

# **Trendsetter Komunikasi di Era Digital:**

## Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Andi Faisal Bakti<sup>1</sup> - amfabak@gmail.com

Venny Eka Meidasari<sup>2</sup> - venny\_xiaofen@yahoo.com

**Abstract:** The increasing penetration of so-called new media has undermined the global boundary, giving rise to the liberalization of information. This reality results in the rise of the era of the information society, and has led people across the world, including Muslims in Indonesia, to deal with the demands of the era. Therefore, attempts to create strategies to take benefits from those new media and to reduce their negative impacts are important. This paper discusses the challenges and opportunities of Islamic communication in the midst of today's digital era. Central to this analysis are kinds of communication trendsetter among Muslims in this country.

**Keywords:** Communication trendsetter, digital era, Islamic communication and broadcast

**Abstrak:** Penetrasi *new media* (media baru) yang mengglobal seakan meruntuhkan dinding-dinding pembatas dan menjadikannya sebagai sekat liberalisasi informasi. Realitas ini telah membawa masyarakat, termasuk masyarakat Muslim di Indonesia masuk ke dalam era masyarakat informasi, sehingga pengendalian yang tepat untuk memanfaatkan *new media* dan mengeliminir dampaknya menjadi penting. Tulisan ini mendiskusikan tantangan dan peluang komunikasi dan peyiaran Islam di tengah-tengah era digital saat ini.

**Kata Kunci:** trendsetter komunikasi, era digital, komunikasi dan penyiaran Islam

---

<sup>1</sup> Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

<sup>2</sup> Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta

## Pendahuluan

Memasuki abad informasi, kita menyaksikan bagaimana media memiliki kekuatan dominan dalam memengaruhi setiap dimensi kehidupan manusia. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media di era maya (*cyber*) seakan muncul kembali ke dalam sistem komunikasi purbakala dan memosisikan penerima (komunikasi) sebagai pihak aktif. “Massifikasi komunikasi seakan akan bercampur baur dengan demassifikasi. Internet (*website*) atau media *online* adalah komunikasi interaktif sekaligus komunikasi massa” (Muis: 2001).

Saat ini banyak sekali situs bermunculan baik yang bersifat positif maupun negatif. Untuk situs yang sifatnya positif dan bermanfaat atau menguntungkan, tidak menjadi masalah apabila publik mengaksesnya. Namun apabila ada situs yang sifatnya negatif dan menimbulkan efek buruk bagi publik, maka perlu sekali mendapat perhatian serius agar tidak mempengaruhi generasi penerus bangsa. Hal ini memang tidak dapat dibendung dalam komunikasi sosial di dunia maya, namun hal ini dapat dicegah dengan memberikan pendidikan sejak dini mengenai etika dalam menggunakan internet yang baik dan benar terutama dari kalangan keluarga dan sekolah.

Pendidikan etika besar sekali perannya sebagai fondasi dalam tumbuh kembang seorang anak manusia. Pendidikan tentang dapat diajarkan dalam setiap aspek kehidupan; keluarga, lingkungan akademis, dan juga masyarakat sekitar. Di dalam lingkup akademis, nilai-nilai etika dapat diajarkan dalam setiap lini termasuk mata kuliah, seperti dalam pendidikan bahasa ataupun dalam komunikasi. Mengapa bahasa dan komunikasi? Karena saat kita berbahasa, maka saat itulah kita berkomunikasi. Dan saat kita berkomunikasi (termasuk saat berdakwah), maka saat itulah kita perlu memerhatikan etika dalam menyampaikan pesan yang ingin dikomunikasikan.

Jika kita melihat bagaimana proses komunikasi (dakwah), hakikatnya tidak ada yang berbeda antara komunikasi Islami (dakwah) dan non-Islami (sekuler) dalam hal model (pola), proses, dan efeknya. Yang membedakan hanyalah pada landasan filosofinya. Ketika kita berbicara pada landasan filosofi, Islam jelas menggunakan Al-Quran,

Hadits dan pendapat ulama. Sehingga suatu informasi yang disiarkan melalui pola atau model apapun, esensinya tetaplah sama.

Dalam perspektif Islam, komunikasi selain bertujuan untuk mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Pencipta, juga berfungsi untuk menegakkan hubungan secara horizontal terhadap sesama manusia. Komunikasi dengan Pencipta tercermin melalui ibadah *mahdha* (salat, puasa, zakat dan haji) yang bertujuan untuk membentuk takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia terwujud melalui penekanan hubungan sosial yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni dan sebagainya.

Al-Quran dan Hadits telah memberikan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam (dakwah) ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain karena dakwah adalah ilmu komunikasi. Sebagai perbandingan, Filsafat Islam (Ushuluddin), Hukum Islam (Syariah), Pendidikan Islam (Tarbiyah), Humaniora Islam (Adab).

Mengingat pentingnya komunikasi bagi umat manusia khususnya umat Islam, maka dalam artikel ini, penulis akan membahas tentang bagaimana komunikasi dipandang dalam perspektif Islam, termasuk memberikan beberapa usulan dalam menghadapi berbagai tantangan dan mengambil peluang di dalam era media digital yang menjadi *trendsetter* saat ini untuk menyiarkan nilai-nilai ideologi di dalam Islam.

### **Komunikasi sebagai Alat Penyiaran Islam**

Secara leksikal, komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain sehingga pesan yang dimaksud dapat

dipahami (Stewart 2006). Secara bahasa, komunikasi yang berarti bersama-sama (*common, commonness: Inggris*), berasal dari bahasa Latin yakni *communicatio* yang berarti pemberitahuan, pemberian bagian (dalam sesuatu), pertukaran. Sedangkan Shannon dan Weaver (1949) dalam karyanya *Mathematical Theory of Communication*, melihat komunikasi sebagai fenomena mekanistik, matematis, dan informatif: komunikasi sebagai transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi sebagai proses menjadikan kode sebagai sarana untuk mengonstruksi pesan dan menerjemahkannya (*encoding dan decoding*). Titik perhatiannya terletak pada akurasi dan efisiensi proses.

Komunikasi yang dimaksud dalam Islam tentunya bukan hanya komunikasi secara horizontal kepada sesama namun juga komunikasi yang terjadi secara vertikal antara Pencipta yaitu Allah S.W.T dengan kita sebagai hamba-Nya. Para pemikir Muslim telah mengembangkan berbagai teori komunikasi yang menjadi komunikasi alternatif yang kemudian kita sebut sebagai komunikasi Islam yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan fitrah penciptaan manusia.

Adapun komunikasi Islam menitikberatkan akan adanya unsur-unsur nilai ke-Islam-an dari komunikator kepada komunikannya yang sesuai dengan Al-Quran dan Al-Hadits. Dalam konteks tersebut, Tehranian (1988) mengungkapkan bahwa dalam prepektif Islam komunikasi haruslah dikembangkan melalui *Islamic World-View* yang selanjutnya menjadi asas pembentukan teori komunikasi Islam seperti aspek bahwa kekuasaan mutlak hanyalah milik Allah, serta peranan institusi ulama dan masjid sebagai penyambung komunikasi dan aspek pengawasan syariah yang menjadi penunjang kehidupan Muslim. Hal ini juga ditopang oleh Mowlana, Tehranian dan Maulana adalah dua orang tokoh sarjana yang berusaha mengintegrasikan antara Islam dan komunikasi.

Kualitas komunikasi yang dimaksud pun menyangkut nilai-nilai kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, integritas, keadilan, ke-*sabih*-an pesan dan sumber yang ditegakkan atas sendi hubungan *Islamic Tringular Relationship* yaitu antara Allah, manusia, dan masyarakat. Adapun *methatheory* yang dapat diketengahkan dari aspek

epistemologi, ontologi, dan perspektifnya dapat dimulai dari pembenahan aspek nilai-nilainya yang berdasarkan tauhid, persatuan umat dengan adanya persamaan makna, serta orientasi kebahagiaan hidup akhirat sebagai tujuan akhirnya.

Tatanan teknologi komunikasi dan informasi di era media baru digital adalah sebuah terobosan yang mengangankan terwujudnya sebuah struktur sistem media dan telekomunikasi internasional sehingga dapat berlangsung arus komunikasi yang berimbang antarnegara. Kehadiran media digital baru dirasakan sebagai era revolusi komunikasi yang meskipun di satu sisi akan mempercepat arus informasi dari satu belahan dunia ke belahan dunia lain, namun di sisi yang lain dikhawatirkan akan memperkokoh dominasi negara-negara industri maju. Oleh karena itu hal ini juga sering disebut sebagai *New Order of Interactional Law*.

Mengenai hal ini, Gibson menyatakan, "*Cyberspace. A consensual hallucination experienced daily by billions of legitimate operators, in every nation, by children being taught mathematical concepts... A graphic representation of data abstracted from banks of every computer in the human system. Unthinkable complexity. Lines of light ranged in the nonspace of the mind, clusters and constellations of data. Like city lights, receding*" (Gibson 1982).

Dan dikatakan pula bahwa realita maya (*virtual reality*) memungkinkan kita untuk berlaku dan bermain seperti Tuhan. Karena apapun yang kita kehendaki dapat kita lakukan. Atau dengan kata lain; *we are in no where but some where* yang artinya, kita tidak di mana-mana, tetapi ada di satu tempat. Di dalam doktrin Islam, manusia adalah khalifah Tuhan di bumi (*khalifatullah fi al-ardh*). Manusia dapat mewarisi sifat-sifat Tuhan yang tergolong *Asmaul Husna*. Hanya saja, Tuhan itu serba "Maha".

*Cyberspace, the Net, the Matrix* saat ini adalah sama dengan O<sup>2</sup> atau biasa dikenal dengan Oksigen yang merupakan kebutuhan bagi setiap manusia. Realita maya pada *new media* menggunakan *online* Internet yang dikatakan oleh Ito and kawan-kawan (2008) bahwa dunia maya merangkul kebebasan dan pilihan.

Terkait dengan aktivitas komunikasi, dalam studi ilmu komunikasi dikenal dengan siapa sumber informasi (*source, sender*), pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*), serta efek (*effect*). Apabila konsep ini coba diaplikasikan dalam kajian keislaman, maka kita akan melihat satu persatu apa yang menjadi relevan dan sepadan dengan konsep Islam. Seorang penulis kemudian dapat mengkajinya menurut konsep yang dipilihnya seperti yang diuraikan Bakti (2005) di bawah ini:

Apabila meneliti aspek *source* (sumber) informasi ajaran Islam, maka seorang peneliti seharusnya dapat mengambil Allah dan sifat-sifat-Nya sebagai objek kajian. Kemudian apakah ini boleh atau dibolehkan oleh Islam? Bagi yang menggunakan hadits "*tafakkaruu fi khalqi Allah, wa laa tafakkaruu fl al-khaliq*" (bahwa silakan Anda pikirkan ciptaan Allah tapi jangan sekali-sekali pikirkan Penciptanya (Allah), maka tentu tak ada lagi jalan untuk mempelajarinya. Jadi di sinilah masalahnya.

Namun demikian, kita mendapatkan angin segar dari teologi, yakni ilmu tentang ketuhanan yang membahas tentang sifat, zat, dan hakikat Tuhan. Ilmu kalam dan filsafat pun kerap menggariskan koridor keilmuan pada aspek-aspek divinitas pencipta alam ini, tentang bagaimana la dipahami manusia. Di sini Tuhan dikaji tentang apakah la mempunyai sifat, zat, atau hakekat? Kita dapat mendekatinya berdasarkan pendapat masing-masing aliran filsafat dalam Islam. *Mu'tazilah*, umpamanya, beranggapan bahwa Tuhan tidak memiliki sifat, zat, dan hakikat. Sementara *Asy'ari* berpendapat bahwa bukan hanya punya sifat; zat, dan hakekat, tetapi juga memiliki eksistensi fisik dengan organ tubuh seperti mata, telinga, tangan, dan lainnya.

Sekarang bagaimana mengkaji ajaran Islam dari segi pesan (*message*)nya? Mengenai hal ini, Bakti (2005: 27-32) menyatakan bahwa pesan-pesan utama Islam tersimpul di dalam kitab suci Al-Qur'an. Nabi Muhammad pun meninggalkan pesan yang tertulis dalam bentuk hadits. Kemudian para penerusnya pun melakukan proses ijtihad, penelusuran, skrutinitas, yang kemudian melahirkan karya-karya monumental dalam Islam, yang semuanya bisa dikaji secara *message analysis*.

Berbagai macam cara pengkajian yang dapat dilakukan. Seorang penulis bisa menggunakan penelitian tafsir (*Qur'anic exegesis*). Pendekatannya pun beragam, bisa dengan cara *bi al-ra'yi* atau *bi al-ma'tsur*, yang sudah populer sejak zaman klasik. Bahkan bisa juga dengan pendekatan *takwil* atau hermeneutika, semiotika, semantik, sintaksis, dan lainnya. Yang penting bagaimana seorang penulis tetap menjaga agar data yang digunakan valid, serta interpretasi dan analisisnya koheren.

Dengan cara ini, maka ilmu-ilmu humaniora dan keadaban mendapat angin segar yang pada gilirannya bisa mengembangkan atau membangun temuan unik. Ilmu *al-arudhi*, *naqd al-adabl*, *balaghah*, misalnya, bisa mendapatkan nuansa dan metodologi interdisipliner dari ilmu komunikasi, dengan mengadopsi *discursive*, *intertextual*, *semiological analyses*.

Studi *source* (sumber) ini dapat juga meneliti kemalaikatan dan kerasulan, prihal bagaimana pendapat para ahli kalam dan teologi tentang keduanya. Para ulama dan pendiri *mazhab* pun bisa dikaji dengan pendekatan sumber ini. Asal usul, serta latar belakang pendidikan, keluarga, serta pikirannya sungguh akan menarik untuk dikuak.

Studi *message* (pesan) tentang hadits juga tetap menjadi penting. *Al-Kutub al-Sittah* atau *al-Tis'ah* dan kitab para mazhab hukum Islam yang ada baik dalam tradisi Sunni maupun Syiah merupakan objek yang tetap relevan untuk dikaji. Selain pendekatan di atas, bisa juga hadits didekati dengan menggunakan *content analysis*, *discursive analysis*, *path analysis*, dan lainnya. Berbeda dengan tradisi klasik yang melihat hadits dari segi *asbab al-wurudnya*, atau sanad dan matannya, tradisi interdisipliner komunikasi dapat melihat hadits dari segi isinya (temanya) bagaimana hadits itu dikonstruksi. Atau dengan pendekatan wacana dengan melihat hadits dari segi diskors antara hadits yang satu dengan yang lainnya.

Sedangkan *path analysis* bisa melihat hadits melalui alur penyampaiannya. Dengan demikian ilmu hadits bisa berkembang, tidak hanya mewarisi Ilmu *Musthalabah al-Hadits* saja yang dipelajari berulang-ulang, mulai tsanawiah hingga doktoral.

Pesan lain yang dapat dikaji, selain rukun Iman seperti di atas, adalah rukun Islam. Membicarakan hal ini memang amat riskan, karena berkaitan dengan ibadah mahdhah yang diyakini umat Islam sebagai sesuatu yang tak bisa berubah. Namun demikian, masih terbuka kemungkinan menelitinya dari segi tematik dari ayat-ayat atau hadits tentang syahadat, shalat, puasa, zakat dan haji. Perbedaan antara mazhab yang satu dengan yang lainnya tentu ada dan menarik untuk dikaji lebih jauh.

Pesan yang disampaikan oleh seorang ulama atau pembicara melalui media komunikasi baik media cetak (*printed media*) atau media elektronik (*electronic media*) dapat dikaji dengan analisis isi (*content*), bingkai (*frame*), atau jalur (*path*), dengan dituntun dengan teori konstruksi dalam ilmu komunikasi yang sarat interdisipliner ini.

Sekarang, bagaimana meneliti *channel* atau saluran informasi tentang ajaran Islam? Saluran dapat berupa lembaga atau institusi Islam. Para Nabi sebagai penyalur ajaran dapat dikaji. Bagaimana pendapat ahli tentang kerasulan (*prophesy*), bahkan soal kemalaikatan pun bisa dibahas. Begitu juga masjid, sekolah, aliran tarekat atau tasawuf merupakan hal penting dalam hal ini. Saluran atau lembaga modern juga seperti media komunikasi baik komunikasi massa yang digunakan ataupun organisasi tertentu dapat menjadi objek kajian. Seorang penulis dapat mengkritisi manajemennya, dananya, dan struktur organisasinya. Pendekatan *rhetorical* (retorika) atau *speech analysis*, ataukah *ideological* (ideologi) bisa digunakan terutama bila mengkaji sebuah lembaga dakwah yang masih ada dalam Islam, untuk mengetahui ceramah-ceramahnya dan ideologinya.

Pengkajian seperti ini semuanya dapat melahirkan temuan-temuan baru dan sekaligus bagi dunia Islam. Penerima ajaran atau dakwah (*recipient*) adalah pendekatan yang juga tak kalah pentingnya dalam kajian interdisipliner. Seorang penulis bisa dengan pendekatan *historical analysis* (analisis sejarah) mempelajari sahabat nabi sebagai penerima langsung ajaran nabi. Jamaah dari aliran tertentu dalam Islam bisa diteliti dengan menggunakan *audience analysis* (analisis pendengar).

Apalagi bila memang meneliti dakwah penyiaran Islam di dalam era media digital, maka analisis khalayak sungguh amat relevan. Reaksi orang Islam terhadap program pemerintah di dunia Islam bisa diteliti dengan menggunakan pendekatan *ethnomethodology*, yaitu pendekatan yang menekankan pada *common sense knowledge* atau *local knowledge* (pengetahuan lokal), melalui bahasa keseharian suatu masyarakat tertentu. Pendekatan lain yang relevan adalah *communitarian approach*, yang menekankan pada analisis komunitas Muslim berhadapan dengan komunitas lainnya.

Terakhir adalah pendekatan *effect* (pengaruh). Seorang peneliti akan memerhatikan sejauh mana pengaruh sebuah ajaran, doktrin, organisasi, institusi atau seorang dai terhadap masyarakat Islam tertentu. Masyarakat tersebut akan dibandingkan bagaimana keadaan sebelumnya dengan keadaan sesudah mengikuti suatu program tertentu. Bisa dengan cara wawancara, bisa juga dengan pendekatan *ethnography* sebagai cabang dari antropologi, dengan terlibat langsung pada kegiatan dai tersebut. Jadi *participant observation* menjadi pilihan tepat dalam hal ini. Pertanyaan yang biasa diangkat adalah siapakah yang aktif dalam pembentukan perubahan, apakah penerima atau pengirim.

### ***Trendsetter* Media Baru dalam Era Digital Beserta Dampaknya**

Secara leksikal, *trendsetter* berarti “*One that sets a trend*” (Merriam 2012: para. 4). Jika dikaitkan dengan ilmu komunikasi, maka *trendsetter* dalam komunikasi bermula pada era kentongan dan asap, manusia mengirim pesan menaklukkan jarak. Ketika alat tulis belum ditemukan, seorang raja mengirim kurir (manusia) untuk menyampaikan pesan secara lisan pada raja di benua lain. Saat itu, cara itulah yang populer dan *trend* digunakan. Dan ketika alat tulis ditemukan, *trend* pun bergeser menjadi kertas yang berisi pesan dikirim melalui burung merpati. Buku pun lahir, berlanjut dengan teknologi komunikasi lainnya: telegraf, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, komputer dan kini, Internet dan film.

Namun, berbagai media di atas tidak semuanya dapat saling menggantikan peran satu sama lain. Buku tidak digantikan oleh surat

kabar, surat kabar tidak digantikan oleh radio, radio tidak digantikan oleh televisi, dan televisi tidak digantikan oleh komputer. Semua memiliki keunikan tertentu.

Beranjak ke era *cyberspace*, segala bentuk media komunikasi yang kita kenal: *face-to-face meeting*, telepon, fax, surat, surat kabar, majalah, radio, TV, film telah bermutasi menjadi *teleconference*, *i-phone* (Internet telepon), *i-fax* (Internet fax), *e-mail* (*electronic mail*, *e-magazine* (*electronic magazine*), dan bermunculan berbagai jejaring sosial dalam media digital yang menjadi trendsetter saat ini (Marioni dan kawan-kawan: 2007). Dengan Internet kita memasuki ruang-waktu baru yang bersifat nirjarak dan nirwaktu; dan kita menjumpai hampir seluruh bentuk media komunikasi yang kita kenal berkonvergensi menyatu di sana, membuatnya disebut multimedia.

Terkait dengan *trendsetter* dalam dunia baru digital, Abudiman (2012) berpendapat bahwa pemimpin di dunia maya lebih diartikan kepada yang mampu menjadi *trendsetter* dalam kawasan media sosial ini. Hal tersebut tidak terjadi begitu saja, media elektronik merupakan salah satu hal yang memberikan pengaruh kuat. Semakin media menyoroti *trendsetter* ini, semakin itu pula ia akan menjadi pemimpin yang mampu menggalang massa dalam lingkup negaranya (baca: media sosial), selain ia harus mampu membaca perilaku para pengguna media sosial lainnya.

Abudiman (2012) juga menyatakan, dalam dunia maya, rakyat diartikan kepada pengguna yang turut mengambil peran alias mendukung akan tren yang diciptakan oleh pemimpin ini. Tapi ingat, pemimpin disini memiliki relasi bersifat horizontal, bukan vertikal, artinya, pemimpin dan rakyat memiliki kedudukan yang setara, dan rakyat memiliki hak untuk turut mengambil bagian dari tren atau memilih untuk tidak mengambil bagian, atau bahkan justru menciptakan koloni baru dengan menjadi pihak oposisi *trend* yang sedang berlangsung. Itu berarti setiap pengguna media sosial memiliki peluang menyandang gelar pemimpin republik teritori media sosial.

Beranjak ke istilah “media baru digital”, istilah ini sendiri digunakan oleh Ito dan kawan-kawan (2008:12) karena media ini merupakan perkembangan dari dunia teknologi yang terdiri atas

seperangkat media yang tidak akan berfungsi jika berdiri sendiri. Contoh media digital baru ini antara lain adalah telepon genggam, *personal digital assistants* (PDAs), *game consoles*, dan komputer, yang kesemuanya tersambung dengan Internet (tidak akan berfungsi jika hanya ada satu media). Dan lagi-lagi, teknologi membawa kita dari dunia yang serba terbatas menjadi tak terbatas.

Seperti layaknya sisi mata uang, kemajuan teknologi di era media baru digital tentunya membawa dampak positif dan negatif. Dampak yang ditimbulkan ini jelas merupakan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, mengingat globalisasi merupakan suatu kondisi yang membuat batas-batas geografis seolah-olah tidak ada. Penduduk dunia berada dalam ruang kaca dan mereka dapat melihat kejadian di luar daerahnya dengan jelas tanpa perlu mendatangi daerah tersebut. Dan keadaan ini merupakan dampak dari pesatnya perkembangan teknologi (Abbas 2003).

Saat ini Internet merambah seluruh dunia hingga ke pelosok desa, seiring dengan pesatnya perkembangan media digital baru, media sosial dikenal oleh pengguna Internet di jagat ini. Penetrasi yang mengglobal seakan meruntuhkan dinding-dinding pembatas dan menjadikannya sebagai sekat liberalisasi informasi. Perkembangan dunia yang begitu pesat menyeret penghuni bumi berjalan bahkan berlari mengikuti arus yang semakin dinamis. Ketika Internet hadir masuk dalam celah-celah kehidupan manusia, ia turut serta dalam membentuk suatu peradaban baru. Kedinamisan dalam belantika dunia maya ini tak urung sebagai magnet untuk terus menciptakan medan magnetik kepada setiap penggunanya.

Media sosial sebagai salah satu media *online* era digital yang memungkinkan para pengguna bisa berpartisipasi telah menciptakan dunia sendiri bagi para penggunanya. Tak pelak, media sosial seakan menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat era modern. Tak pandang usia, dari bocah-bocah “ingusan” bahkan dewasa terlarut dalam nostalgia media sosial. *Facebook*, *Twitter*, *blog*, *Second Life*, *YouTube* dan aplikasi sosial lainnya menjadi *trendsetter* komunikasi digital yang begitu mendunia seakan menjadi rumah kedua tempat pelabuhan

segala keluh–kesah. Berikut adalah contoh berbagai *channel* jaringan komunikasi sosial yang menjadi *trendsetter* saat ini:

Type	Examples
Social networking sites	Facebook, Google + , LiveMocha
Collaborative media	Wikis
Blogs and Microblogs	Blogger, Twitter
Content communities	Youtube, Picasa
Virtual game worlds	Warcraft
Virtual social worlds	Second life

**Gambar 1** 'Trendsetter Jaringan Komunikasi Sosial'

Dalam kaitan keberadaan dan kedudukan ilmu pengetahuan, khususnya teknologi dengan Islam sebagai sistem nilai, perkawinan antara teknologi transmisi mutakhir dengan komputer telah melahirkan sebuah era baru, yaitu era informasi yang tidak terkecuali bangsa Indonesia yang turut serta di dalamnya. Cherry (1978) mengungkapkan perkembangan teknologi komunikasi yang cepat dewasa ini dapat disebut dengan istilah *explosion*, yaitu *Pertama*, secara potensial teknologi komunikasi dapat menjangkau seluruh permukaan bumi hanya dalam tempo sekejap. *Kedua*, jumlah pesan dan arus lalu lintas informasi telah berlipat ganda secara geometrik. *Ketiga*, kompleksitas teknologinya sendiri semakin canggih (*shopisticated*) baik perangkat lunak maupun perangkat kerasnya.

Berdasarkan dampak dari perkembangan teknologi tersebut, maka masyarakat Muslim di Indonesia sekalipun tidak terkecuali masuk ke dalam era masyarakat informasi. Dengan arus informasi yang pesat dan besar secara kapasitas, dalam hal ini tentunya perlu memerhatikan pengendalian yang tepat sebagai upaya dari perlindungan terhadap informasi yang kurang baik tentunya.

Menurut Bakti (2012), dampak dari perkembangan sains dan teknologi, terutama dalam bidang komunikasi, salah satunya adalah globalisasi. Istilah 5F (*Fun, Fashion, Food, Facility, dan Fantasy*) sudah menglobal. *Fun* atau hiburan berbentuk film, CD, VCD, baik dalam bioskop maupun acara televisi dapat disaksikan di seluruh dunia. Lagu-lagu Celine Dion atau Mariah Carey dapat didengarkan di bus-bus atau mobil pribadi ataupun di mal-mal dan rumah rumah tempat

tinggal. *Fashion* atau mode pakaian yang sedang trendy di Eropa dapat dengan cepat dijual dan dipakai oleh anak-anak muda di negara-negara terpencil sekali pun. Dari “*belly botton*” hingga “*you can see*” dapat kita saksikan bila kita ke mal-mal atau pusat pertokoan. *Food* atau makanan ala McDonald, KFC, Pizza Hut, semuanya dapat dikonsumsi oleh masyarakat yang menghendakinya. Fasilitas hidup (*facility*), seperti mobil, mulai dari mercedes benz hingga BMW bertebaran di jalan-jalan raya. Begitu pun fasilitas rumah tangga seperti kulkas, *microwave*, *stove*, *blender* dapat dengan mudah diakses dimiliki oleh rumah-rumah tangga hingga di pedesaan sekalipun. Obat-obatan yang dapat merangsang fantasi di jajakan di bar-bar hingga kepada anak-anak yang masih belasan tahun. Sungguh banyak yang terjebak dengan gaya hidup seperti ini. Kendati tidak merata di seluruh pelosok dunia, tapi demikianlah kondisi masyarakat kita di era globalisasi.

### **Dakwah Penyiaran Islam Melalui *Trendetter* Komunikasi**

Secara umum, definisi dakwah yang dikemukakan para ahli menunjuk pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik dan tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual berarti dapat memecahkan masalah-masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual berarti konkret dan nyata, sedangkan kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Agama Islam sebagai suatu ajaran tidaklah berarti, manakala manusia tidak dimanifestasikan dalam perbuatan amalia. Ini dikarenakan agama tersebut, bukanlah agama yang semata-mata menyoroti satu sisi dari kehidupan manusia saja, akan tetapi Islam meliputi dan menyoroti semua persoalan hidup manusia secara total.

Pengertian dakwah tidak lain adalah komunikasi, hanya saja yang secara khas dibedakan dari bentuk komunikasi yang lainnya terletak pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Di dalam komunikasi

mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide atau pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkahlaku yang diharapkan.

Seorang muballigh sebagai komunikator mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikator dan kemudian berharap agar komunikannya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaiannya. Ciri khas yang membedakan adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara *persuasive*, dan juga tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam.

Dakwah merupakan proses komunikasi, tetapi tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah. Sains dan teknologi dapat membantu kita agar dakwah kita juga ikut cerdas. Dakwah harus berakar dari kepercayaan akan empirisme yang sangat kuat. Dakwah juga seharusnya tidak diterjemahkan lagi sebagai sesuatu yang mengarah pada makna seperti: *hallo-hallo*, *propagation*, *missionary*, *proselytization* dan *conversation*. Hal ini, bukan hanya kurang produktif, tetapi malah bisa jadi kontra produktif dan bumerang, karena dakwah Islamiah kemudian dibenci dan ditakuti. Makna dakwah seperti ini bukanlah studi ilmiah atau empiris, karena selalu mulai dengan: *Ud'uu ilaa sabiili rabbika. Man absanu qawlan min man da'aa ilaa Allaah. Ballighuu 'annii walaw aayah*. Kecuali melalui proses reinterpretasi, ayat-ayat ini semua mengarah kepada Allah yang abstrak itu. Tetapi reinterpretasi empirikal dapat dikemukakan bahwa Allah di sini bermakna jalan-Nya yang mengarah kepada kebaikan, kerja-kerja kemanusiaan, pembangunan ekonomi, temuan sains dan teknologi (Bakti 2012).

Teknologi pada masa sekarang ini telah merambah ke seluruh urat nadi kehidupan. Dengan keberadaan teknologi, harusnya bisa kita manfaatkan sebagai sarana berdakwah demi kepentingan agama. Misalnya untuk menyiarkan ceramah, kajian, hasil riset, dialog, maupun acara-acara yang bermanfaat. Teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan di bidang informasi, misalnya

dengan menulis di surat kabar, majalah, buletin, buku-buku Islam, maupun membuat *website* yang memiliki konten Islami.

Pada era media baru digital sudah mulai menjamur, maka kita juga perlu memanfaatkan Internet untuk sarana dakwah. Dahulu, pada saat Internet pertama kali diperkenalkan oleh para ilmuwan Barat, hampir kebanyakan tokoh Islam merasa curiga dan khawatir akan efek dari temuan teknologi tersebut. Padahal, dakwah penyiaran Islam melalui jaringan Internet sangat efektif dan potensial dalam menyebarkan tata nilai, etika dan moral (akhlak) yang luhur dan mulia.

Ada tiga metode yang dapat ditempuh dalam berdakwah:

1. Menggunakan Ilmu Komunikasi dalam melihat dakwah  
Ilmu komunikasi telah berhasil menempa diri menjadi ilmu yang punya koridor tersendiri. Tak dapat dibantah bahwa temuan-temuan telekomunikasi sekarang ini beranjak dari filsafat ilmu komunikasi yang percaya kepada empirisisme. Dakwah dapat ditilik dengan menggunakan teori-teori ilmu komunikasi seperti konstruksi dan komunikasi interaktif.
2. Dakwah dilihat sebagai masalah yang bisa dideteksi  
Pelaku dakwah, institusi atau lembaga dakwah, pelaksanaan dakwah, proses dakwah, dana dakwah, interaksi dakwah, evaluasi dan analisa dakwah (keuangan)
3. Bukan menyangkut hal transendental, keimanan kepada yang “ghaib” (menurut pengertian umum).

Dalam dakwah penyiaran Islam, seorang komunikator diharapkan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dalam mendekati berbagai permasalahan yang biasa muncul dalam upaya penyampaian pesan kepada komunikannya. Ia harus dapat memperhitungkan keefektifan cara yang digunakan, termasuk pertimbangan intelegensi, sasaran dakwah, dan bagaimana latar belakang komunikan.

Ada dua cara ilmu komunikasi mendekati masalah:

1. *Apparent State of Affairs (ASA) as perceived by five levels of analysis*

Kondisi real permasalahan komunikasi dapat dilihat berdasarkan analisa lima level: intrapersonal, interpersonal, interorganisasi, interenvironmental, dan interteknologi. Interpersonal dapat mencakup aspek komitmen, konsistensi, transparansi, akuntabilitas, inteligensi, dan komunikabilitas. Hal ini dapat dikaitkan dengan taqwa, iman, Islam, dan ihsan. Atau lebih jelas lagi *shiddiq* (komitmen, kejujuran), *istiqamah* (konsistensi), *fathanah* (inteligensi), *amanah* (akuntabilitas) dan *tabligh* (komunikabilitas).

Berbeda dengan interpersonal yang berkaitan dengan hubungan orang per orang, interorganisasi menyangkut hubungan antarorganisasi. Bila inter-personal biasa dikategorikan sebagai komunikasi tingkat mikro, interorganisasi masuk kategori komunikasi tingkat meso. Analisis ini bisa digunakan untuk melihat model atau struktur organisasi dakwah. Model manajemen yang diikuti juga bisa menjadi fokus dakwah.

Suasana pelaksanaan dan proses dakwah dapat dianalisis berdasarkan inter-environmental (lingkungan). Suasana kondusif dapat membawa kepada dakwah yang kondusif pula.

2. *Intended State of Affairs (ISA) as perceived by five levels of analysis*

Pada analisis level ini, seperti juga pada ASA di atas, kita dapat melihat nilai nilai tertentu yang diidealkan. Kita dapat melihat apa saja yang kurang dari lima model analisis itu.

## **Tantangan dan Peluang**

### **Komunikasi dalam Penyiaran Islam di Era Media Baru Digital**

Media baru digital terutama komputer dan telepon genggam yang terkoneksi dengan Internet merupakan salah satu contoh hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat dijadikan sebagai media penyiaran agama Islam. Peranan media ini sebagai media penyiaran agama Islam dewasa ini dipandang sangat penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat jenis media tersebut.

Negara-negara Muslim mutlak perlu mengembangkan dan mempromosikan sumber tradisional komunikasi, seperti: jurnal ilmiah dan pendirian jaringan-jaringan informasi yang kecil dan dirancang secara spesifik untuk menyatukan dan mengajukan gagasan antara para ilmuwan dan intelektual Muslim.

Dewasa ini dunia Muslim sangat kekurangan jurnal-jurnal ilmiah. Oleh karena itu dunia Muslim dituntut untuk menerbitkan sejumlah besar jurnal primer dan skunder yang dikhususkan untuk para ilmuwan serta intelektual Muslim untuk melayani dunia Muslim. Jurnal ilmiah barat telah terbukti kreatifitasnya ditunjukkan kepada negara-negara industri, karena negara industri telah terbiasa membaca jurnal tersebut.

### **Mengapa Menggunakan Media Baru Digital?**

Dakwah melalui *trendsetter* komunikasi media baru digital perlu diperhitungkan dengan berbagai alasan. Di antaranya, *pertama*, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau; *Kedua*, pengguna jasa Internet setiap tahunnya meningkat drastic. Berdasarkan data dari *Social Baker*, pengguna *Facebook* saja di negeri ini mencapai 42.58 juta dengan tingkat penetrasi mencapai 17.57% yang menempatkannya pada posisi keempat pengguna *Facebook* terbesar di dunia setelah AS, India dan Brazil. Belum lagi pengguna *Twitter* yang penetrasinya mencapai 28% per awal tahun 2012. Meningkatnya intensitea penggunaan Internet ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah; *Ketiga*, para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah via Internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i; *Keempat*, dakwah melalui Internet sudah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Berbagai situs dapat dipilih materi dakwah yang disukai; *Kelima*, cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah via Internet bisa menjangkau segmen yang luas; *Keenam*, pembelajaran ilmu akan berlangsung efektif ketika disosialisasikan secara informal; *Ketujuh*, hal yang dipelajari dari orang/tokoh yang kita kagumi/sayangi akan lebih mudah diserap dibandingkan dengan pembelajaran konvensional di kelas; adanya kecenderungan ketika seseorang merasa santai/relaxed

(berada di kafe atau di rumah), *Kedelapan*, akan lebih mudah baginya untuk menyerap ilmu pengetahuan dibandingkan dalam keadaan tegang atau berada dalam situasi formal; Hal yang dipelajari dari orang/tokoh yang kita kagumi/sayangi akan lebih mudah diserap dibandingkan dengan pembelajaran konvensional di kelas; *Kesembilan*, adanya kecenderungan ketika seseorang merasa santai/relaxed (berada di kafe atau di rumah); dan *kesepuluh*, akan lebih mudah baginya untuk menyerap ilmu pengetahuan dibandingkan dalam keadaan tegang atau berada dalam situasi formal.

Kehadiran media baru digital ini begitu menunjang kegiatan berdakwah melalui berbagai fasilitas yang diberikan oleh tiap jaringan sosial maya seperti yang dapat terlihat di dalam diagram berikut:

Second Life	Facebook	Twitter
Chatting	Chatting	Posting
Meeting conference	Posting	Chatting (re-tweet)
Dunia virtual dengan berbagai macam avatar	Notes	
Menyediakan fasilitas latar/setting untuk menciptakan komunikasi bermacam genre		

**Gambar 2** 'Fasilitas Jaringan Sosial'

Dari diagram di atas tergambar jelas bahwa jaringan sosial yang menjadi *trendsetter* komunikasi media baru digital memiliki berbagai fasilitas yang dapat digunakan dalam menyiarkan nilai-nilai Islam. Pembelajaran melalui teknologi digital memungkinkan seluruh umat belajar tanpa harus meninggalkan tempat tinggal ataupun pekerjaannya.

Seorang mubaligh yang cerdas akan melihat bahwa teknologi digital ini merupakan sebuah terobosan ilmu pengetahuan yang jika dimanfaatkan secara benar, maka akan dapat memberikan keuntungan bagi umat Muslim. Pertimbangan inilah yang layak untuk menjadi pemikiran para mubaligh saat ini.

## Peluang yang Harus Digunakan

Di dalam aspek positif teknologi informasi terdapat banyak perangkat yang harus kita sadari. Teknologi yang lahir di Barat cenderung mengarah kepeningkatan elemen desktruktif dan elemen pengendalian atau secara spesifikasi sesuai untuk digunakan oleh konsumen Barat. Inilah alasan penting mengapa dunia Muslim harus mengembangkan kemampuan sendiri di dalam bidang teknologi “mikro-digital”. Negara industri bukan hanya mempertahankan dominasi ekonomi dan politik, tetapi mereka juga akan merongrong dan menaklukkan dunia Muslim.

Melalui *Facebook*, setiap orang dapat memulai hubungan pribadi dan terlibat aktif dalam pembelajaran Islam dan dapat membangun komunitas para profesional untuk berbagi informasi dan pengalaman.



Gambar 3 'Facebook sebagai media belajar dan berbagi'

Selain itu, komunikasi menimbulkan motivasi, jika komunikasi sesuai dengan harapan, aspirasi, etika, nilai, maksud dan tujuan penerimanya, maka ia akan sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan pembentukan karakter komunikannya.

Contoh media lain yang juga menjadi *trendsetter* dalam dunia media baru digital adalah *Twitter*. *Twitter* sebagai sebagai contoh dari sebuah inovasi media digital, memiliki dampak yang begitu besar

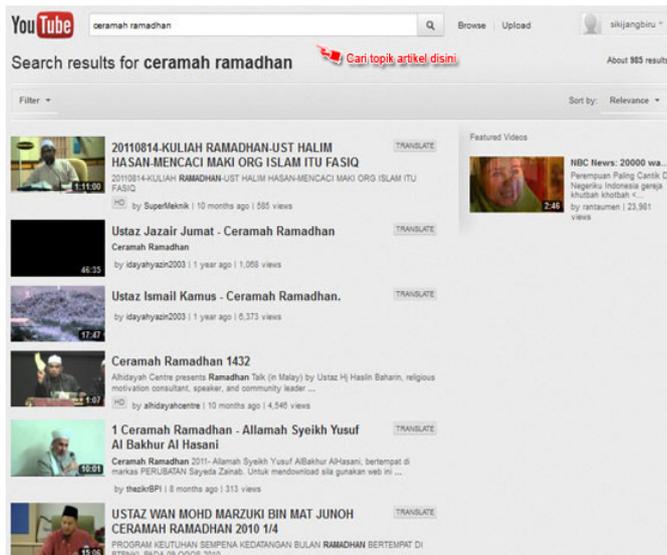
karena kemudahannya untuk diakses di mana saja dan memiliki efek penyebaran yang lebih luas di kalangan generasi muda. Para pendakwah dapat menggunakan jaringan *Twitter* ini untuk menyiarkan pesan dalam Islam, seperti yang dilakukan oleh seorang mubaligh, Yusuf Mansur di bawah ini:



Gambar 4 'Twitter sebagai media belajar dan berbagi'

Dari gambar di atas jelas terlihat betapa kuat dan efektifnya dakwah yang digunakan oleh Yusuf Mansur dalam mengarahkan umat untuk bersedekah dan mempedulikan sesama. Pesan yang ia kirimkan agar umat bersedia menyedekahkan sebagian harta yang dimiliki, dapat tersampaikan dengan baik dan menimbulkan respons yang sesuai dengan apa yang diharapkan dengan terkumpulnya uang sebesar 150 juta lebih yang kemudian akan disalurkan kepada berbagai pihak yang membutuhkan.

Selain *Facebook* dan *Twitter*, *web video* dan *YouTube* yang juga menjadi *trendsetter* dalam dunia media baru digital saat ini dapat dimanfaatkan sebagai teknologi untuk membuat video pengajaran Islam dan disiarkan (*posting*) di *YouTube* untuk kemudian digunakan sebagai sarana dakwah penyiaran Islam seperti yang tergambar dalam ilustrasi di bawah ini:



Gambar 5 'Youtube sebagai media belajar dan berbagi informasi'

Dari uraian di atas dapat terlihat bahwa peranan dan fungsi media dalam memberikan pemodelan ketauladanan, mediaisasi, dan pengembangan kepribadian tentunya menjadi tanggung jawab yang mungkin dapat diupayakan bersama oleh seluruh elemen bangsa ini. Atas dasar ikhtiar tersebut, kita sebagai umat Muslim dan bagian dari bangsa Indonesia, tentunya dapat optimis untuk terus bergerak menuju kepada perubahan tatanan masyarakat madani yang damai sentosa, aman tentram, makmur dan bersahaja dengan citra dan harga diri bangsa yang luhur serta yang utama ialah dapat selamat di dunia ini dan di akhirat nanti.

### Tantangan yang Dihadapi: Mampukah kita?

Seperti layaknya segala sesuatu yang memiliki kelebihan dan kekurangan, kemajuan teknologi di era media baru digital tentunya membawa baik dampak positif dan juga negatif. Keberadaan publikasi informasi merupakan sarana efektif dalam penyebaran isu. Guru/dai/mubaligh harus belajar untuk mengikuti perkembangan teknologi sehingga penyiaran Islam dapat berjalan lebih efektif dan

mampu terlibat di dalam komunikasi aktif dunia digital sehingga mampu memahami perkembangan yang terjadi dan dapat memanfaatkannya sebagai pembelajaran terhadap peserta didiknya. Ketidaktahuan dan ketidakmampuan dalam memanfaatkan media baru digital akan membuat penyiaran pengajaran Islam akan terus berjalan secara konvensional dan membatasi pembelajaran itu sendiri.

Dampak yang diuraikan oleh Bakti (2012) di atas dengan sebutan “5F” merupakan suatu tantangan tersendiri dalam penyikapan dan penerimaannya. Lemahnya sumber daya modal maupun kualitas negara-negara Muslim memaksa masyarakat Muslim mengimpor teknologi komunikasi informasi dari dunia Barat. Pemaparan berbagai persoalan seksualitas, peperangan dan tindakan kriminal lainnya mendatangkan efek yang berbanding terbalik dengan tujuan komunikasi dan informasi itu sendiri. Perkembangan teknologi yang luar biasa menyebabkan manusia lupa diri. Manusia menjadi individualistik, egoistic, konsumeristik dan eksploitatif, baik terhadap diri sendiri, sesamanya, masyarakatnya, alam lingkungannya, bahkan terhadap Tuhan Sang Penciptanya sendiri. Lagi-lagi Islam sebagai sistem nilai, dalam kaitannya dengan bentuk tantangan tersebut telah mengatur dan mengantisipasi sedemikian rupa dengan acuan nilai *rahmatan lil alamiin* dan *amar ma'ruf nahi mungkar*. Hal ini adalah tantangan tersendiri bagi seluruh umat Islam di masa depan untuk meminimalisir seluruh nilai-nilai komunikasi informasi yang bertentangan dengan nilai luhur Islam.

Dalam kaitannya dengan hal di atas, tentunya pemanfaatan salah satu teknologi media komunikasi era digital harus senantiasa disandarkan secara utuh dan langsung dengan bentuk dan sikap ketakwaan. Sehingga tata nilai, etika dan moral (akhlak) yang luhur dan mulia yang terintegrasikan tentunya telah menjadi muatan utama dalam setiap kegiatan penyiaran yang dapat dilakukan tersebut. Umat Islam harus bangun dan bangkit agar mampu memenuhi tantangan ini sehingga bentuk nilai yang terkandung dari setiap pesan yang dikomunikasikan merupakan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran suci agama Islam yang bersifat substansial-universal (tidak hanya simbolik semata); ketuhanan, kebenaran, kebaikan, kearifan, kebajikan,

keadilan, kesederhanaan, kejujuran, keutamaan ilmu, kemerdekaan, persatuan umat dengan persamaan makna, ketauladanan dalam bertakwa, persaingan sehat dan persaudaraan, persamaan dan tanggungjawab, serta masih banyak lainnya merupakan nilai-nilai yang memang tidak dapat ditolak oleh pihak manapun bahkan oleh umat beragama lainnya, sehingga dapat menjadi sebuah kesepakatan, kesepahaman, kesepakatan dan kemaslahatan bersama.

### **Kesimpulan**

Kemajuan sains dan teknologi media digital telah memberikan berbagai kemudahan dan kesejahteraan bagi kehidupan manusia sekaligus merupakan sarana bagi kesempurnaan manusia sebagai hamba Allah dan *khalifah*-Nya. Allah telah mengaruniakan anugerah kenikmatan kepada manusia yang bersifat saling melengkapi yaitu anugerah agama dan kenikmatan sains teknologi.

Kemajuan teknologi modern yang begitu pesat telah memasyarakatkan produk-produk teknologi digital baru seperti telepon genggam, komputer, berbagai jaringan sosial maya yang kesemuanya terkoneksi menggunakan Internet, menawarkan aneka jenis hiburan bagi tiap orang tua, kaum muda, dan juga anak-anak. Namun tentunya alat-alat itu tidak bertanggung jawab atas apa yang diakibatkannya. Justru di atas pundak manusialah terletak semua tanggung jawab itu. Adakalanya menjadi manfaat yaitu manakala manusia menggunakan dengan baik dan tepat. Tetapi dapat pula mendatangkan dosa dan malapetaka manakala manusia menggunakannya untuk mengumbar hawa nafsu dan kesenangan semata.

Seiring dengan upaya meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, kita pun harus jeli menentukan pilihan ini. Untuk apakah semua kemajuan itu? Apakah sekadar untuk menuruti keinginan-keinginan syahwat lalu tenggelam dalam kemewahan dunia hingga melupakan akhirat dan menjadi pengikut-pengikut setan? Ataukah sebaliknya semua ilmu dan kemajuan itu dicari untuk menegakkan syariat Allah guna memakmurkan bumi dan menegakkan keadilan seperti yang dikehendaki Allah serta untuk meluruskan kehidupan dengan berlandaskan pada kaidah moral Islam?

Agama dan ilmu pengetahuan teknologi merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Ilmu adalah sumber teknologi yang mampu memberikan kemungkinan munculnya berbagai penemuan rekayasa dan ide. Adapun teknologi adalah terapan atau aplikasi dari ilmu yang dapat ditunjukkan dalam hasil nyata yang lebih canggih dan dapat mendorong manusia untuk berkembang lebih maju lagi. Namun, terlepas dari semua itu, perkembangan teknologi tidak boleh melepaskan diri dari nilai-nilai agama Islam karena agama tanpa ilmu akan pincang, sedangkan ilmu tanpa agama akan buta.

Ada banyak tantangan yang harus kita jawab dengan pemikiran yang berwawasan jauh ke depan. Namun, terlepas dari problem dan kekhawatiran sebagaimana diuraikan di atas, kita sebagai umat Islam harus selalu optimis dan tetap bersyukur kepada Allah SWT. Karena sungguh pun perubahan sosial dan tata nilai kehidupan yang dibawa oleh arus *westernisasi* dan *sekularisasi* terus-menerus menimpa dan menyerang masyarakat Islam, tetapi kesadaran umat Islam untuk membendung dampak-dampak negatif dari budaya Barat itu ternyata masih ada meskipun hanya segolongan kecil umat yaitu mereka yang tetap teguh untuk menegakkan nilai-nilai Islam. Kesadaran inilah yang harus terus kita pupuk bersama-sama.

## Referensi

### Buku

- Abbas, Bakri. 2003, *Komunikasi Internasional*, Yayasan Kampus Tercinta IISIP, Jakarta.
- Bakti, Andi Faisal. 2005, 'Mengkaji Islam sebagai Objek Ilmu Pengetahuan: Tinjauan Interdisipliner Komunikasi', *Jurnal Inovasi Pendidikan Tinggi Agama Islam*, vol.7, no. 2, hal. 27-32.
- Bakti, Andi Faisal. 2012, *The Role of Islamic Media in the Globalization Era: Between Religious Principles and Values of Globalization, the Challenges and the Opportunities*, Paper Presented at Rabithah Alam Islami, Jakarta.
- Ruben, Brent D. dan Stewart, Lea P. 2006, *Communication and Human Behavior*, Allyn and Bacon, Boston.

- Cherry, Colin. 1978, *World Communication: Threat or Promise? A Socio-Technical Approach*, Wiley, Chichester.
- Garfinkel, H. 1967, *Studies in Ethnomethodology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Geertz, Clifford. 1983, [Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology](#), Basic Books, New York.
- Gibson, William. 1982, 'Burning Chrome', *Omni Magazine*, July.
- Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., Boyd, D., Herr-Stephenson, B., Lange, Patricia G., Pascoe, C. J., and Robinson, L. 2008, *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*, The MacArthur Foundation, Chicago.
- Mowlana, Hamid. 1989, 'Communication, Ethics, and the Islamic Tradition,' In Thomas W, Cooper et. al (eds.), *Communication Ethics and Global Changes*. Longman, New York, hal. 137-146.
- Marioni, Akbar dkk. 2011, *Karakteristik Media dan Kegiatan Intergrated Marketing Communication (IMC)*, Universitas Indonesia Esa Unggul, Jakarta.
- Muis, Andi. 2001, *Indonesia di Era Dunia Maya: Teknologi Informasi dalam Dunia Tanpa Batas*, Rosda Karya, Bandung.
- Shannon, C. E. dan Weaver, W. 1949, *The Mathematical Theory of Communication*, [University of Illinois Press](#), Illinois.
- Tehrani, Majid. 1988, 'Communication Theory and Islamic Perspective', dalam *Communication Theory: The Asian Perspective*, eds Dissanayake, Wimal, Mass Communication Research and Information Centre, Singapore.

### Internet

- Abudiman, Akmal. 2012, 'Republik Baru itu Bernama Media Sosial'. Diakses 28 September 2012, dari <http://aammanajemen-blog.com/2012/03/15/republik-mini-itu-bernama-media-sosial/>
- Social Baker. 2012. **Diakses 28 September 2012** dari <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/indonesia>
- Merriam-webster. 2012. Diakses 27 Juni 2012 dari <http://www.merriam-webster.com/dictionary/trendsetter>