

Khulasah : Islamic Studies Journal

E-ISSN: 2774-9398 / P-ISSN: 2502-3578

Volume: 03 No: 02 Tahun: 2021

” *Peran Media Massa dalam Dakwah Islam:*

Studi Analisa Konten Dakwah Pada Surat Kabar Media Cakra Bangsa”

Frenky Mubarak, Hasyim

Halaman: 16-31

Peran Media Massa dalam Dakwah Islam: Studi Analisa Konten Dakwah Pada Surat Kabar Media Cakra Bangsa

Frenky Mubarak¹, Hasyim²

¹STAI Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu

²STIDKI NU Indramayu

fbarok@gmail.com, hasyimcb@gmail.com

DOI : 10.55656/kisj.v4i2.113

Disubmit (1 Desember 2021) Direvisi (15 Desember 2021) Disetujui : (25 Desember 2021)

Abstrak

Dakwah, sering kali identik dengan berbicara di atas mimbar dengan menghadapi orang banyak dan menyampaikan pesan-pesan kebaikan. Namun seiring perkembangan media massa, dakwah bukanlah produk yang selalu disampaikan di atas mimbar. Media massa menjadi bagian dari inovasi penyampaian pesan-pesan dakwah. Keberadaan media massa memberikan suasana baru terhadap penyampaian pesan-pesan dakwah yang lebih dinamis dan fleksibel, tentunya mengikuti perkembangan zaman. Media Cakra Bangsa adalah salah satu media massa berbentuk surat kabar yang menjadi salah satu sarana bagi para aktivis dakwah dalam menyalurkan pesan dakwahnya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yakni dengan mengolah sumber data yang diambil dari studi pustaka dan hasil observasi serta wawancara di lapangan penelitian ini mendapatkan beberapa simpulan yakni: (1) Koran Media Cakra Bangsa sebagai penyedia informasi bagi masyarakat memiliki peran yang besar dalam dakwah Islam khususnya dalam mensosialisasikan berbagai peristiwa, opini dan berbagai hal yang memiliki nilai-nilai keislaman yang berguna dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia; (2) Metode dakwah yang digunakan oleh koran MCB adalah Dakwah bit-Tadwin, Dakwah bil-Qalam dan Dakwah bil-Hikmah. Di mana MCB menjalankan dakwah sesuai dengan kapsistasnya sebagai media penyedia informasi yang berarti dakwah yang dilakukannya adalah dengan menggunakan media tulisan yang memiliki nilai-nilai dan hikmah bagi masyarakat luas khususnya bagi umat Islam; dan (3) Pengaruh MCB sebagai media dakwah bagi umat Islam khususnya di Indramayu terbagi menjadi 2 (dua) yakni pengaruh pada subjek yang diberitakan oleh MCB dan pengaruh pada pembaca MCB.

Kata Kunci: media massa, dakwah Islam, surat kabar Media Cakra Bangsa.

Pendahuluan

Dakwah adalah tugas suci seorang muslim untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada umat, dakwah bukan hanya tugas seorang ulama, kiai, para dai, ustadz dan orang-orang yang dianggap menguasai ilmu agama semata, tetapi setiap muslim memiliki kewajiban yang sama untuk menyampaikan dakwah dan menyebarkan agama, Rasulullah SAW bahkan menegaskan tentang pentingnya menyampaikan pesan dari beliau (dakwah) walaupun satu ayat, sebagaimana disebutkan dalam Kitab Shahih Bukhari, hadits 3202 :

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً، وَحَدِّثُوا عَنِّي
إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرْجَ، وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا فَلْيَتَبَوَّأْ مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ

“Dari Abdullah ibn Amr: Bahwa Nabi saw bersabda: Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra’il dan itu tidak apa (dosa). Dan barang siapa yang berdusta atas namaku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka,” (HR Bukhari)

Dakwah adalah kata kerja yang bermakna luas, fleksibel serta terus hidup dan berkembang mengikuti perkembangan zaman, bukan kata mati yang bermakna sempit dan tidak bisa diutak-atik lagi, sehingga muncullah berbagai teori strategi, model dan metode untuk menyampaikan pesan keagamaan tersebut.

Salah satu strategi dakwah dalam merespon perkembangan zaman, khususnya di era perkembangan teknologi informasi seperti saat ini adalah strategi *Dakwah Bit-Tadwin* atau dakwah melalui tulisan dengan penerbitan kitab, internet, media sosial, majalah, bulletin dan koran.

Di Era teknologi saat ini, perkembangan masyarakat dalam kehidupan sosial sangat tergantung akan media massa, dimana media massa sangat memiliki peran dalam hal tersebut. Salah satu peran penting media massa bagi masyarakat yaitu sebagai pemberi informasi, pendidikan, dan hiburan bagi masyarakat sehingga dengan hal demikian masyarakat termotivasi, terpengaruh dan berusaha untuk merubah pola pikir serta cara pandang dalam kehidupan. Selain itu kehadiran media massa sangat membantu proses pembangunan dalam kehidupan masyarakat sosial. Seiring dengan kemajuan teknologi yang erat hubungannya dengan media massa tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan kehidupan masyarakat juga akan semakin lengkap. Dengan perkembangan media massa saat ini masyarakat mampu merespon dan bisa lebih cerdas terhadap realitas yang ada di sekitar efek dari pertumbuhan dinamika kehidupannya (Hendra, 2019, hlm. 136).

Koran sebagai salah satu jenis media massa, memiliki peran strategis, selain menjalankan peran dan fungsinya sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers BAB II Pasal 3 ayat (1) yakni Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, juga bisa menjadi alat dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat.

Media Cakra Bangsa adalah salah satu koran yang didirikan dan dijalankan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam UU Pers tersebut, juga menjalankan fungsi dakwah menyampaikan pesan-pesan moral dan keagamaan kepada masyarakat, atau dengan kata lain pers bisa menjadi media dakwah yang efektif untuk menyebarkan kebajikan dan mengajak masyarakat untuk berperilaku baik dan mengamalkan ajaran agama Islam secara kaffah.

Meskipun koran memiliki peran strategis sebagai media dakwah, namun faktanya tidak semua koran menjalankan fungsinya tersebut, hal ini tentu berkaitan dengan siapakah ownernya, apa visi misinya dan bagaimana tujuan pendiriannya. Namun tidak dengan Media Cakra Bangsa, meskipun koran ini secara umum hampir sama dengan Koran-koran yang lainnya, namun Media Cakra Bangsa memiliki strategi khusus dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat.

Salah satu peran Media Cakra Bangsa dalam berdakwah memilih cara dengan mengapresiasi karya sastra yang termuat dalam Halaman pendidikan, sastra dan budaya. Halaman ini merupakan halaman khusus yang sengaja disediakan oleh pengelola MCB untuk memuat berita seputar pendidikan, mengapresiasi karya sastra dan menjaga budaya bangsa. Dari sekian banyak karya sastra yang dimuat, ternyata berisi karya sastra Islami yang berisi pesan-pesan dakwah kepada masyarakat.

Halaman pendidikan, sastra dan budaya di MCB banyak diminati oleh para pembaca dan para penulis, bahkan para penulis sastra terpaksa harus antri menunggu karyanya dimuat, karena sedemikian banyaknya karya yang masuk ke meja redaksi. Dengan demikian Media Cakra Bangsa telah berhasil melakukan dakwah melalui media karena banyaknya karya sastra yang telah dimuat dengan isi pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai kebajikan serta prinsip-prinsip hidup yang baik.

Selain halaman khusus yang memuat tulisan / berita yang terkait dengan pendidikan, sastera dan budaya, pada halaman-halaman yang lain MCB juga memiliki komitmen yang kuat dalam bidang dakwah. Upaya Media Cakra Bangsa sebagai media dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan tersebut, menarik untuk diteliti guna melihat metode dan pengaruh nilai-nilai dakwah yang ada di MCB. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menuliskan skripsi yang berjudul "Peran Media Massa Dalam Dakwah Islam: Studi Analisa Konten Dakwah Pada Surat Kabar Media Cakra Bangsa."

Penelitian terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan peran media massa dalam dakwah Islam pernah dilakukan beberapa peneliti. A. Rafik dalam artikelnya "Pesan Dakwah Melalui Media Massa (Studi Pendekatan Televisi sebagai Da'i) menjelaskan perkembangan dakwah melalui media elektronik terutama televisi. Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah memiliki kelebihan dan kekurangan. Di antara kelebihan televisi sebagai media dakwah adalah televisi memiliki jangkauan yang sangat luas, bahkan bisa menjangkau mad'u yang berada di tempat yang sangat jauh dan sulit dijangkau, televisi merupakan penggabungan dari media audio (suara) dan visual (gambar). Muatan isi dari media televisi bisa berupa informasi, hiburan maupun pendidikan, bahkan bisa jadi merupakan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Kekurangan televisi sebagai media dakwah atau sebagai da'i diantaranya biaya produksi acara di televisi cenderung mahal, karena siaran di televisi cenderung berorientasi pada keuntungan (profit oriented), sehingga acara Islami sulit bersaing dengan acara-acara lain yang banyak diminati, seperti program-program hiburan, sinetron, film dan lain-lain (Rafik, 2016).

Hj. Sy. Nurul Syobah dalam artikelnya "Konstruksi Media Massa dalam Pengembangan Dakwah" menjelaskan bahwa Pelaksanaan dakwah melalui media sesungguhnya selaras perintah Islam yang mewajibkan sebagian dari umat Islam yang memiliki ilmu untuk berdakwah, terutama ketika seorang muslim melihat kemunkaran yang dilakukan secara terang terangan. Dakwah bukan hanya sekadar kebaikan dan bukan pula untuk menambah jumlah kaum muslimin saja, akan tetapi hal itu dituntut justru untuk mewujudkan tanggung jawab misi umum diutusny Nabi Muhammad saw di tangan umat Islam. Tanggung jawab ini merupakan tanggung jawab setiap individu umat Islam yang wajib ditunaikan, karena tanggung jawab risalah ini telah dibebankan Allah atas umat untuk disampaikan kepada umat manusia setelah Nabi Muhammad wafat. Meskipun demikian, media menyadari bahwa dakwah merupakan kebutuhan masyarakat termasuk

informasi atau pemberitaan soal agama. Dalam konteks ini media mengemasnya dalam bentuk pemberitaan yang mengandung pesan-pesan keagamaan yang diangkat dari peristiwa keagamaan. Proses ini dilakukan dalam bentuk merekonstruksi peristiwa menjadi berita yang diakses publik (Syobah, 2014).

Mita Purnamasari dan Arief Mulyawan Thoriq dalam artikelnya "Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam" menjelaskan bahwa dibandingkan dengan lisan, dakwah melalui tulisan menjadi lebih urgen dan efektif dilakukan yakni berdakwah melalui media sosial dengan internet dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah. Keunggulan dari dakwah dengan model ini tidak menjadikan materi dakwah akan hilang meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat seperti ungkapan Rasulullah Saw , "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada". Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media dalam pengembangan Dakwah Islam. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersumber dari data lapangan yang real. Allah Swt berfirman dalam QS. Saba' : 28 "dan kami tidak mengutus kamu melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui ", sudah jelas bahwa Allah Swt mewajibkan berdakwah kepada sesama umat manusia yang lainnya. Hasil analisa dalam artikel ini menyatakan bahwa media massa sebagai saluran dakwah mempunyai implikasi positif sebagai saluran dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya peran media dalam berdakwah kepada umat manusia lainnya (Purnamasari & Thoriq, 2021).

Akhmad Sukardi, dalam artikelnya "Media Massa dalam Proses Dakwah" menjelaskan bahwa Realitas, menunjukkan bahwa media massa dan media sosial banyak berisi sensasi, manipulasi, kebohongan, kekerasan dan pornografi yang dapat menurunkan martabat manusia. Inilah yang sedang melanda dunia sebagai akibat kebebasan informasi dan kemajuan teknologi. Realitas ini merupakan tantangan dakwah masa kini yang harus dihadapi dengan model dakwah kontemporer dengan memanfaatkan media masa dan media sosial. Dengan memanfaatkan kekuatan media massa, maka peran media massa sangat penting dan strategis dalam pelaksanaan dakwah, terutama dalam pencitraan dan pembentukan perilaku Islami masyarakat. Oleh karena itu media massa seharusnya menjadi da'i atau muballigh yang terorganisasi dan terlembagakan dengan manajemen yang baik serta didukung oleh berbagai unsur, tersedianya banyak da'i terpercaya, teknologi informasi yang canggih, serta didukung citra dan opini publik yang positif terhadap dakwah (Sukardi, 2016).

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut maka belum ada karya ilmiah yang membahas tentang peran media massa dalam dakwah Islam yang mengkhususkan diri pada pembahasan konten dakwah pada surat kabar Media Cakra Bangsa. Oleh karenanya penelitian ini penting untuk dilakukan guna menambah khazanah penelitian berkaitan dengan peran media massa dalam dakwah Islam di Indonesia.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Mukhtar (2013: 10) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Melalui metode ini penulis mencoba mengungkapkan strategi yang digunakan oleh Media Cakra Bangsa dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat.

Menurut Sukmadinata (2005) Dasar penelitian kualitatif merupakan konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran ialah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interkasinya dengan situasi sosial mereka

Menurut Sugiyono (2005) Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek. Alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci.

Penelitian kualitatif deskriptif adalah mendeskripsikan data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka). Hasil analisis data berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti yang disajikan dalam bentuk uraian naratif.

Hakikat pemaparan data pada umumnya menjawab pertanyaan-pertanyaan mengapa dan bagaimana suatu fenomena terjadi, untuk itu peneliti dituntut memahami dan menguasai bidang ilmu yang ditelitinya sehingga dapat memberikan justifikasi mengenai konsep dan makna yang terkandung dalam data.

Media massa sebagai model komunikasi publik

Oleh sejumlah pakar sosiologi, konstruksi sosial hampir tidak dapat dipisahkan dalam jajaran teori-teori komunikasi massa. Dalam perkembangannya, ilmu komunikasi massa sebagai bagian dari ilmu komunikasi telah mengalami kemajuan yang sedemikian pesat hingga saat ini. Gagasan awal Aristoteles, yaitu (a) komunikator, (b) pesan, dan (c) penerima, telah diperpanjang pula oleh gagasan Harold Dwight Lasswell menjadi: (1) *who*, (b) *say what*, (c) *in with what channel*, (d) *to whom*, (e) *whith, effect* (Ende, 2014, hlm. 1).

Model komunikasi ini sarat dengan asumsi yang intinya yaitu; jika komunikator menentukan gagasan atau pesan, kemudian diarahkan kepada khalayak (audiens) pilihannya melalui saluran atau keluar hasil yang diinginkan. Dari komunikator kepada khalayak hanya ada satu jalan, dengan arus satu arah pula. Ini adalah paradigma lama yang bertumpu pada konsepsi linier yang menggambarkan proses komunikasi secara sederhana seolah berjalan menurut garis lurus, seperti: (a) komunikator menciptakan pesan, (b) untuk diteruskan kepada komunikan, (c) yang akan meluncur lewat saluran, (d) dan akhirnya melahirkan gagasan sesuai dengan harapan komunikator.

Bagi kalangan masyarakat tertentu khususnya tokoh, pemuka masyarakat, media massa merupakan infrastruktur kekuasaan (*power*). Adapun kebijakan perundang-undangan, peraturan, dan lainnya, merupakan refleksi dari keterlibatan kalangan "*dominant class*".

Di lain pihak, kalangan masyarakat (*subordinate class*) menghadapkan media massa sebagai alat kontrol sosial dan perubahan. Dengan demikian jelas sekali bahwa media massa dihadapkan suatu dilema, yakni menghadapi berbagai benturan kepentingan.

Kelangsungan hidup media massa jelas tergantung pada bagaimana memelihara keseimbangan diantara berbagai kepentingan tersebut. Misalnya, apabila yang diutamakan hanya kepentingan “dominant class”, maka media massa tersebut akan lalu di pasaran, dalam arti banyak khalayaknya.

Di lain pihak, apabila hanya mementingkan kepentingan dan kebutuhan khalayak, sementara kebutuhan “dominant class” diabaikan, maka bisa jadi media massa tersebut akan dikenakan tindakan hukum.¹⁰ Sementara itu, faktor manusia (*human factor*) mulai diakui dengan lahirnya komunikasi umpan balik atau komunikasi yang memperhatikan khalayak, yang kemudian lebih populer dengan istilah komunikasi (*two way communications*) (Santoso, 2016, hlm. 33).

Perkembangan media massa sejak awal abad ke 20 melalui media cetak dan kini melalui media elektronik dan internet membuat perubahan sosial dalam masyarakat berlangsung dengan sangat cepat. Hal ini dikarenakan perputaran aliran informasi menjadikan proses dialektika yang sangat cepat dan berpengaruh pada perilaku manusia sebagai subjek utama perubahan sosial.

Berdasarkan hal tersebut maka selayaknya media massa harus senantiasa berada pada perannya sebagai control social, penyaji informasi yang benar dan pencerah bagi banyak orang. Untuk menjalankan fungsinya tersebut media massa harus senantiasa bersikap independen sehingga kebebasan pers tidak dituding sebagai media propaganda bagi kelompok-kelompok yang berkepentingan (Amalia & Haris, 2019, hlm. 72).

Koran sebagai media massa dan perannya dalam penyaluran informasi bagi masyarakat

Koran adalah salah media cetak dan bahkan merupakan media massa tertua dalam sejarah peradaban manusia, Taufik (2012: 62) menyebutkan, Dasar kelahiran surat kabar modern (*modern newspaper*) adalah *acta diurna* (*daily acts*) yang merupakan pengumuman dan laporan berbagai kegiatan politik serta kejadian di masyarakat pada masa Romawi klasik. Pada abad pertengahan, menuskrip *news letters* dari kelompok perusahaan keluarga Fugger di Augsburg juga disebut-sebut sebagai cikal persurat kabaran.

Menurut Cangara (2012: 149) catatan sejarah surat kabar yang pertama tiba di Indonesia adalah *Memorie des Nouvelles* pada 1615. Surat kabar yang berbentuk *news letter* ini ditujukan untuk pegawai kerajaan Belanda yang bertugas di Indonesia. Surat kabar pertama terbit di Indonesia yakni *Betaviaise Nouvelles en Politique Raisoven Mensen* pada 1744 dalam bahasa Belanda. Surat kabar berbahasa Melayu ialah *Bromor-tini* di Surakarta pada 1855, menyusul surat abarBahasa Melayu di Surabaya pada 1856. Sampai memasuki tahun 1920 terdapat 18 surat kabar berbahasa Belanda dan 12 surat kabar berbahasa Melayu dan Lokal yang terbit di Indonesia. Di Sumatra sendiri surat kabar pertama ialah *Pewartar Deli* yang terbit pada 1920 dan di Sulawesi *Suasana Baru* pada 1932.

Menurut Arifin (2011: 103-105) Koran memiliki kelebihan sebagai media dakwah antara lain, surat kabar memiliki keunggulan sebagai alat komunikasi massadan media dakwah, yang mewakili media dari golongan *the printed writing* (yang berbentuk tulisan) atau media dari golongan media visual (yang hanya dapat ditangkap oleh mata), yaitu dapat dibaca kapan dan di mana saja. Surat kabar (Koran) juga relatif lebih mampu membawakan materi yang panjang dan masalah yang kompleks. Kompleksitas dan panjangnya materi ditambah pula variasinya yang tak terbatas, sangat berpengaruh pada penerimaan khalayak

terhadap materi yang disuguhkan kepadanya. Itulah sebabnya keunggulan surat kabar dan majalah tidak dijumpai pada media lainnya seperti film, radio dan televisi.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa koran sebagai media cetak memiliki kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu media elektronik dan media online. Kelebihan media cetak yaitu: 1) Dapat dibaca berkali-kali, jika disimpan; 2) Membuat seseorang berpikir secara lebih spesifik mengenai isi tulisan; 3) Dapat dikoleksi; 4) Harganya cukup terjangkau; dan 5) Mampu menjelaskan hal yang bersifat kompleks dengan lebih baik. Sedangkan kekurangan media cetak adalah: 1) Lambat dalam memberikan informasi, sebab perlu menunggu proses cetak dan pendistribusian sebelum menyebarkan informasi tersebut; 2) Tidak dapat menyebarkan informasi secara langsung; 3) Hanya dapat menampilkan tulisan atau gambar; 4) Efek visual hanya berupa gambar; dan 5) Biaya produksi cukup mahal. Sebab perlu dicetak dan dikirim sebelum sampai kepada pembaca (Suyusa & Sedana, 2020, hlm. 59).

Media Massa sebagai Media Dakwah

Setiap pemuka agama mengajarkan klaim bahwa agamanya adalah agama yang paling benar. Maka tidaklah mengherankan apabila mereka (agamaan) berusaha sekuat tenaga untuk memperkenalkan dan menyebarkan agamanya, lebih-lebih dalam agama yang mereka anut terdapat kewajiban untuk menyebarkan agamanya dan mengajak orang di luar mereka untuk menganut apa yang mereka yakini.

Sosialisasi agama pada mulanya berlangsung secara lambat, hal tersebut dikarenakan media yang digunakan adalah media tradisional yang memiliki keterbatasan-keterbatasan sehingga pesan yang dikirimkan memiliki keterbatasan pula. Namun Saat ini media telah berkembang sedemikian pesat dan memungkinkan untuk menjangkau area-area yang tidak dapat dijangkau media tradisional. dengan demikian, sosialisasi nilai-nilai keagamaan akan menyebar cepat dan luas tanpa terbatas (Arifin, 2011, hlm. 35).

Bagi suatu agama, sosialisasi menjadi hal yang sangat penting mengingat hal tersebut merupakan perintah agama. Dalam hal ini sosialisasi merupakan dasar bagi setiap sub sistem dalam sebuah masyarakat yang berjuang untuk melanjutkan dan mempertahankan sebuah sistem yang stabil khususnya agama.

Sosialisasi sendiri mengandung tujuan bagaimana kebudayaan (kepercayaan, tradisi, gaya hidup, bahasa, aturan, dll) dibagi dan dipertukarkan dari luar masyarakat, dan dibagi atau dipertukarkan ke dalam dan menjadikannya sebagai bagian dari pernghayatan cara hidup yang terorganisir. Proses membawa dari eksternal dan ke internal tersebut berlangsung melalui *learning*, yakni melalui peran sebuah agen. Dalam hal ini, media menjadi agen agama untuk membagi dan menyebarkan kepercayaan, tradisi, gaya hidup, bahasa, aturan, dll bagi masyarakat.

Dalam Islam sosialisasi keagamaan ini disebut dengan dakwah. Pengertian dakwah secara etimologi Dakwah berasal dari bahasa Arab yang *دعا - يدعو* menjadi bentuk masdar *دعوة* yang berarti *Seruan, Ajakan, atau Panggilan*. Seruan yang digunakan dalam Dakwah merubah pola serta kebiasaan hidup. Dari kata Seruan, Dakwah memiliki banyak arti yang bisa digunakan secara luas tidak hanya dalam Agama, dimana kata Dakwah sering digunakan namun Seruan yang diberikan bisa dimaknai dalam hal positif maupun negatif.

Pengertian Dakwah Secara terminologis. Dalam artian terminologis lebih cenderung diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh seorang pendakwah agar kembali ke jalan yang benar. Dalam pembahasan ini pendakwah merujuk pada seseorang mubaligh atau penceramah yang menyampaikan Dakwah. Penggunaan kata dakwah hanya merujuk pada ajakan yang disampaikan oleh penceramah dalam agama Islam karena asal bahasa Arab yang sangat erat dikaitkan sebagai asal dan tempat agama Islam berkembang. Dari beberapa pendapat Ahli, seperti Salahuddin Sanusi, Timur Djaelani, Thoha Yahya Omar, Hasyimi dan Abdul Karim hanya menyampaikan kata Dakwah dalam redaksi yang berbeda namun arti yang dimaksud adalah seruan yang berupa penyampaian larangan serta perintah Allah agama seseorang menghindari tindakan yang dapat menghasilkan Dosa.

Menurut A. Hasmy dalam bukunya dustur dakwah menurut Al-Qur'an, mendefinisikan dakwah yaitu: mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri. Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah Islam adalah memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Menurut Amrullah Ahmad .ed, dakwah islami merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia pada tataran kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran kegiatan individual dan sosiokultural dalam rangka mengesahkan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan cara tertentu. Menurut Amin Rais, dakwah adalah gerakan simultan dalam berbagai bidang kehidupan untuk mengubah status agar nilai-nilai Islam memperoleh kesempatan untuk tumbuh subur demi kebahagiaan seluruh umat manusia. Menurut Farid Ma'ruf Noor, dakwah merupakan suatu perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung tinggi undang-undang Ilahi dalam hidup dan kehidupannya. Menurut Abu Bakar Atjeh, dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, yang dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. Sedangkan Menurut Toha Yahya, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan dunia (Purnamasari & Thoriq, 2021, hlm. 89).

Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa dakwah telah beralih menjadi memiliki konotasi yang sebelumnya bersifat umum menjadi bersifat khusus yakni seruan kepada semua manusia baik muslim maupun non muslim untuk menjalankan hidup sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang diatur oleh agama. Adapun aktivitas dakwah itu sendiri muncul dari buah keimanan teologis agama Islam yang memerintahkan untuk senantiasa mengajak manusia untuk dapat bersama-sama mendapatkan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Jenis dan Metode Dakwah

1. Fiqhud Dakwah

Fiqhud Dakwah adalah suatu proses memahami aspek serta tatacara yang berhubungan dengan dakwah, Tujuan ini adalah menyampaikan suatu kabar atau seruan dengan cara-cara yang benar sehingga terhindar dari perbuatan Fasiq. Anjuran dalam

menyampaikan dakwah yang sesuai dengan kebenaran Islam dalam menyampaikan Risalah al-Islamiyah.

2. *Dakwah Fardiah*

Dakwah Fardiah adalah metode dakwah yang ditujukan kepada kelompok kecil orang dan disampaikan secara terbatas. Dakwah Fardiah disampaikan tanpa terencana sehingga proses penyampaian tidak terstruktur dengan baik dari segi tata tertib. Metode dakwah seperti dapat berupa menasehati orang lain ketika melakukan kesalahan secara langsung dalam bentuk teguran, anjuran atau contoh dalam melakukan sesuatu. Dalam hal ini juga dapat dikategorikan seperti menjenguk orang yang sakit, memberikan ucapan selamat atau tahniah seperti acara kelahiran atau tasmiyah.

3. *Dakwah 'Ammah,*

Berdakwah dengan cara menyampaikan sesuatu secara lisan kepada orang banyak disebut dengan Dakwah 'Ammah. Tujuan dari Dakwah ammah adalah menanamkan sebuah faham agar orang yang mendengar terpengaruh dengan ucapan yang disampaikan. Contoh dari Dakwah 'ammah dapat dalam bentuk ceramah atau dalam ranah yang lebih formal adalah Khutbah karena memiliki rukun yang harus dilaksanakan tertib.

4. *Dakwah bil-Lisan,*

Dakwah bil-Lisan hampir sejenis dengan Dakwah 'Ammah metode penyampaiannya disampaikan secara lisan. Kata lisan merujuk pada kata ceramah atau komunikasi menggunakan lidah atau ucapan. Dakwah jenis ini menjadi efektif bila disampaikan berkaitan dengan hari ibadah seperti hari raya idul fitri, idul adha ataupun pada hari jum'at.

5. *Dakwah bil-Haal,*

Dakwah bil-haal merupakan metode dakwah dengan memberikan contoh melalui perbuatan secara langsung. *Dakwah bil-Haal* ini bertujuan agar orang-orang mengikuti jejak dari si pendakwah atau Da'i. Dari beberapa kajian psikologi, hal yang paling berpengaruh adalah dakwah bil-haal karena menunjukkan sesuatu yang bisa dilaksanakan dan lebih mudah membuat orang lain percaya melalui perbuatan dibandingkan dengan lisan.

6. *Dakwah bit-tadwin.*

Dakwah bit-tadwin adalah sebuah metode dakwah yang dilakukan melalui tulisan. Metode dakwah ini disampaikan dengan cara menuliskan penjelasan mengenai seruan yang hendak disampaikan. Seruan tersebut boleh dituliskan dalam berbagai media yang populer digunakan orang banyak sehingga mudah untuk dibaca, seperti menuliskan dalam buku, media sosial, blog dan sejenisnya. Nabi Muhammad pernah bersabda bahwa "sesungguhnya Tinta pada ulama lebih baik dari darah para Syuhada".

7. *Dakwah bil-hikmah.*

Dakwah bil hikmah adalah menyampaikan seruan secara arif dan juga bijaksana. Memberikan kesempatan bagi para pendengar untuk mengambil keputusan sendiri dan tidak dengan melalui paksaan sehingga pelaku benar-benar melakukan karena Allah. Menyampaikan dakwah secara persuasif dan membuat tersadar dengan sendirinya. Metode dakwah ini adalah metode dakwah yang paling sulit namun paling bermakna, biasanya ditujukan pada mereka yang belum memeluk agama Islam.

Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Media Cakra Bangsa

Media Cakra Bangsa adalah koran/ surat kabar yang terbit setiap minggu sekali. Kantor Redaksi Media Cakra Bangsa beralamat di Perum Balongan Asri 1 Jl. Asri I Balongan Indramayu Jawa Barat. Surat Kabar ini diterbitkan oleh PT. Cakra Media Utama. Akta Notaris Nomor 04 Tanggal 11 April 2014 Notaris Citra Yoanita, S.H., M.Kn. Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia AHU-02212.40.10.2024.

Adapun struktur organisasi PT Media Cakra Utama sebagai penerbit Surat Kabar Media Cakra Bangsa adalah:

Komisaris : Hasyim

Direktur Utama : Iin Rohimin

Sedangkan struktur organisasi di dalam surat kabar Media Cakra Bangsa adalah:

Pemimpin Umum : Hasyim

Pemimpin Perusahaan : Panji Purnama

Pemimpin Redaksi : Iin Rohimin

Wakil Pemimpin Redaksi : Ato Supanto

Redaktur : Acep Syahril, Agus Sulistijono

Dewan Redaksi : Hasyim, Panji Purnama, Iin Rohimin, Acep Syahril, Ato Supanto

Sekretaris Redaksi : M. Riza Sativana

Sirkulasi dan Iklan : Saefurokhim

Keuangan dan Umum : Inanah

Layouter : Ibnu

Koordinator Liputan : Ato S.

Wartawan : Wartawan Media Cakra Bangsa tersebar di seluruh Indonesia.

2. Pangsa Pasar Media Cakra Bangsa

Media Cakra Bangsa adalah surat kabar mingguan yang memiliki jaringan dan pangsa pasar yang luas di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya koordinator wartawan yang tersebar di seluruh Indonesia seperti: Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bogor, Subang, Indramayu, Sukabumi, Karawang, Garut, Bandung, Cimahi, Purwakarta, Sumedang, Cirebon, Majalengka, Kuningan, Ciamis, Banjar dan Pangandaran, Brebes, Tegal, Pemalang, Pekalongan, Cilacap, Semarang, Temanggung, Grobogan, Pati / Rembang, Blora, Surabaya, Nganjuk, Jombang, Mojokerto, Madura, Sidoarjo, Banten, Lebak, Pandeglang, Bangka Belitung, Bangka, Blitar, Pangkal Pinang, Bangka Selatan, Lampung Barat, Pringsewu, Sumatra Selatan dan Sulawesi Tenggara.

3. Visi dan Misi Media Cakra Bangsa

Media Cakra Bangsa memiliki Visi yang selalu ditampilkan pada logo Media Cakra Bangsa yaitu "Membangun Masyarakat Cerdas". Penentuan visi tersebut memiliki harapan bahwa masyarakat dalam suatu bangsa akan memiliki kecerdasan yang tinggi dalam membangun bangsa dan negaranya jika mendapatkan informasi dan pengetahuan yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan validitasnya. Hal ini lah maka peran Media Cakra Bangsa sebagai salah satu penyedia informasi bagi masyarakat dituntut untuk mampu menyuguhkan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan validitasnya.

Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode observasi dan wawancara ini mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Data Hasil Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan di kantor redaksi Media Cakra Bangsa pada tanggal 28 Oktober 2021. Adapun sebagai nara sumber atau subjek wawancara ini adalah: a) Pemimpin Redaksi Media Cakra Bangsa, Iin Rohimin, b) Redaktur Media Cakra Bangsa, Acep Syahril, dan c) Kepala Biro Media Cakra Bangsa, Indramayu, Tosim.

Berdasarkan wawancara dari tiga narasumber tersebut terdapat beberapa data yang diperoleh yakni:

- a. Koran Media Cakra Bangsa adalah media independen yang tidak berafiliasi pada kepentingan organisasi atau partai politik mana pun. Pada beberapa momen tertentu dalam mempertahankan independensinya ini Media Cakra Bangsa sering berhadapan dengan rezim penguasa lokal yang ingin mengatur alur informasi yang tersebar di masyarakat agar sesuai dengan kepentingan penguasa.
- b. Koran Media Cakra Bangsa mengedepankan sisi keterbukaan dalam penyaluran informasi ke masyarakat.
- c. Koran Media Cakra Bangsa memberikan keleluasaan bagi siapapun untuk menjadi kontributor baik sebagai pewarta yang melaporkan peristiwa maupun sebagai penulis opini.
- d. Koran Media Cakra Bangsa masih mempertahankan diri sebagai media yang tetap konsisten dalam menggunakan media cetak dalam penyebaran informasinya, hal ini dikarenakan terdapat beberapa konsumen yang menjadi sasaran koran Media Cakra Bangsa yang tidak terlalu aktif dalam mengikuti perkembangan informasi di media on line.
- e. Kredibilitas koran Media Cakra Bangsa tidak hanya dalam cakupan lokal Indramayu saja tetapi telah berskala nasional. Hal tersebut dibuktikan dengan apresiasi Presiden RI. Ir. Joko Widodo yang mengundang Pemimpin Redaksi Media Cakra Bangsa, Iin Rohimin, dalam beberapa pertemuan Nasional.

2. Data Hasil Observasi dan Dokumentasi

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis, ditemukan beberapa hasil penelitian yakni:

a. Halaman Sorot Mata Anak Bangsa

Halam ini merupakan halaman yang diasuh oleh Iim Rohimin sebagai Pemimpin Redaksi pada koran mingguan Media Cakra Bangsa. Pada Edisi 25 - 31 Oktober 2021, Iim Nurahim menuliskan sebuah tajuk yang berjudul "Siapakah Santri itu?". Tulisan ini merupakan bentuk apresiasi redaksi MCB dalam menyambat Hari Santri Nasional (HSN) yang jatuh pada tanggal 22 Oktober. Dalam tulisannya, Iim Nurahim menjelaskan bahwa peran santri sangat besar dalam pembangunan bangsa dan negara Indoensia, sejak era pejahahan, perjuangan kemerdekaan bahkan hingga saat ini. Penetapan HSN oleh pemerintah Republik Indonesia pada era presiden Joko Widodo merupakan bentuk apresiasi yang tinggi terhadap perjuangan santri. Oleh karenanya, santri harus bangga terhadap eksistensi dirinya di negara ini, dan tetap terus memupuk diri berbagai ilmu pengetahuan, tidak hanya pengetahuan agama Islam tetapi juga ilmu pengetahuan secara umum. Hal ini karena dakwah di era kontemporer saat ini harus dilakukan dari berbagai

sisi baik bidang ekonomi, politik, maupun pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat berguna bagi masyarakat luas.

b. Halaman Peristiwa dan Figur

Halaman ini merupakan halaman berwarna yang ada di halaman belakang koran Media Cakra Bangsa. Halaman ini menceritakan berbagai peristiwa yang patut dijadikan perhatian khusus bagi masyarakat. Pada Edisi 25-31 Oktober 2021, halaman ini dengan berani memberitakan sebuah berita yang bertajuk " Oknum Berseragam Diduga Bekingi Pekat di Indramayu". Dalam tulisan tersebut diceritakan bahwa terdapat aparat penegak hukum (APH) yang mengambil keuntungan dalam maraknya penyakit masyarakat (pekat) di Desa Kedokanbunder yang harus segera disikapi oleh pemerintah kabupaten Indramayu. Keberanian MCB mengungkapkan berita ini patut diapresiasi karena merupakan salah satu keberanian dalam upaya membersihkan masyarakat dari kegiatan maksiat.

c. Halaman Berita Regional

Halaman berita regional adalah halaman berita yang merangkum berbagai peristiwa yang terjadi di berbagai daerah. Halaman berita regional terbagi menjadi: Cakra Jabar, Cakra Jateng Jatim dan Cakra Nusantara. Pada Edisi 8 - 14 Maret 2021 terdapat berita yang bertajuk "PAC Sukra Jadi Tuan Rumah PKD ke-8 GP Anshor Indramayu". GP Anshor merupakan organisasi massa kepemudaan Islam yang merupakan badan otonom dari Nahdlatul Ulama, oleh karenanya dalam setiap kegiatannya selalu berdasarkan semangat dakwah Islamiah. Dengan diberitakannya kegiatan GP Anshar tersebut maka akan dapat meningkatkan popularitas GP Anshar di masyarakat secara luas, dan diharapkan akan dapat menarik minat para generasi muda Islam untuk bergabung di organisasi ini.

Pada Edisi 6 - 12 September 2021, koran mingguan Media Cakra Bangsa memuat sebuah berita yang bertajuk "Ponpes Al Amiriyah Gelar Silaturahmi Pengasuh Pondok Pesantren untuk Kemandirian Ekonomi". Dalam tulisan tersebut diberitakan bahwa Forum Komunikasi Pondok Pesantren (FKPP) Kabupaten Tegal menggelar acara silaturahmi antar pondok pesantren di kabupaten Tegal. Adapun tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk mengajak pondok pesantren untuk dapat mandiri secara ekonomi dengan cara melakukan inovasi-inovasi yang dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai jual tinggi di masyarakat. Dengan program ini pula, diharapkan para santri di berbagai pondok pesantren dapat memiliki kemampuan wirausaha yang kuat ketika mereka lulus dari pondok pesantren.

d. Halaman Pendidikan, Sastra dan Budaya

Halaman ini merupakan halaman yang sering dijadikan sebagai wahana bagi penulis khususnya para ulama untuk menyebarkan dakwahnya baik berbentuk tulisan opini naratif maupun dalam bentuk karya sastra prosa dan puisi. Karya yang dimuat di muat di koran Media Cakra Bangsa memiliki pesan-pesan religius yang bijak, terutama berkaitan dengan pesan religius. Salah satunya adalah puisi karya Sudarmono yang menceritakan tentang ketabahan dalam menghadapi virus Corona dengan tetap meyakinkan diri bahwa Tuhan akan selalu memberikan hikmah disetiap musibah jika kita tidak menyerah pada keadaan. Puisi yang berjudul *Elegi Bulan Ini* diterbitkan pada Edisi 30 Agustus - 5 September 2021.

Elegi Bulan Ini

Dukamu dukaku

*Duka kita mengerucut
Dalam bulan Juli ini
Tak memandang siapa tuan
Dari titik koma lalu mati*

*Tuhan selalu berkenan
Berkehendak pada citra-Nya
Disampaikan umat manusia
Dijabarkan duka virus
Berkepanjangan salah urus*

*Patahkah semangat kita
Tidak hanya miris senasib
Di daftar antrian terpanggil
Dipetakan yang berwajib
Indikasinya mati ini samar*

Muntilan, 20 Juli 2021

Peran Media Cakra Bangsa sebagai Media Dakwah Islam

Keberadaan media massa di tengah masyarakat sangat urgen bahkan mampu mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat. Ketika sebuah peristiwa dikonstruksi media menjadi tayangan bermuatan dakwah dan diakses publik yang meliputi umat Islam selaku mad'u, tentu konstruksi media atas teks atau tayangan dalam konstruk dakwah merupakan harapan bagi pengembangan dakwah melalui media massa yang diyakini pengaruhnya signifikan. Media massa diyakini dapat memberi kesan khusus dan efek terhadap individu, kelompok atau lingkungan tertentu (Slamet & Laila, 2018, hlm. 90).

Meskipun secara Media Cakra Bangsa bukanlah media yang secara khusus berperan sebagai sarana dakwah Islam namun dalam beberapa tulisan yang dimuat di media massa ini memiliki kandungan dakwah Islam. Hal ini dikarenakan sebagai media yang memiliki untuk menyalurkan berbagai informasi yang dapat mejadi perantara pembangunan manusia Indonesia yang memiliki karakter kebangsaan yang kuat diperlukan juga pendekatan yang berkaitan dengan agama.

Hal ini juga merupakan implikasi dari ideologi Pancasila yang dianut oleh bangsa Indonesia di mana nasionalisme diapandang sebagai sesuatu yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai normative agama, khususnya Islam. Bahkan dengan mewujudkan negara dan bangsa yang kuat dan menjunjung sisi nasionalisme maka secara otomatis nilai-nilai agama akan dapat terselenggara dengan baik bagi seluruh warga negara Indoensia.

Berkaitan dengan bentuk Media Cakra Bangsa sebagai koran / surat kabar cetak yang terbit seminggu sekali, tentunya memiliki tantangan tersendiri di era perkembangan teknologi informasi saat ini. Meski perkembangan media online dan elektronik semakin maju pada faktanya para pengelola Media Cakra Bangsa masih tetap bertahan sebagai media cetak dan hingga saat ini tidak berusaha untuk melebarkan sayap ke bentuk media massa daring (online).

Berdasarkan hasil observasi penulis, kemampuan media massa cetak seperti Media Cakra Bangsa tetap bertahan adalah dikarenakan tetap memelihara untuk memenuhi selera pengguna jasa menjadi faktor tertariknya publik memanfaatkannya. Hal ini

dikarenakan tujuan utama memanfaatkan sumber media massa berupa kebutuhan informasi, informasi yang baru, aktual, sesuai kebutuhan, dan utuh. Akan tetapi, kebutuhan konsumen tersebut antar-penyedia jasa informasi selalu dinamis dalam rangka memenuhi selera konsumen. Media massa cetak sebagai media dakwah realitasnya menghadapi persaingan ketat, di antaranya dari media massa berbasis dunia maya. Untuk mempertahankan pelayanannya di bidang dakwah, media massa cetak harus mengoptimalkan perannya memenuhi selera pengguna jasa. Optimalisasi tertuju pada kemasan pemberitaan yang aktual, tuntas, sesuai kebutuhan pembaca yakni faktor lokalitas dan ketersediaan informasi lapangan kerja (bagi pencari kerja) dan media mempublik hasil produksi (iklanisasi). Bila hal ini terpenuhi, peran media massa cetak sebagai alternatif media dakwah dapat tetap di hati pembaca. Di sisi lain, media massa cetak harus mampu meningkatkan kualitas diri di tengah kelemahan yang dimiliki media maya. Satu hal yang harus ditelaah secara mendalam bahwa media massa cetak sangat mengandalkan pembelian dari konsumen, terutama bagi pelanggan (abonemen) sehingga upaya eksis tetap terjaga bila kemasan berita berkesinambungan dan tuntas. Dunia ini, bidang apapun selalu menghadapi kompetitor sebagai bagian dari konsekuensi hidup. Di balik kompetisi, perlu upaya optimal dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas hasil kerja. Bila upaya ini tanpa disertai kreativitas dan spekulasi dari pengelolanya, keberadaan media cetak dalam posisi devensif (bertahan) bagian dari keterancaman eksistensi (Rosyid, 2014, hlm. 2).

Metode yang digunakan oleh Media Cakra Bangsa sebagai Media Dakwah

Dakwah bit-tadwin.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *dakwah bit-tadwin* adalah sebuah metode dakwah yang dilakukan melalui tulisan. Metode dakwah ini disampaikan dengan cara menuliskan penjelasan mengenai seruan yang hendak disampaikan. Seruan tersebut boleh dituliskan dalam berbagai media yang populer digunakan orang banyak sehingga mudah untuk dibaca, seperti menuliskan dalam buku, media sosial, blog dan sejenisnya.

Dalam istilah yang lain *dakwah bit-tadwin* disebut juga sebagai *dakwah bil-qalam* yang memiliki pengertian metode dakwah yang menggunakan pena (*qalam*) sebagai alat dakwah. Kelebihan *dakwah bit-tadwin / bil-qalam* ini adalah bahwasanya dakwah menggunakan media tulisan memiliki cakupan dakwah yang lebih luas karena informasi atau materi dakwahnya dapat didapatkan oleh sasaran dakwah yang membacanya kapan pun dan di mana pun.

Sebagai media massa yang berbentuk koran / surat kabar cetak, Media Cakra Bangsa dalam menjalankan fungsi dakwahnya termasuk dalam kategori *dakwah bit-tadwin*. Melalui berbagai rubrik dan halamannya memuat berbagai tulisan baik berupa opini, berita, maupun karya sastra yang mengandung nilai-nilai sosial religius. Diharapkan dengan memberikan informasi dalam bentuk tulisan ini, Media Cakra Bangsa dapat menjadi salah satu wahana perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik.

Dakwah Bil-Hikmah

Dakwah bil hikmah adalah menyampaikan seruan secara arif dan juga bijaksana. Pada intinya *dakwah bil-hikmah* baik disampaikan melalui lisan maupun tulisan bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran yang timbul dari dalam diri *Mad'u* atau orang yang menjadi objek / sasaran dakwah.

Berkaitan dengan posisinya sebagai lembaga pers, koran mingguan Media Cakra Bangsa merupakan lembaga penyeimbang terhadap berbagai informasi yang tersebar di media sosial. Hal ini dikarenakan informasi-informasi yang tersebar di media sosial tersebut memiliki kemungkinan untuk terindikasi sebagai berita bohong (hoax). Maka sebagai lembaga pers yang memiliki kredibilitas yang dapat dipertanggung jawabkan secara hukum, Media Cakra Bangsa menjadi salah satu rujukan bagi pembaca untuk memahami berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat.

Pengaruh Media Cakra Bangsa sebagai Media Dakwah bagi Umat Islam di Indramayu

Media Massa memiliki posisi yang penting dalam kehidupan masyarakat, sehingga media massa ditempatkan sebagai komunikasi massa yang berperan sebagai komunikator serta agen of change, menjadi pelopor perubahan dalam lingkungan publik yang dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan berupa informasi, hiburan, pendidikan maupun pesan-pesan lainnya dan dapat dijangkau masyarakat secara luas. Sebagai bentuk dari pentingnya media dapat dilihat dari pengaruh yang dirasakan oleh khalayak, mulai dari aspek kognitif, afektif, hingga konatif dari media massa dan dampak positif negatif dari media sosial. Walaupun posisi dan peran media sangat penting akan tetapi masyarakat juga harus berhati-hati dengan media mengingat bahwa sifat media yang begitu fleksibel. Nilai negatif atas peranan media di Indonesia bisa saja terjadi baik dari media massa ataupun media sosial, sehingga perlu adanya perhatian dari setiap pihak, baik dari pengelola media hingga masyarakat itu sendiri. Keikutsertaan beberapa pihak dalam memperhatikan media diharapkan dapat menyaring hal-hal negatif yang mungkin dapat terjadi (Khatimah, 2018, hlm. 120).

Sebagai media penyedia informasi bagi masyarakat luas, koran MCB memiliki pengaruh baik bagi subjek yang diberitakan maupun bagi para pembacanya. Adapun pengaruh MCB bagi subjek yang diberitakan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media sosialisasi lembaga pendidikan, pemerintahan dan organisasi keagamaan dalam menyebarkan berbagai informasi seputar kegiatan dan program kerjanya. Khususnya informasi yang berkaitan dengan dakwah Islam dan pengembangan masyarakat secara umum.
2. Sebagai penyalur aspirasi masyarakat yang membutuhkan penanganan segera oleh beberapa pihak yang berwenang. Misalnya ketika MCB menceritakan tentang maraknya penyakit masyarakat (pekat) di suatu daerah yang meresahkan masyarakat, maka dengan diberitkannya hal tersebut diharapkan pihak berwenang seperti pemerintah daerah, maupun kepolisian dapat segera bertindak.

Sedangkan pengaruh MCB bagi pembaca koran ini adalah sebagai berikut:

1. Para pembaca mendapatkan informasi yang lengkap seputar peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakatnya. Dengan demikian masyarakat pembaca MCB dapat memiliki wawasan yang luas seputar berbagai peristiwa yang terjadi dan opini yang berkembang berkaitan dengan peristiwa-peristiwa tersebut.
2. Para pembaca diberikan kesempatan untuk berpartisipasi pula sebagai penulis dalam berbagai halaman atau kolom yang disediakan oleh MCB. Pemberian kesempatan untuk menulis di MCB ini sangat berguna bagi para ulama yang ingin menuliskan pesan dakwahnya ke masyarakat luas.

Simpulan

Berdasarkan uraian yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya dalam skripsi ini, maka penulis dapat menarik simpulan:

1. Koran Media Cakra Bangsa sebagai penyedia informasi bagi masyarakat memiliki peran yang besar dalam dakwah Islam khususnya dalam mensosialisasikan berbagai peristiwa, opini dan berbagai hal yang memiliki nilai-nilai keislaman yang berguna dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia.
2. Metode dakwah yang digunakan oleh koran MCB adalah *Dakwah bit-Tadwin*, *Dakwah bil-Qalam* dan *Dakwah bil-Hikmah*. Di mana MCB menjalankan dakwah sesuai dengan kapsistasnya sebagai media penyedia inforasi yang berarti dakwah yang dilakukannya dalah dengan menggunakan media tulisan yang memiliki nilai-nilai dan hikmah bagi masyarakat luas khususnya bagi umat Islam.
3. Pengaruh MCB sebagai media dakwah bagi umat Islam khususnya di Indramayu terbagi menjadi 2 (dua) yakni pengaruh pada subjek yang diberitakan oleh MCB dan pengaruh pada pembaca MCB.

Referensi

- Amalia, A., & Haris, A. (2019). Wacana Islamophobia di Media Massa. *Medium Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 7(1), 71-81.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kotemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Ende, A. A. (2014). *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Prenada Media Grup.
- Hendra, T. (2019). Media Massa dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal At-Taghyir*, 1(2), 136-152.
- Khatimah, K. (2018). Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119-136.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqies*, 2(2), 87-99.
- Rafik, A. (2016). Pesan Dakwah Melalui Media Massa (Studi Pendekatan Televisi sebagai Da'i). *Jurnal Al-Muttaqin*, IV(1), 1-8.
- Rosyid, Moh. (2014). Upaya Devensif Media Cetak Sebagai Media Dakwah di Tengah Maraknya Peran Media Maya. *At-Tabsyir*, 2(1), 1-16.
- Santoso, P. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa. *Al-Balagh*, 1(1), 30-48.
- Slamet, A., & Laila, A. F. (2018). Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Kabupaten Jepara dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa. *Jurnal An-Nida*, 10(1), 87-106.
- Sukardi, A. (2016). Media Massa dalam Proses Dakwah. *Al-Munzir*, 9(2), 333-343.
- Suyusa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 56-64.
- Syobah, Hj. Sy. N. (2014). Konstruksi Media Massa dalam Pengembangan Dakwah. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, XVI(1), 25-42.