

DAMPAK POSITIF TEKNOLOGI INFORMASI DALAM DAKWAH ISLAMIYAH (Paradigma Media Massa Radio)

M. Abdi Lubis

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Nias (STAI-Nias)
Jl. Pesantren Desa Mudik – Gunungsitoli
e-mail: muhammad.abdi.lubis@gmail.com

Abstract Da'wah in addition to lecture lectures, print media, also requires a touch of science through electronic media such as radio. Radio as a mass communication media has advantages such as being easily moved, the price is relatively cheap and there are more variations in the program. On the boat the voice broadcast proved to be faster to teach music and language because the listener's senses were very sensitive to sound. Given the magnitude of the role of radio in da'wah, there are three very urgent forms of need that can increase radio capacity and quality, namely (1) the desires of the audience; (2) creating sound effects; (3) forming information that increases analytical power.

Keywords: Dakwah, Teknologi, Informasi, Radio

PENDAHULUAN

Sebagai manusia kita tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi terutama teknologi komunikasi. Teknologi adalah keniscayaan bagi kehidupan manusia dalam interaksi sehari-hari. Teknologi berasal dari kata latin, yaitu *texere* yang berarti membangun, dan perkembangannya memerlukan waktu yang panjang. Dimana pada awalnya berjalan lamban, namun kemudian setelah ditemukan prinsip dasarnya melalui berbagai penelitian dan eksplorasi di lapangan, loncatan demi loncatan terjadi, dan loncatan ini menjadi sangat pesat pada akhir abad 20 ini.

Pada prinsipnya, sebagai ilmuan tidak pernah melihat sisi negatif yang berlebihan. Teknologi dari berbagai paradigma tentanta tetap akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang mendalam bahwa teknologi terutama teknologi komunikasi tetap berdampak positif dan sangat banyak kebaikan dalam kehidupan manusia.

PEMBAHASAN

1. Perkembangan Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi merupakan peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling menukar informasi dengan individu-individu lainnya.

Perkembangan teknologi komunikasi sejak awal lahir sampai berkembang seperti sekarang ini, dapat dicermati dari tulisan Everett M. Rogers. Menurutnya era komunikasi yang terjadi dimuka bumi ini dibagi pada empat tahapan, yakni: (a) era komunikasi tulisan, 4000 SM hingga sekarang; (b) era komunikasi cetak, 1456 hingga sekarang; (c) era telekomunikasi, 1844 hingga sekarang; dan (d) era komunikasi interaktif, 1946 hingga sekarang. (Saefullah, 2007: 34)

Dakwah kontemporer selalu tidak bisa terlepas dari media dakwah maupun komunikasi. Dakwah dalam pengertian luas

dapat dipahami sebagai usaha untuk mengajak manusia (ummat) kepada jalan kebenaran dari segala aspek kehidupan. Ini berarti dakwah harus dilakukan dari berbagai dimensi; baik dakwah lewat ceramah atau dakwah mimbar (versi yang sangat awam dipahami masyarakat majemuk secara ortodok), dakwah tulisan dimedia cetak lewat Koran majalah dan sejenisnya (seperti dipahami sekompok elet menegah ke atas) dan juga dakwah melalui media audio dan audio visual, juga hanya dipahami sekompok kecil komunitas masyarakat walaupun sebenarnya sudah merupakan kebutuhan yang hamper setiap hari bias dikonsumsi.

Penulis dalam hal ini hanya membatasi pembahasan dalam versi dakwah audio, yakni melalui radio. Radio telah banyak mengalami proses perkembangan yang cukup lama, sebelum menjadi media komunikasi massa dewasa ini. Dari tahun ketahun penelitian radio mengalami perubahan yang dilakukan oleh ahli seperti: Donal Mc. Nikol (1802 M) penerimaan pesan jarak pendek dengan menggunakan kawat beraliran listrik. Kemudian juga oleh James Maxwell (1865 M) yang menemukan rumus-rumus yang juga menggunakan gelombang elektromagnetis. Ditemukan juga Dr. Lee De Fores (1906 M) yang memperkenalkan lampu vakumnya (*vakum tube*) yang memungkinkan suara dapat disiarkan dan masih banyak ahli yang lainnya.

2. Radio Sebagai Media Komunikasi Massa

Memahami makna radio perlu dipahami dulu pengertian media. Dimana media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. (Efendy, 1990: 1). Media dalam hal ini adalah radio

yang digunakan dalam penyampaian pesan. Media dalam penyampaian secara serentak harus dibatasi, disebabkan bukan cuma radio saja sebagai media melainkan televisi, pers, media cetak termasuk media.

Umar Hamalik merumuskan pengertian radio sebagai salah satu perlengkapan elektronik yang diciptakan berkat kemajuan dalam bidang teknologi modern. Melalui alat ini orang dapat mendengar siaran tentang berbagai peristiwa, kejadian-kejadian penting dan baru, masalah-masalah dalam kehidupan dan acara-acara rekreasi yang menyenangkan, semuanya dari stasiun radio tertentu. (Changara, 2002: 131)

Pemikiran di atas memberikan pemahaman bahwa yang dimaksud dengan radio adalah seperangkat peralatan elektronik dan dapat memperdengarkan berbagai informasi dan hiburan kepada pendengaran. Informasi dan hiburan yang disiarkan melalui radio siaran.

Radio mengalami perkembangan pesat di Amerika. Pada tahun 1920 sampai 1926 M radio di Amerika telah mencapai 50.000 sampai 60.000 unit yang diproduksi perusahaan besar General Elektrik, American Telephone & Telegraph dan Westing House. Sejak itu radio digunakan sebagai kekuatan dunia keempat dalam perang, pemerintahan dan propaganda dalam bidangnya.

Radio sebagai media komunikasi massa di Negara maju adalah kekuatan keempat setelah lembaga legislative, yudikatif dan eksekutif. Dimana radio merupakan media penting dalam menyebarkan informasi pendidikan, hiburan secara factual. Radio sebagai media elektronik mempunyai ketertarikan dengan masyarakat. Ketertarikan dalam hal ini tentunya dengan acara dakwah yang diminati sehingga membentuk fungsi social.

Televisi, surat kabar dan majalah sebagai informasi yang diminati masyarakat. Radio juga memiliki kelebihan yang membuat public dan pendengar merasa dekat dengan radio. Dalam hal ini Onong Uchajana menjelaskan bahwa kelebihan radio dibandingkan media lain adalah (a) Kata-kata lisan (*spoken words*); (b) music (*music*); (c) efek suara (*sound effect*). (Efendy, 1986: 14). Dengan adanya ketiga unsur yang memiliki daya tarik sehingga radio tetap diminati masyarakat walaupun seiring perkembangan media televisi, surat kabar dan majalah semakin maju dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Masduki, seorang jurnalis menyatakan bahwa fungsi sosial radio dalam empat tingkatan sosial, yaitu:

- Radio sebagai media informasi dari satu pihak ke pihak lain.
- Radio sebagai sarana mobilisasi pendapat public untuk mempengaruhi kebijakan.
- Radio sebagai sarana mempertahankan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan.
- Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. (Masduki: 2001: 3)

Pada saat yang sama kemajuan yang telah dicapai radio mempunyai persamaan dalam dunia pertelevisian. Kemajuan yang dimaksud adalah pers radio. Dimana kemajuan radio dalam kehidupan pers merupakan kesadaran radio bukan hanya sebagai penyiaran lewat suara melainkan juga media informasi strategis yang mendapat momentum yang sangat tepat dari pengelola (owner) dan praktisi (broadcaster) yang menyajikan berita

sebaik mungkin baik dari segi materi maupun pengemasannya. (Abdullah, 2000: 19)

Ada tiga hal bentuk kebutuhan yang mewadahi radio sebagai media public yaitu: informasi, pendidikan dan hiburan. Disamping itu juga radio memiliki tiga kebutuhan yang membuatnya agar tetap diminati, yaitu:

- Sifatnya mudah dipindahkan (*mobile*), maksudnya radio dapat dipindahkan dari satu ruang ke ruang lain dengan mudah.
- Harganya relatif murah dan variasi programnya lebih banyak daripada televisi
- Siaran lewat suara terbukti lebih cepat untuk mengajarkan music dan bahasa karena indra pendengar sangat peka terhadap suara. (Abdullah, 2000: 19)

Radio sebagai media massa dapat menyampaikan pesan dengan suara dimana penyampaian, cara dan isi pesan tidak bias berjalan tanpa aspek komunikasi yang maksimal untuk menghindari daya pengaruh dari khalayak. Aspek komunikasi yang dimaksud adalah; (a) komunikator, (b) message (pesan), (c) channel (media, saluran), (d) audiens. Jelasnya komunikator harus memahami karakteristik dari media yang dipergunakan dan memahami tingkat kelompok social pukliknya agar komunikasi dapat tercapai. (Effendy, 1982: 44-45)

Kata-kata atau pesan yang disampaikan harus diperhatikan, disebabkan khalayak atau pendengar akan mengubah persepsi dan sikapnya dalam mendengar. Pesan yang disajikan harus menempatkan hal-hal positif di bagian akhir penyajian. Ada tiga teori yang membicarakan tentang penyusunan penyampaian pesan, yaitu:

- a. *Over power em theory*, teori ini menunjukkan bahwa bila pesan sering kali diulang, panjang, dan cukup keras, maka pesan ini akan berlalu dari khalayak.
- b. *Glamour theory*, bahwa suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide tersebut.
- c. *Don't tele'em theory*, bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menayakannya. Karena itu mereka tidak membuat pendapat tentang ide tersebut. (Prisgunanto, 2004: 104)

Teknik pesan yang efektif memerlukan banyak hal yang harus diperlukan, baik dia dari segi efek suara dan lainnya. Selain itu radio siaran memiliki tiga factor pendukung, yakni: radio siaran bersifat langsung, radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan, dan radio siaran mengandung dan memiliki daya tarik yang kuat, menyebabkan radio diberi julukan *the fifth estate* maksudnya kekuasaan ke lima.

Media publik radio mengandung nilai-nilai pendidikan. Nilai pendidikan tersebut sejalan dengan pendengarnya sebagian besar adalah pelajar. Diantara nilai pendidikan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Pertama, radio memberikan berita *up tu date*. *Kedua*, radio menarik minat pendengarnya. *Ketiga*, radio memberikan berita yang autentik (terpercaya). *Keempat*, radio berdasarkan kepada kenyataan. *Kelima*, radio mempunyai tinjauan yang luas. *Keenam*, radio memberikan gambaran yang jelas. *Ketujuh*, radio mendorong kreatifitas. *Ketujuh*, radio mendorong kretivitas. *Kedelapan*, memiliki integritasi

dan diskriminasi. (Prisgunanto, 2004: 126-127)

3. Dampak Positif Radio Penyiaran Dakwah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menambah seluruh aspek kehidupan terutama pada kemajuan teknologi komunikasi. Demikian juga dengan kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan dengan perbuatan saja, tetapi dakwah mengalami sentuhan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Dewasa ini kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan secara tabligh, dengan adanya teknologi media radio dan televisi yang berkembang pesat menyebabkan kegiatan dakwah dilaksanakan dengan media tersebut.

Untuk memkasimalkan ceramah di radio maupun siaran dakwah dianjurkan agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Penyampaian pesan harus dijaga
2. Suara harus tegas dan jelas
3. Kata-katanya mudah dimengerti oleh semua golongan (awam, strata social dan pendidikan).
4. Menjauhkan kata-kata yang susah diucapkan, karena bisa membuat si dai atau penyiar jadi macet ketikamengucapkannya.
5. Suaranya lebih tenang dari khatib, bersahaja dan tidak terlalu berapi-api sehingga jadi enak dan akrab ditelinga pendengar.
6. Emosi lebih terkontrol, tidak meledak-ledak ketika ekspresi ketidak senangan dan juga ekspresi kegembiraan.
7. Gembira, dalam artian ceria yang mengundang simpati para pendengar.
8. Mempengaruhi, pendengar jadi seorang terseret ke dalam

pembicaraan dan arah pembahasan yang dibawakan.

9. Benar ucapannya, tidak membuat orang salah tafsir dan juga tidak menebar isu yang tidak jelas.
10. Lebih mendekat diri kepada Allah Swt. (Syihata, 1986: 482-483)

Menurut pengamatan penulis, di antara siaran radio yang bernuansa dakwah Islamiyah dan merupakan dampak positif untuk pengembangan dakwah Islamiyah adalah sebagai berikut:

1. Mengumandangkan azan disetiap waktu shalat

Dengan kumandang azan akan mengingatkan pendengar radio khususnya yang muslim agar jangan lalai terhadap kewajiban melaksanakan ibadah shalat fardhu.

2. Pengajian Alquran merupakan salah satu penyiaran dakwah yang dilaksanakan radio setiap hari secara rutin menjelang shalat Subuh dan shalat Maghrib. Pengajian Alquran dimaksudkan untuk menyentuh hati pendengar, menggugah hati para pendengar radio untuk mendengarkan ayat-ayat suci Alquran, mendorong hati pendengar untuk membaca dan mengamalkannya. Ini juga bertujuan agar pendengar radio mempelajari dan memahami isi Alquran

3. Ceramah Agama dan Tanya Jawab Masalah Agama, biasanya setelah shalat Shubuh baik melalui kaset-kaset ataupun langsung oleh para dai-dai. Disalah satu radio yang pernah penulis terjun sendiri, di Radio KIIS FM Kota Padangsidimpuan acara ceramah ini dilaksanakan pada malam Jumat dengan nama acara "sentuhan

Qolbu". Khusus pada bulan suci Ramadhan biasanya ceramah seperti ini dilakukan setiap hari menjelang berbuka puasa. Dilengkapi dengan Tanya jawab dengan pendengar radio, dimaksudkan untuk membuka wawasan keIslaman para pendengar radio tentang ajaran agama Islam. Kesempatan Tanya jawab ini dilakukan melalui layanan telepon maupun melalui SMS dan *face book*.

4. Memutar Lagu-lagu Qasidah dan Hadis Nabi. Lagu-lagu qasidah merupakan syiar dakwah melalui seni Islami yang dimaksudkan merangsang dan menggugah hati para pendengar untuk lebih dekat Islam dan ajarannya. Demikian juga dengan pembacaan mutiara hadis akan menambah wawasan keIslaman tentang ibadah maupun hokum-hukum Islam.
5. Memutarkan Iklan-iklan Religius. Iklan mempunyai peranan penting dalam membentuk opini siapaun yang mendengarkan. Dengan kemas keIslaman tentu akan efektif untuk mensyiarkan ajaran Islam. Sekaligus menjadi sarana yang sangat penting dan bagus untuk menginformasikan acara-acara keIslaman seperti lomba pidato cilik, lomba azan danlain sebagainya.
6. Membacakan Kisah-kisah Sahabat. Kisah para sahabat adalah kisah generasi terdekat dengan Rasulullah Saw yang selalu memberikan contoh ketauladanan sepeninggal Nabi yang mulia. Dengan kisah ini akan menambah gairah hidup pendengar dengan

kehidupan harus semerbak sunnah nabawiyah.

4. Menuju Peningkatan Kualitas Siaran Radio

Untuk meningkatkan peranan radio untuk kemaslahatan ummat dan memaksimalkan peranan radio, maka penulis menawarkan pemikiran sebagai berikut:

1. Mengikuti Keinginan Audiens

Radio jika ingin didengarkan dan mendapat perhatian dari hati para audiens harus “mengikuti keinginan” para pendengar. Maksudnya, bukan berarti stasiun radio itu tidak punya visi dan misi, akan tetapi para staf dan manager marketing dari radio harus tanggap dan memiliki data tentang keinginan dari halayak banyak. Misalnya diperoleh data tentang kalangan remaja sangat menyukai lagu-lagu religi yang bertemakan cinta, kajian-kajian ceramah tentang cinta dan lain sebagainya. Hal ini dimaksudkan agar program yang akan disajikan oleh pihak radio bisa berterima dan mendapat sambutan dari halayak banyak.

2. Menciptakan *Sound Effect*

Dengan menciptakan *sound effect* yang menarik tentu akan membuat orang mendengarkan menjadi penasaran dan tertarik dengan acara yang akan disajikan. *Sound effect* itu bisa berupa bunyi, nada, latar music atau *sound track* untuk sebagai pembuka acara atau siaran.

3. Membentuk Informasi Yang Meningkatkan Daya Analisis

Radio sangat sarat dengan berbagai informasi yang disiarkan oleh radio kepada halayak. Oleh sebab itu, jika ingin radio tidak ditinggalkan pendengarnya radio tersebut harus bisa

menyajikan informasi yang bisa meningkatkan daya analisis. Maksudnya informasi yang disajikan akan bisa menambah wawasan para pendengar sekaligus ada nilai lebih dari informasi yang disajikan. Misalnya menampilkan para intelektual atau pakar yang menguasai informasi yang disajikan tersebut kemudian dikupas dengan berbagai analisis oleh ahlinya. Sajian informasi yang demikian tersebut akan bisa merangsang para pendengar untuk tetap setia mendengarkan siaran radio tersebut. Dan boleh jadi akan meninggalkan stasiun yang sering diengarkan dan beralih pada sajian informasi yang merangsang analisis tajam tadi.

PENUTUP

Dakwah selain lewat mimbar ceramah, media cetak, diperlukan juga sentuhan ilmu pengetahuan lewat media elektronik seperti radio televisi dan internet. Radio sebagai media komunikasi massa mempunyai kelebihan; Sifatnya mudah dipindahkan (*mobile*); harganya relatif murah dan variasi programnya lebih banyak daripada televisi; Siaran lewat suara terbukti lebih cepat untuk mengajarkan musik dan bahasa karena indra pendengar sangat peka terhadap suara.

Peranan radio sebagai dampak positif media publik adalah mawadahi sebanyak mungkin kebutuhan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan yang sangat urgen yang bisa meningkatkan kapasitas dan kualitas radio, yaitu mengikuti (1) keinginan audiens; (2) menciptakan *sound effect*; (3) membentuk informasi yang meningkatkan daya analisis. Di samping itu, penyiaran dakwah perlu ada kerja sama antara penyiar, direktur, dai (penceramah)

DAFTAR PUSTAKA

- A.H. Hasanuddin Effendy, *Retorika Dakwah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha NASional, 1982).
- Abdullah Syihata, *Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Depag, 1986)
- Aceng Abdullah, *Press Relation*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Ali Abdul Halim Mahmud, *Dakwah fardiyah*, (Jakarta: Gema Insani, 1995)
- Atie Rahmiate, *Radio Komunitas*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007)
- H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)
- Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)
- Ilham Prisgunanto, *Praktik Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Teraju, 2004)
- Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKIS, 2001)
- Onong Uchayana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986)
- Onong Uchayana Efendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung, Mandar Maju, 1990)
- Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Budaya dan Agama*, (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2007).