

**PILIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IIP
WIJAYANTO PADA ACARA “SENTUHAN QOLBU” DI TVRI STASIUN
D.I. YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disusun oleh:

Edi Triyanto

10210048

Dosen Pembimbing:

Alimatul Qibtiyah, S. Ag., M. Si., M.A., Ph.D

NIP. 19710919 199603 2 001

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/1124/2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PILIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ HP WIJAYANTO
PADA ACARA "SENTUHAN QOLBU" DI TVRI STASIUN D.I YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : EDI TRIYANTO
NIM/Jurusan : 10210048/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 16 Juni 2015
Nilai Munaqasyah : 90 (A -)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D

NIP 19710919 199603 2 001

Penguji II,

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.

NIP 19710328 199703 2 001

Penguji III,

Ristiana Kadarsih, S.Sos., M.A.

NIP 19770528 200312 2 002

Yogyakarta, 23 Juni 2015

Dekan,



Dr. Nurjannah, M.Si

NIP 19600910 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisusicpto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55181

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama :Edi Triyanto
NIM : 10210048
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz
Iip Wijayanto Pada Acara "Sentuhan Qolbu" Di
Stasiun D.I. Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Juni 2015

Mengetahui,



Ketua Jurusan

[Signature]
Khoiro Ummatin, M.Si.
NIP.19710328 199703 2 001

Pembimbing

[Signature]
Alimatul Qibtiyah, S.Ag,M.Si, M.A., Ph.D
NIP.19710919 199603 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisusicpto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55181

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edi Triyanto
NIM : 10210048
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat Sekarang : : Umbulsari B, Rt.01 Rw.40, Sumberharjo,
Prambanan, Sleman, D.I. Yogyakarta.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul **PILIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IIP WIJAYANTO PADA ACARA SENTUHAN QOLBU DI TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA** adalah asli hasil karya/penelitian saya sendiri dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Demikian surat pernyataan ini, agar dipergunakan dengan semestinya.

Yogyakarta, 24 Juni 2015
Yang Menyatakan


Edi Triyanto
NIM. 10210048

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur dan mengharap ridho Allah SWT,

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamaterku Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kedua Orang tuaku Bapak Hadi Sriyanto dan Ibu Sri Widayati, kedua kakak, atas dukungan dan semangat yang diberikan

Teman-teman KPI 2010 seperjuangan
Senantiasa memberikan motivasi dan semangat
Kebersamaan yang tak terlupakan

Segenap jajaran Dosen dan Karyawan yang telah membantu dan memfasilitasi dengan maksimal

Terima kasih

MOTTO

“Dan Allah melebihkan sebagian kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezeki, tetapi orang-orang yang dilebihkan (rezekinya itu) tidak mau memberikan rezeki mereka kepada budak-budak yang mereka miliki, agar mereka sama (merasakan) rezeki itu. Maka mengapa mereka mengingkari nikmat Allah?

(QS. An Nahl:71)



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Puji syukur segala puji bagi-Mu yang telah melimpahkan hidayah dan rahmat-Mu kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto pada Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta” ini dengan baik sebagai kewajiban yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik moril maupun materi. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Profesor. Drs. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjanah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. Alimatul Qibtiyah, S. Ag., M. Si., M.A., Ph.D selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf karyawan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
6. Keluarga besar tercinta, Bapak, Ibu, dan Kakak serta saudara-saudara yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
7. Teman-teman KPI angkatan 2010, yang saling memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
8. Jajaran pegawai dan karyawan TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta yang telah membantu dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi iniyang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu.

Terima kasih atas semua bantuan, dukungan, semangat dan doa yang telah diberikan kepada penulis. Semoga kebaikan kalian semua mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan masukan dari pembaca. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 24 Juni 2015

Edi Triyanto
NIM. 10210048

ABSTRAK

EDI TRIYANTO, NIM 10210048. Penelitian ini berjudul “*Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto pada Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta*”. Tayangan tausiah Sentuhan Qolbu dalam media televisi mempunyai peran yang cukup penting terhadap masyarakat untuk menambah pengetahuan dan keberlangsungan dalam beragama. Kondisi dan keberagaman masyarakat dalam berbagai hal membutuhkan sebuah pendekatan komunikasi di dalam menyampaikan sebuah pesan. Sementara belum banyak dilakukan penelitian terkait pilihan strategi komunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif dengan tehnik pengumpulan data meliputi dokumentasi, observasi, dan wawancara terhadap informan. Metode ini diharapkan mampu memberikan data sealamiah mungkin sehingga dapat memberikan gambaran yang nyata terkait topik penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip pada acara Sentuhan Qolbu meliputi mendapatkan kepatuhan, konstruktivisme, dan kesopanan. Pilihan strategi komunikasi untuk mendapatkan kepatuhan terlihat sering digunakan, hal ini dimungkinkan audiennya cukup beragam dan tidak semua dari kalangan berpendidikan.

Kata kunci: pilihan strategi komunikasi, komunikasi dakwah, Sentuhan Qolbu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kajian Pustaka.....	8
G. Kerangka Teori.....	11
H. Kerangka Pikir.....	26

I. Metode Penelitian	27
J. Sistematika Penulisan.....	33
BAB II: GAMBARAN UMUM ACARA SENTUHAN QOLBU DI TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA	
A. Profil TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.....	35
B. Program Sentuhan Qolbu	42
C. Profil Ustadz Iip Wijayanto.....	44
BAB III: PILIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IIP WIJAYANTO PADA ACARA SENTUHAN QOLBU DI TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA	
A. Hasil Temuan Penelitian.....	46
1. Sinopsis Tayangan Sentuhan Qolbu.....	47
2. Pilihan Strategi Komunikasi Iip Wijayanto pada Acara Sentuhan Qolbu	51
B. Paparan Hasil Analisis dan Pembahasan.....	67
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran-Saran	73
C. Penutup.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komponen-komponen Dakwah 23

DAFTAR TABEL

Gambar Skema1 Alur Kerangka Pikir Pendekatan Komunikasi berdasarkan
Pilihan Strategi Komunikasi 26

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul penelitian ini adalah “Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto Pada Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta”. Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap judul ini, maka perlu adanya penjelasan dari masing-masing bagian penting dari judul tersebut.

1. Pilihan Strategi

Pilihan strategi melihat bagaimana seorang komunikator memilih diantara strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan.¹ Oleh karena itu, pesan dirancang sesuai dengan sasaran dakwahnya, baik dari kultur kebudayaan, kebiasaan dan ideologi dalam menganut agama Islam. Sehingga proses komunikasi dapat berjalan lancar dan dimengerti oleh sasaran dakwah.

Terkait dengan penelitian ini, pilihan strategi yang dimaksud diteliti dari perspektif pesan, bukan strategi komunikasi yang mencakup beberapa aspek. Jadi, fokus penelitian ini yaitu mengenai pilihan strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Iip Wijayanto pada acara “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

¹Morissan, *Teori Komunikasi Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 104.

2. Komunikasi Dakwah

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris ‘*communication*’ berasal dari bahasa Latin ‘*communicatio*’, bersumber dari ‘*communis*’ yang berarti “sama”.² Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yaitu panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan.³

Komunikasi dakwah pada hakikatnya merupakan proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok lainnya yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadis dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.⁴

Penelitian ini komunikasi dakwah yang dimaksud yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan secara lisan oleh ustadz Iip Wijayanto.

3. Ustadz Iip Wijayanto

Ustadz Iip Wijayanto, S.I.Kom.,M.Si.merupakan salah satu ustadz yang beberapa kali mengisi padatayangan acara Sentuhan Qolbu TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta. Iip Wijayanto lahir di Bengkulu, 16

² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 4.

³Wahyu Ilaihi, *Ibid*, hlm. 4.

⁴Wahyu Ilaihi, *Ibid*, hlm. 26.

Februari 1978 merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan bapak Asmawi Hamzah dan ibu Nur Lisa. Ustadz yang akrab dengan panggilan ustadz Iip ini berdakwah melalui mimbar dalam suatu acara pengajian, seminar, buku, media sosial internet dan mengisi acara tausiah program acara radio dan televisi. Pesan dakwahnya lebih menyesuaikan dengan keadaan penerima pesan dakwahnya (mad'u).

4. Sentuhan Qolbu

Sentuhan Qolbu adalah program acara dalam bentuk dialog antara narasumber dengan audien di studio dan pemirsa, yang dipandu oleh seorang pembawa acara (MC). Acara Sentuhan Qolbu ditayangkan oleh TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta secara langsung atau rekaman (*recording*) setiap hari jumat pukul 15.30-16.00 WIB. Tujuan acara tersebut adalah memberikan pencerahan terhadap persoalan kehidupan yang sedang terjadi dengan perspektif agama Islam. Topik yang dipilih mewakili persoalan hidup saat itu, oleh karenanya narasumber yang mengisi disesuaikan dengan narasumber yang kompeten. Penelitian ini mengkaji penyampaian dakwah Ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta. Setidaknya dalam kurun waktu selama tahun 2011 sampai tahun 2014 mengundang narasumber ustadz Iip Wijayanto sebanyak 9 kali. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 3 tayangan yang dipilih secara acak. Peneliti mengkaji beberapa rekaman yaitu tayangan sentuhan qolbu

dengan judul Menjaga Ukhuwah, KB. Menurut Pandangan Islam, dan Menjemput Jodoh yang Barokah.

Peneliti bermaksud meneliti pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu yang ditayangkan oleh TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta yang dikaitkan dengan konsep-konsep teori komunikasi.

Berdasarkan penegasan judul di atas maka penelitian yang dimaksud adalah Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto pada Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta dengan mengambil sampel rekaman video tayangan acara Sentuhan Qolbu yang diteliti.

B. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dakwah melalui media massa masih terus dilakukan oleh para da'i di Indonesia, dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam. Televisi masih menjadi primadona untuk menyiarkan ajaran Islam kepada khalayak luas. Televisi merupakan media audio visual yang paling luas dan paling mudah diakses sebagian besar masyarakat Indonesia. Televisi telah bahkan seakan menjadi kebutuhan primer masyarakat Indonesia. Karena televisi merupakan media komunikasi paling efektif untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi orang lain. Televisi sebagai media informasi dan komunikasi dengan visi misinya telah menjalankan fungsinya secara signifikan. Namun, sesungguhnya yang harus

menjadi prioritas utama adalah kondisi masyarakat sebagai pemirsa yang notabene sebagai lapisan masyarakat heterogen dan universal.⁵ Beberapa stasiun televisi di Indonesia, baik swasta maupun milik pemerintah membuat program acara Islami lewat acara tausiah dengan tujuan dakwah Islam. Termasuk TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta memiliki program acara tausiah bernama “Sentuhan Qolbu”.

Pengemasan dan penyajian pesan dakwah mediatelevisi membutuhkan konsep yang matang diantaranya pesan dakwah, metode penyampaian, dan konsep acara tersebut, sehingga dihasilkan suatu program acara yang menarik dan mudah dipahami. Da'i pun perlu memperhatikan pilihan strategi komunikasi yang digunakan ketika berdakwah dalam media televisi. Hal tersebut sangat penting karena masyarakat Indonesia bersifat heterogen baik latar belakang pendidikan, sosial dan kebudayaannya. Salah satu ustadz yang menggunakan pilihan strategi komunikasi yaitu ustadz Iip Wijayanto. Ustadz Iip memperhatikan pilihan strategi komunikasi dalam penyampaian dakwahnya yang disesuaikan dengan keadaan sasaran dakwahnya.

Untuk itu penulis tertarik meneliti acara Sentuhan Qolbu, bagaimana pilihan strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh ustadz Iip Wijayanto dengan menggunakan kaitan teori komunikasi yang relevan dengan penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

⁵Bramma Aji Putra, dkk., *Reformulasi Komunikasi Mengusung Nilai Dakwah Dalam Media Massa*, (Yogyakarta: CV. Arta Wahyu Sejahtera, 2008), hlm. 88.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan serta menggambarkan pilihan strategi komunikasi yang digunakan oleh ustadz Iip Wijayanto dalam dakwah pada program acara “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan apresiasi dan sumbangsih pemikiran dalam penerapan teori-teori dibidang komunikasi dakwah dan media massa, khususnya pertelevisian agar menimbulkan sikap yang diharapkan dari pemirsa televisi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap studi komunikasi secara komprehensif yang dikaitkan secara utuh dengan keadaan dan problematika sosial.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi tolak ukur dalam memahami permasalahan keilmuan dengan mengkaji

secara ilmiah mengenai suatu media yang menjadi sarana dalam berkomunikasi.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan manfaat dari bidang komunikasi dan ajaran agama, menghasilkan tayangan televisi yang bermanfaat dan menghibur serta dapat mengaplikasikan masyarakat dalam mensikapi dan menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran agama Islam.

c. Bagi TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi dalam meningkatkan kualitas tayangan yang dihadirkan oleh TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta agar lebih bermanfaat dan berdaya guna bagi pemirsa televisi, sehingga menjadi televisi publik yang semakin diminati oleh masyarakat.

F. Kajian Pustaka

Setelah mengadakan penelusuran, sejauh ini penulis belum menemukan judul diatas, sehingga penulis mencoba menelaah penelitian dengan judul “Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto Pada Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta”. Sementara itu, ada beberapa penelitian terdahulu yang dekat dan seialur dengan apa yang dikaji dalam penelitian ini. Hal yang sama pernah dilakukan oleh:

Pertama, Muhammad Ardini, dengan judul “Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta”. Rumusan masalah, bagaimana tahapan-tahapan dalam proses produksi acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta. Tujuan, untuk mendeskripsikan proses produksi acara Sentuhan Qolbu/tahapan-tahapan proses produksi yang disiarkan oleh TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta dan mengetahui proses produksi dan orang-orang yang terlibat langsung dalam proses produksi tersebut. Hasil penelitian, ada empat tahapan yang dipaparkan dalam kesimpulannya diantaranya sebagai berikut: 1. pada tahapan pra produksi pada Acara Sentuhan Qolbu sudah tersusun baik meliputi pengembangan ide, penyiapan materi, penyusunan jadwal, penetapan narasumber. 2. Tahapan *set up* (penataan) dalam acara tersebut bersifat teknis seluruh anggota kerabat kerja produksi terlibat langsung. Peran yang paling dominan yaitu produser sebagai penanggungjawab. 3. Tahapan produksi merupakan tahapan yang paling penting dalam proses produksi acara televisi. Peran yang paling dominan pada tahap ini adalah *Program director* (pengarah acara) dan *Floor director* (pengarah

lapangan). Komunikasi yang baik antara pengarah acara dengan pengarah lapangan akan menghasilkan acara yang baik. 4. Tahapan Paska produksi dalam produksi acara Sentuhan Qolbu tidak diketemukan karena acara tersebut disiarkan secara langsung sehingga tidak memerlukan proses *editing*. Akan tetapi evaluasi dari hasil tayangan Sentuhan Qolbu tetap dilaksanakan meskipun hanya secara global antara Produser Pelaksana dengan Divisi Produksi yang ada di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.⁶

Kedua, Yazid Aziz, dengan judul “Profil dan Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu di Stasiun TVRI Yogyakarta”. Rumusan masalah, bagaimana profil acara Sentuhan Qolbu yang disiarkan Stasiun TVRI Yogyakarta? Bagaimana proses produksi acara Sentuhan Qolbu yang disiarkan Stasiun TVRI Yogyakarta? Tujuan, untuk mengetahui dan mendiskripsikan bagaimana profil acara Sentuhan Qolbu yang disiarkan Stasiun TVRI Yogyakarta. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi acara Sentuhan Qolbu di Stasiun TVRI Yogyakarta. Hasil penelitian, sebagai manifestasi dari tujuan penyiaran, stasiun TVRI berfungsi memperkuat integritas nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, serta terciptanya program yang menarik, acara Sentuhan Qolbu bertujuan memberikan pengetahuan tentang agama, moral, spiritual terhadap pemirsa TVRI sehingga dapat memahami tentang ajaran Islam khususnya umat Islam yang terdapat di Wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Acara Sentuhan Qolbu yang ditayangkan ternyata mampu

⁶ Muhammad Ardini, *Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu DI TVRI Stasiun D.I Yogyakarta*, (Yogyakarta:Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009)

mengoptimalkan daya pengaruh yang positif terhadap masyarakat, ini dapat dirasakan adanya minat pemirsa yang cukup banyak yang berupa reaksi dan tanggapan baik melalui via telepon maupun SMS atau berupa kritik dan saran. Serta Tahapan produksi meliputi: tahap pra produksi, tahap *set up* (penataan), tahap produksi dan pasca produksi.⁷

Ketiga, Imdad Nasrulillah, dengan judul “Konsep Manajemen Cinta Menurut Iip Wijayanto: Studi Tentang Siaran Manajemen Cinta Di Radio Yasika”. Rumusan masalah, bagaimana konsep manajemen cinta Iip Wijayanto? Bagaimana manajemen cinta sebagai penanggulangan seks pra nikah? Tujuan, untuk mengetahui dan mendeskripsikan konsep manajemen cinta Iip Wijayanto dan untuk menganalisa manajemen cinta sebagai penanggulangan seks pra nikah. Hasil Penelitian, manajemen cinta menurut Iip Wijayanto adalah sebuah upaya untuk mengatur, mengelola gerak-gerik ekspresi hati dalam memaknai rasa yang menggetarkan dan sulit diekspresikan (cinta) agar tetap proporsional dan tidak kontra produktif di kemudian hari. Pendekatan yang digunakan Iip Wijayanto dalam manajemen cinta adalah pendekatan empiris yang didasarkan atas kenyataan empiris yang terjadi di sekelilingnya.⁸

Ketiga penelitian di atas berbeda dengan penelitian ini, dimana pada penelitian 1 dan 2 sama nama programnya namun hanya meneliti tentang proses produksi dan profil acara Sentuhan Qolbu, serta pada penelitian 3

⁷ Yazid Aziz, *profil dan Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu Di Stasiun TVRI Yogyakarta*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009)

⁸ Imdad Nasrulillah, *konsep Manajemen Cinta Menurut Iip Wijayanto: Studi Tentang Siaran Manajemen Cinta Di Radio Yasika*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2004)

mengkaji manajemen cinta yang dipaparkan dan diulas oleh Ustadz Iip Wijayanto dalam siaran acara Manajemen Cinta di Radio Yasika mempunyai kesamaan subjeknya. Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto dalam acara Sentuhan Qolbu Di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta pada setiap episode yang ditayangkan yang sesuai dengan teori komunikasi.

G. Kerangka Teori

Dalam kerangka teori ini akan dijelaskan beberapa hal mengenai konsep-konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Teori-teori dan konsep-konsep tersebut dipandang dapat membantu dalam menganalisis dan menjelaskan bagaimana pilihan strategi komunikasi dikaitkan dengan teori-teori komunikasi. Beberapa kajian teori pilihan strategi komunikasi dan metode dakwah adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi

a. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.⁹ Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

⁹Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 32.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dengan kata lain bahwa pendekatan (*aproach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Onong Ucjana Effendy mengungkapkan R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya yang berjudul, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:¹⁰

- 1) *to secure understanding*,
- 2) *to establish acceptance*,
- 3) *to motivate action*;

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan yang diterimanya. Apabila sudah dapat dimengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).

Strategi Komunikasi sudah tentu bersifat makro yang dalam prosesnya berlangsung secara vertikal piramidal. Penelaahan mengenai berlangsungnya komunikasi vertikal secara makro tidak bisa lepas dari

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Ibid*, hlm. 32.

pengkajian terhadap pertautan antara komponen satu dengan komponen yang lain dalam proses komunikasi itu. Komponen-komponen yang diungkapkan oleh Harold Lasswell pada rumusannya: *Who Says In Which Channel To Whom With What Effect* itu adalah komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek.¹¹

Akan tetapi, formula Harold D. Lasswell ini menuai kritik oleh beberapa ahli komunikasi, diantaranya oleh Gerhard Maletske dalam karyanya, "*Evaluation of Change through Communication*", yang mengatakan bahwa formula Lasswell tersebut mengabaikan faktor penting, yaitu tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator (*the goals which the communicator sought to achieve*). Namun, perbedaan pendapat antara dua ahli itu tidak pada hakikatnya, dimana Maletske menginginkan tujuan komunikasi itu dinyatakan secara eksplisit, sedangkan Lasswell cukup secara implisit.¹²

b. Urgensi Strategi Komunikasi dengan Pilihan Strategi Komunikasi

Perencanaan pada dasarnya adalah suatu rangkaian tindakan (*action*) atau aktivitas dengan cara-cara tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (*means-goal*). Oleh karena itu, setiap tujuan atau keadaan tertentu yang diinginkan memerlukan tindakan dan cara-cara tertentu. Strategi komunikasi dan pilihan strategi juga memerlukan upaya untuk mendapatkan dukungan sikap, pendapat, tindakan atau partisipasi masyarakat dalam mencapai tujuan tersebut.

¹¹Onong Uchjana Effendy, *Ibid*, hlm. 33.

¹²Onong Uchjana Effendy, *Ibid*, hlm. 33.

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa suatu perencanaan dalam suatu komunikasi sangat penting untuk dibuat. Dengan suatu perencanaan kita dapat:¹³

- 1) Mengetahui secara jelas tujuan aktivitas
- 2) Menetapkan teori mana yang sesuai dalam menjelaskan dan memecahkan suatu masalah, misal:¹⁴
 - a) Memilih strategi dan cara tertentu secara jelas ditengah-tengah banyaknya strategi dan cara yang ada sesuai dengan teori yang digunakan.
 - b) Mengetahui sejelas mungkin kondisi dan situasi lapangan, publik, dan sumber-sumber komunikasi sebelum perencanaan dioperasionalkan.
 - c) Mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan termasuk bidang keuangan.
 - d) Menghindari in-efisien dan in-efektifitas.
 - e) Memiliki standar yang jelas untuk mengevaluasi kadar keberhasilan aktivitas.
 - f) Membuat perencanaan tahap selanjutnya, karena aktivitas komunikasi sebagai penunjang pembangunan tidak pernah berhenti.

c. Pilihan Strategi Komunikasi

Proses komunikasi membutuhkan strategi dalam penyampaian pesan dakwah agar tersampaikan dengan baik dan penyusunan pesan pada level tindakan yang sulit. Menurut Barbara O'Keefe seperti yang dikutip oleh Morissan menyebutkan bahwa ada dua pendekatan mengenai teori produksi pesan, yang disebutnya dengan model pilihan strategi (*strategy choice*) dan desain pesan (*message design*).¹⁵ Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara

¹³Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 116.

¹⁴Hamidi, *Ibid*, hlm. 116.

¹⁵Morissan, *Teori Komunikasi Komunikator, Pesan, Percakapan dan Hubungan (Interpersonal)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm 104.

berbagai strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan. Namun peneliti tidak memaparkan mengenai desain pesan karena diluar topik dari fokus penelitian ini. Oleh karena itu penulis menyajikan mengenai pilihan strategi komunikasi. Pilihan Strategi Komunikasi tersebut meliputi:¹⁶

1) Teori Mendapatkan Kepatuhan

Upaya agar orang lain mematuhi apa yang kita inginkan merupakan tujuan komunikasi. Mendapatkan kepatuhan (*gaining compliance*) adalah upaya yang dilakukan agar orang lain melakukan apa yang diinginkan dan mereka menghentikan pekerjaan yang tidak disukai oleh seorang komunikator (penyampai pesan).¹⁷Banyaknya riset mengenai strategi mendapatkan kepatuhan didorong oleh terbitnya hasil penelitian dari Gerald Marwell dan David Schmitt. Penelitian mereka mengidentifikasi 16 strategi yang umum digunakan orang untuk mendapatkan kepatuhan dari orang lain yaitu sebagai berikut:¹⁸

Daftar panjang Marwell dan Schmitt dinilai masih perlu dikurangi menjadi seperangkat strategi umum yang lebih mudah dikelola.¹⁹Oleh karena itu, diperlukan daftar yang lebih pendek yang mampu memperjelas berbagai strategi tersebut ke dalam

¹⁶Morissan, *Ibid*, hlm 104.

¹⁷Morissan, *Ibid*, hlm 104.

¹⁸Morissan, *Ibid*, hlm 105.

¹⁹Morissan, *Ibid*, hlm 106.

kualitas, fungsi, tujuan atau dimensi-dimensi lain yang esensial yang membantu menjelaskan apa yang sebenarnya dicapai seseorang ketika mencoba membujuk orang lain.

Menurut kutipan dari Morissan, menyebutkan bahwa upaya untuk menciptakan sejumlah prinsip kepatuhan yang lebih ringkas, Marwell dan Schmitt meminta sejumlah orang untuk menerapkan ke-16 daftar tersebut ke dalam berbagai situasi yang memungkinkan orang untuk patuh agar mendapatkan imbalan tertentu sehingga menghasilkan lima strategi umum atau lima kelompok taktik mencakup:²⁰

- a) Pemberian penghargaan (termasuk di dalamnya memberikan janji);
- b) Hukuman (termasuk mengancam);
- c) Keahlian (menunjukkan pengetahuan terhadap penghargaan);
- d) Komitmen impersonal (misalnya daya tarik moral);
- e) Komitmen personal (misalnya utang).

2) Teori Konstruktivisme

Teori konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan oleh Jesse Delia dan rekan-rekannya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori

²⁰Morissan, *Ibid*, hlm 106.

ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu.²¹

Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) George Kelly seperti yang dikutip oleh Morissan, bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.²² Perbedaan itu ditentukan oleh berbagai perangkat yang saling bertentangan (*sets of opposite*) yang ada dalam sistem kognitif seseorang, seperti: tinggi-pendek, panas-dingin, hitam-putih, dan seterusnya yang digunakan untuk memahami peristiwa dan benda ini dinamakan konstruksi personal. Menurut teori ini, konstruksi personal diatur atau diorganisasi ke dalam skema interpretatif yang akan mengidentifikasi suatu objek dan menempatkannya ke dalam suatu kategori. Individu dengan skema interpretatif yang berkembang baik akan melihat lebih banyak perbedaan ketika melihat lingkungan sekitarnya dibanding dengan orang tidak memiliki skema interpretatif yang baik. Karenanya kompleksitas kognitif memiliki peran penting dalam komunikasi, maka

²¹Morissan, *Ibid*, hlm 107.

²²Morissan, *Ibid*, hlm 107.

konsep ini menjadi bagian penting dalam kerumitan kognitif dapat melihat lebih banyak perbedaan daripada mereka yang memiliki sistem kognitif yang sederhana.

Menurut George Kelly seperti yang dikutip Morissan menerangkan bahwa budaya dapat mempengaruhi bagaimana tujuan komunikasi ditentukan, bagaimana tujuan harus dicapai, sekaligus tipe konstruksi yang digunakan dalam skema kognitif.²³ Walaupun teori ini mengakui efek interaksi sosial dan budaya dalam sistem kognitif, namun teori konstruktivisme lebih mengutamakan pengamatannya pada berbagai perbedaan individu melalui kompleksitas konstruksi personalnya dan juga strategi yang digunakan dalam berkomunikasi.

Delia dan rekan menunjukkan bahwa pesan bervariasi menurut kompleksitasnya. Pesan sederhana hanya membahas satu tujuan, pesan yang kompleks memisah-misahkan sejumlah tujuan dan menangani setiap tujuan secara bergantian, dan pesan yang paling canggih akan mengintegrasikan berbagai tujuan itu ke dalam hanya satu pesan. Setiap individu memiliki perbedaan dalam hal tingkat kompleksitas yang akan digunakannya dalam memandang orang lain. Jika seorang itu termasuk sederhana secara kognitif, maka akan cenderung untuk juga menyederhanakan setiap hal dan cenderung untuk menilai

²³Morissan, *Ibid*, hlm. 108.

secara sepihak, misalnya, bahwa orang tertentu memiliki sifat tertentu karena mereka berasal dari suku, jenis kelamin atau kelas sosial tertentu (membuat *stereotype*). Sebaliknya, jika seseorang memiliki sistem kognitif yang lebih kompleks, maka cenderung untuk memiliki pengertian yang lebih besar terhadap perspektif orang lain dan memiliki kemampuan lebih baik untuk membingkai pesan sehingga lebih mudah dipahami oleh orang lain. Menurut Claudia Hale seperti yang dikutip oleh Morissan menerangkan bahwa kemampuan yang disebut dengan *perspective taking* ini akan mengarahkan seseorang untuk memiliki argumen yang canggih dan menimbulkan daya tarik pada dirinya.²⁴ Dengan kata lain, sebagian orang tertentu memiliki kemampuan untuk menyesuaikan tingkat komunikasinya terhadap tingkat komunikasi lawan bicaranya (*adjusting one's communication to others*).

Komunikasi untuk mendapatkan kepatuhan merupakan satu dari beberapa tipe komunikasi yang dipelajari berdasarkan perspektif komunikasi yang terpusat pada orang. Pesan persuasif dapat diukur mulai dari yang kurang terpusat pada orang, misalnya seperti berikut ini.²⁵

²⁴Morissan, *Ibid*, hlm. 109.

²⁵Morissan, *Ibid*, hlm. 109-110.

- a) Pada tingkat yang paling sederhana atau rendah, seseorang dapat mencoba mencapai satu tujuan kepatuhan melalui perintah atau ancaman.
- b) Pada tingkat yang lebih kompleks (lebih terpusat) orang berupaya untuk memberikan pengertian mengapa kepatuhan diperlukan dengan mengemukakan alasan.
- c) Pada tingkat kompleksitas yang lebih tinggi, komunikator bahkan dapat menunjukkan simpati melalui empati atas situasi yang dihadapi.

Ketika pesan menjadi lebih kompleks, maka pesan itu akan memiliki lebih banyak tujuan dan akan lebih terpusat pada orang, selain itu lebih mampu untuk menimbulkan kenyamanan dan pada pesan sederhana.

3) Teori Strategi Kesopanan

Teori konstruktivisme telah menunjukkan kepada kita bahwa orang sering kali mencoba untuk mencapai lebih dari satu tujuan dalam satu kali tindakan dan kesopanan (*politeness*), yaitu tindakan untuk melindungi muka atau wajah orang lain, kerap menjadi salah satu tujuan yang ingin dicapai (*....., and politeness, or protecting the face of the other person, is often one of the goals we aim to achieve*). Studi yang terkenal dalam tradisi sosiopsikologi yang secara khusus mendalami masalah

kesopanan dan perlindungan muka atau wajah orang ini dilakukan oleh Penelope Brown dan Stephen Levinson. Teori ini menyatakan bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita merancang pesan yang dapat melindungi muka, sekaligus mencapai tujuan lainnya.

Brown dan Levinson percaya bahwa kesopanan seringkali merupakan tujuan karena kesopanan merupakan nilai universal secara kultural. Setiap kebudayaan memiliki derajat yang berbeda dalam hal kebutuhan terhadap kesopanan dan juga cara-cara yang berbeda untuk menjadi sopan, tetapi semua orang memiliki kebutuhan untuk dihargai dan dilindungi. Brown dan Levinson menyebut kebutuhan ini sebagai *face needs* atau 'kebutuhan muka.' Mereka juga mengemukakan beberapa konsep mengenai wajah, seperti berikut ini.²⁶

- a) Wajah positif (*positive face*), yaitu keinginan untuk dihargai dan disetujui, disukai dan dihormati. Kesopanan positif (*positive politeness*) dirancang untuk memenuhi hasrat seseorang untuk dapat memiliki wajah positif. Menunjukkan perhatian, memberikan pujian dan menunjukkan penghormatan merupakan beberapa contoh kesopanan positif.

²⁶Morissan, *Ibid*, hlm. 110.

- b) Wajah negatif (*negative face*) adalah keinginan untuk bebas dari permintaan bantuan orang lain atau intervensi orang lain dan kesopanan negatif (*negative politeness*) dirancang untuk melindungi orang lain ketika kebutuhan wajah negatif terancam.

d. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah sebagai salah satu bagian dari ilmu sosial yaitu ilmu dakwah dan ilmu komunikasi.²⁷ Menurut Harsoyo seperti yang dikutip oleh Wahyu Ilaihi disebutkan bahwa kriteria ilmu haruslah:²⁸

- 1) Rasional; sifat kegiatan pemikiran yang tersusun secara sistematis.
- 2) Empiris; dari setiap permasalahan komunikasi dakwah tunduk pada pemeriksaan atau verifikasi pancaindra manusia.
- 3) Umum; komunikasi dakwah dapat ditampilkan lewat definisi-definisi yang telah dikemukakan.
- 4) Akumulatif; dapat ditelusuri bahwa komunikasi dakwah merupakan perkembangan bagian dari ilmu komunikasi dan dakwah.

Dengan demikian ketika mengkaji mengenai komunikasi dakwah perlu mengetahui dan memahami mengenai komponen-

²⁷Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 31.

²⁸Wahyu, *Ibid*, hlm. 32.

komponen dakwah, objek kajian dakwah serta ilmu yang bersangkutan agar lebih mengerucut dan rinci. Oleh karena itu, perlu menentukan aspek yang akan dikaji/teliti, kemudian dikaji berdasarkan objek kajian dakwah itu serta ilmu yang bersangkutan sebagai acuan, sehingga memudahkan di dalam memahami dan mempelajarinya. Berikut ini tabel yang menjelaskan mengenai komponen dakwah, objek kajian dakwah dan ilmu yang bersangkutan.

Tabel 1. Komponen-komponen Dakwah²⁹

No	Komponen Dakwah	Objek Kajian Dakwah	Ilmu yang Berkaitan
1.	Pelaku (Da'i)	Perilaku sosial, latar belakang, sosiokultural, religiusitas, posisi hukum.	Psikologi Sosial, Antropologi, Sosiologi, Etnografi, Sosio Agama, Psikologi Agama, Dan Ilmu Hukum.
2.	Pesan Dakwah	Struktur, Isi, <i>appeals</i>	Agama, Sociolinguistik, Psikolinguistik, Psikologi Retorika, (logika dan argumentasi).
3.	Sasaran Dakwah	Pelaku sosial, latar belakang	Psikologi sosial, Sosiologi, Sosial

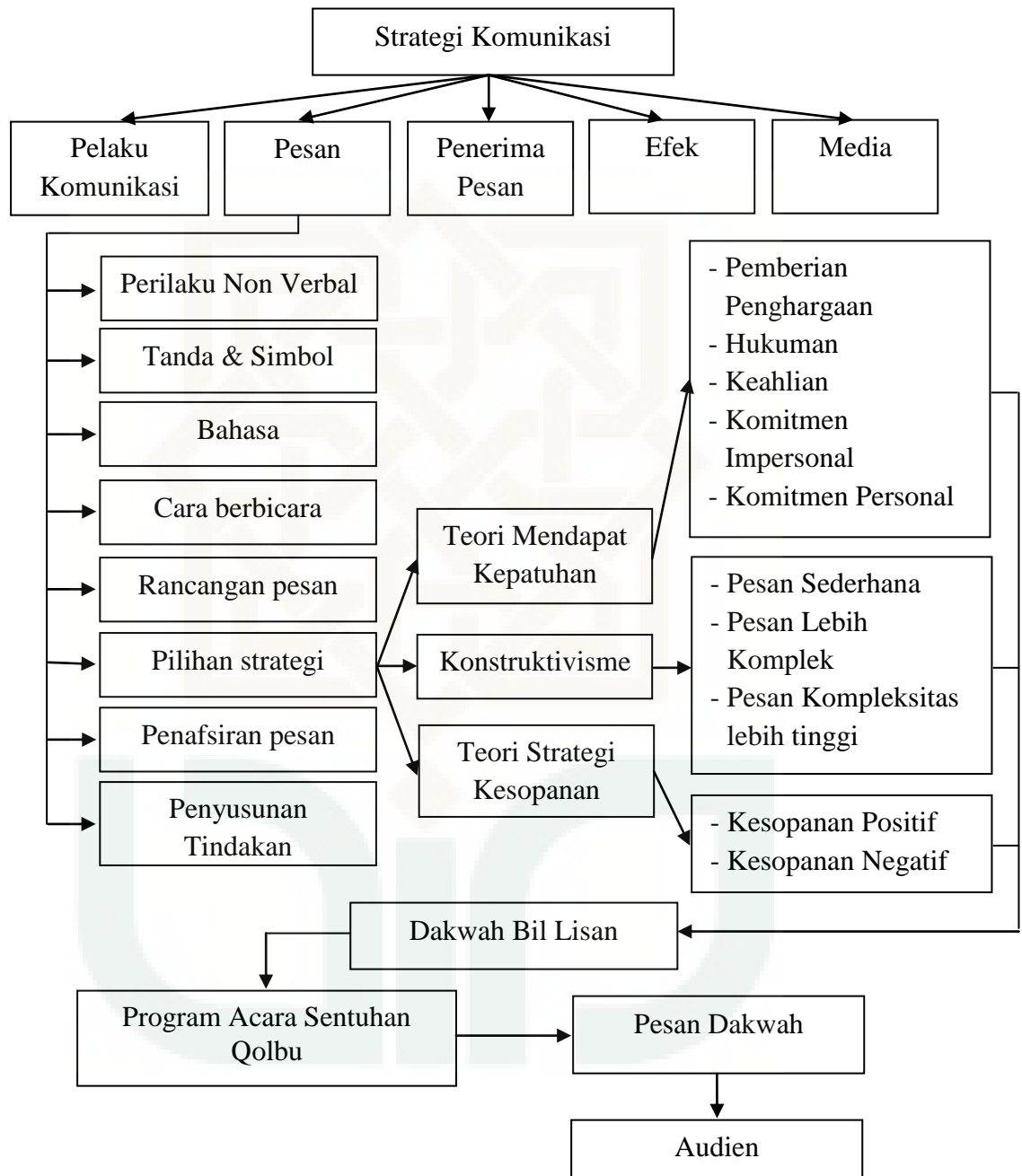
²⁹Wahyu, *Ibid*, hlm. 32-33.

		<i>socioculturalreligiosity</i> , dan proses/sosialisasi nilai masalah sosial.	<i>planning</i> , Sosial <i>Change</i> , <i>Communication</i> , Etnografi, Psikologi (sosiologi) agama, dan ilmu politik.
4.	Media Dakwah	<i>Accesability</i> , <i>Effectiveness</i> , <i>Ownership</i> , dan <i>Economy</i> .	Ilmu komunikasi (media analisis) dan ilmu ekonomi
5.	Efek Dakwah	Perilaku individual	Psikologi, sosiologi, antropologi, dan ilmu politik.

Penelitian ini mengkaji komunikasi dakwah dalam perpektif pesan. Ketika mengkaji pesan terdapat beberapa kajian yang meliputi tanda dan simbol, bahasa, perilaku non-verbal, cara berbicara, penyusunan tindakan, pilihan strategi komunikasi, rancangan pesan, dan penafsiran pesan.³⁰ Tentu perlu disesuaikan dengan aspek yang mau dikaji dengan memilih topik yang dituju, sehingga hasilnya akan sesuai konteks yang diinginkan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pilihan strategi komunikasi dakwah.

³⁰Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi Edisi 9*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm 152.

Secara singkat kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:³¹



Gambar Skema 1. Alur Kerangka Pikir Pendekatan Komunikasi berdasarkan Pilihan Strategi Komunikasi

³¹Onong Uchjana Effendy, *Ibid*, hlm. 33.

Berdasarkan skema diatas, diilustrasikan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini dilihat pada perspektif pesan dengan memilih fokus pada pilihan strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh ustadz Iip Wijayanto dalam dakwah bil lisan pada acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta. Pilihan strategi komunikasi itu meliputi mendapat kepatuhan, konstruktivisme, dan kesopanan.

I. Metode Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pelaku atau hal yang dikenai masalah, baik orang, benda ataupun suatu lembaga (organisasi).³² Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian, dimana subjek penelitian dalam penelitian ini adalah ustadz Iip Wijayanto.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses.³³

Objek penelitian atau sasaran yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip pada tayangan program “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

³²http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/03/v-behaviorurldefaultvmlo_13.html, diakses pada tanggal 17 April 2014, Pukul 13.15 WIB.

³³*Ibid*

3. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif, dimana penulis bermaksud menggambarkan secara sistematis tentang permasalahan yang akan diteliti.³⁴ Penelitian ini meneliti mengenai pilihan strategi komunikasi dari sebuah program acara “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta. Karakteristik penelitian deskriptif yang dikumpulkan berupa data dari beberapa kata, gambar maupun audio visual, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan adanya penerapan metode kualitatif.

b. Pendekatan Penelitian

Dalam pembicaraan ini pendekatan didefinisikan sebagai cara-cara menghampiri objek.³⁵ Fokus dari penelitian ini adalah pilihan strategi komunikasi dakwah. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

4. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data diperoleh. Menurut Lofland yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto mengatakan, sumber data utama dari penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan dari individu-individu yang akan diamati.³⁶ Sedangkan data-data tambahan lainnya berupa dokumen baik itu berupa data tertulis, foto maupun data

³⁴Nyoman Kutha Ratna, *Teori, Metode Dan Teknik Penelitian Sastra Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 53.

³⁵ Nyoman Kutha Ratna, *Ibid*, hlm. 53.

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta 2003, Cet Ke 6), hlm. 83.

statistik. Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Sumber data ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian.

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara khusus menjadi objek penelitian.³⁷ Dimana data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data yang diperoleh dari beberapa dokumentasi acara “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta yang dijadikan sampel, dengan mengambil sebagian episode yang sudah ditayangkan, yang dapat dijadikan sumber data yaitu: Menjaga Ukhuwah, KB. Menurut Pandangan Islam, dan Menjemput Jodoh yang Barokah.
- 2) Data yang diperoleh berdasarkan pengalaman langsung peneliti saat terlibat dalam aktivitas program acara “Sentuhan Qolbu”.
- 3) Data yang diperoleh dari beberapa informan dengan wawancara yang mendalam. Informan tersebut terdiri atas ustadz yang menyampaikan dakwahnya, yaitu ustadz Iip Wijayanto, produser acara “Sentuhan Qolbu” yaitu Ekarini Handayani. Data ini dimaksudkan untuk mencari penjelasan atau klarifikasi dari data primer dokumentasi.

³⁷Suharsimi Arikunto, *Ibid*, hlm. 84.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang menjadi pendukung data-data primer dalam melengkapi tema penelitian.³⁸ Data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- 1) Data-data yang diperoleh dari media massa seperti televisi dan internet yang relevan dengan penelitian ini.
- 2) Buku-buku atau literatur lain yang berkaitan dan mendukung pembahasan yang dikaji dalam penelitian ini.

5. Teknik Cuplikan (*Sampling*)

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik *purposive sampling*. Sampel ini diambil dengan maksud dan tujuan tertentu yaitu peneliti menganggap bahwa sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian.³⁹ Dalam hal ini, peneliti mengambil sampel 3 video rekaman tayangan acara Sentuhan Qolbu yang diisi oleh ustadz Iip Wijayanto hal ini bertujuan mengambil tema secara acak. Ustadz Iip tercatat mulai mengisi program acara Sentuhan Qolbu sejak 21 Oktober 2011 sampai 4 April 2014 sebanyak 9 kali.

6. Teknik Pengumpulan Data

³⁸Suharsimi Arikunto, *Ibid*, hlm. 84.

³⁹Suharsimi Arikunto, *Ibid*, hlm. 85.

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.⁴⁰ Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Studi Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian. Dalam studi dokumentasi, peneliti melakukan penelusuran data objek penelitian serta melihat sejauh mana proses yang berjalan telah terdokumentasikan dengan baik.⁴¹

Dalam hal ini dokumentasinya berupa rekaman tayangan acara “Sentuhan Qolbu” yang telah ditayangkan di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta yaitu rekaman tayangan Sentuhan Qolbu yang diisi oleh Ustadz Iip Wijayanto.

b. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, dan benda serta rekaman gambar, observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.⁴² Pada observasi langsung dapat dilakukan dengan mengambil peran maupun tak berperan. Observasi berperan

⁴⁰ Tim Dosen Jur PAI, *Panduan Proposal dan Skripsi Jur PAI Fakultas Tarbiyah Uin Sunan Kalijaga* Yogyakarta, (2006), hlm. 20-21.

⁴¹<http://syahrezagundar.blogspot.com/2011/12/teknik-pengumpulan-data-studi.html>, diakses pada tanggal 17 April 2014 Pukul 13.28 WIB.

⁴²Sugiyono, *Ibid*, hlm. 234.

ada dua macam, yaitu observasi berperan pasif dan observasi berperan aktif.

Dalam penelitian ini, menggunakan bentuk observasi berperan pasif, dimana peneliti mendatangi langsung lokasi peristiwa dan kehadirannya diketahui oleh subjek yang diamati. Namun, peneliti hanya mengamati acara “Sentuhan Qolbu” tanpa aktif didalamnya.

c. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan percakapan langsung antara peneliti dengan narasumber atau informan.⁴³Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur yang disebut wawancara mendalam.⁴⁴ Penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur atau teknik wawancara mendalam untuk menggali sumber data yang berupa manusia dalam posisi sebagai narasumber, maka teknik wawancara sangat diperlukan untuk mengumpulkan informasi. Tujuan utama melakukan wawancara adalah untuk menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan.

⁴³Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 99

⁴⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 224.

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Yakni teknik analisis dengan menggambarkan suatu fenomena atau peristiwa.⁴⁵ Teknik analisis deskriptif ini terdiri dari tiga komponen khusus. Dimana tiga komponen analisisnya yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan simpulan, aktivitasnya dilakukan dalam bentuk penggambaran fenomena atau peristiwa.

J. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan membaca dalam penyusunan skripsi, peneliti membuat sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori yang terdiri dari strategi komunikasi, urgensi strategi komunikasi dan pilihan strategi komunikasi, pilihan strategi komunikasi, selain itu materi tentang komunikasi dakwah, kerangka pikir, metode penelitian seperti metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam meneliti, subyek penelitian, objek penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika penulisan.

⁴⁵Sugiyono, *Ibid*, hlm 225.

BAB II GAMBARAN UMUM ACARA SENTUHAN QOLBU DI TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA

Bab ini memaparkan tentang deskripsi atau gambaran umum dan penjelasan mengenai profil TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta mulai dari sejarah, visi dan misi, logo, motto, slogan dan manajemen TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta, program Sentuhan Qolbu serta profil Ustadz Iip Wijayanto.

BAB III PILIHAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ IIP WIJAYANTO PADA ACARA SENTUHAN QOLBU DI TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA

Bab ini berisi hasil temuan penelitian terdiri atas sinopsis tayangan sentuhan qolbu, pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto. Paparan hasil analisis dan pembahasan mengenai pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

BAB IV PENUTUP

Bab ini terdiri atas kesimpulan dari keseluruhan isi penelitian ini dan saran untuk berbagai pihak serta penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan masalah mengenai kesesuaian antara teori-teori komunikasi dengan acara dakwah “Sentuhan Qolbu” di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

Pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto pada acara Sentuhan Qolbu, dilihat dari perspektif pesan. Pilihan strategi komunikasi dianalisis dengan teori-teori komunikasi seperti dalam penelitian ini, yaitu dengan teori mendapatkan kepatuhan, konstruktivisme, dan teori kesopanan. Dimana dalam teori mendapatkan kepatuhan ini, seorang da'i/penyampai pesan dakwah harus menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan karakter dan tingkat pendidikan terhadap sasaran dakwahnya. Sedangkan teori konstruktivisme, seorang da'i harus dapat memilah dan memilih pesan yang hendak disampaikan dengan memperhatikan tingkat pemahaman (kognitif) yaitu pada tingkat sederhana, lebih kompleks dan tingkat kompleksitas lebih tinggi dan cara-cara menyampaikan, dimana setiap mad'u kondisinya berbeda-beda. Kemudian teori kesopanan, seorang da'i haruslah dapat mengakomodir keinginan dari sasaran dakwahnya yang terkait dengan keinginan untuk dihargai dan disetujui, disukai dan dihormati, serta keinginan terbebas dari intervensi dari orang lain. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif dengan

teknik pengumpulan data yang meliputi mengambil dokumentasi audio visual rekaman acara Sentuhan Qolbu, observasi langsung ke lokasi shooting, dan wawancara.

Hasil penelitiannya bahwa pilihan strategi komunikasi dakwah ustadz Iip Wijayanto melalui teori-teori komunikasi dalam penelitian yang diterapkan pada acara Sentuhan Qolbu. Dengan demikian, melalui pilihan strategi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh ustadz Iip, pesan itu disesuaikan dengan tingkat pendidikan dan pemahaman (kognitif), serta kebiasaan/kebudayaan yang berlaku di tempat ia berdakwah. Selain itu, juga memenuhi kebutuhan dan keinginandari sasaran dakwah untuk dihormati dan dihargai. Sehingga pesan dakwah tersebut dapat diterima dengan baik dan mencegah timbulnya pertentangan, serta tujuan dari pesan dakwah itu tercapai.

B. Saran-saran

Secara akademik, berdasarkan hasil penelitian di atas, agar penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya yang mendalam, maka terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan penulis, yaitu:

1. Kepada ustadz Iip Wijayanto, tetaplah jadi seorang pendakwah yang sopan, gayanya yang tenang dan humoris. Adakalanya seorang da'i itu menyampaikan dengan suara yang tegas dengan intonasi yang terkontrol, agar kesannya tidak datar dan membosankan.
2. Kepada pihak Tim Produksi acara Sentuhan Qolbu, diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas program acara, serta menghadirkan acara tersebut di luar studio/lapangan agar lebih menarik dan banyak masyarakat menyaksikan acara Sentuhan Qolbu secara langsung tanpa dibatasi jumlah audiennya.
3. Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya agar lebih baik lagi.
4. Kepada pembaca, diharapkan agar lebih selektif dalam memilih program acara, sehingga bisa meneladani perilaku yang baik dari tayangan yang ditonton dan bisa memahami, mengerti dan kemudian mengamalkannya.

C. Penutup

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta kekuatan dan ketenangan jiwa yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Iip Wijayanto Pada Acara Sentuhan Qolbu Di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bramma Aji Putra, dkk., *Reformulasi Komunikasi Mengusung Nilai Dakwah Dalam Media Massa*, Yogyakarta: CV. Arta Wahyu Sejahtera, 2008.
- Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang: UMM Press, 2010.
- Morissan, *Teori Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Nyoman Kutha Ratna, *Teori, Metode Dan Teknik Penelitian Sastra Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008.
- Onong Uchyana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Samsul Samsul Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi Edisi 9*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta 2003.
-, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Tim Dosen Jur PAI, *Panduan Proposal dan Skripsi Jur PAI Fakultas Tarbiyah Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2006.
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Skripsi/ Tesis/ Jurnal

Imdad Nasrulillah, *Konsep Manajemen Cinta Menurut Iip Wijayanto: Studi Tentang Siaran Manajemen Cinta di Radio Yasika*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2004.

Muhammad Ardini, *Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu di TVRI Stasiun D.I Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2009.

Yazid Aziz, *Profil dan Proses Produksi Acara Sentuhan Qolbu di Stasiun D.I Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2009.

Internet

http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/03/v-behaviorurldefaultvmlo_13.html, diakses pada tanggal 17 April 2014.

<http://syahrezagundar.blogspot.com/2011/12/teknik-pengumpulan-data-studi.html>, diakses pada tanggal 17 April 2014.

Interview Guide

Judul Penelitian : Pilihan Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz
Iip Wijayanto Pada Acara “Sentuhan Qolbu” Di TVRI
Stasiun D.I. Yogyakarta.

Peneliti : Edi Triyanto

NIM : 10210048

Jur/Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Dakwah dan
Komunikasi

Wawancara dengan narasumber, produser Sentuhan Qolbu, Ekarini Handayani
pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 24 September 2014

Waktu : 14.40 Wib

Tempat : Ruang Produksi TVRI Stasiun D. I. Yogyakarta

Pertanyaan:

1. Konsep acara Sentuhan Qolbu itu seperti apa?
2. Apa tujuan dari acara Sentuhan Qolbu itu?
3. Target audiens siapa saja? Apakah dari berbagai kalangan?
4. Bagaimana perencanaan tema dan proses persiapan acara Sentuhan Qolbu?

Wawancara dengan narasumber, Narasumber acara Sentuhan Qolbu,
Ustadz Iip Wijayanto pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 4 April 2014

Waktu : 17.25 Wib

Tempat : Lobi TVRI Stasiun D. I. Yogyakarta

Pertanyaan:

1. Profil Ustadz Iip Wijayanto
2. Riwayat pendidikan ustadz Iip Wijayanto
3. Perjalanan dakwah islam dari awal sampai sekarang ini?
4. Pendekatan komunikasi apa yang digunakan dalam aktivitas dakwah pada acara Sentuhan Qobu?
5. Sebagai komunikator/pendakwah, apa pilihan strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah?
6. Bagaimana suatu pesan dakwah itu didesain? Apa tujuan dari desain pesan itu?
7. Apa saja yang perlu diperhatikan ketika menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u?
8. Nilai-nilai apa saja yang hendak disampaikan dan hendak dicapai dari materi/pesan dakwah?
9. Bagaimana pengklasifikasian pesan dakwah dilakukan?

HASIL WAWANCARA DENGAN USTADZ IIP WIJAYANTO

PADA TANGGAL 4 APRIL 2014

1. Perjalanan dakwah islam dari awal sampai sekarang ini?
 - Dakwah islam yang dilakukan oleh ustadz Iip di mulai dari tahun 1996 yaitu ceramah pada acara majelis taklim dari masjid ke masjid, khutbah jum'at dan dakwah kontemporer yaitu media internet seperti youtube, facebook, twitter maupun media massa yaitu media koran lokal seperti koran merapi.
2. Pendekatan komunikasi apa yang digunakan dalam aktivitas dakwah pada acara Sentuhan Qobu?
 - Saya berdakwah menggunakan pendekatan berdasarkan kebiasaan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah/mad'u saya, mengedepankan kultur dari masyarakat tersebut, dan menghindari hal-hal yang sifatnya sensitif berdasar ideologi mereka dalam menganut agama islam. Ketika ceramah di kalangan muhammadiyah itu menggunakan dalil-dalil tentang bid'ah, sedangkan ketika berdakwah di kalangan NU menggunakan dalil-dalil kecuali dalil bid'ah.
3. Sebagai komunikator/pendakwah, apa pilihan strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah?
 - Memilih bahasa komunikasi sesuai dengan kondisi mad'u
 - Adaptasi dengan karakter mad'u
 - Bijaksana dalam menyampaikan berdakwah

- Teknik komunikasi komunikasi saya lebih dipengaruhi oleh retorika madura dengan gaya bahasa chairil Gybran. Dengan tujuan meluruskan segala penyimpangan dengan dalil Al Qur'an dan hadits Nabi.
4. Bagaimana suatu pesan dakwah itu didesain? Apa tujuan dari desain pesan itu?
- Saya ketika berdakwah dalam suatu majelis taklim sifatnya mengalir begitu tanpa menyiapkan materi terlebih dahulu, jadi materi yang disampaikan dengan melihat tema pada background. Kecuali ketika mengisi khutbah jum'at saya menyiapkan materi.
5. Apa saja yang perlu diperhatikan ketika menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u?
- Menghindari hal-hal menyinggung masyarakat
 - Menghormati tradisi maupun budaya yang ada
 - Dalam konteks dakwah islam di jogja saya menghormati kebudayaan atau tradisi kraton dan menghindari hal-hal yang menyinggung kraton
6. Nilai-nilai apa saja yang hendak disampaikan dan hendak dicapai dari materi / pesan dakwah?
- Nilai-nilai Al Qur'an dan hadits-hadits Nabi
7. Bagaimana pengklasifikasian pesan dakwah dilakukan?
- Klasifikasi berdasarkan ormas
 - Pendidikan dari sasaran dakwah; ketika berdakwah di kampus maka banyak menggunakan data-data ilmiah, ketika berdakwah dengan

kalangan perkotaan lebih banyak dikaitkan dengan dalil-dalil, ketika berdakwah di kampung dakwah disampaikan dengan humor atau bersifat lucu.



**HASIL WAWANCARA DENGAN IBU EKARINI HANDAYANI
(PRODUSER ACARA SENTUHAN QOLBU TVRI STASIUN D.I.
YOGYAKARTA)
PADA TANGGAL 24 SEPTEMBER 2014**

1. Konsep acara Sentuhan Qolbu itu seperti apa?
 - Konsep acara sentuhan qolbu merupakan tayangan siraman rohani oleh narasumber yang dipandu oleh Presenter/MC, dihadiri oleh audien dari majelis-majelis taklim kurang lebih 25-30 orang sesuai dengan kapasitas ruangan produksi. Narasumber menyajikan materi sesuai tema yang dipilih yang kemudian mengupasnya dengan perspektif Al Qur'an dan hadits. Audien dan pemirsa diberi kesempatan untuk bertanya langsung kepada narasumber, yang kemudian ditanggapi langsung oleh narasumber.
2. Apa tujuan dari acara Sentuhan Qolbu itu?
 - Memberi pencerahan dari permasalahan kehidupan, dan mendekatkan audien TVRI dengan ustadz, serta menumbuhkan gairah untuk menuntut ilmu agama Islam
3. Target audiens siapa saja? Apakah dari berbagai kalangan?
 - Target dari semua kalangan dari majelis-majelis taklim yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya, namun ada penyesuaian audien yang diundang saat produksi acara sentuhan qolbu berdasarkan tema yang diangkat, agar sesuai sasaran dakwahnya.

4. Bagaimana perencanaan tema dan proses persiapan acara Sentuhan Qolbu?
- Tema yang diangkat itu dengan melihat fenomena yang sedang terjadi di dalam masyarakat dilihat dari sisi agama.
 - Proses persiapan acara Sentuhan Qolbu, produser menentukan tema tayangan sentuhan qolbu dengan melihat fenomena yang sedang terjadi di masyarakat, kemudian menentukan narasumber dan audien sesuai dengan tema. Narasumber dipilih berdasarkan kemampuan menyajikan materi/ pesan dakwah sesuai tema yang ditentukan. Kemudian menentukan audien yang dianggap sesuai dengan materi yang akan disampaikan. Setelah itu produser menyiapkan berkas-berkas produksi kemudian menyusun Rundown Acaranya.