METODE DAKWAH DALAM MENUMBUHKAN MINAT MENGAJI PEMUDA PADA PROGRAM PASAR DAKWAH NAWALA TV DI AIKMEL, KABUPATEN LOMBOK TIMUR, NUSA TENGGARA BARAT

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oleh:

Agus Supriadi
NIM: 17102010010

Pembimbing:
Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.
NIP 197807172009011012

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2021

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1212/Un.02/DD/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : METODE DAKWAH DALAM MENUMBUHKAN MINAT MENGAJI PEMUDA PADA PROGRAM PASAR DAKWAH NAWALA TV DI AIKMEL KABUPATEN LOMBOK TIMUR, NUSA TENGARA BARAT

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AGUS SUPRIADI
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010010
Telah diujikan pada : Senin, 26 Juli 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 610bde0464331

Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 610349bb9d52a

Penguji II

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 610d1e112e10d

Yogyakarta, 26 Juli 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6111d801e8447

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Agus Supriadi
NIM :17102010010
Judul skripsi : **Metode Dakwah Dalam Menumbuhkan Minat Mengaji Pemuda Pada Program Pasar Dakwah Nawala TV di Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.**

Sudah dapat diajukan kembali ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi 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 mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Mengetahui:

Ketua Program Studi	Dosen Pembimbing Skripsi
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.	Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 19840307 201101 1 013	NIP. 197807172009011012

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Supriadi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa benar skripsi saya yang berjudul: **Metode Dakwah Dalam Menumbuhkan Minat Mengaji Pemuda Pada Program Pasar Dakwah Nawala TV di Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat** adalah benar hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan peneliti yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasi atau di tulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 April 2021

METERAI TEMPEL 10000 4AA09AJX283171898

Agus Supriadi
NIM.17102010010

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua: Amaq Sulaiman, almh. Inaq Tuan Hj. Fatimah, dan ibu tiri Suharni. Mereka adalah semangat dan pemberi energi positif selama penyusunan ini. Sumbangsih tenaga, dana dan nasihat baik tidak pernah bosan diberikan kepada saya.

Segenap keluarga besar: Keluarga besar Papuk Rimah dan Papuk Sar'i yang selama ini juga selalu memberikan dukungan hebat mulai dari masuk kuliah sampai bisa di tahap ini.

Teman dan sahabat: Teman angkatan KPI 2017, teman-teman LP2KIS Yogyakarta, teman-teman betemoe outbound Lombok, kakak-kakak Nawala TV, kakak-kakak Belpas Peduli, Bang Sanusi, S.Pd, dan teman-teman yang telah ikut serta dalam menyumbangkan ide, masukan, maupun tenaga pada penyusunan skripsi ini.

Untuk diri pribadi yang telah berjuang dan sabar dalam mengikuti alur perkuliahan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Balasan dari kebaikan adalah kebaikan pula (QS. Ar-Rahman:60)

Jangan menunggu apa dan berapa untuk berbuat baik, berbuat baik sesuai kemampuan kita. (Agus Supriadi)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalaamualaikum.Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah karunianya kepada kita. Atas berkat pertolongannya pula skripsi yang berjudul **Metode Dakwah Dalam Menumbuhkan Minat Mengaji Pemuda Pada Program Pasar Dakwah Nawala TV di Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat** dapat diselesaikan. Solawat salam kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat manusia. Semoga kita mendapatkan syafaatnya kelak.

Dalam menyelesaikan skripsi ni, tentu banyak pihak yang ikut terlibat dalam memberikan doa, saran, masukan, dan kritik yang membangun. Peneliti merasa kehadiran mereka sangat penting dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, dengan rasa hormat, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih secara khusus kepada:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
3. Nanang Mizwar H, S.Sos.,M.Si., selaku ketua program studi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
4. Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak sekali masukan, saran dan motivasi kepada peneliti.

5. Dr. Hamdan Daulay, M.Si.,M.A., selaku dosen penasihat akademik yang telah sabar mendengarkan keluh dan cerita serta menjadi bapak penasihat yang bijak dalam memberikan masukan-masukan.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan dan karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
7. Orang tua dan keluarga besar yang telah mendukung setiap aktivitas perkuliahan dan penelitian.
8. Segenap pengelola Nawala TV, Bang Yogi, Bang Zaki, Bang Feri, dan semua yang terlibat dalam Nawala TV yang sudah menerima peneliti dengan baik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
9. Kakak kandung (Sri Fatmawati dan Ari Kurniawan), yang telah memberikan dukungan berupa do'a, uang dan barang.
10. Sahabat KKN Sade (Imam, Mira, Eca, Atin, Iman, Alfin, Anas, Hamzah) atas kebersamaan dan pengalamannya.
11. Segenap teman-teman komunitas betemoe outbound atas kebersamaannya dan motivasinya.
12. LP2KIS Yogyakarta atas kesempatan belajar bersama sahabat dan teman-teman hebat di dalamnya.
13. Teman diskusi (Nur Isma) atas masukan dan ilmunya yang membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal.
14. Sahabat di Jogja (Kopma, LP2KIS, Andromeda, Pondok Ulul Albab) atas doa dan dukungan yang tidak pernah putus diberikan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

15. Masjid Abu Bakar Papringan (Ustaz Syarif, Pak Parman, Pak Dukuh, dll) yang telah memberikan tempat ternyaman selama kuliah, dan menjdi ibu-bapak bagi saya saat di Jogja.
16. Semua orang baik yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang terlibat langsung maupun tidak langsung, terlihat maupun tidak atas semua bantuan, dukungan dan dorongannya.

Akhirnya, hadirnya karya ini tentu tidak lepass dari kekeliruan dan kekurangan. Maka dari itu peneliti mengharapkan saran maupun kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan digunakan sebaik-baiknya.

Wassalaamualaikum.Wr.Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 April 2021

Penyusun

Agus Supriadi
NIM.17102010010

ABSTRAK

Agus Supriadi (17102010010), Metode Dakwah Dalam Menumbuhkan Minat Mengaji Pemuda Pada Program Pasar Dakwah Nawala TV di Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, program studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Nawala TV adalah salah satu media komunitas yang menyiarkan tayangannya melalui TV kabel dan streaming melalui *Facebook.* Salah satu program dakwahnya adalah Pasar Dakwah yaitu program yang dirancang untuk menarik minat mengaji pemuda yang berada di sekitar belakang pasar Aikmel, Lombok Timur. Fenomena ini menarik untuk dikaji guna mendeskripsikan metode dakwah yang digunakan Nawala TV dan juga seberapa jauh dampak program Pasar Dakwah tersebut dalam menumbuhkan minat mengaji Pemuda. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori norma budaya yang dipopulerkan oleh Melvin Defleur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari data tersebut , hasil dari penelitian ini adalah (1) Metode dakwah yang digunakan Nawala TV terbagi menjadi tiga bagian yaitu program Pasar Dakwah yang menumbuhkan minat mengaji pemuda di Nawala TV, penerapan unsur-unsur komunikasi dakwah, dan pendekatan dengan pemuda. (2) Dampak dari program Pasar Dakwah adalah yakni tumbuhnya minat mengaji pemuda desa Aikmel dan berdampak pada perbaikan norma-norma agama di tengah masyarakat, terbukti dari keterkaitan pemuda dalam program-program sosial-keagamaan di Aikmel.

Kata Kunci: Nawala TV, Metode, Pemuda, program Pasar Dakwah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL…….. i
HALAMAN PERSEMBAHAN iv
MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK x
DAFTAR TABEL xii
BAB I 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Pustaka 8
F. Kerangka Teori 11
G. Kerangka Pikir Penelitian 26
H. Metode Penelitian 27
I. Sistematiaka Pembahasan 33
BAB II 35
GAMBARAN UMUM 35
A. Deskripsi Yayasan Bale BELPAS Peduli 35
B. Deskripsi Nawala TV 38
C. Deskripsi Program pasar dakwah 41
BAB III 47
A. Sajian Data Penelitian 47
B. Hasil Analisis Temuan Penelitian dan Pembahasan 75
BAB IV 87
A. Kesimpulan 87
B. Saran 89
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 93

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Data Keluarga Bale Belpas Peduli 35
Tabel 2. 2 Inventaris Pendukung Program 46

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka pikir peneliti 26
Gambar 1. 2 analysis interactive Miles dan Hubermen 32

Gambar 2.1 Struktur Pengelola Nawala TV 41
GAMBAR 2.2 Kumpulan Video Dakwah Ustaz Hulaifi 44
Gambar 2. 3 Halaman Facebook Nawala TV 45

Gambar 3. 1 Suasana Pengajian dengan pemuda belakang Pasar 50
Gambar 3. 2 Pemateri tetap pasar dakwah Ustaz Ahmad Hulaifi, LC.,MH. 55
Gambar 3. 3 peserta pasar dakwah 57
Gambar 3. 4 halaman streaming facebook Nawala TV 59
Gambar 3. 5 pertanyaan melalui komentar online 62

4. 1 Peneliti Melakukan observasi aktivitas peserta langsung 91
4. 2 peneliti melakukan wawancara bersama Feri selaku produser Program Pasar Dakwah 92
4. 3 Peneliti Melakukan wawancara dengan Zaki selaku Manjer Program Nawala TV 92
4. 4 Peneliti mengikuti acara Pasar Dakwah episode terakhir sebelum Ramadhan 93
4. 5 Peneliti Melakukan Wawancara dengan Yogi selaku ketua Balai Belpas Peduli 9593
4. 6 Peneliti Mengikuti proses streaming program Pasar Dakwah 93
4.7 Lampiran note wawancara, observasi, dan dokumentasi peneliti……..94

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Metode dakwah yang digunakan oleh media akan memiliki konsep sendiri yang menjadi ciri khasnya masing-masing. Bagian dari metode dakwah antara lain adalah dakwah secara lisan, dakwah secara perbuatan dan juga dakwah secara tulisan. Dalam tataran teknis aktivitas lisan dalam menyampaiakan dakwah dapat berupa metode ceramah, diskusi,debat, dialog, nasihat, petuah, wasiat, maupun ta'lim (mengaji). Sedangkan aktivitas tulisan berupa penyampaian pesan dakwah melalui berbagai media masa cetak.[1]

Memahamkan ilmu agama kepada pemuda sangat penting dilakukan, karena pemudalah yang akan melanjutkan estafet perjuanagan untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman secara luas. Dikatatakan oleh Yusuf Al-Qardhawi, seorang ulama besar Mesir kontemporer bahwasanya "Jika ingin melihat Negara di masa depan, maka lihatlah pemudanya hari ini".[2] Kutipan ini menunjukkan urgensi pemuda bagi Negara dan semua yang terkait didalamnya seperti halnya agama. Untuk mewujudkan pemuda yang agamis yang dapat

[1] Aliyudin, "Prinsip-prinsip metode dakwah menurut Al-Quran"*Jurnal Ilmu Dakwah*, vol.4 No.15 (Januari-Juni 2010),hlm.1014.

[2] Misbahul Wani, "Pemuda dala m al-qur'an dan as-sunnah: pemuda islam yang berkualitas tidak lepas dari pendidikan orang tua yang totalitas", *al dzikra jurnal studi ilmu alquran dan al hadits*, 13(1):71-94 (juni 2019) hlm.79.

berperan dan berkontribusi dalam pembangunan Negara, maka perlu dibina dan diperkenalkan dengan ilmu agama yang dapat menjadi pegangan mereka dalam bertindak.

Pemuda juga sering disebut sebagai agen perubahan bagi agama dan Negara, maka pemuda hari ini harus disiapkan untuk kejayaan agama dan Negara di masa mendatang. Untuk sampai pada hal itu, pola kehidupan pemuda harus tetap diperhatikan, sebab pola kehidupan akan mempengaruhi sebuah kehidupan pribadi maupun sosial, lebih-lebih pada kehidupan pribadi-agama (*man an relegion*) maupun pribadi-negara (*man and state*).[3]

Ceramah formal di masjid ataupun musola menyajikan ilmu-ilmu agama yang bersumber dari kitab suci Al-Qur'an dan hadis yang terbukti kebenarannya. Ilmu tersebut sejatinya dapat di implementasikan oleh mad'u dalam kehidupan sehari-hari. Menuntut ilmu adalah kewajiban setiap muslim, seseuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW "*Thalabul 'ilmi faridhatun 'ala kulli muslim"* artinya menuntut ilmu agama adalah kewajiban atas setiap muslim.[4] Sudah sepantasnya semua kalangan pemuda dengan kondisi maupun profesinya wajib menuntut ilmu agama.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[3] Misbahul Wani, pemuda dalam al-qur'an dan as-sunnah: pemuda islam yang berkualitas tidak lepas dari pendidikan orang tua yang totalitas, al dzikra jurnal studi ilmu alqurandan la hadits 13(1):71-94 juni 2019 diakses 24 desember 2020

[4] "40 hadits tentang ilmu ",*www.sntripedia.com/2020/07/4,* diakses tanggal 19 Februari 2021.

Pemuda yang jauh dan menjauhkan diri dari mengaji ilmu agama menjadi perhatian penting bagi para pendakwah untuk menarik minat mereka dalam kegiatan mengaji. Menumbuhkan minat mengaji pemuda juga harus menggunakan metode dakwah yang tepat. Jika tidak, bisa jadi mereka tidak akan tertarik menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan dai (penyeru). Moral pemuda harus dapat dibentuk sejak dini guna memperkuat etika pergaulan di tengah masyarakat.

Adapun kelemahan etika pergaulan di masyarakat saat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: kurangnya pengawasan dan perhatian orang tua, pergaulan bebas dan kurangnya pengetahuan agama.[5] Kondisi pemuda yang jauh dari pengajian dan nilai-nilai keagamaan harus diikat kembali. Apalagi pemuda yang berada di lingkungan yang masih jauh dari kegiatan-kegiatan keagamaan. Perhatian terhadap kondisi pemuda seperti ini membutuhkan perhatian dari para penyeru melalui media maupun cara khasnya tersendiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dari hasil wawancara di lokasi penelitian, peneliti mendapatkan "Keterlibatan pemuda di Aikmel dalam mengikuti kegiatan pengajian masih tergolong rendah dikarenakan metode dakwah yang monoton mengharuskan mereka berada di masjid, bagi pemuda yang jarang pergi ke masjid tentunya akan

[5] Misbahul Wani, "Pemuda dala m al-qur'an dan as-sunnah: pemuda islam yang berkualitas tidak lepas dari pendidikan orang tua yang totalitas", *al dzikra jurnal studi ilmu alquran dan al hadits,* 13(1):71-94 (juni 2019)hlm.74.

memiliki rasa malu untuk datang berkegiatan."[6] Maka dari itu, adanya program-program religi dari pelaku media masa yang menyesuaikan dengan tempat ataupun kondisi target dakwah akan berpengaruh terhadap minat mereka untuk mengaji. Pemuda adalah penerus estafet perjuangan agama dan negara. Mempersiapkan pemuda dengan bekal-bekal agama sama artinya mempersiapkan Negara yang menjunjung tinggi nilai keagamaan.

Menurut data yang diberitakan oleh KOMPAS.com, pengguna internet di awal 2021 ini mencapai 202,6 juta dari 274,9 juta jiwa penduduk Indonesia. Ini artinya penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen.[7] Dari data ini menunjukkan bahwa keterbukaan akses memperoleh informasi apapun termasuk pemahaman tentang dakwah Islam bisa diperoleh dari media digital. Selain itu, data dari kominfo menyebutkan 98 persen dari anak-anak dan remaja tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna Internet.[8] Tentunya dengan melihat data ini, pemuda dapat memanfaatkan media untuk memperoleh pemahaman dakwah agama Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penggunaan media sebagai alat siaran merupakan metode yang efektif dalam kegiatan dakwah karena dapat menarik minat individu bahkan sampai kelompok. Dengan jangkauan yang luas, pesan dakwah yang disampaikan oleh

---

[6] Wawancara dengan Zaki, Pengelola Nawala TV, 23 Desember 2020.

[7] Wahyunanda Kusuma Pertiwi, *Bukan Jakarta, Internet tercepat di Indonesia ada di Kota ini*, https://tekno.kompas.com/read/2021/02/13/16010047, diakses pada 15 Juni 2021.

[8] AZ, *98 Persen anak dan remaja tahu internet*, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/ ,diakses pada 15 Juni 2021.

pendakwah dapat tersampaikan kepada sasaran dakwah. Di Indonesia, terutama sejak awal dekade 1990-an, dunia pertelevisian ditandai dengan semakin berkembangnya TV lokal. Kehadiran televisi lokal ini sekurang-kurangnya dapat menyentuh kebutuhan khalayak yang lebih dekat. Ia dapat mendekati massa sesuai warna kultural yang dianutnya. Program yang disajikan lebih mampu menyentuh watak sosiologis penontonnya. Dengan demikian, sejatinya televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar.[9]

Diperlukan sebuah konsep baru yang dapat mempererat dan memersatukan pemuda supaya bisa duduk bersama serta mendapatkan ilmu agama yang akan dijadikan pegangannya. Ada suatu kondisi, pemilik media harus menyesuaikan diri dengan gaya hidup pemuda saat ini. Jika cara lama seperti ceramah di masjid ataupun musola sudah tidak diminati, maka harus mencari pendekatan baru.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Di Aikmel, kabupaten Lombok Timur, NTB, media komunitas Nawala TV memiliki konsep pendekatan religi yang di desain untuk menumbuhkan minat mengaji pemuda yang mereka sebut “Pasar Dakwah”. Suasana pengajian di tengah kampung dan dikemas dengan konsep ngaji santai. Program ini sengaja didesain tidak bertempat di tempat ibadah guna mengikuti gaya hidup pemuda di desa tersebut. Desain program acara tersebut dijadikan program unggulan di

[9] Ahmad Zaini, *Dakwah melalui Televisi*, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No.1 Juni 2015, hlm.5.

Nawala TV yang rutin dilaksnakan setiap sekali dalam satu minggu sejak berdirinya pada tahun 2020. Karena target dakwahnya adalah pemuda, maka konsep pengajiannya pun sesuai dengan realita kehidupan mereka, bahkan materi yang dibawakan merupakan materi yang relevan dengan kondisi aktivitas kehidupan pemuda disana.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian mengenai *Metode Dakwah Dalam Menumbuhkan Minat Mengaji Pemuda Pada Program Pasar Dakwah Nawala TV di Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat* menjadi penting untuk dikaji mengingat penelitian tentang program televisi memang sudah banyak dilakuakan namun penelitian yang berfokus pada program dakwah kepemudaan masih sedikit. Ditambah program pasar dakwah ini adalah program bagi pemuda desa Aikmel untuk mengaji dengan cara yang tidak biasa serta program ini memiliki ciri khas pendekatan tersendiri yang membedakannya dengan program dakwah lainnya. Oleh sebab itu, penelitian ini dirasasa penting dan masih relevan untuk dilakukan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dicarikan jawabannya, antara lain:

1. Bagaimana metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda pada program pasar dakwah Nawala TV?
2. Bagaimana dampak program pasar dakwah terhadap minat mengaji pemuda?

C. Tujuan Penelitian

Setiap peneliti harus memiliki tujuan jelas terhadap hasil yang ingin dicapai dalam karya ilmiahnya. Dengan adanya tujuan yang jelas akan memudahkan peneliti untuk mengetahui arah penelitiannya secara spesifik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran metode dakwah yang digunakan oleh Nawala TV dalam program pasar dakwah.
2. Untuk mendeskripsikan dampak program pasar dakwah terhadap minat mengaji pemuda.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berarti hasil dari penelitian yang memiliki nilai kebermanfaatan. Manfaat penelitian ada yang berupa teoritis dan juga berupa praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah koleksi keilmuan terkait metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda di lingkup nasional
   b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap keilmuan civitas akademisi program studi komunikasi penyiaran Islam di lingkup kajian dakwah.
2. Manfaat Praktis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

a. Bagi para pendakwah, penelitian ini diharapkan mampu menjadi solusi baru yang digunakan dalam menyusun program acara dakwah dengan konsep pendekatan yang cocok dengan pemuda.
b. Bagi pemilik media, penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dalam mengaplikasikan pendekatan dakwah kepada pemuda maupun masyarakat luas.
c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai metode dakwah dan pendekatan baru yang dapat di aplikasikan di era digitalisasi ini.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, telaah atau mengkaji pustaka sangat dibutuhkan. Kajian pustaka adalah kegiatan penelitian yang bertujuan melakukan kajian secara sungguh-sungguh tentang teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti sebagai dasar dalam melangkah pada tahap penelitian selanjutnya.[10] Adapun kajian pustaka yang diambil peneliti diantaranya:

1. Jurnal penelitian yang berjudul "Dakwah melalui televisi" disusun oleh Ahmad Zaini (Dosen jurusan dakwah dan komunikasi STAIN Kudus). Tujuan penelitian pada jurnal tersebut adalah memaksimalkan peran TV sebagai media dakwah yang dapat digunakan oleh juru dakwah karena TV

[10] Zulrahmattogal, "Teknik menyusun kajian pustaka",*Zultogalatp.wordpress.com* diakses 28 Desember 2020.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

memiliki sisi kedekatan dengan masyarakat di era modern ini. Hasil penelitian pada jurnal ini yaitu dengan memanfaatkan media massa dalam proses dakwah, maka proses dakwah akan berjalan lebih cepat karena televisi memiliki jangkauan yang luas.[11]

2. Skripsi oleh Badranana yang berjudul strategi komunikasi dakwah TVMU studi deskriptif kualitatif direktur televisi Muhammadiyah. Tujuan dari penelitian skripsi ini yaitu menyajikan bagaimana Muhammadiyah sebagai organisasi atau persyerikatan mengukuhkan esksistensi mereka dalam berdakwah melalui media TVMU yang dalam hal ini diemban oleh Direktur TVMU, tanpa harus keluar dari "Khittah" awal pendirian Muhammadiyah dan TVMU itu sendiri, yakni amar ma'ruf nahi mungkar.[12] Hasil penelitiannya yaitu direktur TVMU memiliki upaya dalam mempertahankan konsistensi TVMU sebagai TV dakwah yang berpegang teguh pada nilai amr ma'ruf nahi mungkar ditandai dengan langkah konkrit yang diambil dalam menghadirkan program-program.
3. Jurnal yang berjudul *Cyberdakwah* sebagai alternatif dakwah volume 7, No.1 september 2012, Islamica, dituluis oleh Aris Saefulloh. Tujuan dari penelitian ini yaitu memanfaatkan internet sebagai media dakwah, baik berupa gambar, audio, maupun audio visual yang memiliki tujuan untuk

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[11] Ahmad zaini, Dakwah melalui Televisi, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No.1 Juni 2015, hlm.17.

[12] Badranana, *strategi komunikasi dakwah TVMU studi deskriptif kualitatif direktur televisi Muhammadiyah*, skripsi, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017),hlm.4.

menyajikan konten-konten dakwah secara kreatif atau tidak membosankan. Hasil penelitiannya yaitu *cyberdakwah* menjadi opsi alternatif dalam mengembangkan dakwah ditengah canggihnya teknologi internet. *Cyberdakwah* dapat menyajikan isu yang tengah berkembang di masyarakat sehingga materi dakwah bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat.[13]

4. Skripsi yang berjudul strategi program nabawi TV sebagai media dakwah yang ditulis oleh Abyan Naufal mahasiswa Institut Seni Indonesia Surakarta 2018. Tujuan penelitian ini yaitu meneliti tentang strategi program Nabawi TV sebagai media dakwah dalam menerapkan metode dakwah baru yang kreatif dan edukatif. Hasil penelitiannya yaitu program acara Nabawi TV dikolaborasikan dengan muatan-muatan dakwah. Strategi program yang dilakukan oleh Nabawi TV untuk menayangkan proses dakwah para da"i dalam media televisi. Proses dakwah inilah yang menjadi konten yang selalu diperhatikan dalam setiap prosesnya. Dalam proses-proses strategi programnya, Nabawi TV melakukannya dengan cara non-komersial.[14]

Dari empat penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan topik yang akan diteliti berikutnya. Persamaannya terletak pada

[13] Aris Saefulloh, *Cyberdakwah sebagai alternatif dakwah*, ISLAMICA, vol.7, no.1 September 2012, hlm.158.

[14] Abyan Naufal, *strategi program Nabawi Tv sebagai media dakwah*, skripsi, (Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta, 2018), hlm.124.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

pembahasannya yaitu dakwah dan media. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, fokus rumusan masalah tentang spesifikasi penelitian yaitu mengenai metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda pada program pasar dakwah Nawala TV di Aikmel, kabupaten Lombok Timur, NTB, masih layak untuk diteliti.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori pada penelitian ini adalah penyajian teori-teori relevan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah yang dibuat peneliti. Relevansi teori akan berpengaruh terhadap kualitas jawaban yang diperoleh pada sebuah penelitian karya ilmiah. Pada kerangka teori ini berisi dua pokok kajian pembahasan. *Pertama,* metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda di program pasar dakwah Nawala TV. *Kedua,*dampak program pasar dakwah terhadap minat mengaji pemuda. Oleh karena itu, untuk mempermudah penelitian, maka dijabarkan teori sesuai dengan rumusan masalah.

1. Tinjauan Tentang Metode Dakwah

   a. Pengertian dan Sasaran Dakwah

      Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) dakwah diartikan penyiaran; propaganda. Dalam pengertian yang lain, dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukann secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.[15]

Dalam kegitan dakwah, kondisi dan keadaan di lapangan harus menjadi perhatian juga, untuk mengkondisikan program yang akan dibuat. Artinya, konsep dan kondisi harus bisa mengikat dan menyesuaikan. Berdakwah tidak melulu harus berada diatas mimbar atau konsep yang begitu-begitu saja, namun berdakwah juga bisa dilakukan melalui media sosial, kegiatan-kegiatan santai dan sebagainya disesuaikan dengan sasaran dakwah kita. Sasaran dakwah memiliki beberapa bagian, salah satu diantaranya adalah yang berhubungan dengan golongan masyarakat dilihat dari segi tingkat usia berupa golongan anak-anak, remaja, dan orang tua.[16]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Makna lain dari dakwah adalah propaganda. Propaganda adalah segala kegiatan dalam bentuk lisan, tulisan atau tingkah laku yang dilakukan secara sistematis dan berencana untuk memengaruhi orang lain agar dapat membenarkan atau menerima dengan sadar maupun tidak sadar akan segala pesan yang disampaikan kepadanya melalui berbagai

[15] Arifin,*Psikologi dakwah suatu pengantar studi*,(Jakarta:PT Bumi Aksara 2004), hlm.6.
[16]*Ibid*, hlm.3.

media serta mau melaksanakan pesan-pesan tersebut demi keuntungan propagandis itu sendiri.[17]

Dari pengertian dakwah tersebut, fokusnya kepada cara media menyampaikan pesannya kepada khalayak. Menurut McQuail dan Windahl khalayak adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap, dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye[18]

b. Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan as-sunnah, dengan tujuan orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.[19]

Unsur dakwah adalah bagian-bagian yang ada dalam kegiatan dakwah, meliputi: dai (komunikator), mad'u (Komunikan), maddah (Pesan), washillah (Media), thariqah (Metode dakwah) dan atsar (Efek dakwah).

c. Metode dakwah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[17] Arifin,*Psikologi dakwah suatu pengantar studi*,(Jakarta:PT Bumi Aksara 2004), hlm.7.
[18] Edi Suryadi, *Strategi komunikasi*, Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2018, hal.113.
[19] Mubasyaroh, *Dakwah dan komunikasi (Studi penggunaaan media massa dalam dakwah)* AT-TABSYIR, jurnal komunikasi penyiaran Islam,Vol.4 No.1 Juni 2016, hlm.107

Metode dakwah adalah sebuah cara, teknik ataupola yang dilakukan seseorang dalam melaksanakan kegiatan dakwah, dengan haraapan dapat mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.. Dengan kata lain, segala cara dalam menegakan syari'at Islam untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, yaitu terciptanya kondisi kehidupan mad'u yang selamat dan sejahtera (bahagia) baik di dunia maupun di akhirat kelak.[20]

Dari definisi diatas, kita mengetahui bahwa metode dakwah adalah salah satu unsur dakwah yang memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan dakwah. Penerapan metode selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman namun esensi dakwah selalu berpegang teguh pada dakwahnya Rasulullah SAW.

Metode dakwah menurut penafsiran Hamka, merujuk pada surah An-Nahl:125 yang ditafsirkannya.

> "… serulah kepada jalan Tuhan engkau dengan kebijaksanaan dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhan engkau, Dia yang lebih tahu siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih tahu siapa yang mendapat petunjuk."[21]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[20] Aliyudin, *Prinsip-prinsip metode dakwah menurut Al-Quran*, Jurnal ilmu dakwah Vol.4 No.15 januari-juni 2010.

[21] A.M Ismatullah, *Metode dakwah dalam Al-Quran*, Lentera, Vol. IXX, No. 2 , Desember 2015, hlm.165.

Dari penafsiran yang ditulis Hamka dalam kitab Tafsi al-Azhar diatas, A.M Ismatullah mengklasifikasikan menjadi tiga bagian penting, diantaranya:

Pertama, hikmah (Bijaksana), Secara bahasa, hikmah berarti Bijaksana. Menurut pandangan Sayyid Kutub menjelaskan lebih rinci lagi bahwa dakwah dengan metode hikmah itu adalah di mana seorang da'i memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat sebelum menentukan tema yang akan disampaikan, dan juga berarti sebagai kemampuan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah, hingga bisa dipahami oleh masyarakat dengan mudah. Maka dengan hikmah ini, seorang juru dakwah dianjurkan untuk menyampaikan tema-tema yang faktual serta ril, memperhatikan problematika masyarakat yang berkembang, kemudian mencoba untuk mencari dan menawarkan solusinya menurut tuntunan agama Islam.[22]

Fokus pada metode hikmah adalah melihat kondisi dan keadaan mad'u terlebih dahulu sebagai rancangan penting dalam melakukan kegiatan dakwah. Hal ini juuga dipertegas oleh Al-Qur'an dan Tafsirnya Departemen Agama menjelaskan, bahwa hikmah adalah dakwah dengan ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan rahasia, faedah, dan maksud

[22] A.M Ismatullah, *Metode dakwah dalam Al-Quran*, Lentera, Vol. IXX, No. 2 , Desember 2015, hlm.165.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dari wahyu Ilahi, dengan cara yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi, agar mudah dipahami umat.[23]

Kedua, Mau'izatul hasanah (Nasihat), Nasihat secara bahasa dapat diartikan anjuran, petuah, saran, dan ajaran. Menurut Hamka, mau'izhah hasanah artinya pengajaran yang baik, atau pesan-pesan yang baik, yang disampaikan sebagai nasihat. Menurutnya termasuk kategori mau'izhah hasanah adalah pendidikan ayah bunda dalam rumah tangga kepada anak-anaknya, sehingga menjadi kehidupan mereka pula, pendidikan dan pengajaran dalam perguruan-perguruan[24]

Ketiga, Jadilhum billati hiya ahsan (Bantahan dengan cara baik), senada dengan diskusi, bantahan dengan baik sejatinya mendapatkan hasil keputusan yang memenangkan kedua belah pihak, tidak ada yang merasa dirugikan. Metode dakwah ini, menurut penafsiran Hamka pada ayat An-Nahl:125. ayat ini menyuruh agar dalam hal yang demikian, kalau sudah tidak dapat dielakkan lagi, pilihlah jalan yang sebaikbaiknya. Diantaranya ialah memperbedakan pokok soal yang tengah dibicarakan dengan perasaan benci atau sayang kepada pribadi orang yang tengah diajak berbantah. Misalnya, seseorang yang masih kufur, belum mengerti ajaran Islam, lalu dengan sesuka hatinya saja mengeluarkan celaan kepada Islam, karena bodohnya. Orang ini wajib dibantah dengan jalan yang sebaik-

[23] A.M Ismatullah, *Metode dakwah dalam Al-Quran*, Lentera, Vol. IXX, No. 2 , Desember 2015, hlm.166.

[24] Ibid.,hlm.166.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

baiknya, disadarkan dan diajak kepada jalan fikiran yang benar, sehingga dia menerima. Tetapi kalau terlebih dahulu hatinya disakitkan, karena cara kita membantah yang salah, mungkin dia enggan menerima kebenaran, meskipun hati kecilnya mengakui, karena hatinya disakitkan.[25]

2. Tinjauan Tentang Minat Mengaji

a. Pengertian Minat Mengaji

Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau aksi sementara situasi-situasi yang dihubungkan dan keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya sendiri.[26] Ada juga kecendrungan seseorang tertarik terhadap sesuatu yang mengukuti kondisi emosinya saat itu. Minat juga berarti kecendrungan pada seseorang yang ditandai rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju[27]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[25]A.M Ismatullah, *Metode dakwah dalam Al-Quran*, Lentera, Vol. IXX, No. 2 , Desember 2015, hlm.167.

[26] A Maruroh, "kajian tentang minat ",*etheses.iainkediri.ac.id*, diakses tanggal 20 Februari 2021.

[27] Lusi Marleni, *Faktor yang mempengaruhi minat belajar siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Bangkinang*, journal cendekia: journal pendidikan matematika, Vol.1, No. 1 , Mei 2016, hlm.151.

Sedangkan mengaji yang dimaksud adalah kegiatan menuntut ilmu dengan cara mendengar, menyimak, menulis dan membaca bersama dengan pembimbing seperti ustadz, guru sekolah, penceramah dan lainnya. Mengaji juga bisa dibahasakan dengan belajar ilmu agama kepada orang yang lebih paham. Syaikh Muhmmad bin Shalih Al-'Utsaimin rahimahullah menjelaskan bahwa jalan yang ditempuh untuk menuntut ilmu itu ada dua macam, yaitu jalan yang konkrit (hissiyyah) dan jalan yang abstrak (ma'nawiyyah).[28]

Jalan yang konkrit adalah proses seseorang mengunjungi majelis ilmu, seperti ke masjid, musola dan tempat berlangsungnya pengajian lainnya. Sedangkan jalan yang abstrak masuk ke ranah fikiran seseorang yang digunakan untuk merenung dan mentadaburi kitab Allah dan Sunnah Rasulullah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

b. Faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Sudirman, minat seseorang kepada objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.[29] Minat dapat dipengarui oleh dua faktor. *Pertama,* faktor intern yaitu minat yang timbul

---

[28] Saifudin Hakim,"keutamaan belajar ilmu agama" ,*https://muslim.or.id/51513-keutamaan-belajar-ilmu-agama-bag-1.html,* diakses tanggal 20 Februari 2021.

[29] Lusi Marleni, *Faktor yang mempengaruhi minat belajar siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Bangkinang,* journal cendekia: journal pendidikan matematika, Vol.1, No. 1 , Mei 2016, hlm.150.

dalam diri seseorang yang cenderung dipengaruhi oleh faktor terdekat dalam individu, misalnya keturunan dan bakat ilmiah. *Kedua*,faktor ekstern yaitu minat yang dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari luar individu seseorang yang timbul dan dirasakan seiring dengan perkembangan seseorang, biasanya faktor kuat yang mempengaruhinya adalah lingkungannya.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengadakan pengukuran minat individu. Berikut ini pendapat Wayan Narkancana dan M.Sumarsono (1982) dalam Atin Rostini (1999) mengenai pengukuran minat. dengan menggunakan metode observasi mempunyai suatu keuntungan karena dapat mengamati minat anak-anak dalam kondisi yang wajar, jadi tidak dibuat-buat. Observasi dapat dilakukan dalam setiap situasi, baik dalam kelas maupun di luar kelas. Pencatatan hasil observasi dapat dilakukan selama observasi berlangsung. Observasi dilakukan terhadap beberapa orang anak berdasarkan data yang telah terkumpulkan sebelumnya.[30] Salah satu jenis minat yang dipopulerkan oleh Carl Safran adalah *manifest interest* yaitu minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiaitan tertentu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[30] Psycologymania, *Pengukuran minat, https://www.psychologymania.com/2013/02/pengukuran-minat.html*, diakses 29 Juli 2021.

3. Strategi Program

Strategi program adalah langkah penting yang harus dijalankan oleh semua media untuk terus berkembang. Sebagaimana rancangan strategis Morrisan dalam buku media penyiaran membaginya dalam empat tahapan penting yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program (akuisisi), eksekusi program, pengawasan dan evaluasi.

a. Perencanaan Program

Perencanaan program adalah tahap mengkonsep sebuah program yang akan diisi, setidaknya perencanaan program tersebut dapat menjawab pertanyaan 5W+1H. Perencanaan meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menentukan tujuan jangka panjang organisasi, membuat strategi alternative, untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.[31]

b. Produksi dan pembelian program (akuisisi)

Dalam melakukan akuisisi, manajer program harus terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan manajer umum.Dalam hal perencanaan program memutuskan untuk memproduksi sendiri program

[31] Edi Suryadi,*Strategi Komunikasi*,(Bandung: Rosda Karya,2018), hlm.46.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

yang diinginkan, maka tugas tersbut dilakukan oleh bagian produksi atau departemen produksi stasiun penyiaran.[32]

c. Eksekusi Program

Eksekusi program adalah menjalankan semua isi dari perumusan program yang sudah dibuat sebelumya. Manajer proram melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi kepada manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program bersangkutan.[33]

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Evalusi program adalah kegiatan meninjau kembali program guna mencari kekurangan atau hal-hal yang kurang sesuai untuk dijadikan pembelajaran supaya di acara berikutnya, kekurangan dan kesalahan tersebut tidak terulang kembali. Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masingmasing

[32] Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana), 2011, 305.

[33] Abyan Naufal, *Strategi program Nabawi TV sebagai media dakwah*, skripsi (Surakarta: Institut Seni Indonesia, jurusan televise dan film 2018), hlm.16.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan.[34]

4. TV sebagai media dakwah

Pengaruh media TV di Indonesia sejak kelahirannya pada tahun 1963 hingga saat ini telah pula berperan dalam membentuk karakteristik dan budaya masyarakat ke arah yang lebih baik. Meskipun banyak para tokoh menyebut pengaruh tersebut banyak merusak budaya lokal, dengan alasan masyarakat juga kian meninggalkan tradisi leluhurnya yang justru sangat bernilai. Televisi sebagai media dalam pembangunan bangsa dapat bermanfaat apabila pengelola televisi mengaruhkan kepada pembangunan dan dakwah, apalagi selama lockdown corona virus.[35]

Televisi bisa digunakan sebagai media dakwah dalam mengembangkan atau menanamkan ajaran-ajaran Islam. Program-program televisi bisa disajikan degan memperhatikan keurgenan nilai-nilai Islami di dalam masyarakat. Akan tetapi tentu saja, program-program tersebut tidak boleh kehilangan fungsi-fungsinya hanya dengan karena dibumbui nilai-nilai yang Islami.[36] Dengan kelebihan yang dimiliki TV yaitu dapat menjangkau penonton secara luas adalah salah satu hal positif dari keberadaan TV di

[34] Abyan Naufal, *Strategi program Nabawi TV sebagai media dakwah*, skripsi (Surakarta: Institut Seni Indonesia, jurusan televise dan film 2018), hlm.16.

[35] Nurliana, *televisi sebagai media dakwah Islam dalam kehidupan masyarakat Indonesia*,jurnal peurawi:media kajian komunikasi islam, vol.3 no.1 tahun 2020, hlm.127.

[36] Nurliana, *televisi sebagai media dakwah Islam dalam kehidupan masyarakat Indonesia*,jurnal peurawi:media kajian komunikasi islam, vol.3 no.1 tahun 2020, hlm.130.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tengah masyarakat yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik media atau penyeru dalam mensyiarkan ajaran agama yang dapat ditonton oleh khalayak luas.

Televisi telah berhasil mempengaruhi pemuda untuk bertingkah-laku sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan di dalam program televisi tersebut. Dengan begitu, tingkah laku kaum muda masyarakat Indonesia khususnya sangat rentan dengan pengaruh televisi. Dalam hal ini para pendakwah membutuhkan perhatian serius merancang program dakwah guna disiarkan di televisi.[37] Program dakwah yang disiarkan tetap berlandasan kepada norma-norma agama yang tidak menimbulkan provokasi, kegaduhan, dan unsur-unsur menjelek-jelekkan golongan yang lain.

Pada akhirnya, dengan patuhnya pemilik media terhadap etika penyiaran serta program dakwah yang tidak bertujuan menyinggung pihak manapun setidaknya akan berdampak juga kepada banyak-sedikitnya ketertarikan media terhadap suatu media TV. Artinya pengakuan penonton terhadap TV sebagai media dakwah juga dipengaruhi oleh program dakwah yang dihadirkan di tengah-tengah masyarakat dapat menjawab permasalahan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari mereka.

5. Teori norma budaya

Ada beberapa teori komunikasi masa yang dipopulerkan oleh Melvin Defleur diantaranya adalah teori *cultural norms theory* atau teori norma

[37] *Ibid*. hlm.134.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

budaya. Menurut teori ini, media tidak berpengaruh langsung terhadap individu-individu melainkan juga mempengarui kebudayaan, pengetahuan, norma-norma, dan nilai-nilai suatu masyarakat. Semuanya ini membentuk citra, ide-ide, evaluasi dimana audiens menentukan tingkah lakunya sendiri.[38]

Defleur melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis: perspektif perbedaan individual, perspektif katagori sosial, dan perspektif hubungan sosisal. Berbagai faktor akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Faktor-faktor ini meliputi organisasi personal psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman. Kelompok-kelompok sosial dimana individu menjadi anggota dan hubungan-hubungan interpersonal pada proses interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.[39]

Asumsi yang muncul di teori ini adalah informasi yang disampaikan media dapat menimbulkan kesan kemudian disesuaikan dengan norma dan nilai kebudayaan *audience*. Dengan kata lain media massa dapat mengukuhkan norma-norma budaya dengan informasi yang disampaikan setiap hari. Selain itu media dapat mengaktifkan perilaku tertentu apabila

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[38] Marbel, "Asumsi Teori Norma Budaya (The cultural norms Theory)", *https://duniakumu.com/asumsi-teori-norma-budaya-the-cultural-norms-theory*, diakses tanggal 15 maret 2021.

[39] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* ,(Bandung:PT Remaja Rosdakarya 2009), hlm.202.

informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan individu serta tidak bertentangan dengan norma budaya yang berlaku.[40]

Dari uraian diatas, terdapat tiga cara yang ditempuh media massa dalam mempengaruhi norma budaya, antara lain:

a. pesan-pesan komunikasi massa dapat memperkokoh pola-pola budaya yang berlaku
b. Media dapat menciptakan pola-pola budaya yang baru yang tidak bertentangan dengan pola budaya yang ada, bahkan menyempurnakan
c. Media massa dapat mengubah norma budaya yang berlaku, dimana perilaku individu diubah sama sekali.

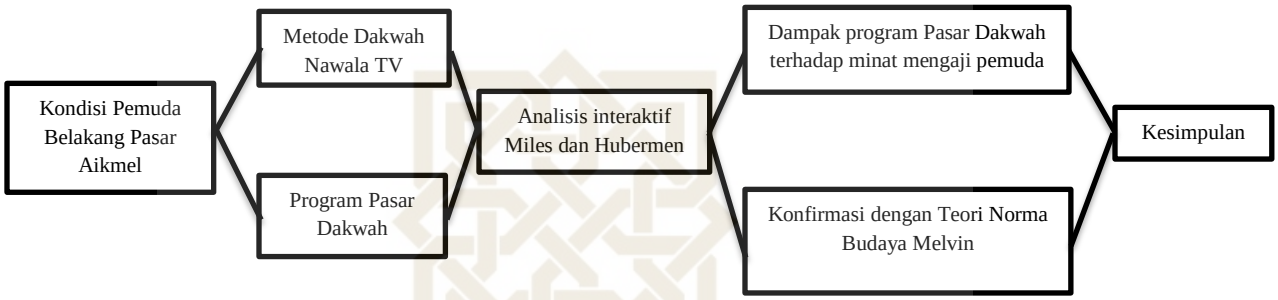
Pada penelitian ini, teori norma budaya digunakan untuk melihat sejauh mana program Pasar Dakwah di Nawala TV dapat menciptakan, memperkokoh, dan/atau mengubah norma budaya yang berlaku di masyarakat. Peneliti menggunakan teori ini untuk menemukan dampak yang ditimbulkan oleh program Pasar Dakwah terhadap minat mengaji pemuda di desa Aikmel, Lombok Timur.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[40] Farid Hamid,"Teori komunikasi massa", *https://nanopdf.com*, diakses tanggal 16 Maret 2021.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Adapun kerangka pikir dibuat untuk memudahkan proses penelitian supaya sesuai dengan alur pembahasan. Kerangka pikir yang dibuat peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka pikir peneliti

Berdasarkan kerangka pikir di atas, peneliti akan melihat data mengenai kondisi pemuda belakang pasar Aikmel. Kemudian berlanjut ke pencarian data mengenai metode dakwah Nawala TV dan program Pasar Dakwah. Selanjutnya peneliti akan melakukan analisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Hubermen untuk model analisis interaktif Miles dan Hubermen untuk menyederhanakan dan menarik kesimpulan mengenai dampak program Pasar Dakwah dalam menubuhkan minat mengaji pemuda di Aikmel. setelah itu, peneliti akan melihat fenomena tersebut menggunakan teori Melvin Defleur yakni teori norma budaya dan juga teori S-O-R Hovland.

Hal ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh metode dakwah maupun program televisi dapat mempengaruhi minat sesuai dengan norma dan budaya masyarakat serta melihat respon penonton terhadap program yang disuguhkan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

oleh media. Terakhir peneliti akan menarik kesimpulan akhir dari hasil temuan penelitian.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

   a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi inquiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetoda, bersifat alami dan holistik; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.[41]

Dengan pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara bebas. Pendekatan kualitatif ini bersifat subyektif, artinya peneliti akan menggali data mengenai obyek penelitian berdasarkan sudut pandang sendiri sehingga dapat melakukan teorisasi dari hasil penelitian yang dilakukan.

   b. Jenis penelitian

[41] Guru pendidikan,"metode penelitian kualitatif ",*https://www.gurupendidikan.co.id/metode-penelitian-kualitatif/,* diakses tanggal 21 Februari 2021.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi.[42] Dalam hal ini peneliti akan mengkaji dan mendalami program media yaitu "Pasar dakwah" yang dijadikan sebagai wadah bagi para pemuda untuk dapat mengaji dengan pendekatan baru yang dikonsep oleh media Nawala TV.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Aikmel, kabupaten Lombok Timur, NTB. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian disana karena lokasi tersebut merupakan kawasan kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Nawala TV.

3. Obyek dan Subyek Penelitian

   a. Obyek penelitian pada penelitian ini adalah metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda di Aikmel.

   b. Sedangkan subyek penelitiannya adalah informan Nawala TV yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang dibuat peneliti. Maka, beberapa subyek penelitian yang dimaksud adalah Manajer umum Nawala TV, manajer program Nawala TV dan produser program Pasar Dakwah Nawala TV serta peserta Pasar Dakwah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[42] Linguistik Id,"pengertian penelitian deskriptif kualitatif",*https://www.linguistikid.com/2016/09/pengertian-penelitian-deskriptif-kualitatif.html?m=1,* diakses tanggal 21 Februari 2021.

4. Sumber Data

Sumber data yaitu orang yang memberikan informasi (informan) dan juga metode yang digunakan dalam menggali informasi tersebut. Adapun sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data primer

Data primer yang dimaksud adalah data utama yang digunakan pada peneliitian ini. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah observasi langsung atau pengamatan peristiwa kejadian langsung program Pasar Dakwah Nawala TV dan informasi dari informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data pendukung dari sumber data primer. Adapun data sekunder pada peneitian ini adalah studi dokumentasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5. Teknik Pengambilan Data

Adapun metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi

penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.[43] Observasi dilakukan untuk mendapatkan data dari sumber data meliputi peristiwa, aktifitas media, lokasi,dan perilaku yang ditimbulkan dari program Pasar Dakwah. Observasi yang dilakukan peneliti menggunakan jenis observasi sistematis yaitu observasi yang sudah menentukan parameter yang akan diobservasi. Hal ini bertujuan supaya kegiatan observasi jelas dan tetap berada di jalur topik masalah penelitian.

b. Wawancara

Kegiatan wawancara dimaksudkan untuk dapat menggali lebih dalam lagi mengenai program pasar dakwah yang memiliki orientasi lebih kepada pemuda sebagai target utamanya. Jenis wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (Indepth interviewning) semi terstruktur supaya dapat menggali hal-hal lain diluar pedoman wawancara untuk melengkapi data yang dianggap kurang. Guna mendapatkan data mengenai metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda dalam program Nawala TV di Aikmel dan dampak dari program pasar dakwah terhadap minat pemuda, maka pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* atau pakar yang dapat mewakili populasi. Maka, yang akan diwawancarai adalah pengelola Nawala TV,

[43] Syafnidawaty,"Observasi",*https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/*, diakses tanggal 21 Februari 2021.

produser program pasar dakwah, ketua komunitas belakang pasar (BELPAS) sebagai pendukung penuh program pasar dakwah dan pemuda peserta Pasar Dakwah.

c. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data tambahan mengenai obyek maupun subyek penelitian. Hal tersebut memungkinkan dapat memperkuat temuan lapangan dengan data-data yang terkait dengan penelitian. Ada dua jenis dokumen dalam studi dokumentasi yaitu dokumen primer yang bersumber dari subyek penelitian,dan dokumen sekunder yang bersumber dari orang yang menulis kembali data dari dokumen primer. Adapun data yang dibutuhkan peneliti berupa foto kegiatan pasar dakwah, arsip konunitas Nawala TV, peserta pasar dakwah, dokumentasi langsung dari peneliti dan dokumen lain yang berkaitan dengan program pasar dakwah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

6. Keabsahan Data

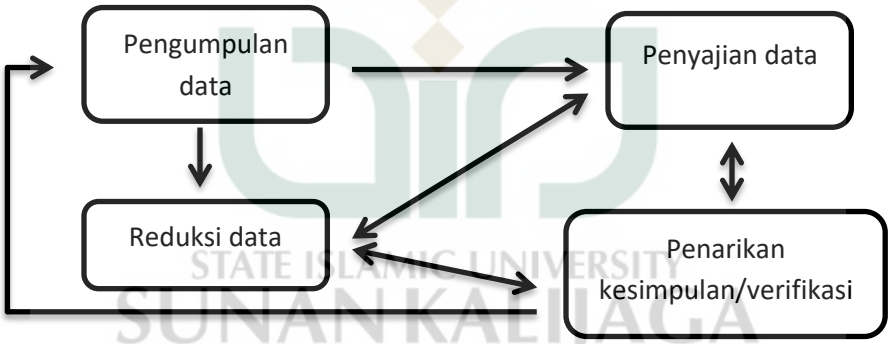
Validitas data dilakukan supaya hasil penelitian ini dapat di akui kebenarannya. Penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai teknik validitas data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.[44] Adapun jenis

[44]Bachtiar S. Bachri, Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif, "artikel",(Surabaya:Universitas Negeri Surabaya,2012), hlm.56.

triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan mencek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda.[45]

7. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif model *analysis interactive* dari Miles dan Hubermen. Metode ini digunakan dalam menganalisis data secara mendalam dari data hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Kegiatan analisis ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.[46]



Gambar 1. 2 analysis interactive Miles dan Hubermen

Dari skema *analysis interactive* Miles dan Hubermen, peneliti secara runut akan melakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Pengumpulan data adalah langkah awal yang dilakukan peneliti dalam menggali informasi. Summber data pada pengambilan data kualitatif berupa kata-kata dan

[45] Bachtiar S. Bachri, Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif, "artikel",(Surabaya:Universitas Negeri Surabaya,2012), hlm.56.

[46] Ilyas, *pendidikan karakter melalui homeschooling*, journal of nonformal education, Vol.2 No.1, Tahun 2016, hlm.94.

tindakan. Sehingga pengumpulan data yang dilakukan di penelitian ini melalui tahap observasi, wawancara dan dokumentasi.

Setelah mengambil data, peneliti akan mereduksi data lapangan tersebut. Reduksi data diperlukan untuk menyeleksi, menyederhanakan dan memfokuskan semua data untuk ditarik kesimpulan dan verifikasi. Dalam mereduksi data, peneliti akan memetakan data-data sesuai tema yang mencangkup seputar metode dakwah, Nawala TV, program pasar dakwah dan pemuda.

Tahap selanjutnya adalah penyajian data. Sajian data adalah lanjutan dari proses reduksi data yang dilakukan peneliti sebelummnya kemudian data tersebut disajikan menggunakan bahasa pribadi dari peneliti. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan yang berisikan temuan peneliti yang dijabarkan secara padat dan jelas serta memverifikasi temuan dengan kegiatan melihat dan mengkaji kembali hasil penelitian yang bertujuan untuk pemantapan dari penelitian sebelum di publikasikan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

I. Sistematiaka Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dan sistematika pembahasan, maka Penyusunan tugas akhir skripsi ini terdiri dari lima BAB diantaranya:

Bab pertama, pada bab pertama berisi pendahuluan yang meliputi: (1) latar belakang, (2) rumusan masalah, (3) tujuan dan manfaat penelitian, (4) kajian pustaka (sebagai pembanding dengan penelitian sebelumnya), (5)

kerangka teori (sebagai teori yang digunakan pada penelitian ini), (6) kerangka pikir penelitian, (7) metode penelitian (sebagai pedoman dalam penelitian), dan (8) sistematika pembahasan (sebagai ringkasan penelitian).

Bab kedua, membahas tentang gambaran umum mengenai obyek penelitian yang meliputi: (1) deskripsi Nawala TV, (2) deskripsi program pasar dakwah, (3) deskripsi kondisi pemuda Aikmel.

Bab ketiga, adalah pembahasan yang menjadi pokok permasalahan yang akan diteliti dengan menganalisis metode dakwah dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda pada program pasar dakwah di Nawala TV. Dalam bab ini peneliti akan menyajikan hasil temuan lapangan dan konfirmasi dengan teori.

Bab keempat, dalam bab keempat ini, penyusun akan akan menyajikan kesimpulan, saran dan kritik mengenai hasil penelitian yang diangkat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Menuntut ilmu agama adalah kewajiban setiap muslim. Namun tidak semua muslim memiliki ketertarikan untuk memperdalam pengetahuan agamanya disebabkan oleh faktor dalam diri pribadinya. Tantangan inilah yang menjadi pekerjaan besar bagi para pendakwah untuk bisa mengatasinya. Di zaman digitalisasi ini, penggunaan media menjadi salah satu unsur penting yang dapat dipakai dalam menumbuhkan minat menuntut ilmu (mengaji).

Setelah melakukan tahap analisis interaktif Miles dan Hubermen, peneliti menemukan beberapa data yang menunjukkan metode dakwah yang diterapkan Nawala TV dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda dalam program Pasar Dakwah berjalan sesuai yang diharapkan oleh pengelola Nawala TV. Setelah menganalisis, peneliti mengkonfirmasi dengan teori Norma-Budaya yang dipopulerkan oleh Melvin Defleur.

Pengemasan Nawala TV pada program Pasar Dakwah telah memunculkan jawaban atas metode dakwah Nawala TV dan gambaran hal-hal yang dapat menarik dan menumbuhkan minat pemuda dalam mengaji. Dari penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan diantaranya:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Metode dakwah yang digunakan Nawala TV dalam menumbuhkan minat mengaji pemuda pada program Pasar Dakwah terbagi menjadi tiga bagian penting yaitu program Pasar Dakwah sebagai metode dakwah yang menumbuhkan minat mengaji pemuda di Nawala TV , penerapan unsur komunikasi dakwah, pendekatan dengan pemuda, dan dampak program Pasar Dakwah terhadap minat mengaji pemuda.

   Program Pasar Dakwah memiliki setidaknya tiga unsur pokok yang menjadi ciri khasnya. Tiga unsur tersebut adalah bebas, relevan, dan pengawasan. Memperhatikan unsur komunikasi adalah hal yang penting dilakukan. Nawala TV memperhatikan unsur tersebut guna menyempurnakan program yang mereka buat. Adapun unsur komunikasi yang dimaksud adalah komunikator, komunikan, pesan, media, metode, dan juga efek.

   Dalam menarik perhatian pemuda dan upaya menumbuhkan minat mengaji. Nawala TV bekerja sama dengan Bale Belpas Peduli dalam beberapa hal yaitu pembuatan program kepemudaan, pemberian *reward* dan evaluasi sebagai perhatian mereka kepada perkembangan pemuda.

2. Dampak dari program Pasar Dakwah terhadap minat mengaji pemuda ternyata tidak hanya dirasakan oleh pemuda saja bahkan sampai tingkat daerah Aikmel khususnya. Metode dakwah yang diterapkan Nawala TV pada program Pasar Dakwah membawa perubahan yakni tumbuhnya minat mengaji pemuda desa Aikmel dan berdampak pada perbaikan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

norma-norma agama pemuda di tengah masyarakat. Dampak program Pasar Dakwah disimpulkan dari ketertarikan pemuda dan perubahan pada pemuda.

Menemukan metode dakwah yang jelas adalah salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan dakwah. Media harus dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi tengah masyarakat. Melalui metode dakwah Nawala TV ini, pemuda bisa lebiih tertata dan mendapatkan perhatian maupun kesempatan lebih untuk mengembangkan diri dan mengerjakan hal-hal positif.

B. Saran

Dari keterbatasan penelitian ini, peneliti merasa masih banyak yang bisa digali lagi untuk penelitian-penelitian berikutnya. Maka dari itu peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian yang lebih baik berikutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1. Bagi akademisi, diharapkan dapat mengangkat fenomena yang sama tetapi dengan fokus penelitian yang berbeda agar memperkaya wawasan dan pengetahuan tentang metode dakwah Media.
2. Bagi Nawala TV, diharapkan dapat memetakan metode dakwah yang digunakan dalam setiap program dakwah. Dengan cara menuliskan metode yang digunakan agar dapat diikuti oleh media-media lain.

3. Bagi pelaku media, diharapkan dapat menghadirkan sajian dakwah yang tidak monoton melainkan bersifat baru dan diterima oleh masyarakat.
4. Bagi masyarakat dan penonton, diharapkan dapat menjadi pemahaman mengenai metode dakwah personal maupun media serta dapat diapliksikan dalam kehidupan sehri-hari.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Aliyudin. "prinsip-prinsip metode dakwah menurut Al-Qur'an." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2010: 1014.

Arifin, M. *psikologi dakwah suatu pengantar studi.* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.

Badranana. *strategi komunikasi dakwah TVMU studi deskriptif kualitatif direktur televisi Muhammadiyah.* Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

Hakim, Saifudin. *keutamaan belajar ilmu agama.* Februari 20, 2021.

Hariyanti, Mey. *analisis data kualitatif Miles dan Hubermen.* Februari 22, 2021.

ilyas. "pendidikan karakter melalui homeschooling." *journal of nonformal education*, 2016: 94.

Ismatullah, A.M. "metode dakwah dalam al-qur'an." *lentera, Vol.IXX, No.2*, Desember 2015: 16.

Ismatullah, A.M. "metode dakwah dalam Al-Quran." *Lentera*, 2015.

Kurniawan, Dani. "Komunikasi model Laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan." *jurnal komunikasi pendidikan, vol 2, no 1*, 2018: 60-68.

Marleni, Lusi. "Faktor yang mempengaruhi minat belajar siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Bangkinang." *Journal Cendekia, Vol.1, No.1*, 2016: 149-159.

Maruroh, A. "Kajian tentang minat." n.d. etheses iainkediri.ac.id (accessed Februari 20, 2021).

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Erlangga, 1991.

Morisan. *Manajemen Media Penyiaran.* Jakarta: Kencana, 2011.

Naufal, Abyan. *Strategi program Nabawi TV sebagai media dakwah.* Skripsi, Surakarta: Institut Seni Indonesia, 2018.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si.,. *Sosiologi Komunikasi:teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di Masyarakat.* Jakarta: Kencana Pranadame Group, 2006.

S, Bachri. *Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif.* Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2012.

Saefulloh, Aris. "Cyberdakwah sebagai alternatif dakwah." *ISLAMICA, vol.7, no.1*, 2012: 139-160.

Suryadi, Ed. *Strategi Komunikasi.* Bandung: Rosda Karya, 2018.

Wani, Misbahul. "Pemuda dalam Al-Qur'an dan As-sunnah." *al dzikra jurnal studi ilmu al-quran dan al hadits* , 2019: 71-94.

Werner J, Severin & James W. Tankard, Jr.,. *Teori Komunikasi:sejarah, metode & terapan di dalam media massa.* Jakarta: kencana, 2011.

Zaini, Ahmad. "Dakwah melalui Televisi ." *AT-TABSYIR:Jurnal komunikasi penyiaran Islam*, 2015: 1-20.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA