

DAKWAH DI INTERNET: KONSEP IDEAL, KONDISI OBJEKTIF DAN PROSFEKNYA

Oleh: Salman Yoga S.

Abstrak

Kemajuan teknologi komunikasi yang dibarengi juga dengan semakin pluralis dan homogennya dalam perkembangan masyarakat muslim modren sangat terbantu dalam mendapat informasi ke-Islam-an melalui media massa, termasuk si'ar dan dakwah agama yang dapat diakses oleh banyak orang dari berbagai tempat di dunia. Fenomena ini yang telah demikian menyatu dengan kehidupan dan perkembangan zaman, sehingga tidak heran dunia saat ini telah menjelma menjadi sebuah "kampung" / global village. Hal ini dimungkinkan dengan hadirnya teknologi komunikasi canggih seperti internet atau yang juga kerap disebut sebagai media Cyber. Dengan metode analisis dari sejumlah literatur dengan membandingkannya dengan kondisi kekinian kajian ini berfokus dan menghasilkan tiga hal: Pertama, sekilas tentang sejarah kemunculan internet sebagai media massa dan konsep ideal. Kedua, kondisi objektifnya sebagai salah satu media yang tengah digandrungi dunia. Ketiga, menyangkut prospek dan kemungkinan-kemungkinannya menjadi media penyebar luasan ajaran Islam.

Abstract

Advances in communications technology coupled also with increasingly pluralistic and homogeneous in the development of Muslim society modren greatly helped in all Islam informed early through the mass media, including si'ar and proselytism which can be accessed by many people from various places in the world. This phenomenon which has thus fused with the life and development of the age, so no wonder the world today has been transformed into a "village" / global village. This is made possible by the presence of advanced communication technologies such as the internet or who is often referred to as Cyber media. With the method of analysis of a number of literature by comparing it to the current condition of this study focuses and produces three things: First, a glimpse of the history of the emergence of the Internet as a mass media and ideal concepts. Secondly, the condition of its objective as one of the world's media being loved. Third, regarding prospek and possibilities into the media dissemination of the teachings of Islam.

A. Pendahuluan.

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi, pada zaman moderen ini sebagian besar manusia di negara maju dan sebagainya lainnya di negara-negara berkembang sangat bergantung kepada teknologi komunikasi, terutama media komunikasi massa. Tingkat kebutuhan terhadap teknologi ini telah demikian menjadi suatu yang menentukan. Baik dalam interaksi antar individu, komunitas, lembaga maupun hanya sekedar mencari hiburan dan alternatif untuk mendapatkan informasi.

Masyarakat yang dikenal religiuspun akan sangat terbantu, karena ia dapat belajar tentang agamanya melalui media massa, ia dapat menjalankan si'ar dan dakwah agama melalui media massa, yang dapat diakses oleh banyak orang dari berbagai tempat di dunia. Termasuk untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya, media massa telah menawarkan berbagai macam tawaran dan alternatif yang memungkinkan para pengguna dapat memilih dan memesan sesuatu yang ia inginkan. Media massa telah menjadi faktor penentu sekaligus peninjau dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal memperoleh, mengirim dan menyebarkan informasi kepada khalayak.

Berangkat dari fenomena media massa tersebut yang telah demikian menyatu dengan kehidupan dan perkembangan zaman, sehingga tidak heran kemudian banyak pakar mengatakan bahwa dunia ini sesungguhnya telah menjelma menjadi sebuah "kampung", mereka menyebutnya dengan *global village*. Sebagai implementasi fositifnya, setiap kejadian yang ada di suatu negara dalam beberapa saat dapat diketahui oleh masyarakat di seluruh dunia. Terlebih dengan hadirnya sejumlah teknologi komunikasi yang semakin canggih, seperti internet atau yang juga kerap disebut sebagai media *Cyber*.

Internet menjadi pembahasan menarik di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1999 telah kerap dilakukan, baik dalam forum diskusi terbatas di kampus-kampus maupun diskusi terbuka dengan mengundang berbagai pakar dari dalam dan luar negeri. Hampir semua penerbitan di Indonesia saat itu secara terus menerus mengulas mengenai "trend" baru teknologi komunikasi ini. Bahkan sebuah majalah internasional News Week pada penerbitan akhir tahun bulan Desember 1995 menulis sekaligus mencanangkan bahwa tahun 1995 sebagai "*The Year of Internet*".

Kajian ini mencoba memaparkan sejumlah tinjauan dan analisis dalam melihat dan membahas media massa internet. Sesuai dengan issue dan kondisi kekinian yang tengah berlangsung, dengan tinjauan sekilas tentang sejarah kemunculan internet sebagai media massa dan konsep idealnya, terkait kondisi objektifnya sebagai salah satu media yang tengah digandrungi dunia, serta menyangkut prospek dan kemungkinan-kemungkinannya menjadi media penyebar luasan ajaran Islam.

B. Sejarah Kemunculan Dan Konsep Ideal Internet.

1. Sejarah Kemunculan.

Kampung dunia atau *global village* seperti yang disebut pada pendahuluan sesungguhnya telah terbaca oleh sebagian pakar komunikasi sejak awal, yang didasarkan atas kemajuan dalam hal perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal tersebut dapat kita lihat dalam *teori tiga gelombang* yang diutarakan oleh Alvin Toffler dalam bukunya *The Third Wave* (gelombang ketiga). Alvin Toffler membagi peradaban manusia di dalam tiga gelombang. Gelombang pertama, era pertanian tradisional (5000 SM-1600 M). Gelombang kedua, era industri (1600-1950 M), yang ketiga era informasi (1950 – sekarang). Era pertanian tradisional ditandai oleh penggunaan energi yang bias diperbaharui (*renewable*) berupa energi hewan dan manusia. Era industri ditandai oleh penggunaan energi yang tidak bias diperbaharui (*unrenewable*) seperti batu bara, minyak bumi, tenaga nuklir. Para era industri, tingkat mobilitas dan komunikasi antar manusia berkembang dengan amat cepat. Tapi masih dibatasi oleh jarak dan waktu. Para era informasi yang berkembang adalah komunikasi pikiran / gagasan manusia. Penggunaan energi menjadi sangat efisien karena telah diterapkan teknologi komputer. Mobilitas fisik manusia sangat tinggi tetapi yang lebih cepat lagi mobilitasnya adalah mobilitas pikiran / ide antar manusia yang telah melewati dan mengalahkan jarak dan waktu. Ujung dari era informasi adalah bersatunya teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang sekarang kita hadapi dan alami.¹¹ Perpaduan teknologi komunikasi tersebut dewasa ini kemudian disebut dengan internet.

Ishadi SK menerangkan bahwa internet pada mulanya telah dikembangkan oleh Pentagon pada tahun 1960-an. Internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer, yang dihubungkan melalui modem dan jalur telepon. Namun dengan alasan tertentu militer Amerika pernah menarik diri sistem internet ini, karena ternyata menurut mereka keamanan data dalam jaringan tersebut dinilai tidak cukup terjamin. Baik dari segi kerahasiaannya maupun dari segi akses yang tidak dapat dibatasi dan diorganisir sebagaimana layaknya akan pengamanan informasi dan data-data yang bersifat rahasia.²²

2. Konsep Ideal

Para pengguna internet dalam proses pengoperasionalannya harus memiliki *modem* penghubung, kemudian berlangganan kepada penyedia layanan internet lokal, yang akan menagih pelanggannya atas penggunaan telepon internasional yang disewakan oleh BT (British Telecom) atau AT&T (di Inggris). Selain biaya berlangganan, biaya lain yang harus ditanggung oleh pengguna internet adalah biaya penggunaan telepon. Beberapa penyedia

1 Ishadi SK, *Prospek Bisnis Informasi Di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), h. 46-47.

2 *Ibid.*

pelayanan internet seperti Tesco dan Freeserve memberikan layanan secara gratis.³³

Dengan berbagai fasilitas yang tersedia dalam internet, ia dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, penelitian, penyebaran informasi, bisnis, kegiatan politik, hiburan dan penerbitan *on line*. Internet telah merubah paradigma komunikasi, dari komunikasi interpersonal berupa tatap muka dan terbatas, menjadi komunikasi massa dengan menggunakan media massa cetak dan elektronik yang sifatnya massal dan khalayaknya tidak terbatas dan sekarang dengan sistem internet, menjadi media interpersonal, tetapi khalayaknya tidak terbatas.⁴⁴ Dengan telah diperbaharunya sistem telepon dengan kabel serat optik, maka kualitas gambar dan grafik yang bias dikirim melalui internetpun dapat meningkat. Dengan penggunaan ISDN, audio dan video berkualitas CD juga bias dikirimkan melalui internet. Hal tersebut telah dilakukan misalnya; dalam bisnis musik, dimana konsumen yang berminat terhadap musik tertentu dapat mengakses klip video dan audio album-album baru sebelum membelinya, termasuk informasi lengkap tentang album tersebut.⁵⁵

Keunggulan internet dalam menyediakan informasi melebihi teknologi lainnya yang pernah ada. Peran dan keberadaannya demikian signifikan dalam proses transformasi informasi dunia. Ia telah menjadi media komunikasi global, yang menampung sekaligus menyebarkan segala bentuk dan jenis informasi kesegala penjuru dunia dengan komunikasi, wilayah, waktu dan ruang yang tidak terbatas. Karena setiap bentuk komunikasi dan informasi dapat dikirim ke pengguna jaringan di seluruh dunia melalui alamat surat elektronik (e-mail address). Surat elektronik (e-mail) merupakan fitur yang paling banyak digunakan dan dimanfaatkan di internet. Surat dan berbagai jenis komunikasi lainnya dapat dikirim langsung ke pengguna komputer lainnya, di mana surat atau komunikasi tersebut disimpan sehingga si penerima membacanya. Kontek ke media melalui e-mail menjadi hal yang biasa. Survei terbaru menemukan bahwa 91 % wartawan lebih suka mengirim dan menerima berita secara elektronik.⁶⁶

Konsep ideal dan pengaruh internet dengan sarana komputer ini terhadap komunikasi organisasi, secara lebih khusus dirumuskan oleh Saodah, Narimah Ismail dan Mohd Yusuf Hussain yang menyatakan ada beberapa kesan positif teknologi baru seperti internet, yaitu;⁷⁷

- a. Penggunaan komputer membawa kepada perubahan struktur organisasi dan penyesuaian pekerja dengan tugas (reengineering).
- b. Pembuatan keputusan menjadi lebih kental dan membawa ketahap yang lebih tinggi dalam organisasi yang banyak informasi yang dapat digunakan dalam setiap keputusan yang diambil daripada teknologi baru.

3 Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, *Hubungan Media Yang Efektif* (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 32.

4 Ishadi SK, *Prospek Bisnis Informasi*, h. 163-164

5 Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, *Hubungan Media*, h. 33.

6 *Ibid.*

7 Saodah, Narimah Ismail dan Mohd Yusuf Hussain, *Teori-Teori Komunikasi* (PTS Publication & Distributor SDN BHD, 2003), h. 120.

- c. Komputer dapat digunakan untuk media bagi pekerja dengan terbentuknya pusat komputer.
- d. Komunikasi interpersonal akan bertambah dengan menggunakan program komputer seperti internet dan intranet.

Sebagaimana halnya dengan peran media komunikasi massa lainnya, internet memberikan pengaruh dalam proses operasional komunikasi. Keberadaannya mampu meningkatkan isentisitas dan kecepatan serta jangkauan komunikasi dengan pengaruh sosial yang cukup besar. Komunikasi dapat dilakukan manusia dengan begitu luas dan cepat. Terlebih informasi-informasi yang ditampilkan selalu aktuan dan meliputi segala perwujudan kehidupan masyarakat dengan dinamikanya. Pemilihan informasi sesuai dengan apa yang menjadi banyak orang. Dalam hal ini ia sendiri menjadi orientasi ketertarikan publik untuk mendapatkan apa yang disajikan.

Namun hal tersebut sangat tergantung dari apa yang dilihat oleh si pengguna internet dari keanekaragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (*search-engine*) - seperti Yahoo dan Altavista - maka hal tersebut menjadi lebih mudah dilakukan. Pada tahun 1990, seorang ilmuwan Erofa mengembangkan World Wide Web (WWW). Halaman-halaman informasi di Web terdiri dari, teks, grafik dan *hypertext*, pengguna dapat menyoroti kata-kata yang diinginkan dengan menggunakan *mouse* komputer dan behubungan dengan rangkaian halam-halaman lain yang berkaitan di internet. Bahkan, sebuah perusahaan di Inggris *Two Ten Communications* yang merupakan perusahaan pertama yang memberikan layanan untuk mendistribusikan release-release pers melalui internet. Pendistribusian release pers dengan cara ini dapat menghindari terjadinya kemacetan dalam mesin faks wartawan akibat penggunaan kertas yang banyak sekali, ketika release pers itu ditujukan untuk seluruh dunia. Akan tetapi beberapa pengguna internet, menggunakan penghapusan materi e-mail tersebut dari sumber tertentu yang tidak dikehendaki.⁸⁸

C. **Kondisi Objektif Dan Fungsi Internet Sebagai Media Komunikasi**

Teknologi ialah suatu cara untuk memanfaatkan sumber daya menjadi sesuatu yang diperlukan oleh masyarakat. Teknologi informasi ialah suatu cara untuk menggunakan informasi sehingga sumber daya (*resource*) menjadi sesuatu yang lebih diperlukan oleh masyarakat, dengan mengolah informasi mengenai sumber daya tersebut sehingga menjadi lebih “laku”. Sumber daya yang dimaksud dapat berbentuk informasi yang diolah dengan bantuan teknologi informasi sehingga menjadi informasi yang lebih berharga dan bermanfaat. Dalam pandangan Samaun Samadikun, pengolahan informasi agar lebih berharga dilakukan dengan komputer sedangkan transfortasi informasi, sehingga sampai ditempat penggunaan dilakukan dengan menggunakan peralatan telekomunikasi.⁹⁹

8 Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, *Hubungan Media*, h. 33.

9 Samaun Samadikun, *Pengaruh Perpaduan Teknologi Komputer, Telekomunikasi dan Informasi, di dalam Indonesia Abad XXI Di Tengah Kepungan Perubahan Global* (Jakarta: Kompas, 2000), h.294.

Ikon untuk menggambarkan peradaban Barat dan masyarakat-masyarakatnya komponennya dewasa ini adalah peradaban “teknologis”. Periode semenjak perang Dunia kedua biasanya digambarkan sebagai abad “teknologi”. Kenyataan bahwa zaman kita ini diidentifikasi dengan teknologi, menunjukkan bahwa teknologi diakui sebagai salah satu agen perubahan yang penting. Hampir semua perubahan sosial ekonomi, dan budaya yang terjadi di tengah masyarakat dewasa ini diakibatkan oleh teknologi. Dua jenis teknologi berada di barisan depan perubahan ini: komputer dan telekomunikasi “yang juga mencakup media teknologi komunikasi itu sendiri seperti internet.”¹⁰

Konsep teknis internet dalam pandangan Ishadi SK adalah menjadikan personal komputer yang ada di rumah-rumah (PC), menjadi terminal komunikasi serba guna yang dapat mengirim dan menerima berbagai sinyal seperti suara, gambar, data serta gambar bergerak termasuk siaran televisi. Fungsinya menjadi sangat luas, dapat berupa perangkat pengiriman dan pemanggilan informasi, pengiriman dan pemanggilan data, surat-menyurat elektronik (email) dan konferensi jarak jauh. Berdasarkan hal tersebut keberadaan internet dimungkinkan oleh tiga perkembangan teknologi mutakhir:¹¹

1. Perkembangan teknologi personal komputer, yang kapasitasnya makin lama makin besar, dilengkapi dengan modem yang memungkinkan dihubungkan dengan jaringan telepon lokal dan internasional.
2. Perkembangan teknologi digital yang menggantikan sistem analog dibidang teknologi yang mengubah sinyal-sinyal elektro magnetis menjadi sinyal digital dalam bentuk angka-angka dan nomor.
3. Perkembangan teknologi satelit khususnya compression, pelipat gandaan kapasitas transpoder satelit, sehingga dapat melayani pengiriman dan penerimaan yang lebih banyak dan lebih murah.

Dengan berbagai kapasitas tersebut internet mempunyai berbagai kemampuan dan manfaat. Menurut Alwi Dahlan, kemampuan internet sekarang ini difokuskan pada empat fungsi:¹² Yaitu:

1. Sebagai *Telecommunication Network*, fungsi memungkinkan personal komputer yang menjadi pelanggan internet untuk “log-in” dengan pusat data dan komputer yang terkait dengan internet seperti perputakaan Harvard University, Oxford University atau Tokyo University dan bahkan Library of Congress, perpustakaan terbesar di dunia.
2. Sebagai *file transfer protocol*, memungkinkan untuk mengirimkan file dari komputer yang terdaftar pada jaringan internet. Fungsi ini penting dalam dunia penelitian ilmiah, maupun bisnis.
3. Sebagai *pos elektronik e-mail*, untuk melaksanakan surat menyurat dengan siapapun di seluruh dunia seketika dan murah.

10 Zainuddin Sardar, *Tantangan Dunia Islam Menjangkau Informasi Abad 21* (Bandung: Mizan, 1993), Cet. 5.h 57.

11 Ishadi SK, *Prospek Bisnis Informasi*, h. 163.

12 *Ibid*, h. 163-164

4. Sebagai bulletin *Board Server* (BBS), secara populer disebut *Use Net Groups*, ajang, kelompok diskusi mengenai topik tertentu.

Menurut Fahul Wahid Internet lahir pada tahun 1983 dan berkembang pesat mulai tahun 1991, terutama sejak diciptakannya teknologi *World Wide Web* (WWW) oleh Tim Berners-Lee dari CERN, yaitu sebuah organisasi di Eropa untuk penelitian nuklir, telah banyak mengubah sisi kehidupan manusia. Tidak ada yang menyangkal, bahwa teknologi internet merupakan sebuah terobosan peradaban. Penyebaran diffusion teknologi ini sangat luar biasa. Teknologi internet telah diadopsi oleh seperempat populasi Amerika hanya dalam tujuh tahun sejak kehadirannya. Sebagaimana disebutkan dalam sebuah artikel (*Reeling in the Years*) majalah Newsweek bulan april 1998, ini jauh melampaui dari antusiasme masyarakat pengguna teknologi seperti telepon seluler yang membutuhkan 13 tahun, komputer 16 tahun, radio 22 tahun, televisi 26 tahun, microwave oven 30 tahun dan mobil 55 tahun.¹³

Sementara itu di Indonesia jumlah pengguna internet meningkat hampir 16 kali dalam lima tahun, dari 512.000 pada tahun 1998 menjadi 8.080.534 pada tahun 2003. Bahkan diramalkan pengguna internet di Indonesia akan mencapai 12.000.000 pada akhir tahun 2004¹⁴, dan bukan mustahil jumlah ini akan terus bertambah seiring perkembangan dan tingkat kebutuhan masyarakat terhadap media dan informasi. Lahirnya teknologi ini, juga menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi dan pengetahuan, yaitu media digital. Media digital tersebut telah mengubah pola pikir manusia. Bahkan ada yang menyatakan secara hiperbolik, kalau bahasa tulis membutuhkan 5000 untuk mengubah pola pikir manusia dan buku butuh 500 tahun sejak kehadirannya, media digital hanya membutuhkan waktu 5 tahun, angka-angka ini tentu dapat diperdebatkan. Namun adalah suatu kebenaran bahwa media digital telah memperbaharui kehidupan manusia dalam kecepatan yang luar biasa, termasuk dalam mempengaruhi pola pikir.¹⁵

Hal tersebut ditandai dengan lahirnya *e-business* yang telah mengubah cara berbisnis dengan segala turunannya, termasuk *e-cash* atau *a-money*. *E-government* telah membuka babak baru pengelolaan pemerintahan dan mekanisme hubungan antara pemerintah dan masyarakat. perubahan senada, cepat atau lambat akan masuk ke sektor-sektor kehidupan yang lain. Munculnya teknologi baru sebagai akibat perubahan pola pikir tersebut seperti membawa efek domino. Teknologi internet yang menghubungkan ratusan juta komputer diseluruh dunia memungkinkan dilakukannya berbagai pertukaran informasi. Bahkan dengan teknologi ini kita memesan barang yang diinginkan termasuk langganan majalah, surat kabar dan lain-lain.¹⁶

Tahun 1993 internet memiliki akses hubungan ke 20.000 jaringan dengan pelanggan 15 juta di 149 negara. Tahun 1995 terdapat 25.000 jaringan dengan 30.000 pemakai. Angka sebenarnya tidak diketahui “karena luasnya jangkauan internet, pesatnya

13 Fahul Wahid, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet* (Yogyakarta: Gava Media, 2004), h. 17.

14 APJII://www.apji.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang.

15 Fahul Wahid, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, h. 18.

16 *Ibid.* h. 18-19.

perkembangan serta sifatnya yang tidak tersentralisir”. Di Indonesia terdapat sekitar 14.000 pelanggan internet, tetapi jumlah bertambah dengan amat cepat dari tahun ketahun. Suatu studi pembangunan ekonomi di Singapura menyatakan pada tahun 2000- seluruh rumah tangga negara itu telah terhubung melalui sentral jaringan internet.¹⁷

D. **Prospek Internet Sebagai Media Dakwah.**

Menyikapi prospek penggunaan media dalam si’ar Islam, Zainuddin Sardar menyorotinya dari segi informasi yang ditawarkan. Menurutnya dari perspektif Islam, yang pertama harus disadari adalah bahwa informasi akan mempunyai arti hanya ia berada di dalam kerangka pengetahuan tentang masyarakat; hanya bila komponen sasarannya selaras dengan aspek-aspek mutlak, substisional, cultural dan subyektif suatu masyarakat, barulah informasi akan memberikan sumbangan positif kepada masyarakat itu. Keselarasan itu hanya dapat terjadi hanya jika negeri-negeri muslim menghasilkan informasi mereka sendiri dengan perlengkapan relevan yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan para pembuat keputusan dan komunitas-komunitas mereka. Strategi informasi bagi dunia Muslim harus didasarkan kepada kesadaran ini.¹⁸

Abdul Rahman Mohd Said menjelaskan bahwa telah beberapa tahun belakangan ini menyelenggarakan sistem internet yang dipanggil Kampung Net ([http:// www.pointpub.com/kampungnet](http://www.pointpub.com/kampungnet)), yang menjadi salah satu sumber informasi masyarakat Islam Singapura. Dengan keberhasilan ini Abdul Rahman Mohd Said masih berkeinginan melebarkan kerjasama dengan lembaga lainnya dalam pemanfaatan internet sebagai media informasi. Selanjutnya ia juga menggambarkan bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam dakwah di internet kita perlu memahami psikologi pengguna internet dan dinamika perkembangannya. Salah satu motivasi menggunakan internet sebagai wadah komunikasi untuk menyajikan informasi yang berkaitan dengan masyarakat Islam Singapura yang minoritas, tetapi berhasil mempertahankan cara hidup, budaya dan agama.¹⁹

Dari perkembangan *kampungnet* tersebut telah dicapai beberapa keberhasilan dan perhatian dari para pengguna internet, dengan respon:²⁰

- Ada permintaan untuk informasi yang disajikan secara objektif dan mudah difahami terutama yang berkenaan dengan Islam dan budaya Melayu di seluruh dunia.
- Mutu informasi dengan sifat interaktif lebih penting dari penampilan grafik yang menarik tetapi memakan waktu.
- Ada kelompok-kelompok Melayu Islam di seluruh dunia yang menginginkan informasi dari kampung halaman.

17 Ishadi SK, *Prospek Bisnis Informasi Di Indonesia*, h. 166.

18 Zainuddin Sardar, *Tantangan Dunia Islam Menjangkau Informasi Abad 21*, h. 32.

19 Abdul Rahman Mohd Said, *Membimbing Ummah Melalui Multimedia* di dalam Abu Bakar Abdul Majeed dan Siti Fatimah Abdul Rahman, *Multimedia Dan Islam* (Malaysia: Intitut Kefahaman Islam Malaysia (KIM), 2000), h. 41-42. Cet. Ke dua.

20 *Ibid.*

- Kebanyak para pengguna lebih suka mengambil dari pada memberi. Kita juga dapat melihat kepentingan komersil timbul. Namun sebaliknya semangat komuniti sebenarnya telah dibangun di internet selama lebih 30 tahun berasaskan kerjasama.
- Ada minat untuk pengguna berkomunikasi antara satu sama lain.

Selanjutnya Fathul Wahid menjelaskan bahwa berdasarkan teknologi yang digunakan dalam dakwah terdapat tiga jenis yang dapat diidentifikasi: dakwah konvensional, teledakwah dan e-dakwah. Sebelum teknologi media ditemukan, dakwah dilakukan dengan mengandalkan pertemuan langsung atau antar muka antara da'i dan audiens. Dakwah jenis ini dapat dikategorikan ke dalam dakwah konvensional. Jenis dakwah ini dilakukan sejak kehadiran Islam di muka bumi ini seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Kehadiran teknologi media seperti radio, televisi dan percetakan telah memunculkan cara baru dalam berdakwah. Dakwah jenis tersebut televangelism, teledakwah. Secara sederhana teledakwah dapat didefinisikan sebagai dakwah dengan bantuan teknologi komunikasi dan media, baik media cetak maupun elektronik seperti halnya layanan Alquran seluler.²¹

Peran, fungsi dan keberadaan teknologi sebagai jawaban atas kebutuhan manusia yang semakin kompleks telah melahirkan teknologi informasi, salah satunya adalah internet. Teknologi ini telah mempengaruhi hampir semua sisi kehidupan manusia. Aktivitas dakwah sebagai salah satu sisi kehidupan manusia pun telah hadir dalam bentuk baru karena kemudahan yang dimungkinkan oleh hadirnya teknologi informasi. Dakwah dengan bantuan internet inilah yang selanjutnya disebut dengan e-Dakwah.²² Harus diakui bahwa dalam dunia media massa, setiap jenis media berikut dengan teknologinya masing-masing sesungguhnya mempunyai prospek sendiri dalam mendapatkan pasar. Namun teknologi komunikasi baru biasanya akan lebih mudah mendapatkan pasar. Teknologi baru akan memudahkan perolehan informasi apa saja, meskipun penafsiran dan penggunaannya tergantung penerimanya. Teknologi juga memudahkan analisis, misalnya komputer yang dapat mengolah apa saja dengan cepat sehingga memudahkan pemakainya membuat keputusan, meskipun tidak semua orang dapat melakukannya.²³

Dengan segala kelebihan dan keunggulan internet sebagai media komunikasi massa yang mendunia, ditinjau dari segi media dalam dakwah sangat berprospek yang menjanjikan. Terlebih media ini memungkinkan pengguna dan penginformasian segala bentuk berita atau pesan yang tidak terbatas ruang, waktu dan wilayah. Peluang serta kemajuan teknologi ini dengan sendirinya tentu akan memperluas wilayah kerja dan jamaah dari dakwah itu sendiri. Berbeda dengan dengan dakwah Islam pada zaman Nabi, zaman industri dibandingkan dengan era globalisasi informasi sekarang ini.

21 Fathul Wahid, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, h. 32.

22 *Ibid*, h.33.

23 William L. Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa Dan Masyarakat Modern* (Jakarta: Kencana, 2003) Edisi ke 2, h. 351.

Dari sisi teknologi yang digunakan, kita dapat membedakan dakwah ke dalam tiga kelompok dalam sebuah kontium kemutahiran teknologi yang digunakan: dakwah konvensional, teledakwah dan e-Dakwah. Beberapa perbedaan antara e-Dakwah, teledakwah dan dakwah konvensional dari berbagai aspek dapat kita lihat dalam tabel berikut:²⁴

No	Aspek	Dakwah Konvensional	Teledakwah	e-Dakwah
1	Metode	Human touch	Hi-tech touch lebih dominan	Hi-tech touch
2	Cakupan	Terbatas	Luas	Hampir tak terbatas
3	Mode interaksi	Satu tempat, satu waktu	Berbeda tempat, satu waktu Beda tempat, beda waktu	Beda tempat dan satu waktu Beda tempat dan beda waktu
4	Teknologi	Tanpa teknologi / teknologi sederhana	Teknologi Penyiaran	Teknologi Informasi (internet)
5	Keahlian	Pengetahuan Agama	Pengetahuan Agama. Pengatahuan Brodcasting	Pengetahuan Agama. Pengetahuna tentang Teknologi Informasi

* Tabel Perbedaan Dakwah Konvensional dan e-Dakwah (Fahul Wahid, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, h. 37).

Perbedaan yang paling mendasar dari ketiga jenis dakwah adalah pada keahlian yang dibutuhkan. Karena e-Dakwah yang menggantungkan dirinya pada internet dan semua teknologi pendukungnya, maka selain keahlian dalam bidang agama, keahlian dalam bidang teknologi informasi juga diperlukan. Teknologi informasi dalam konteks ini dapat diandaikan sebagai penyambung lidah para da'i. Dalam teledakwah keahlian dalam penyiaran dan teknologi pendukungnya diperlukan. Dalam konteks dua jenis dakwah ini da'i tidak lagi seorang diri, tetapi sebuah kelompok dengan keahliannya masing-masing.²⁵

Berangkat dari hal itu pula kata dai'i dalam kasus ini mengalami perluasan makna. Da'i tidak hanya orang mengetahui agama dengan baik yang melakukan ceramah atau uraian agama, tetapi orang yang membantu dalam penyampaian nilai-nilai agama tersebut dengan keahlian masing-masing. Karena proses dan pesan dakwah dilakukan dengan terorganisir dan saling bersinergi antara satu dengan yang lainnya.

Pada mulanya internet tampak seperti tempat yang menakjubkan. Berjuta-juta orang beserta komputer mereka mencakup di dalamnya. Dalam waktu singkat, para pemakainya telah menciptakan sejumlah cara dan ratusan *software* yang berbeda-beda kegunaannya, dengan berbagai teknik dan program yang terus bermunculan tanpa henti mereka juga mengembangkan bahasa yang kaya akan berbagai istilah teknik dan jargon

²⁴ Fahul Wahid, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, h. 37.

²⁵ *Ibid.*

yang dapat menyederhanakan komunikasi di antara pemakainya.²⁶

Masing-masing media massa mempunyai kelemahan dan kelebihan tersendiri dalam proses transfer informasi. Namun yang kelihatan sama adalah ciri-ciri dari komunikasi massa termasuk di dalamnya internet meliputi:²⁷

1. Komunikasi satu arah, di mana semua media massa dilancarkan oleh sumbernya kepada khalayak ramai dapat dapat diresponi pada waktu bersamaan sebagaimana terjadi pada komunikasi pesona. Antara komunikator dan komunikan tidak dapat merasakan reaksi masing-masing.
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga, yakni informasi yang disiarkan bersumber dari suatu institusi atau lembaga, kecuali internet yang dapat disiarkan orang secara pribadi. Sebagai konsekuensi konstitusi, seorang memiliki informasi baru dapat menyiarkan setelah bekerjasama dengan orang lain dalam lembaga tersebut.
3. Pesan kepada komunikasi massa bersifat umum. Media massa tidak akan menyiarkan informasi yang bersifat khusus seperti pesan yang hanya diperlukan seseorang atau kelompok tertentu. Informasi yang disiarkan adalah informasi yang diperlukan orang banyak.
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Artinya dalam waktu yang bersamaan, masyarakat banyak dapat mengetahui informasi secara serentak. Hal ini terjadi pada media televisi.
5. Komunikan komunikasi massa heterogen. Media massa tidak dapat menyiarkan informasi hanya untuk jenis orang tertentu saja. Dengan kata lain pembaca tak dapat dibatasi untuk orang tertentu. Tetapi memberikan porsi untuk semua orang tanpa memandang umur, jenis kelamin, bangsa dan siapa saja yang dapat membaca, mendengar dan menontonnya.

Teknologi terkini yang mempunyai kekuatan dan pengaruh yang tak dapat dibendung adalah internet. Internet sebagai salah satu manifestasi teknologi komunikasi tidak dimiliki oleh sembarang individu, organisasi maupun negara. Dengan kata lain operasi internet tidak dapat di batasi dari sudut penyebaran informasi yang terkandung di dalamnya. Walaupun kita mencoba merumuskan undang-undang untuk mengawal penyebaran informasi yang dilakukan, usaha seperti tidak mampu menghalang lautan informasi baik dan buruk bagi pengguna internet. Ini karena teknologi yang tersedia dalam internet sudah cukup canggih untuk menjadi suatu sistem yang terbuka dan digunakan oleh semua manusia yang mempunyai kesempatan menggunakannya.²⁸

26 Mac Bride, *The Internet* (Jakarta: Magapoin, 2003), h. ix.

27 H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos, 1999), h. 29-30.

28 Amran Muhammad, *Cabaran Teknologi Moden Terhadap Umat Islam*, di dalam *National Comunication From The Islamic Perspective*, Dato' Ahmad Nordin b. Hj. Mohd Zain, *Comunication Principles In Islam* (Schol of Mass Comunication, Institut Teknologi MARA, 19989), tanpa halaman.

Penggunaan satelit mengizinkan penyebaran rancangan-rancangan televisi dari seluruh dunia untuk dipancarkan keseluruh pelosok dunia. Melalui penggunaan satelit ini, maka umat manusia berpeluang untuk menyaksikan pelbagai peristiwa dan menonton segala macam program acara televisi yang mungkin dibenarkan di sebuah negara namun dilarang pada negara lainnya dengan alasan budaya dan agama.²⁹ Demikian pula halnya dengan internet bila dilihat dari segi baik buruk, manfaat dan mudaratnya bagi para pengguna yang tak dapat dibatasi.

Sebagai sebuah gambaran, berikut ini penulis mencoba memilah segi positif dan negatif media internet dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya yang berbasis teknologi. Sebagaimana media komunikasi massa lainnya baik media cetak maupun elektronik, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan dalam proses penggunaan / pengoperasionalannya dan pengaksesan informasi kepada khalayak. Adapun di antara kelebihan dan kekurangan itu meliputi:

1. Biaya penggunaan yang relatif murah dengan memanfaatkan layanan-layanan internet yang tersedia, seperti warnet dan lain sebagainya.
2. Sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, promosi.
3. Dapat menampung informasi dalam segala bentuk dan jenis.
4. Dapat mengakses dan menyediakan segala bentuk dan jenis informasi tanpa memandang wilayah teritorial, batas negara serta waktu.
5. Informasi yang disajikan tidak terlepas dari nilai aktualitas dan beragam.
6. Dapat mengirimkan informasi kesegala penjuru dunia dalam waktu yang singkat.
7. Dapat diakses oleh siapa saja yang mempunyai kemahiran dalam mengoperasikan perangkat-perangkatnya.
8. Selain dapat diakses melalui layanan internet umum, juga memungkinkan digunakan di rumah-rumah.

Pointer-pointer tersebut di atas adalah sebagian kecil dari kemudahan dan keunggulan internet sebagai media massa. Adapun di antara kelemahan-kelemahannya adalah:

1. Menggunakan perangkat komputer dan telepon, sehingga tidak semua lapisan masyarakat dapat memilikinya.
2. Penggunaan internet harus melalui tahapan pemahaman dan keterampilan akan pengoperasionalan komputer sebagai perangkat utama.
3. Meskipun wilayah jangkauannya luas, tetapi sarana penggunaannya hanya terbatas pada wilayah dan tempat yang mempunyai kedekatan dengan pusat ekonomi masyarakat.
4. Atas beragam informasi dan layanan yang tersedia pada internet, memungkinkan penggunaannya/pemanfaatannya diluar kepentingan akan kebutuhan informasi.

²⁹ *Ibid.*

5. Layanan informasi internet sangat beragam sehingga memungkinkan diakses oleh anak-anak di bawah umur dapat terpengaruh.
6. Kalangan pengguna lebih banyak organisasi atau lembaga tertentu dibanding individu dan keluarga.
7. Penggunaan internet sebagai kebutuhan dan bagian dari peralatan dalam rumah tangga belum membudaya dan belum begitu luas.
8. Pengguna harus menyediakan waktu secara khusus untuk dapat memanfaatkannya.

Prospek internet sebagai media dakwah secara lebih menjanjikan dapat kita simak melalui tulisan Zulkiple Abd Ghani dalam bukunya *Islam, Komunikasi Dan Teknologi Maklumat*. Lebih jauh lagi Zulkiple Abd Ghani juga menggambarkan bagaimana umat muslim masih rendah dalam penguasaan akan teknologi komunikasi. Namun demikian di Malaysia penggunaan internet sebagai media komunikasi penggunaannya semakin hari semakin bertambah dan meluas di tengah masyarakat.

Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa: Satu lagi persoalan besar berkaitan pembangunan ummat dan multi media ialah tentang literasi komputer di kalangan umat Islam. Komputer merupakan komponen utama dalam multimedia selain video, audio, media digital dan seperti *liquid crystal display* (LCD), *multiscan video projector*, dan *overhead projector* (OHP). Perangkaan yang dikeluarkan oleh perpustakaan Negara hasil kajian terhadap 22.000 responden dari pelbagai etnik menunjukkan hanya 20 peratus generasi pada umur 15-24 tahun; 12 peratus pada umur 10-14 tahun³⁰.

Dalam tahun 1999, terdapat 500 000 pelanggan internet dengan tambahan 700 pelanggan baru setiap hari. Bilangan umat Islam yang melanggan internet pula kurang dari 200 000. Jika dibandingkan dengan bukan Islam, bilangan umat Islam yang menguasai literasi komputer jauh lebih rendah³¹.

E. Penutup

Kemajuan teknologi komunikasi yang dibarengi juga dengan semakin pluralis dan homogenya sikap sosial dan interaksi antar manusia yang merenggang, menuntut pola penyearluasan si'ar, metode, media, pendekatan serta dakwah Islam sendiri mau tidak mau harus juga mengikuti perkembangan dan perubahan-perubahan tersebut.

Perpaduan teknologi komputer, telekomunikasi dan informasi memberikan peluang kepada kita semua untuk memanfaatkannya guna meningkatkan kesejahteraan, baik dari segi material maupun non material. Berbagai kemudahan dalam bidang hiburan telah meningkatkan kesejahteraan hidup. Sedangkannya pemanfaatannya dalam bidang perdagangan, pendidikan, penyebaran informasi yang menyangkut dakwah Islam mulai

30 Zulkiple Abd Ghani, *Islam, Komunikasi Dan Teknologi Maklumat* (Singapore: Utusan Publications & Distributor SDN BHD, 2001), h. 101.

31 *Ibid*, h. 102.

dirasakan kegunaannya.

Prospek dan dampak kemajuan teknologi komunikasi jika dapat digunakan dan dipotensikan, merupakan alat yang tidak ternilai bagi para da'i atau lembaga-lembaga keagamaan dalam berdakwah. Para pengelola lembaga dakwah atau bahkan da'i itu sendiri harus mengetahui bagaimana perkembangan dari media telah mempengaruhi kemauan serta kemampuan untuk melaksanakan si'ar Islam. Mengikuti perubahan teknologi yang cepat mengandung arti mengikuti media baru dan memahami bagaimana menggunakannya. Berkat teknologi ini bukan tidak mungkin di masa yang akan datang seluruh kontak akan dilakukan melalui peralatan-peralatan elektronik seperti-mail dan internet, sehingga membuat media cetak atau media lainnya menjadi alternatif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Daftar Pustaka

- Abd Ghani, Zulkiple. *Islam, Komunikasi Dan Teknologi Maklumat*, Singapore: Utusan Publications & Distributor SDN BHD, 2001.
- Amir, H. Mafri, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta: Logos, 1999.
APJII://www.apiji.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang.
- Bride, Mac, Mac Bride, *The Internet*, Jakarta: Magapoin, 2003.
- Bland, Michael, Alison Theaker, David Wragg, *Hubungan Media Yang Efektif*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Majeed Abu Bakar Abdul, Siti Fatimah Abdul Rahman, *Multimedia Dan Islam*, Malaysia: Intitut Kefahaman Islam Malaysia (KIM), 2000. Cet. Ke dua.
- Muhammad, Amran, *Cabaran Teknologi Moden Terhadap Umat Islam*, di dalam *National Communication From The Islamic Perspective*, Dato' Ahmad Nordin b. Hj. Mohd Zain, *Communication Principles In Islam*, Schol of Mass Comunication, Institut Teknologi MARA, 19989.
- Rivers, William L, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa Dan Masyarakat Modren*, Jakarta: Kencana, 2003. Edisi ke 2.
- SK, Ishadi, *Prospek Bisnis Informasi Di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Samadikun, Samaun, *Pengaruh Perpaduan Teknologi Komputer, Telekomunikasi dan Informasi, di dalam Indonesia Abad XXI Di Tengah Kepungan Perubahan Global*, Jakarta: Kompas, 2000.
- Sardar, Zainuddin, *Tantangan Dunia Islam Menjangkau Informasi Abad 21*, Bandung: Mizan, 1993.
- Wahid, Fahul, *e-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, Yogyakarta: Gaya Media, 2004.
- Wok, Saodah, Narimah Ismail dan Mohd Yusuf Hussain, *Teori-Teori Komunikasi*, PTS Publication & Distributor SDN BHD, 2003.