

TESIS

**TELEVISI SEBAGAI MEDIA DAKWAH STUDI PADA TAYANGAN
LENSA QOLBU DI JAMBI EKSPRESS (JEK) TV**



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Soimah
NIM	: 20202012024
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



(Soimah)

NIM : 20202012024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Soimah
NIM	: 20202012024
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terdapat **plagiarisme** di dalam naskah **tesis** ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



(Soimah)

NIM : 20202012024

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: "**TELEVISI SEBAGAI MEDIA DAKWAH STUDI PADA TAYANGAN LENSA QOLBU JAMBI EKSPRESS (JEK) TV JAMBI**"

Nama	:	Sidik Purnomo
NIM	:	20202012004
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk di ujian dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Maret 2024

Pembimbing



(Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum)

NIP: 19700125 199903 1 309



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-382/Un.02/DD/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : Televisi sebagai Media Dakwah Studi pada Tayangan Lensa Qolbu di Jambi Ekspress (JEK) TV

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SOIMAH, S. Kom. I
Nomor Induk Mahasiswa : 20202012024
Telah diujikan pada : Selasa, 18 April 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Pengaji I

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 64e577be1d7e2

Pengaji II

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

Valid ID: 64899f10f2c7c

Pengaji III

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65efc3ec276c8



Valid ID: 65f1196ab7234

Yogyakarta, 18 April 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

MOTTO

وَقُلْ اعْمَلُوا فَسَيَرِى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُونَ إِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ

وَالشَّهَادَةِ فَيُبَيَّنُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

waquli‘malû fa sayarallâhu ‘amalakum wa rasûluhû wal-mu’mînûn, wa saturaddûna
ilâ ‘âlimil-ghaibi wasy-syahâdati fa yunabbi’ukum bimâ kuntum ta‘malûn

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirobbil 'alamin dengan segala kerendahan hati serta segenap kasih sayang, karya akademik ini aku persembahkan kepada:

- Kedua suamiku Pirdaus yang selalu memberikan doa restu, cinta kasih, semangat, dan support dalam segala hal.
- Kedua orangtua kami Bapak Nur Ahmadi Bapak Efendi ibu Sukemi Ibu Suwaiba yang selalu medoakan yang terbaik untuk kami.
- Kedua adikku Khusnul Wafa dan Nining Alfiyah yang senantiasa membuat diriku harus lebih baik lagi, adik ipar dan ponakan kami Juriyah Ardi dan Sahira.
- Keluarga besar di Jambi dan di Kebumen terimakasih atas segalanya.
- Keluarga besar JEK TV Jambi, terkhusus segala tim lensa qolbu kalian luar biasa.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur senantiasa aku persembahkan kepada Allah yang Maha Kuasa, atas segala anugrah dan karunianya sehingga aku bisa menyelesaikan karya penelitian ini. Sholawat dan salam aku persembahkan kepada pahlawan revisioner Islam, Nabi Muhammad SAW. Semoga aku dan pembaca yang membaca karya ini senantiasa mendapatkan syafaatnya. Atas selesainya karya akademik ini, saya mengucapkan rasa terimakasih yang tak terkira kepada :

- Suamiku Pirdaus, mamas amazing people.
- Keempat orangtua kami Bapak Nur Ahmadi, Bapak Efendi Ibu Sukemi Ibu Suwaiba doa restu cinta kasih sepanjang masa.
- Bapak Khadiq, selaku pembimbing tesisku yang telah membimbingku dengan penuh kesabaran dan yang mengajarkanku untuk terus berpikir serta semangat pantang menyerah.
- Teman sekelas 202020 dari segala penjuru Indonesia, banyak hal yang kupelajari dari kalian.
- Keluarga Pondok Gus Syam yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugasku, Uda Akbar uda Arif, Bang Lalu, Mas taqwini Bedjo, mas Ibnu, Uni Arinil, dan Uni Suci.

- Seluruh keluarga besar JEK TV dan kru Lensa qolbu yang telah membantuku serta menerima dengan baik dalam proses penyelesaian penelitian ini.
- Ustad Anwar, Ustad Kusnadi, kalian sangat membantu dalam tugas penelitian ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

TELEVISI SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA TAYANGAN LENSA QOLBU JEK TV JAMBI)

Televisi merupakan salah satu media informasi yang dapat membentuk perilaku seseorang baik ke arah positif maupun negatif, disengaja maupun tidak. Apabila dakwah Islam dapat memanfaatkan televisi sebagai sarana publik yang efektif maka otomatis jangkauan keagamaan akan lebih luas dan kesan keagaamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Salah satu siaran televisi yang menayangkan dakwah Islam yaitu Jek TV Jambi.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan. Sumber data berasal dari pihak Jek TV Jambi, penceramah serta beberapa jama'ah. Selain itu, sumber data lainnya yakni buku dan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. Data yang diperlukan diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul dan disajikan, kemudian dianalisis dan ditarik suatu kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa program Lensa Qolbu memberikan kesempatan bagi pemirsanya untuk belajar dan mendalami ilmu agama Islam. Dalam program Lensa Qolbu berisi edukasi tentang kajian Islam yang mana materinya dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari. Program Lensa Qolbu Jek TV Jambi memberikan dampak yang positif bagi pemirsanya. Hal tersebut dapat dilihat dari perubahan perilaku, kebiasaan sehari-hari, serta peningkatan ibadah yang lebih baik.

Kata kunci : Televisi, Media dakwah, lensa qolbu, JEK TV

ABSTRACT

TELEVISION AS A MEDIA OF DAWAH (STUDY ON LENSA QOLBU SHOWS ON JEK TV JAMBI)

Television is one of the information media that can shape a person's behavior both positively and negatively, intentionally or unintentionally. If Islamic preaching can utilize television as an effective public medium, then automatically the reach of religion will be wider and the religious impression created will be deeper. One of the television broadcasts that broadcasts Islamic preaching is Jek TV Jambi.

The research conducted was field research. Data sources came from Jek TV Jambi, preachers and several congregations. In addition, other data sources are books and research related to the discussion of this research. The data required was obtained through interviews, observations and documentation. After the data was collected and presented, it was then analyzed and a conclusion was drawn.

Based on the research conducted, it shows that the Lensa Qolbu program provides an opportunity for viewers to learn and deepen Islamic religious knowledge. The Lensa Qolbu program contains education about Islamic studies where the material is related to everyday life. The Lensa Qolbu Jek TV Jambi program has a positive impact on its viewers. This can be seen from changes in behavior, daily habits, and increased worship.

Keynote: Television, media of dakwah, lensa qolbu, JEK TV

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Kajian Pustaka	6
1) Televisi.....	6
2) Media Dakwah	16
E. Kerangka Teoretis.....	37
F. Metode Penelitian.....	38
1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	38
2. Sumber Data	39
3. Pengumpulan Data	40
4. Teknik Analisis Data	40
G. Sistematika Pembahasan	41
BAB II	42

GAMBARAN UMUM JEKTВ	42
A. Sejarah JekTv Jambi	42
B. Logo JekTv Jambi.....	44
C. Struktur Organisasi JekTv Jambi	44
BAB III.....	46
TELEVISI SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA TAYANGAN LENSA QOLBU JEK TV JAMBI).....	46
A. Konsep Dakwah Pada Tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi.....	46
B. Pesan Dakwah Pada Tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi	56
C. Strategi Dakwah Pada Tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi	65
D. Media Dakwah Televisi	87
E. Program Lensa Qolbu Jek Tv Jambi Dalam Menyampaikan Dakwah Kepada Masyarakat	98
F. I'lam Sebagai Aktivitas Dakwah Islam.....	109
G. Pembahasan	117
H. Televisi Sebagai Media Dakwah Islam	123
I. Analisis Pelaksanaan Dakwah Program Lensa Qolbu	124
BAB IV	133
KESIMPULAN DAN SARAN	133
A. Kesimpulan	133
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	135

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, dunia telah memasuki abad ke-21 dimana teknologi begitu cepat berkembang dan manusia harus mampu mengimbangi perkembangan tersebut, salah satunya adalah media audio visual. Media audio visual adalah media yang terdiri dari media audio dan visual yang digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan konsep, gagasan dan pengalaman yang ditangkap oleh indra pendengaran dan panglihatan, sehingga memudahkan komunikasi atau mad'u dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang kepada Allah SWT guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat, seperti firman Allah dalam surat Ali Imran yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَايُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, mereka lah orang-orang yang beruntung.

Firman Allah di atas merupakan landasan dari proses kegiatan dakwah dan penerangan agama yang harus dilaksanakan dalam masyarakat berbagai lapisan. Di dalam proses kegiatan dakwah atau penerangan agama itu terdapat

berbagai faktor yang menyebabkan kegiatan dakwah tersebut dapat berlangsung dengan baik.

Faktor tersebut adalah menyangkut pelaksanaan dakwah oleh juru dakwah, objek atau sasaran dakwah yang berupa manusia yang harus dibimbing dan dibina sesuai dengan tujuan dakwah. Lingkungan dakwah adalah faktor yang besar pengaruhnya bagi perkembangan sasaran dakwah baik berupa individu maupun kelompok manusia serta kebudayaan. Dakwah yang disampaikan melalui pendekatan dan menggunakan bahasa yang ringan akan sangat efektif mudah dipahami oleh masyarakat. Faktor-faktor tersebut dapat mendukung proses dakwah berjalan dengan baik dengan adanya sistem interaksi yang tersusun secara sistematis dan konsisten, sehingga terbentuklah pola hubungan yang bersifat interaktif atau dapat diartikan saling mempengaruhi antara satu faktor dengan faktor lainnya (Arifin, 2017).

Di zaman yang semakin berkembang, masyarakat dihadapkan oleh era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi sehingga arus informasi berkembang dengan cepat. Keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah dalam Islam. Maka dari itu di era sekarang yang segala informasi bisa di dapatkan dengan mudah melalui media sosial, apakah masyarakat ini masih banyak yang menonton televisi apalagi televisi lokal.

Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam sebuah majelis taklim di sebuah surau, masjid atau musholla berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak. Mengingat tantangan dakwah di era teknologi dan informasi, khususnya media memang tidak bisa dilepaskan dari

wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i, juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias (Ahmad, 2013).

Semula, dakwah yang lebih banyak bersentuhan dengan ranah ibadah, selalu dilandasi dengan niat dan motivasi untuk beribadah pula, yakni dilaksanakan dengan penuh suka cita, hati yang ikhlas dan hanya mengharap ridla Allah Swt semata. Namun, dalam perkembangannya pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi seseorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seorang da'i memperoleh popularitas di mata pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti (publik figur) dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan dakwahnya, sering dinilai dengan materi.

Televisi merupakan salah satu media informasi yang dapat membentuk perilaku seseorang baik ke arah positif maupun negatif, disengaja maupun tidak (Hidayatullah, 2010). Manusia memiliki minat menonton televisi. Masyarakat lebih menghabiskan waktunya untuk menonton televisi untuk melepas ketegangan. Oleh sebab itu, televisi memiliki manfaat yang besar jika memiliki siaransiaran yang menghibur dan informasi yang bermanfaat salah satunya dalam pesan-pesan dakwah. Apabila dakwah Islam dapat memanfaatkan televisi sebagai sarana publik yang efektif maka otomatis jangkauan keagamaan akan lebih luas dan kesan keagaamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.

Salah satu siaran televisi yang menayangkan dakwah Islam yaitu JekTv Jambi. JekTv Jambalah salah satu televisi lokal yang ada di provinsi Lampung. JekTv Jambi berada di channel 44 UHF dan memulai siarannya sejak tanggal 18 Oktober 2008. JekTv Jambi menyiarkan program acara beragam dari berita, pendidikan, rohani, budaya, hiburan dan lain lain. Peneliti memilih JekTv Jambi sebagai tempat penelitian karena selain tempatnya terjangkau, JekTv Jambi juga memiliki program siaran dakwah yaitu Lensa Qolbu yang

sudah berjalan cukup lama. Saat peneliti melakukan observasi ternyata banyak masyarakat yang menjadi pemirsa setia dalam acara tersebut karena memang JekTv Jambi memiliki program acara yang menyajikan ceramah agama dan memberikan solusi atas permasalahan masyarakat.

Program acara rohani yaitu Lensa Qolbu adalah program religi yang menghadirkan tausiyah agama dari ustadz/penceramah yang disajikan secara interaktif. Waktu tayang setiap hari Kamis dan Minggu. Namun berdasarkan perkembangan teknologi yang sangat cepat di era sekarang ini, banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menyaksikan siaran TV Nasional, Internasional bahkan siaran media massa melalui platform digital. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian guna mengetahui bagaimanakah efektivitas dakwah yang disampaikan melalui program yang ditayangkan oleh JekTv Jambi dengan mengambil judul penelitian “Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah program Lensa Qolbu Jek Tv Jambi dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat?
2. Apa saja dampak yang dirasakan oleh pemirsa setelah mengikuti program Lensa Qolbu?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana program Lensa Qolbu Jek Tv Jambi dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat.

- b. Untuk mengetahui dampak yang dirasakan oleh pemirsa setelah mengikuti program Lensa Qolbu.
- 2. Kegunaan Penelitian
 - a. Kegunaan Secara Teoritis
 - 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi hazanah pengembangan ilmu pengetahuan tentang komunikasi dan penyiaran Islam.
 - 2) Untuk memberikan sumbangan pemikiran tentang pemikiran akademis, khususnya yang berkaitan dengan dakwah Islam di lingkungan akademis perguruan tinggi dan sumbangan perbendaharaan pustaka dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - b. Kegunaan Secara Praktis
 - 1) Untuk dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti berikutnya.
 - 2) Untuk memberikan sumbangan pemikiran untuk menyelesaikan masalah-masalah yang muncul dengan lebih kritis.
 - 3) Untuk memenuhi syarat wajib bagi setiap mahasiswa dalam meraih gelar Sarjana Sosial di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. Kajian Pustaka

1) Televisi

a. Pengertian Televisi

Sebelum membahas tentang pengertian acara televisi, peneliti akan mengemukakan terlebih dahulu mengenai pengertian televisi agar nantinya mudah dipahami. Televisi terdiri dari istilah "tele" untuk jauh dan 'visi' artinya penglihatan. Aspek "jauh" diatur dengan prinsip gelombang radio, dan aspek "penglihatan" diatur dengan gambar. Tanpa gambar maka tidak ada yang dapat dilihat. Penonton dapat menikmati program televisi saat televisi menampilkan gambar. Dan gambar yang disiarkan adalah gambar yang bergerak. Jika objek tidak ditangkap oleh lensa kamera, penonton tidak dapat melihat apa pun di layar televisi. Prinsip kamera televisi adalah kamera film. Jelasnya bahwa televisi merupakan gabungan antara radio dan film (Effendy, 2023).

Televisi merupakan salah satu bentuk media sebagai alat komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak (Karyanti, 2005). Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar (Takariani, 2013).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media komunikasi massa yang memiliki perpaduan antara audio dan visual, yang mana masyarakat dapat melihat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual.

b. Sejarah Perkembangan Televisi

Televisi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1962 ketika Indonesia mendapat kehormatan menjadi tuan rumah Asian Games di Jakarta. Setelah kemerdekaan, Indonesia mulai membangun badan intelijen untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan. Pada saat itu, televisi lahir dan berkembang seiring dengan lahirnya banyak ilmuan komunikasi, sehingga lahirlah penelitian akademik tentang televisi. Perkembangan pertelevisian Indonesia menunjukkan tingkat yang semakin baik dan teknologi media massa mewabah ke seluruh wilayah Indonesia. Orang Indonesia tidak perlu lagi menonton hanya satu saluran televisi, karena saat ini saluran televisi sudah tersedia tergantung pada setiap kebutuhan.

Setelah itu, masyarakat tampaknya berangsurng sur membebaskan diri dari isolasi informasi. Peran dan fungsi televisi juga telah membentuk karakter dan perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan politik masyarakat itu sendiri dalam waktu singkat. Selain itu, gaya hidup masyarakat Indonesia juga sudah mengacu pada hidup sempurna dengan televisi (Effendy, 2023).

c. Peranan Tayangan Televisi

Televisi sebagai salah satu media massa, mempunyai kelebihan dibandingkan dengan media massa lain, karena televisi secara audio visual menghadirkan gambar secara hidup sehingga

penonton seolah-olah hadir dalam peristiwa yang disajikan. Dengan kelebihannya tersebut televisi dapat menimbulkan pengaruh terhadap khalayaknya.

Menurut Tan, sebagaimana dikutip oleh Suprapti berpendapat bahwa:

Media massa memainkan peran yang penting sebab manusia memiliki keterbatasan untuk mengalami peristiwa secara langsung. Banyak dari apa yang dipelajarinya diamati melalui media massa, terutama media visual. Media massa dapat memperluas cakupan apa yang dapat individu pelajari dengan menerpinya untuk meniru peristiwa di mana ia tidak memiliki kontak langsung dengan peristiwa itu.²⁷

Menurut Putri, hal-hal yang semestinya dilakukan dalam menayangkan acara televisi sebagai bentuk peranannya yang dipandang oleh masyarakat adalah sebagai berikut:

Siaran televisi juga bisa menanamkan nilai tentang etika yang benar dalam kehidupan sehari-hari, misalnya menayangkan adegan seseorang yang buang sampah sembarangan akan dikucilkan karena dianggap penyebab kerusakan lingkungan. Atau pelajar yang pintar, rajin ke perpustakaan, hormat pada guru dan orangtua memiliki lebih banyak teman dan disayangi semua orang daripada pelajar yang suka menghambur-hamburkan uang, memakai rok sekolah mini, dan tidak perduli dengan guru. Alangkah baiknya jika hal ini diterapkan oleh televisi. Bukan malah sebaliknya yang sering kita lihat, pelajar yang sering ke perpustakaan dianggap culun, tidak banyak teman. Guru yang sering ditampilkan ditelevisi justru menggambarkan guru-guru yang mudah dibodohi oleh siswanya.²⁸

Keberadaan televisi yang makin marak mengiringi modernisasi di tengah masyarakat ternyata tidak sepenuhnya menyumbangkan kontribusi positif bagi masyarakat. Di satu sisi dengan adanya media televisi memang memungkinkan bagi masyarakat untuk mengakses informasi sebanyak dan sejauh yang bisa dicapai. Media televisi pun sukses menjadi jembatan globalisasi dan menipiskan batas-batas jarak maupun ruang antara wilayah yang disebut negara.

d. Fungsi Televisi

Sebagaimana diketahui bahwa televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan cirri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yakni berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum dan sasarannya menimbulkan keserampakan serta komunikannya heterogen.

Menurut Laswell dalam Tankard, sebagaimana dikutip oleh Rachmat bahwa ada 3 fungsi media massa yaitu: 1) Pengawasan (surveillance) Disini media sebagai pemberi informasi mengenai lingkungan sosial. 2) Korelasi (correlation) Media berfungsi sebagai penyeleksi dan penginterpretasi informasi tentang lingkungan sosial 3) Penyampaian warisan sosial (transmission of the social heritage) Merupakan suatu fungsi dimana media menyampaikan informasi, nilai dan norma dari satu generasi ke generasi berikutnya. Oleh karena itu apabila tayangan kekerasan, gossip, misteri serta tayangan – tayangan yang berbau sensasionalitas menempati segmen terbanyak dalam media kita maka hal itulah yang generasi kita wariskan kepada generasi selanjutnya dalam hal ini anak-anak penerus bangsa.²⁹ Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah, menimbulkan

keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen. Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan. 30 1) Menginformasikan di sini adalah media massa merupakan tempat untuk menginformasikan peristiwa-peristiwa atau hal-hal penting yang perlu diketahui oleh khalayak. 2) Mendidik berarti tulisan di media massa dapat mendorong perkembangan intelektual, membentuk watak dan dapat meningkatkan keterampilan serta kemampuan yang dibutuhkan para pembacanya. 3) Menghibur di mana media massa dapat memberikan hiburan atau rasa senang kepada pembacanya atau khalayak.³¹

Inge Hutagalung menjelaskan mengenai fungsi program televisi sebagai berikut: Program televisi tidak hanya difungsikan untuk meraih keuntungan yang bersifat idil, tetapi juga ke arah yang bersifat materil. Idil, yaitu membantu pemerintah dalam menyampaikan ideologi, norma maupun nilai budaya bangsa secara informative, edukatif, stimulatif, coercive, dan menghibur untuk memotivasi perubahan di masyarakat sesuai dengan ideologi dan filosofi bangsa Indonesia. Materil, yaitu melalui penayangan programnya, televisi (khususnya swasta) mendapatkan keuntungan dari para pemasang iklan. Semakin baik dan diminati suatu program televisi, semakin banyak tayangan iklan yang ada, yang berarti pula keuntungan yang besar bagi stasiun bersangkutan.³²

Berdasarkan kutipan di atas dapat diambil penjelasannya bahwa televisi sebagai salah satu alat dalam proses komunikasi mempunyai fungsi yang efektif untuk berdakwah, karena selain dapat dinikmati oleh individu juga dapat dinikmati oleh khalayak yang jumlahnya banyak.

e. Dampak Acara Televisi

Dampak yang ditimbulkan oleh acara televisi bermacam-macam. Ada yang menimbulkan dampak positif dan ada yang berdampak negatif. Hal ini tergantung bagaimana menyikapi acara-acara yang ditayangkan oleh televisi.

Dampak positif siaran TV tersebut, antara lain masyarakat dapat dengan mudah dan cepat memperoleh informasi dari berbagai belahan dunia; dapat menunjang pengembangan ilmu pengetahuan (pendidikan); dan sebagai media hiburan. Dampak negatif siaran TV antara lain meningkatnya perilaku konsumtif dan hedonis di kalangan masyarakat; meningkatnya tindakan kekerasan dan perkosaan; dan anak lebih banyak menonton acara TV daripada belajar. Untuk meminimalisasi dampak negatif tersebut, maka dampak positifnya harus dikembangkan dan dikemas sedemikian rupa sehingga lebih menarik para pemirsa (Gunawan, 2012).

Mengenai dampak acara televisi, Rachmat menjelaskan dalam jurnalnya sebagai berikut:

Banyak sekali tayangan sinetron di layar televisi kita -yang jika diamati lebih mendalam bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan atau bohong. Jelas ini bertentangan dengan UU Penyiaran 32/2002. Mayoritas acara televisi adalah sinetron yang 'serba ekstra' (ekstra sadis, ekstra sial, ekstra baik, ekstra kaya raya, ekstra mistis, ekstra cantik, dan ekstra lainnya), tayangan gosip yang "setiap detik" hadir dengan beragam judul namun seragam dalam substansi, serta acara kriminal yang justru tidak memperingatkan audiensnya agar waspada namun malahan menakut nakuti dan pamer kegagahan aparat atau kesadisan pelaku.

Artinya, tayangan-tayangannya cenderung tidak realistik, mengadaada, hipereality, dan sulit diterima nalar. Hal ini bukan hanya karena isi tayangan bersifat mistis, tapi juga untuk tayangan-tayangan yang non-mistis. Bahkan dengan seringnya tayangan mistis, maka media semakin mengeksplorasi dunia irrasional kita. Ini negatif bagi kemajuan bangsa. Jika pola pikir irrasional (klenik, mitos) banyak mewarnai perilaku kita maka bangsa ini sulit berkembang (Kriyantono, 2007). Dampak yang timbul akibat acara televisi sangatlah banyak dan hal tersebut sering menjadi keluhan masyarakat.

Di antara program televisi yang menjadi keluhan-keluhan masyarakat di antaranya seperti yang disebutkan oleh Subhan Afifi sebagai berikut:

Tayangan yang sering dikeluhkan masyarakat pada umumnya menyoroti tayangan bermuatan seksual dan pornografi, yang dinilai memberikan pengaruh negatif, khususnya terhadap anak-anak dan remaja. Selain persoalan seks dan pornografi, program-program televisi juga dikritik karena kerap memunculkan kekerasan. Kekerasan dalam berbagai bentuknya, baik dalam bentuk fisik maupun non fisik, dimunculkan dalam tayangan-tayangan televisi. Hal ini, dianggap tidak sesuai dengan jati diri bangsa Indonesia yang dikenal sebagai bangsa yang ramah, lembut, dan tidak menyukai penyelesaian konflik dengan kekerasan. Secara umum, tayangan televisi dinilai oleh khalayak sebagai tayangan yang tidak bermutu dan tidak mendidik (Afifi, 2010).

Menurut Indria Laksmi, psikolog dari Rumah Sakit Sardjito mengatakan bahwa “program-program televisi telah membuat

kehidupan remaja saat ini menjadi kacau balau. Mereka menjadi mudah melawan orang tua, cepat pacaran, konsumtif, suka ke kafe, berpakaian tidak sopan, dan lain-lain (Afifi, 2010).

Rachmat menambahkan bahwa:

Pengaruh tayangan televisi sangat besar bagi konsumen media. Salah satu elemen masyarakat yang rentan pada pengaruh tayangan televisi adalah anak-anak dan remaja. Mereka adalah kelompok usia yang mempunyai daya imitasi cukup tinggi. Mereka cenderung mempunyai rasa ingin tahu yang besar. Salah satunya terhadap objek tayangan televisi. Secara psikologis, remaja mempunyai kecenderungan untuk melakukan peniruan (imitasi) terhadap tayangan-tayangan di televisi. Dikhawatirkan, semakin sering seseorang menonton televisi akan mempengaruhi pola pikir maupun pola tindaknya (Kriyantono, 2007).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa dampak dari acara yang ditayangkan oleh televisi sangat besar bagi perkembangan kehidupan anak-anak. Hal ini tergantung bagaimana orang tua mendampingi anak-anaknya dalam memilih program televisi yang mampu memberikan dampak positif bagi anak-anaknya. Di samping itu, orang tua perlu memberikan pengertian mana acara yang tidak pantas ditonton dan mana yang boleh.

f. Kelebihan dan Kekurangan Televisi

Televisi sebagai salah satu media penyiaran memiliki karakteristik, kekurangan dan kelebihan yang berbeda dengan media penyiaran lain seperti media cetak dan radio. Adapun karakteristik televisi ialah sebagai berikut (Wahyudi, 1992):

- a. Dapat dilihat dan didengar

- b. Daya rangsang sangat tinggi
- c. Elektris
- d. Daya jangkau besar

Sedangkan menurut Elvinaro tiga karakteristik utama televisi ialah : audiovisual, berpikir dalam gambar, dan pengoprasian lebih kompleks.

Adapun kelebihan televisi ialah sebagai berikut:

- a. Kesan realistik : audio visual
- b. Masyarakat lebih tanggap : ditonton dalam suasana santai, rekreatif
- c. Adanya pemilahan area siaran (*zoning*) dan jaringan kerja (*networking*) yang mengefektifkan penjangkauan masyarakat
- d. Terkait erat dengan media lain.
- e. Cepat, dari segi waktu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
- f. Terjangkau luas, media elektronik menjangkau masyarakat secara luas.

Menurut Syahputra menguasai jarak dan waktu, daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi serta Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis. Sedangkan, kelemahan televisi ialah:

- a. Jangkauan pemirsa massal, sehingga pemilahan (untuk kepentingan pembidikan pangsa pasar tertentu) sering sulit dilakukan
- g. Iklan relatif singkat, tidak mampu menyampaikan data lengkap dan rinci (bila diperlukan konsumen)
- h. Relatif mahal

i. Pembuatan iklan TV cukup lama

Syahputra (2006: 70) kelemahan TV ialah Media televisi terikat waktu tontonan, Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar, serta pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa.

d. Fungsi dan Efek Televisi

Televisi sebagai media yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan media radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalyak. Media ini mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat audio visual, dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to persuade*). Fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

1) Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca,

pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2) Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3) Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editor, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Penyebaran informasi melalui media massa, baik cetak, elektronik, maupun online telah membentuk atau memberikan efek pengetahuan dan pendapat manusia mengenai berbagai peristiwa atau hal yang menyangkut kehidupannya.

2) Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutub memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah SWT bukan untuk mengikuti da'i atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau

ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Sedangkan Ismail AlFaruqi mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal (menyeluruh).

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut oleh para ahli tersebut adalah: Pertama, ajakan ke jalan Allah SWT. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah SWT. Keempat, sasaran bisa secara fardiyah atau jama'ah. Dalam konteks dakwah istilah amar ma'ruf nahy-i munkar secara lengkap dan populer dipakai adalah yang terekam dalam AlQur'an, Surah Ali-Imron Ayat 104:

وَلَئِنْ كُنْتُمْ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; mereka lah orang-orang yang beruntung."

Berikut ini, ada beberapa definisi dakwah menurut beberapa ahli:

- a. Abu Bakar Dzakaria: dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.

- b. Hamzah Ya“kub: dakwah berarti mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.
- c. Ali Mahfudz: dakwah berarti mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma“ruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebaikan di dunia akhirat.
- d. Ahmad Ghalwasy: dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengaku pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang mencakup aqidah, syari“ah, dan akhlaq.

Media berasal dari bahasa latin yaitu medius yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa inggris media bentuk dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata (Aziz, 2004). Wilbur Schraman mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Sedangkan dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya (Syukir, 1983).

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u (Saputra, 2012). Pada zaman modern seperti sekarang ini,

seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar. Media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu.

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus menerus kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu.

Mohammad Natsir, mengungkapkan, bahwa dakwah adalah sebagai suatu upaya, proses menuju Islam kaffah, sebagai cara hidup total dalam satu bingkai harakatudda'awah yang memiliki dimensi bina'an dan difa'an. Beliau juga mengungkapkan, bahwa momentum khutbah wada' adalah momentum serah terima Risalah dari Rasulullah kepada kaum Muslimin: Risalah merintis, dan dakwah meneruskan (Chasannudin, 2020).

b. Dasar Hukum Dakwah

Penyampaian dakwah bukan hanya pemberian informasi dari seseorang saja, akan tetapi memiliki dasar hukum yang kuat yang bisa dijadikan sebagai acuan dan pedoman. Mengenai dasar hukum dakwah dalam Al-Qur'an disebutkan:

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحُقْقَىٰ بَشِيرًاٰ وَنَذِيرًاٰ وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ ﴿١١٩﴾ وَلَن
تَرْضَىٰ عَنْكَ الْيَهُودُ وَلَا الصَّارَىٰ حَتَّىٰ تَتَّبَعَ مِلَّتَهُمْ فَلَنِّ إِنَّ هُدَى اللَّهِ هُوَ الْهُدَىٰ
وَلَئِنِ اتَّبَعْتَ أَهْوَاءَهُمْ بَعْدَ الَّذِي جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ مَا لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَلَا
نَصِيرٍ ﴿١٢٠﴾

Artinya: Sesungguhnya Kami telah mengutusmu (Muhammad) dengan kebenaran; sebagai pembawa berita gembira dan pemberi peringatan, dan kamu tidak akan diminta (pertanggungan jawab) tentang penghuni-penghuni neraka. Orang-orang Yahudi dan Nasrani tidak akan senang kepada kamu hingga kamu mengikuti agama mereka. Katakanlah: "Sesungguhnya petunjuk Allah itulah petunjuk (yang benar)". Dan sesungguhnya jika kamu mengikuti kemauan mereka setelah pengetahuan datang kepadamu, maka Allah tidak lagi menjadi pelindung dan penolong bagimu. 51 (Q.S. Al-Baqarah: 119-120)

Firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 104 dan 110 juga menjelaskan sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَاوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾ كُنْتُمْ خَيْرُ أُمَّةٍ أُخْرِجْتُ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَاوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا
لَهُمْ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka lah orang-orang yang beruntung. Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (Q.S. Ali Imran: 104)

Firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nahl Ayat 37 dan ayat 125 juga menjelaskan sebagai berikut:

إِن تَخْرُصْ عَلَى هُدَاهُمْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَن يُضْلِلُ وَمَا لَهُم مِّن نَّاصِرِينَ ﴿٣٧﴾
اَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلُهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: "Jika kamu sangat mengharapkan agar mereka dapat petunjuk, maka sesungguhnya Allah tiada memberi petunjuk kepada orang yang disesatkan-Nya, dan sekali-kali mereka tiada mempunyai penolong". Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl: 125)

Selanjutnya dalam Al-Qur'an Surat Al-Ahzab Ayat 45-48 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًّا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ
وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ بِأَنَّ لَهُمْ مِنَ اللَّهِ فَضْلًا كَبِيرًا ﴿٤٧﴾ وَلَا
تُطِعُ الْكَافِرِينَ وَالْمُنَافِقِينَ وَدَعْ أَذَاهُمْ وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ وَكِيلًا ﴿٤٨﴾

Artinya: Hai Nabi sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, dan untuk jadi penyeru kepada Agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi. Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang mu'min bahwa sesungguhnya bagi mereka karunia yang besar dari Allah. Dan janganlah kamu menuruti orang-orang yang kafir dan orang-orang munafik itu, janganlah kamu hiraukan gangguan mereka dan bertawakkallah kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pelindung. (Q.S. Al-Ahzab: 45-48)

Al-Qur'an juga menjelaskan tugas dan kewajiban serta aturan di dalam melaksanakan aktivitas dakwa dalam Surat At-Tahrim Ayat 6 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوْ أَنفُسُكُمْ وَأَهْلِيْكُمْ نَارًا وَقُوْدُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا
مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُوْنَ اللَّهَ مَا أَمْرُهُمْ وَيَفْعَلُوْنَ مَا يُؤْمِرُوْنَ ﴿٦﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, yang keras, yang tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang

diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan. (Q.S. At-Tahrim: 6)

c. Macam-macam Media Dakwah

Media dakwah menurut Samsul Munir dalam bukunya “Ilmu Dakwah” dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Non Media Massa
 - 1) Manusia: utusan, kurir, dan lain-lain.
 - 2) Benda: telepon, surat, dan lain-lain.
- b. Media Massa
 - 1) Media massa manusia: pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah, dan lain-lain.
 - 2) Media massa benda: spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
 - 3) Media massa periodik cetak dan elektronik: visual, audio, dan audio visual.

Media dakwah menurut Hamza Ya”kub membagi media menjadi lima macam:

- a. Lisan yakni dakwah secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, pidato, bimbingan, dan lain-lain.
- b. Tulisan yaitu bentuk tulisan yang dapat berupa novel, majalah, koran, spanduk, dan lainnya.
- c. Lukisan yakni segala bentuk gambar dapat berupa lukisan, fotografi, karikatur dan sebagainya.
- d. Audio visual yakni dakwah berupa suara dan gambar. Seperti televisi, internet, dan lain-lainya.

- e. Akhlak yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh mad'u (Ilaihi, 2006).

d. Unsur-Unsur Dakwah

1. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah seorang atau sekumpulan orang yang menjadi sumber ide, sehingga pesan dakwah akan sangat dipengaruhi oleh keahlian, kecerdasan, keterampilan, sikap, dan tingkah laku subjek dakwah. Akibat perkembangan ilmu dan teknologi yang membawa masyarakat permasalahan yang semakin kompleks, maka dakwah juga dituntut untuk berkembang atau berubah baik dari segi pendekatan, metode, maupun teknik penyampaiannya. Dakwah yang mengikuti pola kehidupan umat tidak akan kehilangan relevansi dan justru mengena pada sasaran dakwah.

Untuk dapat menemukan pendekatan dakwah yang tepat, subjek dakwah baik yang berwujud perorangan maupun organisasi- harus memenuhi dua syarat yaitu *tafaqquh fid diin* dan *tafaqquh fin naas* (Natsir, 2018). *Tafaqquh fid diin* ialah paham akan risalah atau materi dakwah yang akan disampaikan, serta mampu menerapkan ajaran tersebut ke dalam realitas kemasyarakatan yang kongkrit dalam konteks budaya setempat Contoh dalam hal ini adalah pendekatan budaya yang dilakukan oleh Wali Songo. Dalam dakwahnya mempergunakan caracara yang luwes, menafsirkan secara baru cerita wayang yang telah dikenal rakyat ke dalam nuansa Islam. Sehingga al-Qur'an dapat diterima secara enak oleh penguasa-penguasa di daerah pedalaman (Anwar, 2015).

Sedangkan *tafaqquh fin naas* adalah paham akan keadaan sosiokultural dari sasaran dakwah, juga permasalahan yang dihadapinya. Subjek dakwah mampu untuk mengatasi masalah dan kebutuhan kongkrit sasaran dakwah berdasar dan berpedoman kepada cara-cara ilmiah yang dibenarkan oleh al-Qur'an atau Hadist (Anwar, 2015).

Termasuk dalam bagian ini adalah menguasai ilmu jiwa, sosiologidemografi, sosiografi dan ilmu kemasyarakatan lainnya. Dari dua syarat tersebut dapat ditemukan pendekatan dakwah yang tepat, yang pada gilirannya masyarakat sebagai sasaran dakwah akan merasa perlu dan butuh terhadap dakwah serta mau menyambut seruan dakwah karena merasa kepentingannya diperhatikan.

Pendekatan dakwah menuntut kualifikasi yang baik dari subjek dakwah. Menurut Syeikh Muhammad Abdurrahman kualifikasi seorang da'I adalah:

- 1) Hendaklah seseorang pemberi dakwah mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang al-Qur'an, Hadits, Sejarah Nabi, Sejarah para sahabat.
- 2) Berpengetahuan tentang keadaan umat yang didakwahi, sosial, ekonomi, dan budaya.
- 3) Berpengetahuan tentang sejarah supaya dapat mengetahui dari mana sumber kerusakan akhlak dan timbulnya adat istiadat yang mengganggu kecerdasan berfikir.

- 4) Berpengetahuan tentang ilmu bumi atau geografi, sehingga diketahui kondisi geografi suatu daerah yang menjadi medan dakwah.
- 5) Menguasai ilmu jiwa, ilmu akhlaq dan mengamalkannya.
- 6) Mengetahui kehidupan dan kesenian yang berlaku dikalangan umat.
- 7) Menguasai ilmu sosiolog, politik, dan bahasa.

2. Objek Dakwah

Sasaran dakwah ialah manusia yang diajak ke jalan Tuhan atau yang menjadi sasaran dari usaha dakwah. Sasaran dakwah bermacam-macam bentuk dan keadaannya, ada yang sudah Islam ada yang belum, ada yang cerdas dan ada yang bodoh, ada yang kaya dan miskin, ada yang tebalimannya dan masih tipis imannya. Kemudian ada yang hanya memperlihatkan keperluan beragama pada peristiwa-peristiwa penting dalam kehidupan mereka seperti pada waktu lahir, nikahan, meninggal, dan sebagainya. Jadi masyarakat sasaran dakwah adalah beragam, beragam dalam budaya, tingkat keagamaannya, kondisi sosial ekonominya, dan sebagainya.

Masyarakat sebagai sasaran dakwah dengan segala kompleksitasnya harus dipelajari atau diteliti terlebih dahulu. Karena berdakwah di kalangan anak-anak akan berbeda penyampaian dengan remaja atau orang tua. Begitu juga dengan cara berdakwah di kalangan buruh, mahasiswa, petani, guru, pedagang, pejabat pemerintah, tentara, wanita dan sebagainya (Ali, 2010). Semua perlu dipelajari karena setiap sasaran dakwah dengan karakteristiknya memerlukan

pendekatan atau cara dakwah yang berbeda. Asumsinya adalah suatu metode dakwah yang cocok diterapkan pada suatu kelompok masyarakat, belum tentu dapat diterapkan pada kelompok lain.

Sasaran dakwah terbagi menjadi dua yaitu sasaran internal yang terdiri dari semua lapisan masyarakat yang sudah memeluk agama Islam. Serta sasaran eksternal yaitu masyarakat yang belum memeluk agama Islam. Dalam menyampaikan dakwahnya seorang da'i harus memperhatikan karakteristik sasaran atau objek dakwah, yang meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, ekonomi atau status sosial, hingga padalevel geografis atau area tempat hidupnya umat (Helmy, 2018). Karena perlu diketahui bahwa sasaran dakwah adalah masyarakat yang selalu berubah, berubah aspirasinya, berubah pandangan hidupnya, berubah cita rasanya, sehingga materi dakwah yang disampaikan pada waktu lalu mungkin tidak relevan lagi disampaikan pada saat sekarang. Karena itu sampaikanlah ajaran Islam dengan orientasi dan analisa yang berbeda serta gaya berbeda pula.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah ialah bahan-bahan yang dipergunakan untuk berdakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Adapun sumbersumber materi dakwah adalah al-Qur'an dan Hadits, sejarah perjuangan Nabi dan ilmu pengetahuan umum. Materi dakwah tersebut merupakan akumulasi dari keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam al-Quran dan Sunnah. Dalam pelaksanaannya, masing-masing materi

dakwah tersebut dapat dijabarkan secara proporsional sesuai dengan kebutuhan sasaran dakwah.

Materi dakwah adalah pesan, isi atau muatan yang disampaikan da'i kepada umat. Secara garis besar, materi dakwah dapat dikelompokkan ke dalam masalah akidah, syari'ah, ibadah, muamalah, akhlak, dan urusan publik. Menggunakan bahasa lain, Ali Yafie menyebutkan lima pokok materi dakwah, yaitu masalah kehidupan, manusia, harta benda, ilmu pengetahuan, masalah akhlak (Ismijati, 2009). Konsep tentang iman misalnya, dapat dijelaskan tentang ragam dan cakupan dari persoalan keimanan baik yangsudah dikonsep dalam al-Qur'an maupun Sunnah. Begitu pula tentang hukum Islam dapat dijabarkan dalam dimensi yang sangat luas ketika bersentuhan dengan kehidupan sehari-hari.

Cakupan materi dakwah yang lengkap dan komprehensif tersebut akan mempengaruhi kondisi keislaman seorang penerima dakwah. Oleh karena itu, semakin lengkap, sempurna, dan rinci penyampaian pesan dakwah, maka akan semakin sempurna pemahaman dan penerimaan seseorang terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Begitu juga sebaliknya, pemahaman atau materi dakwah yang disampaikan secara parsial justru mengundang masalah baru berupa pemahaman yang dangkal, dapat juga keliru, bahkan berpeluang mengarah pada radikalisme.

4. Metode Dakwah

Metode dakwah di sini menyangkut cara bagaimana dakwah dilaksanakan. Dalam berdakwah penggunaan metode yang tepat sangat berpengaruh terhadap hasil yang didapatkan. Suatu usaha agar supaya tujuannya tercapai memerlukan suatu pedoman atau cara, demikian juga dengan usaha dakwah. Dalam al-Qur'an telah ditetapkan mengenai sebagianpedoman pelaksanaan dakwah yaitu terdapat dalam surat anNahl ayat 125:

اَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْخَيْرَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Dakwah dengan metode hikmah (kebijaksanaan) ini jangkauannya lebih luas, tidak sekedar menyampaikan pesan dakwah dengan lisan atau tulisan saja. Dakwah dengan metode ini bisa dikatakan sebagai dakwah bil ro'yi, artinya bagaimana mengajak orang lain untuk melaksanakan ajaran agama Islam dengan metode argumentasi, alasan-alasan, dalil-dalil serta penalaran yang dapat diterima akal apabila sasaran dakwahnya adalah kaum intelektual. Metode ini juga digunakan dengan menekankan amal nyata atau dengan suri

tauladan yang baik dari juru dakwah bila sasaran dakwahnya adalah masyarakat awam.

Oleh karena itu, penekanan metode ini adalah aplikasi dari ajaran Islam yang dilakukan oleh juru dakwah. Akumulasi dari proses dakwah dengan metode bil hikmah ini adalah lahirnya tatanan sosial yang sesuai dengan norma agama, karena dalam metode dakwah ini selalu menekankan aplikasi nyata secara bersama-sama antara juru dakwah dan sasaran dakwah terhadap pesan dakwah yang sudah disusun secara sistematis.

Kedua, metode dakwah yang mau'idzah hasanah atau tutur kata yang baik yakni berupa nasehat-nasehat, anjuran ataupun didikandidikan yang mudah dipahami. Ketika dakwah dilaksanakan dengan tutur kata yangbaik, maka akan dapat mengundang simpati objek dakwah dan dapat mengetuk hati mereka untuk mengikuti ajakan dakwah. Agar kata-katanya diikuti oleh objek dakwah maka tindak laku seorang da'i harus merupakan contoh teladan yang baik bagi orang lain. Sering kali perbuatan yang baik itu lebih ampuh pengaruhnya daripada kata-kata yang baik (Ali, 2010).

Untuk dapat menyajikan materi dakwah menjadi suatu hal yangmudah dipahami, bukanlah perkara mudah. Diperlukan suatu kepandaian dan kebijaksanaan (hikmah), bagaimana membuat tutur kata yang baik dan kapan saat yang tepat untuk menyampaikannya. Metode dakwah ini lebih menekankan dalam bentuk tutur kata yang baik dalam penyampaian pesan dakwah. Banyak macamnya dakwah

dengan metode ini antara lain, pengajian umum, majelis taklim, penataran dan khutbah Jumat, serta berbagai kegiatan keagamaan, seperti perayaan hari besar dan lain sebagainya.

Ketiga, metode dakwah yang mujadalah. Metode ini digunakan apabila ada pertanyaan atau bantahan dari objek dakwah, maka jawablah dengan cara yang baik, ajaklah berdebat dengan cara yang baik sehingga memuaskan mereka. Dalam menjawab pertanyaan objek dakwah maupun dalam berdebat dengan mereka perlu pula diperhatikan tingkat kecerdasan mereka sebagaimana sabda Nabi yang menyuruh kita untuk berbicarakepada manusia menurut kecerdasan mereka. Sebagaimana tersebut dalam hadits sebagai berikut yang artinya “Bericaralah kepada manusia menurut kecerdasan mereka masingmasing (Darajat, 2015).”

Dalam diskusi yang harus dijaga adalah perdebatan yang terjadi dengan cara baik, sabar, tidak sempit dada. Sebab juru dakwah harus mengerti bahwa tujuannya bukan menang dalam perdebatan tetapi dapat memuaskan lawan dan membawanya kepada kebenaran (Munsyi, 2018). Dengan demikian dalam berdiskusi diperlukan kebijaksanaan. Contoh dakwah dengan cara ini adalah dialog antara Islam dan Kristen yang bahkan sudah dibukukan. Dakwah melalui bertukar pikiran harus dilakukan dengan sopan santun dan cara-cara yang baik, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Kegiatan dakwah dengan metode ini antara lain dalam bentuk kegiatan seminar, diskusi, dialog agama dan konseling agama. Metode dakwah ini menekankan adanya argumentasi yang rasional dalam menyampaikan

pesan-pesan dakwah, karena antara juru dakwah dan sasaran dakwah akan terjadi interaksi secara langsung, sehingga semakin kuat logika berpikir yang diterapkan, maka akan lebih besar pengaruhnya.

Dalam melaksanakan kegiatan dakwah, metode yang sudah dibahas di atas dapat diterapkan secara bersama-sama, bahkan sulit dalam melakukan dakwah hanya dengan menggunakan satu metode tertentu. Oleh karena itu, dakwah yang menggunakan beberapa metode akan terlaksana dengan baik dibanding menggunakan satu metode tertentu. Penentuan penggunaan metode dakwah harus mempertimbangkan situasi dan kondisi masyarakat sebagai sasaran saat berlangsungnya kegiatan dakwah.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa metode dakwah merupakan suatu kesatuan yang tidak terpisahkan di dalam menghadapi berbagai macam objek dakwah yang berada dalam berbagai situasi dan kondisi. Hikmah merujuk pada cara atau taktik dakwah, sedang mau'idzah hasanah lebih menunjukkan kepada bentuk dakwah. Dalam pengembangannya metode al-qur'an tersebut dapat dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Heterogenitas objek dakwah membutuhkan metode yang berbeda-beda untuk menghadapinya.

Kemudian berdasarkan ayat tersebut, Syekh Muhammad Abduh dalam tafsir Al-Manar juz III yang dikutip oleh M. Natsir menyimpulkan bahwa:

- 1) Metode bil hikmah digunakan untuk menghadapi golongan cerdik pandai atau ilmuwan, di mana dalam dakwah kepada mereka disertai dengan alasan-alasan, dalih dan hujjah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
- 2) Mau'idhoh hasanah digunakan untuk menghadapi golongan awam yang belum dapat berfikir secara kritis. Dakwah dengan cara mau'idhoh hasanah ini berupa anjuran, didikan dan ajaran-ajaran yang mudah dipahami. Mujadalah bil lati hiya ahsan digunakan untuk golongan di antara dua golongan di atas, yaitu berupa diskusi, tukar fikiran secara baik, karena golongan ini mempunyai tingkat kecerdasan yang belum begitu tinggi sehingga tidak sesuai dilayani dengan hikmah maupun mau'idhoh hasanah (Natsir, 2018).

e. **Tujuan Dakwah**

Dakwah memiliki tujuan yang beragam sesuai dengan latar belakang misi penyelenggaraan dakwah itu sendiri. Hakikatnya adalah dakwah bertujuan untuk menyampaikan kebenaran, memahamkan ajaran kebenaran yang ada dalam al-Qur'an, serta mengajak manusia mengamalkan ajaran Islam. Amin dan Mashur menjelaskan tujuan dakwah ke dalam dua bagian, yakni tujuan dakwah secara umum untuk tercapainya kebahagiaan hidup manusia di dunia dan akhirat. Adapun tujuan dakwah secara khusus dapat dilihat dari segi obyek dan materi dakwah yang disampaikan. Dari segi obyek dakwah, penyelenggaraan dakwah bertujuan:

- a. Terbentuknya pribadi muslim yang taat kepada Allah SWT dan berakhlak mulia;
- b. Terbentuknya keluarga sakinah;
- c. Terciptanya masyarakat yang sejahtera, damai, dan Islami; dan
- d. Terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian, ketenangan, keadilan tanpa adanya diskriminasi dan eksplorasi (Masyhur, 1997).

Tujuan dakwah di atas terlebih dahulu mengarah pada kemaslahatan ummat Islam, kemudian barulah memandang kepada kedamaian dunia. Ini juga membuktikan bahwa Islam adalah agama yang rahmatan lil 'alamin. Sedangkan tujuan dakwah ditinjau dari segi materi dakwah meliputi:

- a. Tujuan akidah, tertanamnya akidah yang mantap bagi tiap-tiap manusia;
- b. Tujuan akhlak, terwujudnya pribadi muslim yang berbudi luhur dan berakhlakul karimah; dan
- c. Tujuan hukum, terbentuknya umat manusia yang mematuhi hukum-hukum yang telah disyari'atkhan Allah SWT (Masyhur, 1997).

Tujuan dilaksanakannya dakwah adalah untuk melayani upaya peningkatan kualitas masyarakat dalam bidang keagamaan. Sebagai upaya mencapai tujuan ideal organisasi (pelaksanaan pencapaian tujuan) diperlukan sumber daya dan dana penunjang aktivitas (kepentingan tujuan) dakwah (Musthofa, 2009).

Dakwah sebenarnya untuk pembinaan intern umat Islam sebagai perubahan sosial dan sebagai kritik realitas sosial, dimana

ungkapan dalam dakwah memiliki peran strategis sebagai konsolidasi religius untuk membangun masyarakat Islam yang rahmah dan toleran dalam kehidupan social (Zainudin, 2009).

Menurut Munzier dan Harjani, sebagaimana dikutip oleh Andries dan Jefri bahwa secara kualitatif dakwah Islam bertujuan untuk memengaruhi dan mentransformasikan sikap batin dan perilaku warga masyarakat menuju suatu tatanan kesalehan individu dan kesalehan sosial. Disamping itu, dakwah juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman keagamaan dalam bersikap, berpikir dan bertindak (Jefri, 2020).

Secara substansial, dalam konteks sosial, dakwah tidak hanya bertujuan menguatkan dimensi tauhid secara vertikal saja (hubungan dengan Allah), akan tetapi, juga mencakup hubungan horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk, dan hubungan ini harus sesuai dengan kehendak Allah. Kehendak Allah ini memberikan visi (pandangan) untuk membentuk suatu masyarakat yang mengejar nilai-nilai utama dan mengusahakan tegaknya keadilan sosial. Pada gilirannya, visi ini memberikan inspirasi untuk mengubah dunia di sekelilingnya agar sesuai dengan kehendak Allah, dan inilah misi manusia muslim (Asmar, 2020).

Dakwah tidak bertujuan untuk memperbanyak anggota supaya masuk dalam anggota jamaah yang diinginkan, tetapi dakwah bertujuan untuk pembinaan mental spiritual masyarakat Islam. Kadang dakwah dimaknai sebagai alat untuk memperkuat organisasi keagamaan atau lembaga Islam, sehingga mengorbankan pihak lain yang berbeda dengan keyakinan yang dianut.

f. Fungsi dan Efek Media Dakwah

Pada dasarnya dakwah Islam merupakan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u (sasaran dakwah) dalam tujuannya melekat citacita ajaran Islam yang berlaku sepanjang zaman dan di setiap tempat. Di samping itu dakwah merupakan proses transmisi, transformasi, dan difusi serta internalisasi ajaran Islam.

Dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran Islam, ia merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya, baik yang sudah menganutnya maupun yang belum. Sehingga, dengan demikian, dakwah bukanlah semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidak-tidaknya harus ada golongan yang melaksanakannya (Shihab, 1995).

Untuk dapat terus eksis secara historis, manusia terikat dengan jumlah kebutuhan yang tersusun secara hierarkis. Kebutuhan tersebut ada yang terkait langsung dengan kelangsungan hidupnya dan bersifat mendesak seperti kebutuhan-kebutuhan fisik misalnya, tetapi ada juga yang dapat ditangguhkan. Kebutuhan manusia akan petunjuk agama dan dakwah, dalam akumulasi yang memuncak, efek bola saljunya berpengaruh besar dalam kehancuran sebuah masyarakat. Masyarakat yang dibimbing melalui dakwah, hidupnya akan teratur, banyak melahirkan kebaikan dan oleh karena itu secara historis ia akan terus eksis. Adapun masyarakat yang tidak dibimbing Pada dasarnya dakwah Islam merupakan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, metode

dakwah, media dakwah, mad'u (sasaran dakwah) dalam tujuannya melekat cita-cita ajaran Islam yang berlaku sepanjang zaman dan di setiap tempat. Di samping itu dakwah merupakan proses transmisi, transformasi, dan difusi serta internalisasi ajaran Islam (Aliyudin, 2009).

Dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran Islam, ia merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya, baik yang sudah menganutnya maupun yang belum. Sehingga, dengan demikian, dakwah bukanlah semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidak-tidaknya harus ada golongan yang melaksanakannya (Shihab, 1995). Untuk dapat terus eksis secara historis, manusia terikat dengan jumlah kebutuhan yang tersusun secara hierarkis. Kebutuhan tersebut ada yang terkait langsung dengan kelangsungan hidupnya dan bersifat mendesak seperti kebutuhan-kebutuhan fisik misalnya, tetapi ada juga yang dapat ditangguhkan. Kebutuhan manusia akan petunjuk agama dan dakwah, dalam akumulasi yang memuncak, efek bola saljunya berpengaruh besar dalam kehancuran sebuah masyarakat. Masyarakat yang dibimbing melalui dakwah, hidupnya akan teratur, banyak melahirkan kebaikan dan oleh karena itu secara historis ia akan terus eksis. Adapun masyarakat yang tidak dibimbing dakwah, hidupnya semrawut, melahirkan banyak kejahatan dan oleh karena itu akan punah (Hotman, 2011).

E. Kerangka Teoretis

Dalam penelitian kualitatif, teori yang diajukan memang bukanlah sebagai jawaban terhadap fenomena yang diangkat, melainkan lebih sebagai perspektif. Karena itu teori yang ditawarkan semula bisa saja berubah atau

diganti dengan teori lainnya yang lebih relevan ketika fakta atau temuan di lapangan mengisyaratkan hal itu (Bungin, 2000).

Teori yang akan digunakan oleh peneliti sebagai alat analisis dalam penelitian ini adalah teori perbandingan sosial. Teori atau perbandingan sosial mengemukakan bahwa tindak komunikasi dalam kelompok berlangsung karena adanya kebutuhan-kebutuhan dari individu-individu lainnya. Pada teori perbandingan sosial ini, tekanan seseorang untuk berkomunikasi dengan anggota kelompok lainnya akan mengalami peningkatan, jika muncul ketidak setujuan yang berkaitan dengan suatu kejadian atau peristiwa, kalau tingkat kepentingannya peristiwa tersebut meningkat dan apabila hubungan dalam kelompok juga menunjukkan peningkatan.

Selain itu, setelah suatu keputusan kelompok dibuat, para anggota kelompok akan saling berkomunikasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung atau membuat individu-individu dalam kelompok lebih merasa senang dengan keputusan yang dibuat tersebut. Teori perbandingan sosial ini diupayakan untuk dapat menjelaskan bagaimana tindak komunikasi dari para anggota kelompok mengalami peningkatan atau penurunan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kepustakaan (*library research*), kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain. Dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya (Sugiyono, 2019).

Sedangkan Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis. suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan dengan jalan merancang, melaksanakan, mengamati, dan merefleksikan tindakan melalui beberapa siklus secara kolaboratif dan partisipatif yang bertujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan mutu proses pembelajaran di kelasnya.

2. Sumber Data

Sumber data adalah dimana data itu diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Data Primer

Data primer adalah bahan utama dalam penelitian atau data yang dikumpulkan diolah sendiri dari organisasi yang diterbitkan atau menggunakannya. Pada umumnya data primer dianggap lebih baik dari pada data sekunder. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu data primer lebih bersifat terperinci dari pada data sekunder. Pada penelitian ini tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi yang akan berhubungan dengan masalah penelitian adalah: Yang Sedang Sedang Saja, Anak Sebagai Titipan, Golongan Orang Orang Yang Merugi, Hikmah Berqurban dan Larangan Bagi Orang Yang Berhadas.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah kesaksian atau data yang tidak berkaitan langsung dengan sumberdaya asli. Data sekunder dalam hal ini merupakan sumber data sebagai pelengkap. Pengumpulan data sekunder dengan cara mengadakan study kepustakaan yang dilakukan dengan maksud untuk memperoleh arah pemikiran dan tujuan penelitian yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip dan menelaah literatur-literatur yang menunjang peraturan perundang-undangan, serta bahan-bahan lain

yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.

3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), dimana sebagai populasi adalah Lensa Qolbu Jek Tv Jambi yang sudah terdapat di Youtube. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

- a. Observasi adalah “metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut diamati oleh peneliti” (Moleong, 2011). Observasi terhadap Lensa Qolbu Jek Tv Jambi yang sudah terdapat di Youtube.
- b. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Bungin, 2000). Dokumentasi berupa judul-judul dakwah Lensa Qolbu Jek Tv Jambi yang terkait dengan masalah penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Setelah keseluruhan data dikumpulkan maka langkah selanjutnya adalah penulis menganalisis media tersebut agar dapat ditarik kesimpulan. Tujuan analisis media dalam penelitian adalah untuk menyempitkan dan membatasi temuan-temuan hingga menjadi suatu data yang teratur serta tersusun dan lebih berarti. Dalam analisis data ini, peneliti merujuk pada metode analisis yang integratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisis dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya (Kuswandi, 1996).

G. Sistematika Pembahasan

Tesis yang berjudul "Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Tayangan Lensa Qolbu Jek Tv Jambi)" memiliki struktur pembahasan yang terdiri dari tiga bagian utama. Bagian awal mencakup halaman sampul, pernyataan keaslian, pernyataan plagiarisme, abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran. Bagian ini berfungsi sebagai pengantar untuk memperkenalkan tesis dan menggambarkan alur penelitian. Bagian inti terdiri dari empat bab.

Bab I berjudul Pendahuluan, yang membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kerangka berpikir, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian yang digunakan dan sistematika pembahasan serta keterbatasan penelitian.

Bab II berjudul Gambaran Lokasi Penelitian, menjelaskan lokasi objek penelitian di Gambaran Umum Jektv, termasuk gambaran umum, sejarah, sarana dan prasarana, struktur organisasi, dan data siswa.

Bab III berjudul Hasil dan Pembahasan Penelitian, menguraikan hasil penelitian lapangan dari observasi dan wawancara, serta analisis data yang meliputi temuan terkait kolaborasi orang tua dan guru dalam menanamkan karakter tanggung jawab melalui kegiatan parenting.

Terakhir, Bab IV berjudul Penutup, berisi kesimpulan dan saran.

Bagian akhir tesis mencakup lampiran-lampiran yang digunakan dalam penelitian, serta data riwayat hidup peneliti sebagai penutup. Dengan sistematika pembahasan yang terstruktur dengan baik, diharapkan tesis ini dapat memberikan kontribusi manfaat pengembangan ilmu pengetahuan dan pendidikan, khususnya meningkatkan kolaborasi antara orang tua dan guru dalam menanamkan karakter tanggung jawab melalui kegiatan parenting

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang peneliti lakukan dan telah dipaparkan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa stasiun JekTv Jambi memiliki program Dakwah yakni program Lensa Qolbu. Program Lensa Qolbu adalah siaran dakwah yang menggunakan metode ceramah dan kajian-kajian yang dimana kajian atau ceramah ini dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari baik di lingkungan masyarakat atau dalam lingkungan keluarga itu sendiri, yang mengajak masyarakat khususnya masyarakat Jambi untuk mengajak kepada kebaikan di jalan Allah SWT, Lensa Qolbu terdapat kesesuaian dengan Teori agenda setting yang diamana menyatakan bahwa media massa, termasuk televisi, memiliki kemampuan untuk menentukan agenda pembicaraan dan topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Televisi dapat memengaruhi perhatian dan pemikiran publik dengan menampilkan berita dan program-program. Dengan demikian, televisi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pemikiran dan persepsi masyarakat. tentunya Dakwah program Lensa Qolbu ini sangatlah baik dan penting bagi masyarakat Jambi dan sekitarnya dan program televisi ini adalah media dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, nilai-nilai Islam, serta pemahaman dan praktik kehidupan Islami kepada pemirsanya.

Dalam pelaksanaannya, program Lensa Qolbu memiliki tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pasca produksi. Dimana setiap tahap memiliki keterkaitan yang bekesinambungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Dalam tahapan praproduksi Lensa Qolbu tim produksi meriset bahan-bahan yang akan ditayangkan. Pada tahapan pelaksanaan produksi, sebelum

melakukan liputan tim produksi mempersiapkan dan surat menyurat preview (hal-hal yang diperlukan terlebih dahulu seperti membereskan semua kontrak, perizinan melibarulah untuk keperluan shooting. Setelah semua selesai si atau liputan hingga meliput, tim kreatif dan tim produksi bertugas mencatat time code yang melakukan produkhat hasil kembali) ketika selesai nantinya dihunakan untuk *roundown* dan script acaranya. Dan pada tahapan pasca produksi, tim Lensa Qolbu bersama editor melakukan proses, terkait dengan berbentuk tulisan maupun pasca produksi siaran yaitu: beberapa hal yang harus Lensa Qolbu ilustrasi melakukan penyuntingan suara maupun gambar, dan sebagainya, pengisian narasi, pengisian editing, biasanya ada dilakukan oleh tim produksi.

B. Saran

Sebagai akhir dari penelitian ini, peneliti ingin mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu adanya televisi lokal dan mempromosikan program-program kerjasama dengan media massa lain baik cetak perluasan jaringan maupun elektronik untuk lokal khususnya program dakwah yang dimiliki, serta memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media dakwah.
2. Hendaknya Stasiun JekTv Jambi ini ditambah lagi program Dakwah nya, Sehingga Para tokoh Agama para Ustad atau Da'I yang lainnya juga dapat berkesempatan menyampaikan Dakwah Islam di siaran JekTv Jambi.
3. Hendaknya program Dakwah Lensa Qolbu lebih mempromosikan lagi ke kalangan masyarakat bahwasanya di program JekTv Jambi Memiliki Siaran Dakwah sehingganya stasiun JekTv Jambi dan program Lensa Qolbu dapat mengenai sasaran khususnya Masyarakat Jambi sendiri dan umum nya di kalangan masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, S. (2010). Tayangan Bermasalah dalam Program Acara Televisi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 243.
- Ahmad, N. (2013). Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1, 20.
- Ali, A. M. (2010). *Faktor-Faktor Penyiaran Islam*. Yogyakarta: Nida.
- Ali, A. M. (2010). *Faktor-Faktor Penyiaran Islam*. Yogyakarta: Nida.
- Aliyudin, E. d. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Anwar, R. (2015). *Demi Dakwah*. Bandung: Al Ma'arif.
- Arfah Aksa Ali, M. A. (2022). Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyampai Aspirasi Masyarakat Kepada Pemerintah Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 15, No. 2, 12.
- Arifin, H. (2017). *Psikologi dakwah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 40, No. 1, 60.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azizi, M. Z., & Anggrayni, D. A. (2023). Pengaruh tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat kota Bogor. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 7(2), 29–40. <https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.10174>
- Bungin, B. (2000). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chasannudin, S. A. (2020). Pondok Pesantren dan Dakwah Politik: Kajian Histori Pondok Pesantren Hasyim Asy'ari Bangsri Jepara. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 40, No. 1, 32.
- Darajat, Z. (2015). *Pendidikan Agama dalam Pembinaan Mental*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Effendy, E. (2023). Sejarah Perkembangan Televisi dan Perannya sebagai Media Dakwah Islam. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 721-731.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosa Rakatama Media.
- Gani, A. Z. (2001). *Islam Komunikasi Dan Teknologi Maklumat*. Malaysia: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd.

- Gunawan, R. (2012). Pemanfaatan Media Televisi Dalam Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial. *Wawasan No. 319*, 2.
- Helmy, M. (2018). *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*. Semarang: Toha Putra.
- Hidayatullah, S. (2010). *Televisi Sebagai Media Dakwah” (Analisis Produksi Siaran Program Ust. Haryono’ di JakTV)*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaraan Islam, Fakultas Ilmu dakwah Dan Komunikasi. Jakarta: UIN.
- Hotman, I. d. (2011). *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ilaihi, M. M. (2006). *Manajemen Dakwah Cetakan I*. Jakarta: Kencana.
- Ismijati, J. S. (2009). *Ilmu Dakwah Perspektif Jender*. Aceh: Bandar Publishing.
- Jefri, A. K. (2020). Efektivitas Dakwah Melalui Program Kuliah Subuh di Muhammadiyah Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 40, No. 1, 16.
- Karisman, T. G. (2017). *Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi: Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung)
- Karyanti, R. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Komala, E. A. (2015). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2007). Pemberdayaan Konsumen Televisi Melalui Keterampilan Media Literacy dan Penegakan Regulasi Penyiaran. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Media Massa dan Teknologi Informasi*, 4.
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Liana, C., Armianti, H., & Ali, M. (2017). Pengaruh Terpaan Tayangan Religi di Televisi Terhadap Sikap dan Perilaku Taqwa Pemirsa. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.29240/jdk.v2i1.274>
- Masyhur, A. (1997). *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al Amin Press.
- Maulana, I. I. (2020). Dakwah Di Media Sosial Pada Channel Youtube Akhyar TV. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaraan Islam* 3(3), 258–274.
- Moleong, L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munsyi, A. K. (2018). *Metode Diskusi dalam Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas.
- Musthofa. (2009). Problematika Kepentingan Dalam Perumusan Tujuan Organisasi Dakwah. *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga*, Vol. X, No. 1, 3.

- Natsir, M. (2018). *Fiqhud Dakwah*. Semarang: Ramadhani.
- Nurliana. (2020). Televisi Sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Peurawi*, Vol. 3, No. 1, 123.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shihab, M. (1995). *Rasionalitas Al-Qur'an*. Jakarta: Pustaka Hidayat.
- Sofjan, D. (2013). KPI Didesak Awasi Ketat Program Dakwah di Televisi. Komisi Penyiaran Indonesia. <https://kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/31648-kpi-didesak-awasi-ketat-program-dakwah-di-television>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alphabet.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Takariani, C. S. (2013). Pengaruh Sinetron Remaja di Televisi Swasta Terhadap Sikap Mengenai Gaya Hidup Hedonis. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 41.
- Vina Fitriani, M. A. (2021). Dakwah dalam Pendekatan Konsep Ekologi. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 6, No. 1, 81.
- Wahyudi, J. (1992). *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zaini, A. (2015). Dakwah Melalui Televisi. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 3, No. 1, 5.
- Zainudin. (2009). Kajian tentang Toleransi Beragama dalam Surat Al-Kafirun. *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga*, Vol. X, No. 1.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA