

EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA DAKWAH VISUAL DAN AUDIOVISUAL TERHADAP PEMAHAMAN AJARAN AGAMA ISLAM

Bahrur Rosi¹

IAI Miftahul Ulum Pamekasan

abangrosi97@gmail.com

Abstrak: Keberagaman media dakwah yang muncul di masyarakat telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas dan efisiensi kegiatan dakwah. Perkembangan teknologi informasi dan media massa telah membuka peluang baru dalam menyampaikan pesan-pesan agama secara lebih luas dan menarik. Media dakwah yang beragam, mulai dari tulisan, rekaman audio, hingga konten visual, memberikan variasi pendekatan yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan audiens.

Efektivitas pemanfaatan media dakwah audiovisual terhadap pengamalan ajaran agama islam pada jamaah muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu angket, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Efektivitas pemanfaatan media dakwah visual dan audiovisual terhadap pengamalan ajaran agama islam pada jamaah muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan

Kata kunci: Media Dakwah, Pemahaman Ajaran Agama

Abstract: The diversity of da'wah media that has emerged in society has had a significant positive impact on increasing the effectiveness and efficiency of da'wah activities. The development of information technology and mass media has opened up new opportunities to convey religious messages in a broader and more interesting way. The variety of preaching media, from writing, audio recordings, to visual content, provides a variety of approaches that can be adapted to the

preferences and needs of the audience.

The effectiveness of the use of audiovisual da'wah media on the practice of Islamic teachings among the Muslim congregation of Al-Barokah, Sekarjoho Village, Prigen District, Pasuruan Regency. The type of research in this research is quantitative with data collection techniques, namely questionnaires, observation and documentation. The results of the research show that there is effectiveness in the use of visual and audiovisual da'wah media in the practice of Islamic religious teachings in the Al-Barokah Muslim congregation, Sekarjoho Village, Prigen District, Pasuruan Regency

Keyword: Da'wah Media, Understanding Religious Teachings

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktifitas mengajak, memanggil dan menyeru orang lain agar mengikuti perintah dan petunjuk Allah agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah sebagai aktifitas umat Islam dalam perkembangannya senantiasa mengalami perkembangan baik dari sisi metode maupun media yang digunakan. Disamping itu dakwah mengandung pengertian, “mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan menurut pada petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat”, dengan demikian yang dimaksud dengan dakwah adalah memanggil, menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat dengan menggunakan bahasa keadaan manusia yang didakwahi (mad'u) atau “memanggil, menyeru ke jalan Tuhan untuk kebahagiaan manusia dunia dan akhirat dengan perbuatan nyata yang sesuai dengan keadaan manusia”. Bahasa keadaan dalam konteks dakwah ini meliputi segala hal yang berhubungan dengan keadaan mad'u baik fisiologis maupun psikologis.¹

Dakwah memiliki beberapa nama atau istilah yang secara substansi maksudnya sama yaitu:- *Tabligh* adalah menyeru atau menyampaikan- *Amar ma'ruf nahi munkar* merupakan perintah (menyeru) kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran. - *Mauidhah* adalah pemberian nasehat yang baik- *Indhar* merupakan pemberian kabar buruk- *Tadzkiroh* adalah peringatan, dalam hal ini dakwah memberiperingatan kepada manusia agar senantiasa mengingat selalu akan keberadaan Allah dengan beribadah kepadanya. *Wasiyat* adalah memberikan pesan-pesan yang baik kepada orang lain untuk dilaksanakan.²

¹ Pahlevi, “Dakwah Kultural Bayt al-Qur'an al-Akbar Ukiran Kayu Khas Melayu Palembang,” *Intizar* 22, no. 1 (14 Juli 2016): 173.

² Sakareeya Bungo, “Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014). 209 - 219

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa dakwah pada hakekatnya adalah segala aktifitas dan kegiatan yang mengajak orang untuk berubah dari satu situasi ke situasi yang mengandung nilai kehidupan yang bukan islami kepada nilai kehidupan yang islami. Aktivitas dan kegiatan tersebut dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan dan provokasi, dan bukan pula dengan bujukan dan rayuan pemberian sembako dan sebagainya. Jadi perubahan yang dilakukan oleh mad'u adalah berdasarkan kesadaran, hati nurani dan keinginannya sendiri. Dalam prakteknya dakwah memerlukan media sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah dari da'i kepada mad'u.³

Kesuksesan dakwah tidaklah semata-mata ditentukan kemampuan sang da'i,⁴ tapi ada faktor terpenting lain yaitu *khuluqiyah* kepribadian sang da'i itu sendiri.⁵ Pada dasarnya kepribadian seorang da'i tercermin dari pesan-pesan dakwah yang dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari.⁶ Jika dalam dakwahnya ia berpesan agar menegakkan shalat, maka shalat itu memang sudah dilakukannya, kalau ia menganjurkan berinfaq, maka memang sudah ia laksanakan. Dakwah yang dilakukan tanpa mengamalkan pesan-pesan dakwahnya akan sulit untuk bisa di terima oleh mad'u sampai kedalam hatinya. Padahal memasukkan pesan-pesan dakwah tidak hanya sampai ke orang lain tapi harus membuat terjadinya perubahan dan dilaksanakan dengan dorongan hati.⁷ Demikian pula, dakwah harus bersifat persuasif dan mengayomi terhadap mitra dakwah. Hal itu sebagai wujud kongkrit da'i dalam melaksanakan dakwah secara komprehensif sebagaimana diajarkan oleh baginda Nabi SAW.⁸

pasalnya dakwah merupakan upaya untuk mempengaruhi orang lain,⁹ maka agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan baik bagi da'i sendiri maupun pihak yang didakwahi, dakwah nabi saw mengenal adanya aturan-aturan permainan yang dikenal dengan etika dakwah atau kode etik dakwah. Sebenarnya secara umum etika dakwah adalah etika islam itu sendiri, dimana seorang da'i sebagai seorang muslim dituntut untuk memiliki etika-etika yang terpuji dan

³Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, No. 2 (2014).

⁴ Mo'ain, "Strategi Dakwah Analisis Buku 'Robohnya Dakwah Di Tangan Dai' Karya Fathi Yakan," *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam* 2, no. 1 (September 2, 2022)

⁵ Basit, "Dakwah Cerdas di Era Modern," t.t.

⁶ Rosi, "Penguatan Kapasitas Soft Skill 'Calon Da'i' Melalui Tugas Pengabdian Masyarakat," *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 2 (10 Desember 2018): 151-70

⁷Syaiful Arif, "Strategi Dakwah Sunan Kudus" Addin, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014, 8, no. 2.

⁸ Sakareeya Bungo, "Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014) 209 - 219

⁹ Rosi, B. (2019). Internalisasi Konsep Ummatan Wasathan Dengan Pendekatan Dakwah Kultural. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 5 (1), 93-109

menjaukan diri dari perilaku yang tercela.¹⁰

Namun secara khusus dalam dakwah terdapat etika sendiri seperti dicontohkan Nabi saw, Nabi sendiri Tidak memisahkan antara ucapan dan perbuatan, menghormati toleransi agama, tidak Menghina sesama Non-Muslim, tidak melakukan diskriminasi sosial, tidak memungut imbalan, tidak berteman dengan pelaku maksiat serta tidak menyampaikan hal -hal yang tidak diketahui.¹¹

Teknologi di era globalisasi ini telah mengalami kemajuan yang begitu pesatnya, beragam macam media dakwah bersaing dalam memberikan informasi yang tanpa batas.¹² Dunia kini telah dan sedang berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi yang melahirkan peradaban baru sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Kehadiran media massa seperti surat kabar, radio, televisi dan internet sebagai media dakwah di abad modern telah berEfektivitas luas. Suatu pesan atau berita dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dalam waktu yang relatif singkat.¹³

Dengan berkembangnya media dakwah yang sangat beragam di masyarakat (misalnya: televisi, internet dll), maka lebih mudah pulamasyarakat untuk memperoleh pencerahan dalam keagamaan tanpaharus bertatap muka secara langsung dan ketika pemirsa (dalam halini mad'u) ingin dialog interatifpun sudah tersedia fasilitas untuk haltersebut, tanpa harus bertatap muka secara langsung, hal ini bisa lebih efektif dan efisien.¹⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang analisisnya menekankan pada data-data nomorikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Metode ini sering disebut sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru.

Sedangkan sifatnya adalah korelasi, yaitu mencari hubungan antara variabel yang satu

¹⁰Nur Ahmad, 2016. Keunggulan Metode Dakwah Melalui Media, *AT-TABSYIR*, 4:(1), 33

¹¹ Mo'ien, H., & Rosi, B. (2022). "Strategi Dakwah Analisis Buku 'Robohnya Dakwah Di Tangan Dai' Karya Fathi Yakan.", *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 2(1).

¹² Rosi, "Penguatan Kapasitas Soft Skill 'Calon Da'i' Melalui Tugas Pengabdian Masyarakat," *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 4, no. 2 (10 Desember 2018): 151–70

¹³Nur Ahmad, 2016. Keunggulan Metode Dakwah Melalui Media, *AT-TABSYIR*, 4:(1), 33

¹⁴Irzum Fariyah, 2013. Media Dakwah Pop, *AT-TABSYIR*, 1:(2), 26

dengan yang lain. Karena termasuk katagori penelitian kuantitatif korelasional ganda, maka variabel yang dilibatkan dalam penelitian ini ada tiga macam variabel, yaitu variabel “X1”, “X2” dan variabel “Y”. variabel X1 adalah “konseling client centered”, adapun variabel X2 adalah konseling “rasional emotif terapi”, sedangkan variabel Y adalah “pengembangan diri”. Dengan demikian, bahwa variabel X1 dan X2 memberikan Efektivitas terhadap variabel Y.

HASIL PENELITIAN

Pembuktian hipotesis dimaksudkan untuk lebih menyakinkan dan membenarkan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, antara lain yaitu:

1. Ada Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual Dan Audiovisual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam Pada Jamaah Muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan
2. Tidak ada Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual Dan Audiovisual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam Pada Jamaah Muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan

Dengan demikian untuk membuktikan diterima tidaknya hipotesis yang diajukan dimuka, maka besarnya r kerja harus dikonsultasikan dengan tabel harga kritik *product moment*. Adapun tabel harga kritik *product moment* adalah :

Tabel 5 Koofesien Nilai Product Moment

NO	N	INTERVAL KEPERCAYAAN	
		95%	99%
1	52	0,297	0,361

Dengan demikian, berdasarkan tabel di atas, berdasarkan interval kepercayaan 99 % (0,361) pada garis 50-52 dengan besar r kerja 0,643 maka hipotesis kerja (H_1) yang menyatakan ada Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual Dan Audiovisual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam Pada Jamaah Muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan “**Diterima**” sedangkan untuk hipotesis akhir (H_0) dinyatakan “**Ditolak**”.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual Dan Audiovisual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam Pada Jamaah Muslimah Al-

Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan, maka dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai “r”.

Tabel 6 Tabel Interpretasi Nilai “r”

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Dengan demikian berdasarkan tabel interpretasi nilai r *product moment* di atas, dapat diketahui bahwa nilai r kerja sebesar 0,643 berada diantara Antara 0,600 sampai dengan 0,800 dengan interpretasi cukup. Dengan demikian, maka Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual Dan Audiovisual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam Pada Jamaah Muslimah Al-Barokah Desa Sekarjoho Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan termasuk kategori cukup berEfektivitas.

PEMBAHASAN

Istilah keagamaan yang paling populer dikalangan kita saat ini adalah istilah dakwah. Akan tetapi yang sering terjadi istilah dakwah diartikan secara sempit oleh kebanyakan orang sehinggah di identikan dengan pengajian, khotbah dan arti-arti sempit lainnya. Oleh karena itu istilah dakwah perlu di pertegas artinya. Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “Da’wah” dari kata *da’a yad’u* yang berarti panggilan, ajakan, seruan.¹⁵

Adapun pengertian dakwah menurut beberapa ahli dakwah sebagai berikut :

- a. Syekh Muhammad al-Rawi, dakwah adalah: “Pedoman hidup yang sempurna untuk manusia beserta ketetapan hak dan kewajibannya”.

¹⁵Muhammad Hasan, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Surabaa : Pena Salsabila, 2013),1

- b. Abdul Rosyad Sholeh dakwah adalah “proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah, amar ma’ruf, perbaikan dan pembanguna masyarakat, dan nahi mungkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang di ridhoi Allah”.
- c. T.A. Lathief Rousidy dakwah adalah “mengajak orang masuk islam dan mengamalkan ajaran islam dalam segala aspek kehidupan manusia secara murni dan konsekwen”.

Pemaparan banyak derfinisi dakwah diatas dimaksudkan untuk membandingkan, memetakan, dan menelusuri perkembangan defenisi dakwah. Umumnya para ahli membuat defenisi dakwah berangkat dari pengertian dakwah menurut bahasa. Kata-kata seruan, anjuran, ajakan, dan panggilan selalu ada dalam defenisi dakwah. Ini menunjukkan mereka sepakat bahwa dakwah bersifat persuasif, bukan refresif.

Tujuan dakwah juga menjadi perhatian para ahli. Dalam merumuskan defenisi dakwah, ada ahli mengemukakan tujuan dakwah adalah dunia dan akhirat; ada yang hanya tujuan dunia saja; dan ada pula yang tidak mencantumkan tujuan dakwah secara jelas. Dalam perspektif ilmiah dapat dikatakan bahwa kita dan menggambarkan dan mengukur tujuan duniawi, tetapi kita tidak bisa menjelaskan tujuan akhirat. Tujuan akhirat tidak bisa diuji dan diukur secara empiris dan ilmiah. Jika tujuan dakwah adalah kebahagiaan dunia dan akhirat, bagaimana mengetahui kebahagiaan akhirat tersebut.¹⁶

Apabila defenisi dakwah dari para ahli dikaitkan dengan beberapa fenomena dakwa, pemahaman dakwah dari sudut bahasa, serta pengembangan makna konsep dakwah diatas, maka dapat ditanyakan bahwa dakwah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syari’at islam. “Proses” menunjukkan kegiatan yang terus menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan positif: dari buruk menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik. Peningkatan iman termanifestasi dalam peningkatan pemahaman, kesedaran, dan perbuatan.

¹⁶Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 16

Lebih lanjut, media merupakan alat, sarana atau saluran yang mengantarkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti 'tengah', 'perantara' atau 'pengantar'. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.¹⁷

Dari pengertian di atas para ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* berarti alat atau perantara.

Beberapa definisi media dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Hasjmy menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah dan menyamakan alat dakwah dengan medan dakwah.
- 2) Hamzah Ya'kub media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat.
- 3) Syukriadi Sambas, media dakwah adalah instrumen yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan antara da'i dan mad'u.¹⁸

a. Media Visual

Yang termasuk media visual (media pandangan, artinya yang bisa di lihat) adalah:¹⁹

- 1) Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang di jilid menjadi satu pada salah satu ujungnya yang berisi tulisan atau gambar. setiap sisi dari setiap dari sebuah lembaran kertas pada buku di sebut sebuah halaman. Pecinta buku biasanya di juluki sebagai seorang bibliofil atau kutu buku. Beberapa contoh buku, buku daras, novel, majalah, kamus, buku komik, ensiklopedia. Seiring dengan perkembangan dalam bidang dunia infrmatika, kini di kenal pula istilah *e-book*

¹⁷Mubasyaroh. 2014. Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media DakwahKontemporer), *At-Tabsyir*, 2:(2), 7

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 413

¹⁹ Mubasyaroh. 2014. Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media DakwahKontemporer), *At-Tabsyir*, 2:(2), 7

atau buku-e (buku elektronik) yang mengandalkan komputer dan internet (jika aksesnya *online*).

- 2) Buku-e atau buku elektronik adalah versi elektronik dari buku. Jika buku terdiri dari kumpulan kertas yang dapat berisi teks atau gambar, dewasa ini buku-e diminati karena ukurannya yang kecil bila di bandingkan dengan buku, dan juga umumnya memiliki fitur pencarian, sehingga kata-kata dalam buku-e dapat dengan cepat dicari dan di temukan.

b. Media Audio Visual

Yang termasuk media audio visual (media dengar pandangan, artinya bisa di dengar sekaligus di pandang) adalah:²⁰

- 1). Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi, televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Kini sedikitnya terdapat lima metode penyampaian program televisi yang telah di kembangkan: *over the air reception of network and local station program, cable, digital cable, wireless cable, direct broadcast satellite (DBS)*. Fungsi televisi adalah memberi informasi, menghibur dan memEfektivitas. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media ini. Tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Pesan yang akan di sampaikan melalui media televisi, memerlukan pertimbangan-pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat di terima oleh khalayak sasaran. Faktor-faktor yang perlu di perhatikan itu adalah pemirsa, waktu, durasi, dan metode penyajian.
- 2). Film, atau gambar hidup juga sering di sebut movie. film, secara kolektif, sering disebut "senema". Gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film di hasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi. Film dalam hal ini adalah film teakrital yaitu film yang secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung pertunjukan. Jenis ini berbeda dengan sinetron (sinema elektronik) untuk acara TV. Khalayak menonton film terutama untuk hiburan. Akan tetapi, dalam film terkandung fungsi informasi maupun

²⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 423

edukatif, bahkan persuasif.²¹

c. Efektivitas Pemanfaatan Media Dakwah Visual dan Audio Visual Terhadap Pemahaman Ajaran Agama Islam

1. Konteks Pemanfaatan Media Dakwah Visual dan Audio Visual

Media dakwah visual, seperti infografis, grafik, dan presentasi visual, memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang mudah dipahami. Gambar dan diagram dapat memberikan gambaran yang jelas tentang konsep-konsep agama Islam, membantu audiens dalam memahami ajaran-ajaran tersebut secara lebih mendalam. Pemanfaatan media visual juga dapat mencakup produksi video animasi, yang dapat membawa narasi agama Islam menjadi hidup. Melalui animasi, konsep-konsep seperti akhlak, akidah, dan ibadah dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan menghibur, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi.

2. Keunggulan Media Audiovisual dalam Dakwah

Media audiovisual, termasuk rekaman ceramah, podcast, dan program televisi keagamaan, memberikan pengalaman mendengarkan yang mendalam dan dapat diakses di berbagai waktu dan tempat. Pemanfaatan suara, gambar, dan teks bersama-sama membentuk pengalaman multimedia yang memberikan dampak emosional dan kognitif pada pemahaman ajaran agama. Dalam konteks ini, platform-platform media sosial menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Video ceramah, kajian, dan khutbah Jumat dapat dengan mudah diunggah dan disebar, memperluas jangkauan dakwah kepada pemirsa yang mungkin tidak dapat menghadiri pengajian secara langsung.

3. Tantangan dan Solusi dalam Pemanfaatan Media Dakwah

Meskipun media dakwah visual dan audiovisual memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Misalnya, konten yang berkualitas rendah atau tidak akurat dapat menyebabkan pemahaman yang keliru terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan memenuhi standar keilmuan dan etika. Selain itu, perlu ada upaya untuk mengakomodasi berbagai tingkat

²¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 423

literasi dan pengetahuan agama di kalangan audiens. Pembuatan konten yang disesuaikan dengan berbagai tingkat pemahaman dapat meningkatkan efektivitas dakwah.

KESIMPULAN

Para pelaku dakwah harus senantiasa memiliki inovasi dan kreativitas dalam upaya meningkatkan efektivitas dan keberhasilan dakwah yang dilakukan. Penggunaan media untuk optimalisasi penyampaian materi dakwah merupakan suatu yang niscaya mengingat kebutuhan dan situasi mitra dakwah yang turut berubah seiring perkembangan zaman. Hal tersebut harus disambut dengan tangan terbuka oleh para pelaku dakwah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk memaksimalkan pesan dakwah yang disampaikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015)
- Faishol, A. H., & Arifin, S. (2020). Metode Dakwah KH. Mahfud Mudassir Kepada Masyarakat Di Asam Rampak Pamekasan. *Al-Miftah: Jurnal Sosial Dan Dakwah*, 1(2).
- Habibullah, Y., & Rosi, B. (2021). Dakwah Kultural terhadap Komunitas PNS di Desa Dasok Pademawu. *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 1(1).
- Irzum Farihah*, 2013. Media Dakwah Pop, *AT-TABSIR*, 1:(2), 26
- M Toyyib, AH Faishol, (2023). [Efektivitas Dakwah Bi Al-Qolam Melalui Gerakan Santri Menulis](#), *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 1, (1).
- Mo'ain, "Strategi Dakwah Analisis Buku 'Robohnya Dakwah Di Tangan Dai' Karya Fathi Yakan," *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam* 2, no. 1 (September 2, 2022)
- Mo'ien, H., & Rosi, B. (2022). Strategi Dakwah Analisis Buku "Robohnya Dakwah Di Tangan Dai" Karya Fathi Yakan. *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 2(1).
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015)
- Mubasyaroh*. 2014. FILM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer), *AT-TABSIR*, 2:(2), 7
- Muhammad Hasan, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Surabaa : Pena Salsabila, 2013)
- Munir, M. (2020). Metode Dakwah Majelis Ta'lim MPB At. *Al-Miftah: Jurnal Sosial Dan Dakwah*, 1(2).
- Munir, M., Azis, A., & Rosi, B. (2022). Pendampingan Literasi Peacebuilding Dengan Pendekatan Dakwah Persuasif Pasca Konflik Suku Dayak Madura Pada Komunitas Masyarakat Pengungsi Suku Madura. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8 (2), 407-424.
- Nur Ahmad*, 2016. Keunggulan Metode Dakwah Melalui Media, *AT-TABSIR*, 4:(1), 33
- Pahlevi, "Dakwah Kultural Bayt al-Qur'an al-Akbar Ukiran Kayu Khas Melayu Palembang," *Intizar*

- 22, no. 1 (14 Juli 2016): 173.
- Rosi, B. (2018). Media Dan Ict Dalam Problematika Dakwah. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* , 4 (1), 89-105.
- Rosi, B. (2018). Soft Skill Penguatan Kapasitas “Calon Da’i” Melalui Tugas Pengabdian Masyarakat. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* , 4 (2), 151-170.
- Rosi, B. (2019). Internalisasi Konsep Ummatan Wasathan Dengan Pendekatan Dakwah Kultural. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* , 5 (1), 93-109.
- Rosi, B. (2020). Literasi Komunikasi Multikultural sebagai Legal Maxims Ukhuwah Wathoniyah. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 13-33.
- Rosi, B. (2020). Strategi Dakwah Sunan Ampel Dalam Menyebarkan Islam Di Tanah Jawa. *Al-Miftah: Jurnal Sosial dan Dakwah*, 1(2).
- Sakareeya Bungo, “Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014) 209 - 219
- Syaiful Arif, “Strategi Dakwah Sunan Kudus” *Addin*, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014 , 8, no. 2.