

Komunikasi Massa Model Dakwah Ramzi (Analisis Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh)

Marzuki Ali

Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah Samalanga Bireuen Aceh

Email: marzuki.ali@iaialaziziyah.ac.id

ABSTRACT

This study highlights the importance of utilizing mass media in dakwah, which is no longer limited to delivering sermons from the pulpit but has evolved into a more dynamic and flexible approach in line with the times. The research aims to analyze how the concept of symbolic reality in media influences the delivery of dakwah messages and its relevance in the context of the Transformation of Mass Media Communication in the Dakwah of Teungku Dayah in Samalanga District, Bireuen Regency, Aceh. Data was collected through literature explaining mass communication and interviews related to the transformation of mass media communication in dakwah. The findings of the study reveal two main points. First, understanding symbolic reality in media is crucial for designing compelling and effective dakwah messages. This concept enables the selection of communication models that align with the audience and local environment, thereby enhancing the effectiveness of dakwah in the region. Second, changes in society, technology, and politics influence the power of mass media in spreading dakwah messages. Community conditions, the level of community bonds, and the political situation can affect the role of mass media. Additionally, technological advancements open up new opportunities for using mass media in dakwah. Preachers must be able to adapt their communication strategies to remain effective in disseminating messages and influencing society according to these changes. This research emphasizes the importance of understanding and adapting in dakwah communication through mass media in the context of social and technological transformation.

Keywords: Qanun, Village Custom, Legal Basis

ABSTRAK

Penelitian ini menyoroti pentingnya pemanfaatan media massa dalam dakwah, yang tidak lagi terbatas pada ceramah di atas mimbar, tetapi telah berkembang menjadi pendekatan yang lebih dinamis dan fleksibel sesuai dengan perkembangan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konsep realitas simbolik dalam media memengaruhi penyampaian pesan dakwah dan relevansinya dalam konteks Transformasi Komunikasi Media Massa dalam Dakwah Teungku Dayah di Kecamatan Samalanga, Kabupaten Bireuen, Aceh. Data

dikumpulkan melalui literatur yang menjelaskan komunikasi massa dan wawancara terkait transformasi komunikasi media massa dalam dakwah. Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama. Pertama, pemahaman tentang realitas simbolik dalam media sangat penting untuk merancang pesan dakwah yang menarik dan efektif. Konsep ini memungkinkan pemilihan model komunikasi yang sesuai dengan audiens dan lingkungan lokal, meningkatkan efektivitas dakwah di wilayah tersebut. Kedua, perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik memengaruhi kekuatan media massa dalam menyebarkan pesan dakwah. Kondisi masyarakat, tingkat ikatan komunitas, dan situasi politik dapat mempengaruhi peran media massa. Selain itu, perkembangan teknologi membuka peluang baru dalam penggunaan media massa untuk dakwah. Pendakwah harus mampu mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar tetap efektif dalam menyebarkan pesan dan memengaruhi masyarakat sesuai dengan perubahan tersebut. Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman dan adaptasi dalam komunikasi dakwah melalui media massa dalam konteks transformasi sosial dan teknologi.

Kata Kunci: *Qanun, Adat Gampong, Dasar Hukum*

PENDAHULUAN

Kehadiran media massa merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia saat ini. Seiring dengan evolusi zaman, media massa telah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Peran media massa adalah sebagai perantara antara sumber informasi dan masyarakat umum tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Keberadaan media massa memberikan kemudahan kepada masyarakat umum untuk mengakses dan mendapatkan informasi dengan cepat dan akurat sesuai dengan keinginan mereka. Di era saat ini, media massa terus berkembang, termasuk munculnya media online sebagai bentuk media massa terkini. Sebelumnya, media massa dikenal dengan bentuk media elektronik seperti televisi dan radio, media cetak, surat kabar, majalah, dan tabloid.

Media cetak adalah bentuk media massa yang pertama muncul.¹ Perkembangan media cetak dimulai pada masa kejayaan Romawi Kuno, terutama selama pemerintahan Julius Caesar.² Praktik penerbitan surat kabar dimulai dengan pertukaran surat-menyurat di dalam kerajaan tersebut yang dilakukan melalui kurir. Seiring berjalannya waktu, praktik ini berkembang, dan pertukaran informasi melalui surat-menyurat menjadi umum di antara para pedagang, politisi, cendekiawan, dan individu lain, baik di dalam maupun di luar negeri. Surat-surat ini dapat dianggap sebagai pendahulu surat kabar, meskipun dalam format yang

¹ Hari Wiryawan, *Dasar-Dasar Hukum Media* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 84.

² Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik* (Bandung: Penerbit Nuansa, 2010), h. 19.

lebih sederhana, dan terus berkembang hingga mencapai format yang kita kenal saat ini.³

Kemajuan teknologi komunikasi yang melibatkan media massa telah menciptakan suatu sistem komunikasi dikenal sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah besar audiens yang tersebar, beragam, dan tidak dikenal melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang sama dapat disampaikan secara bersamaan.⁴ Dalam rangka menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan efektif, pendakwah memerlukan penggunaan media yang sesuai. Komunikasi massa dalam dakwah saat ini dianggap sebagai alat yang dapat mempercepat penyebaran nilai-nilai Islam ke seluruh lapisan masyarakat. Di samping itu, komunikasi massa juga efektif dalam berdakwah karena mampu memengaruhi audiens dengan unsur persuasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah menjadikan media massa sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Dampaknya adalah media massa memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat. Berdasarkan alasan ini, komunikasi massa yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dapat dijadikan strategi dakwah yang relevan di era modern.⁵

Perkembangan media massa terus berlanjut, ini mencakup perkembangan berbagai jenis media seperti televisi, radio, dan media online, yang semuanya mengikuti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang

Ada pesan dakwah. Dakwah perlu mengikuti perkembangan zaman yang terus berkembang. Munculnya beragam media massa ini mencerminkan pentingnya peran media massa dalam kehidupan masyarakat saat ini. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi mengenai berbagai peristiwa dan topik di seluruh dunia, juga sebagai sarana hiburan selama waktu senggang. Masyarakat sekarang memiliki kemampuan lebih besar dalam memilih jenis informasi yang mereka inginkan dan mengaksesnya melalui berbagai media. Kemunculan media online juga memberikan fleksibilitas, karena pengguna dapat membaca konten tertulis dan menikmati konten audio visual dalam satu platform.

Dalam konteks dakwah, media massa memiliki peran yang tak kalah pentingnya sebagai saluran penyampaian, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menyebarkan pesan tersebut. Media massa bukan hanya sarana ekspresi diri atau kepentingan pribadi, tetapi juga alat yang kuat untuk berdakwah di era teknologi yang terus berkembang pesat. Menggunakan media massa dapat memperluas jangkauan penyebaran pesan dakwah, sehingga orang-orang dari

³ Kustadi Suhandang, *Pengantar...*, h. 28-29

⁴ Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), h. 189

⁵ Fatma Laili Khoirun Nida, "Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "At-Tabsyir* 2, no. 2 (2014), h. 77-95.

berbagai latar belakang dan pengetahuan dapat berpartisipasi dalam dakwah melalui media massa.

Namun, perlu diingat bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga membawa tantangan dalam kegiatan dakwah. Dampak negatif dari teknologi tersebut dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat, yang bisa saja tidak selaras dengan nilai-nilai agama dan norma sosial yang berlaku. Oleh karena itu, dakwah melalui media massa harus dilakukan dengan bijak. Pesan-pesan dakwah seharusnya didesain untuk memberikan edukasi, pencerahan, dan motivasi kepada audiens agar mereka menjadi individu yang lebih baik. Dalam hal ini, pendakwah perlu memahami apa yang masyarakat butuhkan, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan benar-benar memberikan panduan yang berguna bagi audiens.

Asriyanti Rosmalina dan Nasrudin Abdul Matin (2020), dalam penelitiannya yang berjudul "Orientasi Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi (Media Massa)", yang bertujuan mendeskripsikan kegiatan dakwah yang kian meroket dengan ditandai tingginya respon sejumlah media yang digunakan sebagai kebutuhan oleh manusia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dakwah memiliki peran sangat penting dalam menjaga kelangsungan hidup masyarakat, khususnya dalam menyebarkan ajaran agama di tengah-tengah masyarakat. Media massa berfungsi sebagai alat untuk memberikan informasi kepada khalayak, yang harus sesuai dengan tujuan dakwah. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era saat ini berdampak pada cara dakwah dilakukan oleh para pendakwah. Oleh karena itu, dakwah yang dilakukan pada zaman sekarang harus disampaikan dengan berbagai metode yang efektif, yang sesuai dengan konteks objek dakwah. Dalam hal ini, media massa mengemas pesan-pesan dakwah dalam berbagai format seperti teks, foto, dan video yang mengandung pesan-pesan keagamaan yang diambil dari peristiwa keagamaan, sehingga menjadi bentuk transformasi yang signifikan dalam menyebarkan dakwah.⁶

Penelitian oleh Effendi Sadly (2018), dengan judul "Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam, dengan tujuan untuk mendeskripsikan manajemen dakwah melalui media sosial sebagai perkembangan pendekatan dakwah Islam di era modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia apalagi didukung oleh teknologi dalam sistem komunikasi yang di satu sisi akan menjadi tantangan bagi pendakwah dan dapat menjadi prospek di sisi lain. Setidaknya terdapat 5 (lima) macam pengaruh perkembangan teknologi komunikasi baik terhadap pelaku dakwah maupun mitra dakwahnya yang

⁶ Asriyanti Rosmalina dan Nasrudin Abdul Matin, "Orientasi Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi (Media Massa)" (Cirebon : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati, 2020), h. 57.

meliputi aspek ekonomi, aspek sosial, dan budaya, penjadwalan ulang, hiburan dan keikutsertaan dalam kegiatan media. Dalam hal ini, dakwah dituntut untuk berusaha memanfaatkan produk teknologi dengan sebaikbaiknya bisa dengan menggunakan internet dan e-mail atau blog, facebook, twitter, e-mail, whatsapp, messenger, BBM, instagram, line, tiktok dan sebagainya dimana fasilitas tersebut memungkinkan dakwah melalui interaktif langsung, sesi tanya jawab, diskusi, pengiriman pesan, interface dan berkomunikasi secara langsung. Dengan kata lain, para da'i harus mampu mengelola dan setidaknya mampu menyediakan perangkat lunak program televisi misalnya, atau film pe dek dan drama sehingga kemas dakwah Islam menjadi lebih hangat, aktual, menarik, efektif dan efisien.⁷

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pemahaman tentang konsep realitas simbolik dalam media massa bisa memengaruhi cara pesan dakwah yang disampaikan, dan bagaimana hal ini relevan dalam konteks Transformasi Komunikasi Media Massa Dalam Dakwah Teungku Dayah Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireun-Aceh, untuk mengetahui perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik memengaruhi kekuatan media massa dalam konteks dakwah, dan bagaimana pendakwah dapat mengadaptasi pendekatan komunikasi mereka dalam menghadapi perubahan ini.

METODE PENELITIAN

Literatur dalam bidang Transformasi Komunikasi Media Massa dalam Dakwah, dengan menggunakan pendekatan *Grounded Theory*. Pendekatan grounded theory adalah suatu metode yang digunakan untuk memahami inti dari proses utama perubahan. Lebih dari itu, grounded theory juga memiliki kemampuan untuk mengenali dan menjelaskan fenomena, karakteristik, dan esensi, serta proses psikologi-sosial.⁸ Tujuannya untuk mengkaji tentang konsep-konsep Transformasi Komunikasi Media Massa dalam Dakwah, untuk menghadapi perkembangan teknologi perkembangan massa. Adapun teknik pengumpulan data digunakan beberapa dukomen dalam bentuk literatur-literatur yang menjelaskan tentang teknologi komunikasi massa serta tentang Transformasi Komunikasi Media Massa Dalam Dakwah Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan cara menggunakan pendekatan content analysis, dengan tujuan untuk menganalisis berbagai teknik yang menjelaskan tentang transformasi komunikasi media massa dalam dakwah untuk menghadapi perkembangan teknologi komunikasi massa oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk menemukan dan memperkaya literature yang mengkaji tentang perkembangan

⁷ Effendi Sadly, "Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam (Medan : Universitas Islam Sumatera Utara, 2018), h. 87.

⁸ Hardivizon, H., Sholihin, M., & Anrial, A. (2016). Relasi Agama dan Pilihan Nasabah: Grounded Theory dan Reposisi Agama pada Pilihan Nasabah Bank Syariah di Bengkulu. *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 4(1), 1-19.

Transformasi Komunikasi Media Massa model Dalam Dakwah Teungku Dayah di Aceh.

Pemilihan pendekatan Grounded Theory dalam penelitian "Transformasi Komunikasi Media Massa dalam Dakwah Teungku Dayah di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh" didasarkan pada pertimbangan. Grounded Theory sangat sesuai untuk penelitian yang mengeksplorasi proses sosial, seperti transformasi komunikasi dalam dakwah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat lebih dari sekadar apa yang terjadi, tetapi juga mengapa dan bagaimana perubahan tersebut terjadi dalam konteks interaksi sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Media Massa Dalam Berdakwah

Pembahasan tentang Transformasi Komunikasi Media Massa Dalam Dakwah bisa dipahami dalam sebuah pembahasan yang langsung membicarakan tentang potensi keberhasilan seseorang. Namun untuk menjelaskan pembahasan Transformasi Komunikasi Media Massa Dalam Dakwah perlu sebuah peran yang sangat penting yang harus dimiliki oleh seorang Da'i adapun sifat-sifat tersebut adalah ada empat macam yaitu dia tahu bahwa dirinya tahu, dia tahu bahwa dirinya tidak tahu, dia tidak tahu bahwa dirinya tahu, dan dia tidak tau bahwa dirinya tidak tahu. Dari empat sifat tersebut dituntut untuk bisa menilai dirinya sendiri berada pada posisi yang mana, sehingga dapat membentuk sikap rendah diri pada orang yang berilmu. Sifat rendah diri merupakan suatu keharusan bagi orang yang berdakwah untuk mengembangkan ilmunya. Disisi lain juga disebutkan "orang yang berdakwah laksana padi semakin berisi semakin menunduk," hal ini bermaksud orang yang berdakwah dalam melakukan pengembangan dalam berdakwah harus bisa mengendalikan diri dengan cara merendah diri dan tidak menjadi sobong dihadapan pendengar dakwah.

Memahami ilmu dakwah menjadi prioritas utama dalam membentuk karakter seorang Da'i dalam berdakwah dan tidak hanya bertumpu pada kecerdasan saja. Da'i harus terbentuk dari tiga potensi yang harus dimiliki yaitu pendidikan, membangun hubungan (jaringan) baik antar individu maupun kelompok dan pengalaman berdakwah. Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sosial, terutama bagi masyarakat modern yang tidak lepas dari media massa.

Beberapa peran media massa antara lain:

- a. Sebagai jendela yang memungkinkan khalayak ramai melihat apa yang terjadi di luar sana atau media massa merupakan sarana dakwah, belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

- b. Sebagai cermin dari peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya. Media mencerminkan fakta tanpa memandang suka atau tidak suka. Namun, framing dan arah yang diberikan oleh media diputuskan oleh para profesional media.
- c. Sebagai penyeleksi isu, informasi, atau konten lain berdasarkan standar para pengelola media. Media memilih dan menyajikan informasi yang dianggap layak bagi khalayak ramai.
- d. Sebagai penunjuk jalan yang membantu khalayak memahami ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
- e. Sebagai wadah untuk menyajikan berbagai informasi dan ide kepada khalayak, memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- f. Sebagai mitra komunikasi yang memfasilitasi komunikasi interaktif.⁹

Dalam konteks dakwah, media massa menjadi saluran yang efektif dalam Pesan-pesan dakwah dapat disampaikan melalui media massa dalam berbagai format seperti film pendek, iklan, atau tulisan yang bertujuan untuk menginspirasi dan mengajak pada kebaikan.

2. Dakwah

Dakwah adalah sebuah proses pengangkatan harkat dan martabat manusia dari posisi yang rendah kepada posisi yang selayaknya, untuk mempersiapkan dirinya dalam menghadapi masa depan yang penuh dengan tantangan, serta mengamalkan ajaran-ajarannya. Secara filosofis dakwah adalah proses prngubahan sikap atau perilaku seseorang maupun kelompok untuk mendewasakan manusia melalui ilmu dakwahnya, yang tujuannya mengantarkan manusia kepada kecerdasan dan berilmu Agama dan akhlak mulia sesuai dengan perjenjangannya. Dapat dipahami dakwah adalah sebuah proses perubahan keilmuan yang tumbuh pada manusia dari masa kebodohan kepada masa kecerdasan. Ilmu dakwah merupakan usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan latihan bagi peranannya di masa yang akan datang. Ilmu dakwah dapat mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, Akhlak mulia, dan ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan Negara. Dari pembahasan tersebut dapat dipahami bahwa dakwah adalah Bimbingan atau pertolongan yang diberikan oleh orang yang Alim, kepada orang Awam untuk mencapai kecerdasan seperti yang diharapkan, tujuan agar Mad'u (Penerima Dakwah)

⁹ Denis McQuail, *Mass Communication Theory* (Fourth Edition) (London: Sage Publication, 2011), h. 66.

cakap melaksanakan tugas hidupnya sendiri tidak dengan bantuan orang lain lagi. Adapun tujuan ilmu dakwah adalah mencerdaskan kehidupan anak bangsa, mengembangkan manusia dengan seutuhnya, yang beriman, dan bertaqwa terhadap Tuhan dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan. Adanya ilmu dakwah bagi manusia maka akan timbul dalam diri seseorang untuk berlombalomba dan memprivasi diri dan orang lain untuk lebih baik dalam segala aspek kehidupan. Ilmu dakwah merupakan salah satu syarat untuk lebih memajukan potensi diri. Usaha dakwah mulai dari tingkat orang awam sampai kepada orang yang berpendidikan di tingkat Universitas.

Pemerintah kita ada sedikit kekhilafan dalam memaknai ilmu dakwah. Dan kesuksesan pendidikan yang dipahami di Indonesia hanya menekankan pada kecerdasan dalam menjawab ujian. Hal ini bisa dibuktikan perkembangan system ujian Nasional untuk sekolah. Dulu disebutkan ujian ebtanas dan sekarang sudah berubah menjadi UN yang kualitasnya lebih ketat dari yang dahulu, kesuksesan dalam menjawab soal ujian tersebut dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan pendidikan. Sayangnya mereka tanpa melihat kesuksesan pendidikan ilmu dakwah kepada proses pembentukan karakter dan budi pekerti anak dan masyarakat. Disini dapat disimpulkan bahwa kesuksesan yang dipahami sekarang belum mencapai hakikat dan tujuan ilmu dakwah dan pendidikan, yaitu membentuk manusia yang beriman dan berakhlak mulia.

Ilmu dakwah, sebenarnya dimulai dari dakwah hal dan Maqal. Ilmu dakwah adalah ilmu dasar sampai pendidikan atas, dan harus dapat menguasai ilmu pengetahuan dan ilmu dakwah karena ketika masuk pada perguruan tinggi pada jenjang strata satu harus memahami teori, pada strata dua memahami pengembangan teori dan pada strata tiga harus bisa menciptakan teori (ijtihad). Supaya menjadi manusia yang intelektual, selain harus menguasai proses ilmu dakwah dan ilmu pendidikan tersebut juga harus mempunyai sifat kritis, ramah, dan bertanggung jawab pada diri sendiri juga khalayak ramai.

3. Membangun Hubungan Masyarakat dan Media Massa

Membangun hubungan yang dimaksudkan dalam pembahasan ini merupakan membina kerja sama dengan orang lain baik secara individu maupun secara kelompok. Sebagaimana yang lazim dipahami bahwa manusia adalah kelompok sosial yang saling membutuhkan antara satu sama lain dan manusia tidak mungkin bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Berdasarkan pemahaman tersebut perlu dipahami bahwa membangun hubungan dalam kehidupan menjadi sebuah keharusan dalam pengembangan diri lebih lagi pada individu pendakwah.

Pengembangan diri dalam ilmu dakwah melalui menjalin hubungan tidak terlepas dari sikap tolong menolong. Adapun sikap tolong menolong ada dua pembagian yaitu perilaku altruisme (tampa pamrih) dan prososial. Perilaku altruisme merupakan pemberian pertolongan kepada orang lain tanpa mengharapkan adanya keuntungan pada diri orang yang menolong. Sedangkan prososial merupakan pemberian pertolongan kepada orang lain dengan mengharapkan adanya keuntungan dari pihak orang yang ditolongkan. Pertolongan dalam bentuk prososial memiliki konsekuensi positif pada orang lain. Fenomena manusia sekarang ini sikap tolong menolong yang digunakan lebih banyak menggunakan tolong menolong dalam bentuk prososial yang banyak dilakukan oleh banyak kalangan dalam masyarakat saat ini.

Perkembangan dari tolong menolong akan membangun sifat kerja sama antar sesama adalah merupakan perbuatan yang sangat terpuji baik secara Agama, sosial dan tradisi dalam Masyarakat. Sifat kerja sama dalam konsep pengembangan model ilmu dakwah sangat dibutuhkan oleh seseorang yang berfikir secara positif. Sifat kerja sama merupakan orang-orang yang terlibat sama-sama mendapatkan keuntungan dari perilaku tersebut.

Hubungan ini disebut hubungan mutualis, dari pembahasan tersebut dapat dipahami bahwa kerja sama merupakan perilaku pada beberapa orang sekaligus dengan melakukan dan menempuh jalan yang sama dan berusaha untuk mencapai tujuan bersama. Namun sebaliknya demikian ada juga orang melakukan kerja sama dan tidak menempuh jalan kerja sama sehingga masing-masing saling berusaha untuk lebih cepat mencapai tujuan. Pola ini disebut kompetisi bukan kerja sama, pengembangan diri melalui pembentukan hubungan sangat dituntut memiliki sifat rendah diri dan ramah dengan yang lainnya. Dengan adanya dua macam sifat ini dalam membentuk hubungan akan terbentuk kepribadian sifat saling menghargai. Sifat saling menghargai merupakan sebuah sifat yang harus dilaksanakan dalam membangun hubungan. Membangun hubungan menjadi alat utama bagi intelektual dalam mengembangkan ilmunya. Hal ini disebabkan pengembangan ilmu harus dilakukan dengan hubungan dan kerja sama yang baik. Maka hubungan yang baik akan dinilai orang baik dan hubungan yang tidak baik akan dinilai orang tidak baik.

4. Pengalaman

Pengalaman adalah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Berasal dari kata peng-alam an . Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi tahu dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan. Dalam dunia kerja istilah pengalaman juga digunakan untuk merujuk pada pengetahuan dan keterampilan tentang sesuatu yang diperoleh lewat keterlibatan atau keterkaitan

dengannya selama periode tertentu. Secara umum, pengalaman menunjuk kepada mengetahui bagaimana atau pengetahuan prosedural, daripada pengetahuan proposional. Pengetahuan yang berdasarkan pengalaman juga diketahui sebagai pengalaman empirical atau pengetahuan posteriori. Seorang yang cukup banyak pengalaman di bidang tertentu dipanggil ahli. Pandangan terhadap diri tentang kesuksesan sangat dipengaruhi oleh pengalaman keberhasilan dan kegagalan. Pengalaman keberhasilan dan kegagalan sudah mulai sejak masa kecil dan akan tetap terjadi selama masa hidup. Pengalaman kegagalan dapat merugikan perkembangan harga diri dan gambaran diri yang baik. Namun semua orang selalu menghindari dari pengalaman yang gagal. Perlu dipahami pengalaman dalam pengembangan konsep dakwah bukanlah sebuah warisan atau ditentukan secara biologis. Namun pengembangan diri dalam berdakwah sangat dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman dalam kehidupan, baik pengalaman pada diri sendiri maupun pengalaman pada orang lain.

Konsep pengembangan diri dalam dakwah melalui pengalaman perlu diperhatikan. Dengan adanya belajar melalui dari pengalaman akan menumbuhkan sikap bertanggung jawab. Sikap bertanggung jawab mengarahkan hidup manusia kepada sifat taqwa, jujur, amanah, sidqiq. Manusia yang menyadari dirinya mukallaf disebut manusia bertanggung jawab atas penggunaan segala keistimewaannya. Manusia dijadikan khalifah di muka bumi sebagai bentuk tugas yang harus bertanggung jawab terhadap amanah yang telah ditugaskan oleh sang Pencipta untuk menyampaikan dakwah kepada seluruh Ummat dimuka bumi.

Hasilnya menjelaskan bahwa Transformasi Komunikasi Media Massa Dalam Dakwah Teungku Dayah Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireun-Aceh, menjadi potensi dan kesiapan diri, yang harus dimiliki oleh setiap Da'I dalam menghadapi perkembangan komunikasi Massa yang penuh tantangan. Perkembangan teknologi komunikasi massa dapat mengelompokkan manusia pada dua posisi, yakni pembina teknologi atau konsumen teknologi. Penyesuaian diri pada posisi sebagai konsumen dapat menghantarkan kita kepada mudah dan praktis dalam melakukan komunikasi Massa, seperti manfaat internet, manfaat smartphome, televisi dan sebagainya. Perkembangan teknologi komunikasi massa merupakan suatu perkembangan global yang harus dimiliki saat ini oleh setiap pendakwah maupun Masyarakat.

Pemahaman tentang realitas simbolik dalam media, dan pengaruh perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik pada media massa

Menurut saya kata Muhammad Jafar Aji model Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan pesan dakwah. Media massa memberikan platform yang luas untuk mencapai audiens yang lebih besar. Ini

berfungsi sebagai "jendela" atau sarana untuk memahami peristiwa di luar sana. Selain itu, media juga bisa menjadi cermin dari peristiwa dalam masyarakat dan dunia, dengan mencerminkan apa adanya. Media juga berperan sebagai filter atau gatekeeper yang menyeleksi informasi yang layak untuk diketahui oleh khalayak. Selain itu, media bisa menjadi panduan atau penunjuk jalan bagi masyarakat, membantu mereka memahami berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam. Media juga menyediakan forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Terakhir, media juga berperan sebagai interlocutor, bukan sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi sebagai partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.¹⁰

Menurut saya kata Tgk. Zamzami Konsep realitas simbolik dalam media memengaruhi cara pesan dakwah disampaikan. Konsep realitas simbolik dalam media sangat penting. Realitas simbolik mengacu pada cara media membentuk, mengemas, dan mengkonstruksi realitas. Media bisa mengikuti dua model utama: model peta analog dan model refleksi realitas. Model peta analog mencoba menyajikan realitas seolah-olah itu adalah gambaran langsung dari dunia nyata. Model ini sering digunakan dalam berita yang mencoba memberikan liputan yang seolah-olah penonton berada di lokasi peristiwa. Di sisi lain, model refleksi realitas menciptakan realitas yang lebih fleksibel dan disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Ini sering digunakan dalam media hiburan seperti film atau iklan.¹¹

Menurut saya kata Tgk. Muzakir Ketika berdakwah, pemahaman tentang realitas simbolik membantu pendakwah dalam memilih bagaimana pesan mereka disampaikan. Mereka bisa memanfaatkan model peta analog untuk memberikan pesan dakwah secara visual dan audio yang mirip dengan realitas fisik, atau mereka bisa menggunakan model refleksi realitas untuk menciptakan pesan yang sesuai dengan tujuan mereka. Ini memungkinkan pesan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan efektif.¹²

Menurut saya kata Tgk. Sanusi Perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik memengaruhi kekuatan media massa dalam konteks dakwah. Perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik sangat memengaruhi kekuatan media massa. Dalam kondisi masyarakat yang aktif dan ikatan komunitas yang tinggi melakukan gerakan sosial, kekuatan media massa mungkin menurun karena masyarakat bisa mendapatkan informasi dari sumber-sumber lain. Namun, jika kondisi politik tidak pasti atau kepemimpinan melemah, kekuatan media massa

¹⁰ Wawancara dengan Tgk. Muhammad Jafar Aji, Pimpinan Dayah dan Da'i Kabupaten Pidie Jaya pada tanggal 18 Agustus 2023.

¹¹ Wawancara dengan Tgk. Zamzami, Guru Dayah dan Da'i Kecamatan Samalanga pada tanggal 19 Agustus 2023.

¹² Wawancara dengan Tgk. Muzakir, Guru Dayah dan Da'i Kecamatan Samalanga pada tanggal 19 Agustus 2023.

bisa menguat karena mereka memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan berita.¹³

Menurut saya kata Tgk. Iswadi Pengaruh politik juga bisa signifikan. Pada awal dan akhir pemerintahan, media massa mungkin lebih kuat karena perhatian publik terhadap kebijakan dan tindakan pemerintah lebih besar. Namun, selama pemerintahan yang kuat, media massa mungkin menghadapi tekanan untuk mencerminkan realitas yang sesuai dengan kebijakan pemerintah.¹⁴

Menurut saya kata Tgk. Muhammad Nur Perubahan dalam teknologi juga memainkan peran penting. Kemajuan teknologi membuka pintu untuk media baru seperti internet, sosial media, dan platform digital. Generasi muda lebih cenderung menggunakan teknologi ini, dan ini memengaruhi cara komunikasi dan cara kerja media massa. Para pendakwah perlu memahami perubahan ini dan memanfaatkannya untuk mencapai audiens yang lebih luas.¹⁵

Menurut saya kata Tgk. Syarwanuddin penggunaan media massa dalam konteks dakwah dapat membantu pendakwah dan mitra dakwah dalam meningkatkan citra diri dan kepercayaan diri mereka. Menurut Syarwanuddin, Penggunaan media massa dalam dakwah bisa membantu pendakwah dan mitra dakwah dalam meningkatkan citra diri dan kepercayaan diri mereka. Ketika pesan dakwah disampaikan dengan cara yang menarik dan efektif melalui media massa, ini dapat membuat pendakwah merasa lebih percaya diri dalam menyebarkan pesan mereka. Mereka juga dapat mendapatkan umpan balik dari audiens dan melihat dampak positif dari upaya mereka. Selain itu, ketika pendakwah dan mitra dakwah mampu menggunakan media massa secara optimal, ini juga dapat meningkatkan identitas diri, harga diri, dan kredibilitas mereka. Mereka menjadi lebih dikenal dan dihormati dalam masyarakat karena kontribusi mereka dalam dakwah.¹⁶

Ketergantungan Media Islam pada Sistem Media yang Ada

Pendakwah dan mitra dakwah yang mampu memanfaatkan komunikasi massa secara optimal untuk memenuhi kebutuhan individu, kelompok, komunitas, dan masyarakatnya dapat berhasil dalam berdakwah. Mereka memanfaatkan media massa sebagai alat untuk mengembangkan diri dan menyampaikan pesan dakwah mereka. Media massa memberi mereka peluang untuk mendapatkan

¹³ Wawancara dengan Tgk. Sanusi Abdullah, Guru Dayah dan Da'i Kecamatan Samalanga pada tanggal 20 Agustus 2023.

¹⁴ Wawancara dengan Tgk. Iswadi Arsyad, Guru Dayah dan Penyuluh Agama Kabupaten Bireuen pada tanggal 21 Agustus 2023.

¹⁵ Wawancara dengan Tgk. Muhammad Nur, Guru Dayah dan Da'i Kecamatan Samalanga pada tanggal 21 Agustus 2023.

¹⁶ Wawancara dengan Tgk. Syarwanuddin, Guru Dayah dan Da'i Kabupaten Pidie pada tanggal 21 Agustus 2023.

informasi tentang individu, kelompok, dan lembaga yang telah berhasil, yang dapat menginspirasi dan memberikan contoh perilaku Islami. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan media massa untuk meningkatkan citra diri, kepercayaan diri, identitas diri, harga diri, dan kredibilitas mereka.

Konsep realitas simbolik dalam media dijelaskan melalui dua model, yaitu model peta analog dan model refleksi realitas. Model peta analog menggambarkan bahwa media menciptakan realitas simbolik yang hampir mirip dengan kenyataan. Sebaliknya, model refleksi realitas menggambarkan bahwa media menciptakan realitas simbolik yang mendekati kenyataan.¹⁷

Dalam situasi di mana masyarakat aktif terlibat dalam gerakan sosial dan memiliki ikatan komunitas yang kuat, kekuatan media massa cenderung menurun. Ketika kondisi politik masyarakat tidak stabil, kepemimpinan lemah, maka kekuatan media massa bisa meningkat. Namun, jika situasi politik lebih kuat dan stabil, media massa cenderung melemah. Pola ini juga berlaku pada awal dan akhir masa pemerintahan, di mana kekuatan media massa bisa pulih kembali.

Gati Gayatri telah mengamati peran media massa selama masa pemerintahan Soeharto dari waktu ke waktu. Dia menyimpulkan bahwa pada awal pemerintahan Soeharto, terdapat keseimbangan antara media massa, praktisi media, dan pembaca. Isi media saat itu mencerminkan realitas yang ada. Namun, ketika pemerintah menjadi lebih kuat di pertengahan pemerintahan, isi media kurang mencerminkan realitas. Pada akhir pemerintahan Soeharto, isi media tidak lagi mencerminkan realitas yang sebenarnya. Para praktisi media saat itu kehilangan arah yang jelas.¹⁸

Di sisi lain, Ishadi memeriksa berita televisi swasta menjelang turunya Soeharto dan menemukan bahwa televisi memiliki kekuatan dalam menerapkan nilai-nilai ideal para jurnalis televisi.¹⁹ Udi Rusadi meneliti isi surat kabar selama periode transisi. Peran individu-individu di dalam media massa menjadi sangat dominan, tetapi mereka juga dipengaruhi oleh tekanan dari pasar dan kekuatan masyarakat.²⁰

Syed Arabi Idid membahas perubahan teknologi media dalam Konferensi Internasional mengatakan bahwa kita membutuhkan media, baik media lama dan media baru. Perkembangan media itu dalam rangka membangun umat, akidah dan kekuatan umat, perkembangan mental, dan diplomasi. Media itu netral, hanya di

¹⁷ Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2002), h. 201-205.

¹⁸ Gati Gayatri, *Konstruksi Realitas Kepemimpinan Presiden Soeharto dalam Berita Surat Kabar: Analisis Kritis terhadap Makna Pesan Politik Konsep Ajaran Kepemimpinan Jawa, Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2002, h. 312.

¹⁹ Ishadi SK, *Praktik-Praktik Diskursus di Ruang Pemberitaan RCTI, SCTV, Indosiar: Analisis Kritis Proses-Proses Produksi Teks Berita Menjelang Berakhirnya Pemerintahan Soeharto (Mei 1998), Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2000, h. i.

²⁰ Udi Rusadi, *Diskursus Kerusakan Sosial dalam Media Massa, Studi Kekuasaan di Balik Sajian Berita Surat Kabar, Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2000, h. i.

tangan orang yang salah hingga ia merusak citra Islam dan menciptakan kesalahpahaman di antara muslim. Sebaliknya di tangan orang yang benar, media dimanfaatkan untuk memperkuat akidah, persaudaraan, diplomasi yang positif, citra yang baik, dan iklim kepercayaan.

Syed membahas sistem media saling tergantung dengan bidang lainnya yang mempengaruhi isi dan tumbuhnya media. Media Islam memenuhi standar terbaik, amanah, kebenaran, keadilan, jelas untuk dakwah. Muslim media dimiliki oleh muslim. Berapa banyak media dimiliki oleh muslim? Muslim media tidak hanya membahas permasalahan muslim. Kita memiliki saluran Islam di London. Di Saudi Arabia, kita memiliki Arab News, Asharq Al-Awast beredar di New York, London, Paris, Cairo, Casablanca, dan Jeddah. Sedangkan Indonesia memiliki media sekuler, media muslim, dan media Islam.

Syed juga mengungkapkan perbedaan media lama dan media baru.²¹ Beliau mengatakan bahwa kemajuan teknologi mempengaruhi tumbuhnya media baru. Media baru dicari dan diberi, seperti surat kabar on-line lebih menjangkau pembaca daripada surat kabar tradisional. Generasi muda menggunakan internet, youtube, facebook, twitter, dan mobile phone. Media baru masuk ke segala bidang pelayanan pemerintahan, swasta, pendidikan seperti e-government, e-banking, e-income, dan e-library. Kondisi ini juga mempengaruhi cara komunikasi dan cara kerja militer. Syed membedakan media lama dan media baru di bawah ini.

Tabel Media Lama dan Baru

No	Kategori	Media Lama	Media Baru
1	Informasi	Diberikan	Dicari
2	Kontrol	Sentralisasi	Pemberdayaan
3	Bentuk Komunikasi	Satu arah	Dua Arah
4	Konsep Pesan	Jelas segmennya	Tidak jelas/blurred line, Pengirim, Dan Penerimaanya
5	Waktu	Jadwal jelas	Tidak tepat/timeless
6	Jurnalis	Profesional	Citizen journalist

²¹ Syed Arabi Idid, *Media in the Muslim Media System, The Second Internasional Conference on Islamic Media: New Media and Communication Tehnology in Muslim World: Challenge and Opportunity*, Jakarta, 13-15 Desember 2011.

Efektivitas Pendekatan Komunikasi Massa Dalam Dakwah Teungku Dayah Aceh

Pemahaman peran media massa, konsep realitas simbolik dalam media, dan pengaruh perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik pada media massa sangat relevan dalam konteks dakwah Teungku Dayah Aceh. Dalam pendekatan komunikasi massa dalam dakwah Teungku Dayah Aceh di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh, penggunaan media massa adalah kunci untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat. Dengan memahami peran media massa dan cara media massa membentuk realitas simbolik, pendakwah di Aceh dapat merancang pesan dakwah yang lebih menarik dan efektif. Mereka dapat memilih model peta analog atau model refleksi realitas sesuai dengan tujuan komunikasi mereka.

Selain itu, pemahaman tentang bagaimana perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik memengaruhi media massa membantu pendakwah dalam menyesuaikan pendekatan komunikasi mereka. Misalnya, jika masyarakat Aceh mengalami perubahan sosial yang signifikan atau teknologi komunikasi yang canggih lebih banyak digunakan, pendakwah dapat mengadaptasi strategi mereka untuk tetap efektif dalam menyebarkan pesan dakwah.²²

Penggunaan media massa dalam dakwah dapat membantu meningkatkan citra, harga diri, kepercayaan pada Teungku Dayah Aceh, ketika pesan dakwah disampaikan melalui media massa dengan cara yang menarik, hal ini dapat membantu Teungku Dayah dalam membangun reputasi yang positif dan mendapatkan dukungan lebih luas dari masyarakat Aceh.²³

Oleh karena itu, pemahaman konsep, peran media massa, realitas simbolik, serta perubahan dalam lingkungan sosial, teknologi, dan politik sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pendekatan komunikasi massa dalam dakwah Teungku Dayah Aceh. Ini dapat membantu mereka mencapai lebih banyak orang dan memengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat Aceh dalam konteks dakwah Islam.

PENUTUP

Pekembangan Media massa merupakan sebuah peluang besar dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas. Dakwah tidak lagi berkutat dalam lingkaran kehidupan nyata saja tetapi dapat merambah dalam dunia maya. Sebagaimana diketahui bahwa Media massa telah banyak memberikan

²² Wawancara dengan Tgk. Iswadi Arsyad, Guru Dayah dan Penyuluh Agama Kabupaten Bireuen pada tanggal 21 Agustus 2023.

²³ Wawancara dengan Tgk. Muhammad Jafar Aji, Pimpinan Dayah dan Da'i Kabupaten Pidie Jaya pada tanggal 18 Agustus 2023.

dampak kepada masyarakat, baik itu positif maupun negatif. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman tentang konsep realitas simbolik dalam media sangat penting dalam merancang pesan-pesan dakwah yang menarik dan efektif. Konsep ini memungkinkan pemilihan model peta analog atau model refleksi realitas sesuai dengan tujuan komunikasi dakwah. Dalam konteks Teungku Dayah Aceh di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh, pemahaman ini membantu dalam menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang sesuai dengan audiens dan lingkungan lokal, meningkatkan efektivitas pesan dakwah langsung kepada Masyarakat ramai.
2. Perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan politik memengaruhi kekuatan media massa dalam menyebarkan pesan dakwah. Kondisi masyarakat, tingkat ikatan komunitas, dan situasi politik dapat mempengaruhi peran media massa. Perubahan teknologi membuka peluang baru dalam media massa. Dalam konteks Teungku dayah Aceh di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh, pendakwah harus memahami tentang perubahan dan mengadaptasi, strategi komunikasi mereka agar tetap efektif dalam menyebarkan pesan dakwah melalui media massa dan memengaruhi masyarakat secara langsung dengan model dakwah yang penuh Akhlakul Karimah.

3. Saran

1. Diharapkan kepada Teugku Dayah di di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen-Aceh agar terus berpacu dalam melakukan dakwah di media sosial, media massa karena Masyarakat bisa langsung menerima manfaatnya dan sangat berguna.
2. Diharapkan kepada Pemerintahan Kabupaten Bireuen agar bisa mempertahankan model Dakwah media massa seperti ini karena cukup banyak manfaatnya bagi khalayak ramai di Kabupaten Bireuen.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian ini dan besar kesempatan Bagi Peneliti lain untuk membuat kajian dari sudut pandang yang berbeda dan memperluas wilayah kajian karena cakupan wilayah kajian ini hanya dalam wilayah Kabupaten Bireun-Aceh.

REFERENSI

- Abdul Karim, *Dakwah, Media, Peluang dan Tantangan*. Vol. 4, No. 1 Juni 2016.
- Ahmad, N. (2017). Problematika Dakwahtainment Di Media Dakwah. *ATTABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(2).
- Akhmad sukardi, media Massa dalam proses dakwah Al-Munzir Vol. 9. No.2 November 2016,
- AsepMuhyidin dan Ahmad Syafei. *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung, Pustaka
- Asriyanti Rosmalina dan Nasrudin Abdul Matin, "*Orientasi Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi (Media Massa)*" Cirebon : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati, 2020.
- Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2002.
- Denis McQuail, *Mass Communication Theory (Fourth Edition)*, London: Sage
- Effendi Sadly, "*Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*, Medan: Universitas Islam Sumatera Utara, 2018.
- Effendi, Dudy Imanuddin and Ridwan, Aang (2019) *Dakwah dan media massa: Perspektif Sosiologi dan budaya populer*. Yayasan Lidzikri, Bandung, pp. 1-312. ISBN 978-602-53958-1-9
- Fatma Laili Khoirun Nida, "*Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa*," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "At-Tabsyir 2*, no. 2, 2014.
- Gati Gayatri, *Konstruksi Realitas Kepemimpinan Presiden Soeharto dalam Berita Surat Kabar: Analisis Kritis terhadap Makna Pesan Politik Konsep Ajaran Kepemimpinan Jawa, Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2002.
- Hardivizon, H., Sholihin, M., & Anrial, A. (2016). Relasi Agama dan Pilihan Nasabah: Grounded Theory dan Reposisi Agama pada Pilihan Nasabah Bank Syariah di Bengkulu. *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 4(1), 1-19.
- Hari Wiryawan, *Dasar-Dasar Hukum Media*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Ishadi SK, *Praktik-Praktik Diskursus di Ruang Pemberitaan RCTI, SCTV, Indosiar: Analisis Kritis Proses-Proses Produksi Teks Berita Menjelang Berakhirnya Pemerintahan Soeharto (Mei 1998), Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2000.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011) h.184
- Japarudin, *Media Massa Dan Dakwah*, *Jurnal Dakwah*, Vol. XIII, No. 1 Tahun 2012
- Konstruksi Media Massa Dalam Pengembangan Dakwah* (Nurul Syobah *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 14, No. 2, Desember 2013 : 153 - 168
- Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*, Bandung: Penerbit Nuansa, 2010.

- Marfu'ah, U. (2017). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147-161.
- Nurdin, pengantar *Komunikasi massa* (Jakarta:RajaGrafindo Persada, (2011) h.XII Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Syed Arabi Idid, *Media in the Muslim Media System, The Second Internasional Conference on Islamic Media: New Media and Communication Tehnology in Muslim World: Challenge and Opportunity*, Jakarta, 13-15 Desember 2011.
- Udi Rusadi, *Diskursus Kerusakan Sosial dalam Media Massa, Studi Kekuasaan di Balik Sajian Berita Surat Kabar, Disertasi*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2000.
- Ahmad M. 2019. *Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA.Al-Muhtadi Sendangagun*. Busyro: Vol. 1, No. 1.
- Zaini, A. (2013). Dakwah melalui internet. *At-Tabsyir STAIN Kudus*, 1(1), 1-16.