. Audiens dapat mengetahui perkembangan zaman melalui radio, dan radio memiliki kekuatan untuk mengubah persepsi dan perilaku masyarakat.⁸

Hal ini karena radio memiliki karakteristik unik yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingannya, seperti menyampaikan informasi dan pesan kepada masyarakat umum. Karena radio tidak mensyaratkan khalayaknya untuk dapat membaca atau melihat, melainkan hanya mengandalkan kemampuan mendengar saja, maka terbatas pada rangkaian bunyi atau bunyi yang hanya sampai pada indra telinga karena sifatnya auditori.⁹

Televisi, surat kabar, dan majalah adalah semua bentuk komunikasi massa, dan radio adalah salah satunya. Radio adalah transmisi suara melalui udara atau sebagai siaran. Karena radio dikenal juga sebagai broadcasting (broad-wide) dalam bahasa

⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 127.

⁷ M. Jafar Puteh Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsi dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: AK Group, 2006), h. 80.

⁸ Denis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 1984), h. 17.

⁹ Ario, Pengertian Radio, Artikel diakses pada 06 Juli 2010 dari <http://www.total.or.id/info.php?kk=radio%20frequency>.

Inggris, maka segala sesuatu yang dapat didengar oleh masyarakat dapat disiarkan melaluinya, antara lain berita, musik, pidato, puisi, drama, dan dakwah. Radio disebut sebagai media komunikasi massa atau media massa jika isinya menjangkau khalayak (massa) yang besar. Radio juga mengacu pada penerima siaran radio.¹⁰

Stream, yang berarti aliran yang berasal dari kata bahasa Inggris "streaming." Dalam konteks akses internet, streaming mengacu pada proses streaming atau transfer data dari server ke host. Karena data mewakili informasi yang perlu disampaikan secara real time, streaming mengacu pada proses melakukannya. Biasanya, data atau informasi yang dikirimkan melalui proses streaming ini berupa slideshow, web tour, video, audio, atau aplikasi real-time lainnya.

Dari sudut pandang pengguna, streaming mengacu pada teknologi yang memungkinkan file dieksekusi segera tanpa harus menunggu hingga selesai diunduh dan melanjutkan streaming tanpa gangguan. Dari perspektif proses, streaming mengacu pada teknologi untuk mentransfer file dari server ke klien melalui jaringan internet. Inovasi dalam periode saat ini yang tidak dapat disangkal kompleks, banyak kemajuan telah terjadi dalam inovasi dunia, perkembangan manusia telah membuat inovasi yang ada jauh lebih modern dan menarik dari sebelumnya.¹¹

Radio yang dikemas dengan menggunakan internet atau disebut juga radio streaming merupakan salah satu inovasinya. Karena jangkauannya yang luas dan kemampuannya menjangkau seluruh lapisan masyarakat, radio merupakan media komunitas yang efektif. Radio sering digambarkan sebagai "teman" yang bisa menemani pendengarnya menjalani kehidupan sehari-hari. Radio juga berpotensi menjadi sarana hiburan, penyebaran informasi, dan pendidikan masyarakat.¹²

Hadirnya radio dengan gaya telekomunikasi yang lebih halus, khususnya radio web atau yang sering disebut radio streaming. Koneksi internet yang andal merupakan komponen penting dalam pembuatan dan penyebarannya. Globalisasi hiburan telah menyebabkan perkembangan radio streaming ini. Ini karena radio streaming sangat menarik. Selain sebagai sarana hiburan, radio streaming juga menarik minat para pelaku bisnis karena dapat menghasilkan keuntungan yang relatif besar dalam industri ini.¹³

Satu-satunya cara untuk mendapatkan keuntungan adalah melalui iklan komersial. Layanan penyiaran audio yang dikirim melalui internet disebut sebagai radio streaming, juga dikenal sebagai radio web, radio net, atau e-radio. Radio yang

¹⁰ Harley Prayudha, *Pengantar Wacana dan Praktik Penyiaran* (Jakarta: Lokomedia, 2014), h. 47.

¹¹ Muryanto Ginting Munthe, *Media Komunikasi Radio* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), h. 14.

¹² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Ttudi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2001), h. 111.

¹³ Masduqi, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: LKiS, 2001), h. 37.

me-relay atau menyiarkan acara di radio yang dapat menjangkau masyarakat dalam jumlah yang tidak terbatas melalui media internet.¹⁴

Karena tidak ditransmisikan secara luas melalui sarana nirkabel, penyiaran berbasis internet dikenal sebagai webcasting. Radio streaming, berbeda dengan webcasting, adalah streaming streaming online yang berkelanjutan. Publik menikmati tren ini, tetapi tidak sama dengan podcasting, yang membutuhkan audio untuk diunduh daripada streaming. Streaming radio biasanya juga tersedia di seluruh dunia. Server siaran memutar audio dan mengirimkan musik ke pendengar. Streaming Radio memerlukan koneksi internet yang kuat dalam hal ini.¹⁵

Dakwah melalui radio dirangkai oleh kelompok kreasi bersama aset insan dan penyiar untuk mengembangkan realitas sebagai pesan dakwah melalui desain musik, konfigurasi data dan konfigurasi luar biasa atau desain bermacam-macam yang menerapkan ketiga konfigurasi tersebut. Pendekatan pengajaran melalui radio dirangkai dalam investigasi Islamic Telecom Correspondence (KPI). Kajian dakwah dalam teori sistem dakwah mungkin bisa dibandingkan dengan hal ini. Da'i berfungsi sebagai kepala, pesan dakwah berfungsi sebagai dada, metode dakwah berfungsi sebagai tangan, perut berfungsi sebagai mitra dakwah, dan media berfungsi sebagai kaki dalam penyampaian pesan. sistem. Selain itu, menurut penulis materi dakwah kurang signifikan dibandingkan dengan metode dakwah.

3. Perkembangan Multimedia

Multimedia yang dikenal sebagai "pengiriman online" mentransmisikan data dari komputer atau server yang berfungsi sebagai pusat penyimpanan data ke jaringan lain, termasuk internet dan jaringan lokal dalam suatu organisasi. Sedangkan multimedia yang disimpan pada perangkat penyimpanan atau kemasan yang dapat dilepas dikenal sebagai pengiriman offline. DVD dan CD-ROM, misalnya, adalah contoh perangkat penyimpanan yang dirancang untuk menyimpan data multimedia dalam jumlah besar. Dalam I Gde Wawan Sudhata, Philips juga menawarkan definisi multimedia yang menitikberatkan pada aspek interaktivitas, yaitu proses pemberian kemampuan kepada pengguna untuk mengontrol lingkungan melalui komputer.¹⁶

Perubahan sosial pasti akan dipengaruhi oleh setiap perkembangan teknologi. Kondisi ini menunjukkan betapa hampir setiap aspek kehidupan telah dipengaruhi oleh pengaruh handphone (ponsel); ekonomi, sosial, budaya, dan politik Perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), aksesoris, dan yang terpenting, sumber daya manusia (brainware), adalah semua bidang di mana banyak bisnis bersaing untuk memfasilitasi pengembangan teknologi ini.

Internet muncul sebagai media massa baru yang kuat di pertengahan 1990-an dari serangkaian teknologi baru yang memusingkan. Apa itu web? Komputer

¹⁴ Asep Syamsul, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), h. 15.

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), h. 15.

¹⁶ I Gde Wawan Sudhata dan I Made Tegeh, *Desain Multimedia Pembelajaran* (Yogyakarta: Media Akademi, 2015), h. 23.

dihubungkan dengan kabel, telepon, dan jaringan satelit. Jaringan ini dapat diakses oleh hampir semua pengguna komputer di seluruh dunia. Kita dapat terjun ke lautan hiburan dan informasi dunia hanya dengan beberapa klik mouse. Kata Latin *inter*, yang berarti "antara", adalah asal mula internet.

Istilah "internet" identik dengan "jaringan" atau "tautan". Internet dapat dianggap sebagai jaringan komputer global yang luas yang menghubungkan pengguna komputer dari seluruh dunia. Di dalam jaringan ini, terdapat berbagai sumber informasi statis, dinamis, dan interaktif. Wikipedia mengatakan bahwa Internet, yang merupakan singkatan dari "interconnection-networking", adalah sistem global dari semua jaringan komputer yang terhubung satu sama lain dan menggunakan standar Internet Protocol Suite (TCP/IP) untuk menyediakan layanan kepada miliaran pengguna di seluruh dunia. Sementara Internet (huruf besar "I") adalah jaringan komputer global yang menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (packet switching communication protocol), Internet adalah sistem komputer umum. Internet adalah jaringan internet terbesar. Internetworking adalah proses dimana sirkuit dapat dihubungkan menggunakan metode ini.

Jaringan komputer yang dikenal sebagai ARPAnet, yang merupakan singkatan dari Advanced Research Project Agency Network, didirikan pada tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan AS dan merupakan sumber internet. Pentagon membuat jaringan sehingga universitas riset militer dan kontraktor militer dapat berbagi informasi. Proyek tersebut diambil alih oleh National Science Foundation pada tahun 1983, yang bertugas mempromosikan ilmu pengetahuan.

Internet telah berkembang menjadi memiliki banyak lalu lintas data pada tahun 1996. Untuk tujuan menghubungkan jaringan penelitian, para insinyur jaringan universitas membangun tulang punggung berkecepatan tinggi. Internet2 adalah nama jaringan yang pertama kali ditayangkan pada tahun 1999. Internet2 mentransmisikan data dengan kecepatan 2,4GB per detik, empat kali lebih cepat dari pendahulunya. Terdapat 551 universitas komunitas, 526 akademi, dan 203 universitas riset dalam konsorsium pemilik internet2. Sekarang digunakan untuk pembelajaran jarak jauh serta berbagi informasi. Kepadatan aliran data tetap ada meskipun telah ditingkatkan menjadi 10 GB per detik pada tahun 2003.¹⁷

Menurut Sayling Wen (2001) dalam Bungin (2011), internet yang menghubungkan komputer pribadi paling sederhana hingga superkomputer tercanggih melalui struktur jaringan komputer yang saling terhubung saat ini merupakan yang paling signifikan dan tersebar luas. E-mail, Netnews, Telnet, File Transfer Protocol (FTP), dan world wide web (www) adalah beberapa layanan Internet. E-mail dan www adalah yang paling sering digunakan. Untuk klien normal, www hampir tidak dapat dipisahkan dari Web.

Situs web apa pun dapat dimasuki oleh pengguna, yang kemudian dapat memilih tautan ke topik tertentu dan langsung mengakses kontennya. Kami akan dapat melihat berbagai teks dan grafik jika kami memiliki akses ke situs web Seednet di

¹⁷

<http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>.

<http://www.seed.net.tw>. Ketika kita menggerakkan kursor ke hyperlink "suara dan video fokus" dan mengkliknya, kita terhubung dengan situs lain di mana terdapat fokus film, puncak CD jaringan, MTV, dan itu baru permulaan. Kami dapat terhubung ke lokasi mana pun di Internet menggunakan koneksi ini.

Mesin pencari dan pencari, seperti browser, adalah perkembangan lain dari Internet. Teks atau informasi situs apa pun dapat dilacak menggunakan mesin ini. Ini memiliki fitur hyperlink multimedia yang memungkinkan pengguna untuk menjelajah secara efisien dan cepat. Seolah-olah berada di perpustakaan, pengguna juga dapat membaca, mendengarkan, dan mencetak dari kontak mereka. Mereka juga dapat memilah kumpulan data besar untuk menemukan informasi yang relevan. Pekerjaan yang dicari dan didukung, di mana penerima tidak lagi menerima informasi yang dilaporkan melainkan mencari atau mengirimkan informasi yang relevan.

Kekuatan Web tidak hanya dalam kerangka perangkat tetapi juga dalam kerumitan produk. Dalam komunikasi dunia maya, aplikasi perangkat lunak untuk komunikasi koneksi dan kolaborasi digunakan untuk mendukung komunikasi jaringan, koordinasi, dan kolaborasi. Program lain yang pada dasarnya adalah aplikasi untuk komunikasi antar komunitas virtual dikembangkan oleh internet. terutama yang terkait dengan hubungan transaksional yang mereka miliki satu sama lain.

a) Teknologi Web

Aplikasi web adalah salah satu cara Internet digunakan. sehingga seseorang dapat memiliki rumah virtual. Website ini seperti sebuah rumah yang bisa digunakan oleh satu orang saja atau bersama orang lain. Seseorang memiliki alamat Internet jika mereka memiliki web.

b) E-Commerce

E-commerce adalah penggunaan internet atau ekstranet untuk mendukung pembelian dan penjualan, serta pemasaran barang, jasa, dan informasi. Pada umumnya ada dua jenis e-commerce: B2B (bisnis-ke-bisnis) dan B2C (bisnis-ke-konsumen)

c) Blog Dengan perkembangan Internet

Orang dapat berbicara satu sama lain atau sekelompok orang secara online selama berjam-jam. Meski blog tidak menjamin privasi, setidaknya seseorang sudah memiliki identitas pribadi di dunia maya dengan memiliki blog. Dengan memiliki blog di internet, seseorang bisa menulis apapun tentang dirinya dan bisa diakses oleh siapa saja. Karena blog adalah representasi dunia maya dari kepribadian seseorang, meskipun terlihat tertutup dan satu arah, namun sangat penting untuk mendapatkan informasi pribadi tentang orang tersebut.

d) Facebook

Facebook, Friendster, dan berbagai grup sosial lainnya adalah contoh grup sosial baru yang muncul di dunia maya akibat dari sifat blog yang asik dan sepi. Yang paling terkenal adalah grup Facebook ini karena orang terkenal di seluruh dunia menggunakannya untuk berkomunikasi dengan orang di seluruh dunia.

Dengan memanfaatkan inovasi web, bisnis online, web jurnal, dan facebook seorang penginjil dapat membuat ruang lain dalam kegiatan dakwahnya.

Dimana ruang baru ini berdiri dalam potensinya sebagai media alternatif untuk menciptakan dan menyebarkan informasi tentang dakwah Islam. Peran da'i dalam mengembangkan dakwahnya melalui dunia maya harus dimanfaatkan dalam perkembangan teknologi informasi yang semakin tidak terbanding untuk mencegah kemerosotan nilai-nilai moral di dunia maya.

Berbagai website baik positif maupun negatif bermunculan saat ini. Tidak masalah bagi publik untuk mengakses situs-situs yang bermanfaat dan bermanfaat; di sisi lain, situs-situs yang merugikan dan berdampak negatif bagi masyarakat sangat perlu mendapat perhatian serius agar tidak berdampak pada generasi penerus bangsa. Hal ini tentu tidak bisa dihentikan dalam pola pikir di dunia maya, namun hal ini bisa dicegah dengan memberikan edukasi sejak dini tentang moral penggunaan Web yang baik dan benar, terutama dari keluarga dan sekolah.

Menurut teori komunikasi dunia maya atau teori komunitas dunia maya, ada beberapa aspek krusial yang perlu mendapat perhatian: (1) gagasan dasar komunikasi digital, seperti dunia maya (cyberspace), realitas maya (VR), komunikasi maya (komunitas maya), chat room, multi-user domain (MUD), interaktivitas, hypertext, dan multimedia; 2) ruang dan wilayah korespondensi digital, misalnya, pengaturan rencana, keuntungan dan kesenangan, kombinasi perkembangan, lubang informasi, validitas media, dan pemikiran McLuhan mengenai media baru; selanjutnya (3) kajian baru korespondensi digital, khususnya morfosis media, penelitian hiperteks, eksplorasi penglihatan dan suara, penelitian konfigurasi antarmuka (korespondensi dua arah), penelitian eros lanjutan atau cinta online, penelitian perbudakan Web, dan eksplorasi pada penggunaan Web dan kesuraman.¹⁸

Komunitas ini di dunia maya bisa disebut sebagai komunitas siber karena strukturnya mirip dengan kehidupan sosial di dunia nyata. Memang, jika kita gali lebih dalam, ada interaksi sosial di dunia maya, serta pertukaran budaya dan ideologi. Alhasil, dakwah Islam menggunakan hal tersebut sebagai terobosan dalam pengembangan sayap dakwahnya.

Alasan Penggunaan Media Internet untuk Berdakwah Perkembangan dakwah dari berbagai perspektif menuntut para pelaku dakwah untuk dapat melihat segala bentuk wasilah atau cara-cara yang membantu penyebaran nilai-nilai dakwah. Internet harus digunakan sebagai senjata dakwah karena alasan berikut:¹⁹

- a) Ciri-ciri dunia maya yang melampaui ruang dan waktu. Dunia lain dengan banyak fitur adalah dunia maya Internet. Termasuk dalam hal seberapa jauh jangkauan teknologi ini. Penyebarluasan dakwah niscaya akan mendapat manfaat besar dari kesempatan ini. Dakwah juga bisa

¹⁸ Denis McQuail, *Mass Communication Theory* (Fourth Edition; London: Sage Publication), hlm. 67.

¹⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Islam* (Surabaya: Al Ikhlas, 1983), h. 19.

disebarluaskan ke seluruh dunia melalui internet jika orang bisa berbisnis di sana.

- b) Penghitung diperlukan untuk ruang ketidaktaatan yang luas di Internet. Berisi atau tidaknya dakwah, teknologi ini akan terus maju. Tidak jarang dakwah dipandang kuno dan ketinggalan zaman, baik dari segi nilai-nilai yang disampaikan maupun subyek dakwah itu sendiri, jika lalai mengingat dan memperhatikan kemajuan teknologi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis berkesimpulan bahwa dakwah dapat diajarkan di lebih banyak tempat daripada hanya masjid dan surah. khususnya pemberitaan melalui media komunikasi, yang dalam hal ini adalah internet dan televisi. Pengembangan sayap dakwah dan perjuangan melawan budaya yang bertentangan dengan budaya Islam dapat diuntungkan dari penggunaan dua saluran komunikasi dakwah ini, yang merupakan strategi baru.

Dakwah bisa berinovasi lebih kreatif lagi dengan memanfaatkan media komunikasi ini agar tidak ketinggalan dengan khalayak atau penggemar di televisi atau internet. Dakwah Islam perlu hadir di tengah kemajuan teknologi tersebut agar degradasi moral akibat pengaruh negatif teknologi dapat diminimalisir. Saat ini masyarakat cenderung menyukai perkembangan teknologi yang berkembang sangat cepat dan semakin canggih. Agar Islam tidak dipandang sebelah mata oleh kemajuan teknologi tersebut, maka Islam perlu hadir dan berperan dalam membentuk kemajuan teknologi dan menciptakan inovasi-inovasi terkini di bidang ilmu pengetahuan.

Meskipun kita menggunakan teknologi non-muslim, bukan berarti kita tunduk; sebaliknya, itu harus digunakan untuk mengembangkan produk yang bahkan lebih maju daripada yang digunakan saat ini. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi yang kita gunakan saat ini dikembangkan oleh non-muslim, namun hal tersebut tidak menghalangi Islam untuk memanfaatkannya karena tanpa teknologi tersebut dakwah Islam tidak dapat tersebar luas. Dan ketika Islam mengembangkan teknologi informasinya sendiri suatu hari nanti, kita akan dapat menggunakannya secara bebas tanpa harus mengikuti peraturan Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Arifin, Anwar. 2001. *Dakwah Kontemporer Sebuah Ttudi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ario. Pengertian Radio, Artikel diakses pada 06 Juli 2010 dari <http://www.total.or.id/info.php?kk=radio%20frequency>.
- Ginting Munthe, Muryanto. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- <http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>.

- I Made Tegeh, I Gde Wawan Sudhata. 2015. *Desain Multimedia Pembelajaran*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Masduqi. 2001. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKiS.
- Maulana Arabi, Khairi Syekh. 2017. *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-Bekal untuk Aktivis Dakwah*. Yogyakarta: Laksana.
- Mc. Quail, Denis. 1984. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Nur Alhidayatillah, Yasril Yazid. 2017. *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Depok: Rajawali Pers.
- Prayudha, Harley. 2014. *Pengantar Wacana dan Praktik Penyiaran*. Jakarta: Lokomedia.
- Puteh Saifullah, M. Jafar. 2006. *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsi dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: AK Group.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Syamsul, Asep. 2017. *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.
- Wiryanawan, Hari. 2007. *Dasar-Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.