

**EFEKTIVITAS SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM
MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP MASYARAKAT
KECAMATAN DANUREJAN KOTAMADYA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama
Dalam Ilmu Dakwah**

Oleh :

NAMA : NANA SURYANA

NIM : 02852600/DY

1995

EFEKTIVITAS SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM
MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP MASYARAKAT
KECAMATAN DANUREJAN KOTAMADIA
YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama
Dalam Ilmu Dakwah

Oleh :

N a m a : Nana Suryana

N I M : 02852000/DY

1995

Drs. H. Hasan Baihaqi AF.
Drs. Mayhudi, BBA.
Dosen Fakultas Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdr. Nana Suryana

Lamp : 8 (Delapan) exemplar

Kepada :

Yth. Bapak Dekan

IAIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberi arahan serta petunjuk dan perubahan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara tersebut di atas yang berjudul : "EFEKTIVITAS SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP MASYARAKAT KECAMATAN DANUREJAN KOTAMADIA YOGYAKARTA", Telah memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Dakwah pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut, dengan haraahap segera dapat dimunaqasyahkan dan diterima oleh sidang Fakultas Dakwah.

Demikian harapan kami, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

(Drs. Masyhudi, BBA)

Hormat kami,

Pembimbing II

(Drs. H. Hasan Baihaqi AF.)

PENGESAHAN
Skripsi Berjudul
**EFEKTIVITAS SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM
MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP MASYARAKAT
KECAMATAN DANUREJAN KOTAMADIA
YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

NANA SURYANA

NIM: 02852000

telah dimunagosyahkan di depan sidang munagosyah

pada tanggal 31 Januari 1995

dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sidang Dewan Munagosyah :

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Drs. H. Abu Risman

NIP : 150009025

Drs. H. M. Syatibi

NIP : 150037940

Penguji I/Pembimbing:

Drs. Masyhudi, BBA

NIP : 150028175

Penguji II,

Penguji III,

Drs. Sufaat Mansur

NIP : 150017293

Drs. Abdul Qadir Syafii

NIP : 150198361

Yogyakarta, 31 Januari 1995

IAIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

Dekan,



Hasan Baidarie

NIP : 150046342

حَدِّ الْعُفُوفَ وَأَمْرِ الْعَرَفِ وَأَعْرِضْ عَنِ
الْجَاهِلِينَ.. (الأعراف ١٩٩)

Artinya

Ma'afkanlah dan serulah (mengerjakan) ma'ruf
dan berpalinglah dari orang-orang yang jahil.

[Q.S. : Al-Araf 199].¹⁾

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِ الْهَيْمَنَاتِ هِيَ الْحُسْنَى
(النحل ١١٥)

Artinya :

Serulah (manusia) ke jalan (agama) Tuhanmu
dengan kebijaksanaan dan pengajaran yang baik
dan bantahlah (berdebatlah) dengan mereka
dengan (jalan) yang terbaik.

[Q.S. An-Nahl 125].²⁾

¹⁾ Mahmud Yunus. Tafsir Qur'an Karim. (Jakarta : PT. Hida Karva Agung, 1986), hal. 244.

²⁾ Ibid., hal. 399.

PERSEMBAHAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Skripsi ini kupersembahkan buat :

1. Ayah bunda yang telah menumpahkan kasih dan sayang pada segenap buah hatinya.
2. Istri dan anakku tersayang.
3. Kakak, Adik dan Saudara-saudari hamba Allah yang beriman dan seagama.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على الرسول
الأمي سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه ودرستهم
وأحبابه أجمعين

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan seru sekalian alam, Shalawat dan salam atas Rasul yang benar, junjungan kita Nabi Muhammad dan keluarganya, Istri-istrinya dan sanak keturunannya serta para sahabat yang mulia.

Dengan limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya akhirnya selesailah juga penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu, maka dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dekan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah berkenan memberi waktu dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Masyhudi, BBA dan Drs Hasan Baihaqi AF yang dengan sabar dan ketulusannya telah memberikan bimbingan dan pengarahan untuk tersusunnya penulisan skripsi ini.

3. Bapak Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta dan Bapak Kepala Sub Direktorat Sosial Politik Pemerintah Kotamadya Yogyakarta serta Bapak Camat Kecamatan Danurejan yang telah memberi ijin penelitian, guna mendapatkan data-data yang penulis butuhkan dalam rangka penyusunan skripsi tersebut.
4. Bapak Kepala Stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI) Yogyakarta yang telah menanggapi dan membantu penulis untuk menghubungi bagian Siaran dalam rangka mengumpulkan data yang dibutuhkan dan penunjang untuk tersusunnya skripsi.
5. Bapak Karyawan/karyawati Perpustakaan IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah sudi dan tulus memberikan fasilitas buku-buku acuan untuk penulisan skripsi, serta ayah bunda yang dengan limpahan kasih sayangnya, tak lupa pula ucapan terima kasih kepada istriku tercinta yang dengan rela setia dan sedia memberikan semangat motivasi hingga skripsi ini terwujud.

Harapan penulis semoga jasa amal baik semuanya diterima disisi Allah SWT. serta mendapat balasan yang berlipat ganda dan penuh barokah Taufik dan Hidayah serta inayah Allah semoga tetaplah bersama kita.

Amin Allohmma Amin !

Yogyakarta,

1994

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
 BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Kerangka Pemikiran Teoritik	7
1. Tinjauan Tentang Komunikasi ...	7
2. Tinjauan Tentang Efektivitas ..	12
3. Tinjauan Tentang Televisi	19
4. Tinjauan Umum Tentang Dakwah Islamiyah	22

D. Metode Penelitian	40
1. Pengertian Metode Penelitian ..	40
2. Penentuan Populasi dan Sampel ..	41
3. Tehnik Pengumpulan Data	46
4. Metode Analisa Data	49
 BAB II. GAMBARAN UMUM	51
A. GAMBARAN UMUM KECAMATAN DAÑUREJAN KOTA MADIA YOGYAKARTA	51
1. Topografi	51
2. Luas Daerah	51
3. Keadaan Penduduk	52
4. Sarana Komunikasi	54
5. Faktor Ekonomi	54
6. Faktor Agama dan Sarana Periba - datan	55
B. GAMBARAN UMUM SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM DI TVRI STASIUN YOGYAKARTA ..	56
1. Sejarah Berdirinya Televisi Re - publik Indonesia Stasiun Yogya - karta	56
2. Tujuan Pengadaan Siaran Mimbar Agama Islam	59
3. Bentuk - bentuk Siaran Mimbar Agama Islam	59

BAB	III. LAPORAN PENELITIAN	62
	A. Persiapan Penelitian	62
	B. Pelaksanaan Penelitian	63
	C. Penyajian dan Analisa Data	67
	1. Penyajian Data	67
	2. Analisa Data	67
 BAB	 V. PENUTUP	 97
	A. Kesimpulan	97
	B. Saran - saran	99
	C. Kata Penutup	100

DAFTAR PUSTAKA

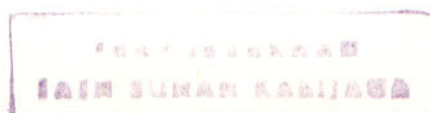
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 2 Jenis Sarana Komunikasi.....	54
Tabel 3 Sarana Perekonomian	55
Tabel 4 Keadaan Pemeluk Agama	56
Tabel 5 Sarana Peribadatan	56
Tabel 6 Siaran Mimbar Agama Islam Merupakan Salah Satu Siaran yang Ditayangkan Di Layar Kaca (Televisi) TVRI, Per - nahkah Saudara Menyaksikan	68
Tabel 7 Bila Ternyata Saudara Menyaksikan Siaran Mimbar Agama Islam di TVRI, Berapa kali Saudara Menyaksikan Siaran Tersebut Dalam Sebulan	70
Tabel 8 Bagaimana Pendapat Saudara dengan Tersiarinya Mimbar Agama Islam di TVRI ?	71
Tabel 9 Siaran Mimbar Agama Islam Ditayang - kan Pada Pukul 19.30 s/d 20.30 WIB. Pada Setiap Kamis Malam, Bagaimana Pendapat saudara ?	72
Tabel 10 Sebelum Siaran Mimbar Agama Islam Dimulai, Terlebih Dahulu Dibacakan	



		Ayat ci Al-Qur'an, Bagaimana Pen - dapat Saudara ?	74
Tabel	11	Siaran Mimbar Agama Islam Sering Di peragakan Dengan Bentuk Sandiwara. Drama atau Fraghmen, Bagaimana Pen - dapat Saudara ?	75
Tabel	12	Acara Siaran Mimbar Agama Islam Bi - asanya Dilengkapi Dengan Qasidahan, Bagaimana Pendapat Saudara ?	77
Tabel	13	Mimbar Agama Islam Terkadang Disam- paikan Dalam Bentuk dialog, Tanya jawab, Bagaimana Pendapat Saudara ..	79
Tabel	14	Bagaimana Tingkat Pemahaman Saudara Dalam Menyaksikan Siaran Mimbar Aga- ma Islam di TVRI ?	80
Tabel	15	Bagaimana Pendapat Saudara Tentang Bobot Materi Dalam Siaran Mimbar Agama Islam di TVRI	81
Tabel	16	Bagaimana Dampak Setelah Penayangan Siaran Mimbar Agama Islam di TVRI ?	82
Tabel	17	Selain Saudara Menyaksikan Siaran Mimbar Agama Islam di Rumah Saudara Siapakah yang Menemani Saudara ? ..	84
Tabel	18	Bagaimana Kondisi Keagamaan ditempat Tinggal Saudara Sekitarnya ?	86

Tabel	19	Bagaimana Jarak Rumah Saudara Dengan Masjid ?	87
Tabel	20	Dalam Sehari Semalam Berapa kali Saudara Melakukan Sembahyang Wajib ?	89
Tabel	21	Dalam Aktivitas Hidup Sehari-hari, Bagaimana Shalat Saudara ?.....	90
Tabel	22	Apakah Saudara sering Shalat berjema'ah di Masjid ?	91
Tabel	23	Apakah Saudara Melaksanakan Shalat Jum'at	92
Tabel	24	Bila Zakat Fitrah Sudah Senisab Apa yang Saudara Lakukan ?	93
Tabel	25	Apakah Saudara Juga Melaksanakan Puasa di Bulan Ramadhan ?	95


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Judul yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah: EFEKTIVITAS SIARAN MIMBAR AGAMA ISLAM MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP MASYARAKAT KECAMATAN DANUREJAN KOTAMADYA YOGYAKARTA.

Untuk menghindari timbulnya interpretasi yang berlainan terhadap judul skripsi ini, maka perlu penulis pertegas terlebih dahulu istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi secara terperinci.

1. Efektivitas.

Efektivitas berarti : ada efeknya (kesan-nya)".¹⁾ Sedang efektivitas yang dimaksud dalam skripsi ini adalah adanya efek, pengaruh atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu tindakan yang dalam hal ini adalah tindakan pesan komunikasi berupa pesan dakwah yang disampaikan melalui media elektronika yaitu televisi dalam acara Siaran Mimbar Agama Islam.

¹⁾W.J.S. Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1984), hal. 1082.

2. Siaran Mimbar Agama Islam.

Adalah salah satu siaran keagamaan yang ditayangkan sekali dalam seminggu yaitu pada Kamis malam (pukul 19.30 - 20.30) oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Yogyakarta yang direlay (merelay) dari Stasiun Pusat Jakarta maupun via pola produksi terpadu.

3. Televisi

Televisi yang dimaksud adalah Televisi Republik Indonesia Stasiun Yogyakarta, Jl. Magelang Yogyakarta 55284. Telp/phone. 4402 - 4403 - 4909.

4. Masyarakat

Masyarakat adalah golongan besar atau kecil dari beberapa orang manusia yang dengan sendirinya dapat bertalian secara golongan dan mempunyai pengaruh kebatinan satu sama lainnya.²⁾

Jadi masyarakat yang penulis maksud dalam skripsi ini adalah masyarakat kecamatan Danurejan yang beragama Islam dengan tingkat pendidikan SLTA sederajat, mempunyai televisi serta pernah (telah) menyaksikan Siaran Mimbar Agama Islam Dari Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Yogyakarta.

Jadi maksud keseluruhan dari pada judul Skrip-

²⁾ Abu Ahmadi, Pengantar Sosiologi. (Solo : Ramadhani, 1984), hal. 26.

si ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan Masyarakat Kecamatan Danurejan yang beragama Islam, berpendidikan SLTA sederajat terhadap Siaran Mimbar Agama Islam yang ditayangkan TVRI Stasiun Yogyakarta dan untuk mengetahui efektif tidaknya siaran tersebut terhadap Masyarakat Kecamatan Danureja khususnya yang beragama Islam serta berpendidikan SLTA sederajat pada periode Januari s/d Desember 1992.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Dakwah merupakan suatu kalimat yang tidak asing lagi didengar di Indonesia yang mayoritas beragama Islam maupun di kalangan umat Islam dunia. Dakwah merupakan suatu upaya dalam mengajak manusia kepada jalan yang benar, dengan menghayati dan mengamalkan ajaran Islam. Upaya ini dilakukan oleh umat Islam dari satu generasi ke generasi berikutnya tanpa mengenal kata berhenti.

Sebagai tindak lanjut maka kita (umat Islam) perlu lebih cermat dalam melihat dan memahami keadaan masyarakat yang sangat kompleks ini agar dakwah berjalan seefektif mungkin. Oleh sebab itu agar dakwah dapat berjalan efektif tentu perlu adanya media (sarana dan prasarana) yang memadai seperti melalui tulisan berupa majalah, buletin, buku-buku maupun melalui media elek-

tronika seperti radio, film maupun televisi.

Untuk media elektronika yang dalam hal ini televisi dilihat dari kuantitasnya, minat dan perhatian masyarakat terhadap televisi begitu nampak, terbukti dengan semakin banyaknya pesawat televisi yang mereka miliki dengan penayangan berbagai macam acara. Sebagaimana yang penulis ketahui pemilikan televisi diwilayah Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta cukup meningkat dan menggembirakan.

Sesuai data monografi bulan desember 1992 di Kalurahan Suryatmajan Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta pemilikan pesawat Televisi penduduk tercatat 775 buah, televisi umum 1 buah dan pemilikan antena parabola 15 buah, Kalurahan Tegal Panggung pemilikan pesawat televisi sebanyak 845 buah, televisi umum 1 buah, dan pemiikan antena parabola 9 buah, sedangkan di Kalurahan Bausasran pemilikan pesawat televisi tercatat 307 buah, televisi umum 1 buah dan antena parabola sebanyak 4 buah. Seperti diketahui bahwa televisi selain jangkauannya luas juga mempunyai kelebihan tersendiri bila dibanding dengan media lainnya. Televisi selain suaranya dapat didengar, gambarnya pun dapat langsung dilihat sehingga dapat dinikmati secara "audio visual" yakni suara dan gambar dapat langsung dinikmati secara bersama. Namun demikian secara kualitas perlu dipertanyakan kembali. "Apakah (dakwah) Siaran Mimbar

Agama Islam yang ditayangkan dilayar kaca (televisi) mendapat tanggapan yang besar sebagaimana meningkatnya pemilikan televisi ?

Sejauh yang penulis ketahui diwilayah Kecamatan Danurejan sudah terdapat sarana dan prasarana dakwah seperti tempat peribadatan, tempat pendidikan Islam, pondok peantren dan sebagainya. Namun demikian tetap disadari bahwa masih ada juga orang-orang yang kurang konsekuen dengan agamanya terutama dari segi pengalamannya.

Untuk ini penulis ingin menelitinya baik itu dari segi tanggapan pemirsa TV ataupun dari segi pesan yang disampaikan dalam siaran mimbar Agama Islam (bagaimana efektif tidaknya) siaran tersebut terhadap masyarakat Kecamatan Danurejan Kotamadya Yogyakarta.

C. RUMUSAN MASALAH

Berpijak dari latar masalah di atas dapat dirumuskan batasan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan masyarakat kecamatan Danurejan Kotamadya Yogyakarta terhadap Siaran Mimbar Agama Islam yang disampaikan melalui televisi ?
2. Bagaimana efektivitas siaran Mimbar Agama Islam melalui media televisi terhadap masyarakat Islam di Kecamatan Danurejan Kotamadya Yogyakarta ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat Kecamatan Danurejan Kotamadya Yogyakarta terhadap Siaran Mimbar Agama Islam melalui Televisi ?
2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas Siaran Mimbar Agama Islam melalui media televisi terhadap masyarakat Kecamatan Danurejan Kotamadya Yogyakarta dengan tolok ukur pemahaman (pengetahuan), penerimaan (sikap), dan pengalaman (prilaku).

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil dari penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kegunaan seperti :

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pengelola Siaran Mimbar Agama Islam yang dalam hal ini para dai (juru dakwah), guna mengembangkan pengetahuan dan memanfaatkan media komunikasi masa yang dalam hal ini Televisi sebagai media dakwah seefektif mungkin.
2. Sebagai referensi bagi para peminat dalam bidang yang sama pada aspek yang lain.
3. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh derajat Sarjana Strata Satu (S-1) dalam bidang Ilmu Dakwah pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

F. KERANGAKA PEMIKIRAN TEORITIK

1. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi Komunikasi berasal dari bahasa latin "Communication" yang berarti sama, yang dimaksud sama dalam menafsirkan suatu hal atau berasal dari kata Communicare yang berarti partisipasi.³⁾

Komunikasi dapat berlangsung apabila orang-orang yang terlibat dalam komunikasi kesamaan makna terhadap suatu hal yang dikomunikasikan. atau dengan kata lain seseorang yang berkomunikasi berarti mengharapkan agar orang lain ikut berpartisipasi/bertindak sesuai dengan harapan dan tujuan atau isi pesan yang disampaikan.

Drs. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Radio Siaran Teori dan praktek mengatakan :

Komunikasi adalah proses penyampaian lambang yang mengandung pengertian sama dari komunikator kepada komunikan baik dengan maksud agar dimengerti maupun agar berubah tingkah lakunya.⁴⁾

b. Proses Komunikasi

³⁾Toto Tamsoro, Komunikasi Dakwah.., (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987), hal 11.

⁴⁾Onong Uchjana Effendy, Radio Siaran Teori dan Praktek (Bandung : PN Alumni 1983), Hal 6.

Proses komunikasi dimaksudkan suatu proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung suatu arti tertentu, sedang proses yang menggunakan media yang dioperasikan adalah pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti melalui media TV-Radio-Pers.

Proses komunikasi dipergunakan adalah guna mencapai suatu tujuan atau setidaknya menuju tujuan yang lebih dekat.

Menurut Skinner bahwa : "Komunikasi akan berlangsung selama orang merasakan keuntungan yang dapat diperolehnya dari suatu komunikasi, baik itu materi maupun non materi".⁵⁾

Keuntungan tersebut adalah merupakan suatu hal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan pribadi atau sosial.

Proses komunikasi menurut Onong Uchjana effendi terbagi dalam dua tahapan yaitu secara primer dan secara sekunder :

1. Proses komunikasi secara Primer adalah :
 "Proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media, lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiat, isyarat, gambaran, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran dan atau perasaan

⁵⁾Phil Astrid S. Susanto. Komunikasi dalam Teori dan Praktek I, (Bandung PT. Rindang Mukti, 1977), hal. 41.

komunikator kepada komunikan".

2. Proses komunikasi secara Sekunder adalah :
 "Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah mamakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, dikarenakan komunikan yang menjadi sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak, surat, telepon, TV, Teleks, Surat kabar, radio, majalah, Film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi".⁶⁾

Menurut Harold Laswel bahwa Komunikasi yang baik meliputi lima unsur pokok yaitu :

- a. Komunikator (Communicator, source, sender)
- b. Pesan (Message)
- c. Media (Chanel-Media)
- d. Kommunikant (Communicant, Communicate, Receiver, Recepent)
- e. e f e k (Efek, Influence).⁷⁾

Berdasarkan lima unsur komunikasi di atas maka dapat dikatakan bahwa : komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator dengan menggunakan media atau alat yang menimbulkan efek tertentu.

Dalam proses komunikasi kesamaan arti atau makna merupakan faktor yang paling utama yang

⁶⁾ Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung : Remaja Karya, 1986), hal. 11.

⁷⁾ Ibid., hal. 13.

harus dipegang komunikator, sebab tanpa ada kesamaan arti atau makna, komunikasi tidak dapat berlangsung.

Wibur Schram mengatakan bahwa . "komunikasi dapat dikatakan komunikatif atau berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator sesuai dengan pengalaman atau pengertian yang diterima komunikan".⁸⁾

c. Bentuk-bentuk Komunikasi

Berdasarkan bentuk dan jumlahnya maka komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 3 bentuk :

1. Komunikasi antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara 2 (dua) orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi ini dapat berlangsung dengan berhadapan atau menggunakan alat atau media.⁹⁾ Ciri khusus dari bentuk ini adalah sifatnya dua arah sehingga antara komunikator dan komunikan dapat saling berganti fungsi. Karena sifatnya inilah komunikasi dalam bentuk ini dianggap

⁸⁾ Onong Uchyana Effendi, Dimensi-dimensi Komunikasi, (Bandung : Alumni 1986), hal. 34.

⁹⁾ Ibid., hal. 48.

paling efektif dalam upaya merubah tingkah-laku, sikap dan pendapat dari komunikan.

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator dengan sejumlah orang dalam bentuk kelompok. Kelompok ini dapat berbentuk kecil maupun besar, akan tetapi hitungan eksact tidak bisa dijadikan patokan dalam menetapkan¹⁰⁾ Bentuk komunikasi ini juga ampuh untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku komunikan, karena dalam bentuk ini masih bisa dimungkinkan terjadinya komunikasi antar personal, sehingga apabila terjadi diskomunikasi dapat diubah oleh komunikator.

3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah radio, televisi yang ditujukan kepada umum dan film-film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop.¹¹⁾

Komunikasi itu menurut Santoso Sastropetro mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

¹⁰⁾ Ibid., hal. 55.

¹¹⁾ Ibid., hal. 59.

mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a). Komunikasi ditujukan kepada orang banyak sebagai komunikan.
- b). Komunikator merupakan suatu organisasi, lembaga atau orang dilembagakan.
- c). Komunikasi dilakukan serentak.
- d). Pesannya bersifat umum.
- e). Media yang digunakan adalah media massa yang artinya bisa menjangkau sekaligus orang banyak.
- f). Umpan balik (feed back).¹²⁾

2. Tinjauan Tentang efektivitas.

a. Pengertian Efektivitas

Efektivitas menurut etimologi berasal dari kata "efektif" yang berarti : ada efeknya.¹³⁾

Adapun pengertian efektivitas menurut terminologi atau istilah ada banyak definisi sebagaimana dikemukakan para ahli antara lain; menurut Emerson efektivitas adalah : "Effectiveness is measuring in term of Attaining prescribed geals of objectives". (efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran yang telah di tentukan sebelumnya.¹⁴⁾

Auren Uris, mendefinisikan "Effektivenes relates to result achicved" yang artinya effekti-

12) H.M. Kholili, Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta : UD Rama, 1988), hal. 25.

13) WJS. Poerwodarminto, Op.Cit., hal. 1082.

14) Soewarno Hadiningrat, Pengantar Study Ilmu Administrasi dan Manajemen (Jakarta : Gunung Agung, 1980), hal. 16.

vititas adalah yang berhubungan dengan hasil-hasil yang dicapai.¹⁵⁾

Moh Nazir memberikan pengertian efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target kualitas, kuantitas, waktu yang dicapai telah usai. Kualitas dan kuantitasnya telah tercapai sesuai target yang dikehendaki.

"Efektivitas berorientasi kepada output dan kurang memperhatikan masalah input. Efektivitas mencakup mutu output dan pencapaian tujuan serta kepuasan kelompok target".¹⁶⁾

Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss, dikutip oleh Jalaludin Rakhmat memberi pengertian efektivitas dari sudut pandang Komunikasi yaitu suatu komunikasi dipandang efektif apabila komunikasi tersebut menimbulkan 5 (lima) hal yaitu :

- 1) Pengertian, artinya penerimaan yang cermat dari isi stimulasi seperti yang dimaksudkan komunikator
- 2) Kesenangan, artinya tidak semua komunikasi ditujukan untuk mencapai informasi dan membentuk pengertian, melainkan mengupayakan orang agar merasa senang.
- 3) Pengaruh pada sikap proses mempengaruhi pendapat sikap maupun tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang

15) The Liang gie, Efisiensi Kerja Bagi Pembangunan Negara, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1981), hal. 36.

16) Moh. Nazir, Efektivitas dalam Pembinaan Masyarakat Industri (Banda Aceh : MUI, 1987), hal. 4

tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri (Komunikasi persuasip).

- 4) Hubungan sosial yang makin baik, artinya kita bergabung dan menghubungkan diri dengan orang lain, ingin mengendalikan dan dikendalikan, ingin mencintai dan dicintai dengan demikian dapat menimbulkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam interaksi dan asosiasi (incluation) pengendalian dan kekuasaan (control) cinta dan kasih sayang (afection).
- 5) Tindakan artinya, efektifitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan oleh komunikasi.¹⁷⁾

Berdasarkan definisi-definisi yang dikemukakan para ahli tersebut di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa pengertian efektivitas adalah menyangkut ukuran dari hasil yang dicapai dengan tujuan yang ditentukan sebelumnya.

Suatu proses komunikasi akan dapat dikatakan efektif apabila pesan-pesan yang disampaikan komunikator dapat diterima oleh komunikan sehingga akan terjadi komunikasi yang baik yang dapat mengakibatkan perubahan perilaku komunikasi.

Sebagaimana nama judul skripsi ini, maka untuk mencapai (komunikasi efektif), efektivitas Siaran Mimbar Agama Islam melalui Media Televisi diperlukan kriteria pengukuran yang antara lain hal itu dapat diukur dengan 3 (tiga) faktor sebagai berikut.

¹⁷⁾Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung : Remaja karya, 1986), hal. 17 - 19.

- a. Materi dakwah (pesan yang disampaikan) dapat dipahami.
- b. Materi dakwah (pesan yang disampaikan) dapat diterima.
- c. Materi dakwah (pesan yang disampaikan) dapat diamalkan.

Sebagaimana Jalaludin Rakhmat mengemukakan perihal efek komunikasi massa lewat pesan yang disampaikan dibagi dalam tiga aspek pengukuran yaitu :

- 1) Efek Kognitif
Terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak (berkaitan dengan tranmisi pengetahuan, ke-trampilan kepercayaan atau informasi.
- 2) Efek Afektif
Timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci halayak. Efek ini ada hubungan dengan emosi, sikap dan nilai.
- 3. Efek Behavioral
Efek behavioral ini menunjukkan pada perilaku nyata yang dapat diamati melalui pula tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku.¹⁸⁾

Dari beberapa teori yag dikemukakan para ahli di atas dapat penulis ambil kesimpulan bahwa ukuran (tolok ukur) dalam penelitian ini adalah dengan adanya dampak, pengaruh, atau perubahan baik itu pengetahuan (pemahaman), sikap (peneri-

¹⁸⁾ Ibid., hal. 216.

maan) atau perilaku nyata masyarakat (lulusan SLTA sederajat) yang beragama Islam di Kecamatan Danurejan Kota Madaia Yogyakarta.

Dengan bertambahnya pengetahuan maka akan timbul dalam diri (responden) suatu perilaku tertentu, misalnya senang atau tidak senang tertarik atau tidak tertarik, setuju atau tidak setuju terhadap (pesan dakwah) dalam Siaran Mimbar Agama Islam melalui TVRI, kalau ternyata mereka merasa terpanggil untuk menjalankan suatu tindakan yang dikehendaki oleh isi pesan yang disampaikan dalam Siaran Mimbar Agama Islam, maka akan dapat terlihat perubahan tingkah lakunya.

Rasanya memang agak sulit untuk mengetahui efektivitas (keberhasilan) secara cepat dan jitu, sebab perubahan yang terjadi dalam komunikasi, memerlukan proses panjang.

Suatu cara yang biasa digunakan untuk mengetahui fase-fase perubahan yang terjadi pada diri komunikan, adalah sebagai berikut :

- 1) Fase pertama, seorang komunikan telah mengenal keadaan dirinya mengenal potensi-potensi yang ada pada dirinya mengenal kelemahan dan kelebihannya bila dihubungkan dengan isi pesan telah menemukan gambaran kesulitan untuk memenuhi isi pesan. Telah menemukan cara-cara yang paling mudah untuk dapat meraih seperti isi pesan yang dapat diterima dan akhirnya sampailah pada keputusan bahwa isi pesan itu

merupakan sesuatu yang mudah/dapat diupayakan dalam mencapainya.

- 2) Fase kedua, timbul perilaku sesuai dengan motivasi yang ada yaitu upaya meraih sesuatu sesuai isi pesan yang pernah diperoleh sebagai tercermin dalam mengupayakan cita-cita, ide-ide yang telah tertanam sebagai aspek kepribadian yang menjadi miliknya.
- 3) Fase ketiga, seorang komunikan merasakan kenikmatan hasil dari jerih payahnya dalam meraih cita-cita yang didambakan itu, sehingga dalam hal ini secara pribadi timbul ekspresi senang, gembira, dan merasa sejahtera dalam hidupnya.¹⁹⁾

b. Faktor-faktor yang Menimbulkan efek

Efek adalah "Pengaruh yang ditimbulkan oleh suatu tindakan penyampaian pesan".²⁰⁾

Efek yang dimaksud adalah perubahan pada apa yang dipahami dan dalam perubahan sikap pada apa yang disenangi.

Donald K. Robert mengemukakan bahwa "Efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa karenanya fokus pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan dengan media massa".²¹⁾

Mc. Quail menerangkan pada penelitian efek sebagai berikut :

18) Ibid., hal. 216.

19) Drs. H.M. Kholili, Op. Cit., hal. 27.

20) Drs. H.M. Kholili, Op. Cit., hal. 26.

- Ada kesepakatan bila efek terjadi; efek itu sering kali berbentuk peneguhan dari sikap pendapat yang ada.
- Sudah jelas bahwa efek berbeda-beda tergantung pada prestise atau penilaian terhadap sumber komunikasi.
- Makin sempurna komunikasi massa makin besar kemungkinan perubahan pendapat, ditimbulkan atas dasar arah yang dikehendaki.
- Sejauh mana persoalan dianggap penting oleh khalayak akan mempengaruhi kemungkinan pengaruh media massa efektif dalam menimbulkan pergeseran yang berkenaan dengan persoalan yang tidak dikenal, tidak begitu dirasakan dan tidak begitu penting.
- Pemilihan dan penafsiran isi oleh khalayak orang dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan oleh norma kelompok.
- Sudah jelas bahwa struktur hubungan intern persoalan pada kelompok mengatur arus isi komunikasi dan membentuk efek yang terjadi.²²⁾

Faktor luar yang mempengaruhi tingkah laku masyarakat adalah alat komunikasi; seperti majalah, surat kabar, Radio, Televisi, buku dan lain-lainnya. Namun pengaruh dari luar diri manusia ini belum cukup untuk menyebabkan berubahnya sikap dan terbentuknya sikap baru. Faktor lain yang turut memegang peranan ialah faktor intern di dalam diri pribadi manusia itu sendiri, daya pikirnya, atau minat perhatian itu sendiri untuk menerima dan mengolah pengaruh yang datang dari

²²⁾ Jalaluddin Rakhmat, MSc., Op. Cit., hal. 190

luar dirinya. Dan faktor-faktor lain yang sudah terdapat dalam pribadi manusia itu sendiri. Jadi dalam pembentukan dan perubahan sikap itu dapat terjadi karena adanya faktor intern dan ekstern.

c. Pengaruh Televisi pada Pembentukan Sikap

Televisi sebagai media komunikasi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan sikap. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya. Televisi membawa pesan-pesan yang berisi pengaruh yang dapat mengarahkan seseorang.

Adanya informasi baru mengenai suatu hal memberi landasan atas pengetahuan bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

Apabila pengaruh cukup kuat, maka akan memberikan dasar efektif dalam menilai sesuatu hal, sehingga terbentuknya arah sikap tertentu. Arah sikap yang telah terbentuk oleh isi pesan yang disampaikan melalui Televisi yang dalam hal ini oleh Siaran Mimbar Agama Islam melalui media Televisi akan mendorong komunikan (Responden) untuk mewujudkannya baik berupa tanggapan maupun tingkah laku lainnya.

3. Tinjauan Tentang Televisi.

a. Pengertian Televisi

Televisi berasal/terdiri dari istilah "Tele" yang berarti jauh dan "Visi" yang berarti

penglihatan.

Dari segi jauh telah diusahakan oleh radio sedangkan dari segi penglihatan telah diusahakan oleh gambar atau film.

Dari kedua bentuk ini bila disatukan disebut media elektronika "Audio Visual" sebab keduanya yaitu suara dan gambar dapat dilihat dan didengar secara bersamaan.

Sebagaimana Onong Uchjana Seffendi.

"Yang dipancarkan oleh pemancar televisi selain suara juga gambar tanpa gambar bukanlah televisi lagi namanya Tak ada gambar tak mungkin ada apa-apa yang dilihat, penonton supaya dapat menikmati siaran televisi kalau televisi tadi memancarkan gambar. Jadi televisi merupakan perpaduan antara dua macam media yang disatukan yaitu radio dan film.²³⁾"

Antara keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan. Apabila disebut sebagai televisi, tapi dari segi media yakni antara radio dan film itu sendiri memiliki pengertian masing-masing yang berbeda.

JB. Wahyudi dalam buku Media Komunikasi Massa Televisi menggambarkan tentang kelebihan media televisi dibandingkan media massa lainnya,

yaitu sebagai berikut :

Televisi sebagai media massa mempunyai banyak kelebihan dalam penyampaian pesan-pesannya dibanding dengan media massa lainnya, karena

²³⁾ Onong Uchjana Effendi, *Op. Cit.*, hal. 170.

pesan-pesan yang disampaikan melalui gambar dan suara secara bersama-sama (singkron) dan hidup sangat cepat (aktual) terlebih lagi dalam siaran langsung (life broadcast) dan dapat menjangkau ruang yang sangat luas, juga dapat mencapai massa pemirsa yang sangat banyak dalam waktu yang relatif singkat.²⁴⁾

Televisi sebagai media massa atau media Komunikasi akan dianggap "efektif apabila paling tidak menimbulkan lima hal yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan".²⁵⁾

Proses komunikasi dalam media Televisi pada hakekatnya adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang dari benak dan perasaannya ialah merupakan keyakinan.

b. Televisi sebagai Media Dakwah

Sebagaimana kita ketahui bahwa televisi adalah merupakan alat komunikasi massa yang bersifat "Audio Visual" yang dikemas dari dua media massa yakni radio dan film. Selain fungsinya sebagai sarana penyampai berita atau hiburan juga sebagai fungsi pendidikan.

Televisi sebagai alat komunikasi massa telah dapat dibuktikan kemampuannya dalam menjalankan fungsi, selain fungsinya sebagaimana

²⁴⁾ TB. Wahyudi, Media Komunikasi Massa Televisi, (Bandung : Alumni 1980), hal. 3

²⁵⁾ Drs. Jalaluddin Rakhmat, MSc., Op. Cit., hal. 14.

disebutkan di atas bahkan kini Televisi cukup mempunyai arti untuk menyampaikan pendidikan Islam atau dengan kata lain kini televisi dapat digunakan para juru dakwah dan lembaganya untuk mendukung kegiatan dalam usaha menegakkan siar Islam.

Televisi sebagai media Dakwah tentunya harus didukung oleh program yang lebih menarik perhatian dan isi siarannya dapat lebih dipahami oleh pemirsa dari kalangan manapun.

Televisi kini banyak dimiliki rumah-rumah penduduk sebagaimana di wilayah Kecamatan Danurejan Kota Madia Yogyakarta, yang mempunyai pesawat televisi jumlahnya cukup menggembirakan, sehingga karenanya banyak pula menyaksikan siaran Televisi baik siaran televisi secara umum maupun siaran Mimbar agama Islam, sebagaimana yang disiarkan TVRI pada setiap Kamis malam itu.

4. Tinjauan Umum Tentang Dakwah Islamiyah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi (menurut segi bahasa) dakwah dapat diartikan "mengajak, menyeru dan memanggil".²⁶⁾ Dari pengertian etimologi di atas, maka jelas dakwah mempunyai pengertian yang luas,

²⁶⁾H. Masdar Hilmy, Dakwah dalam Alam Pembangunan, (Semarang : CV. Toha Putra, 1973), hal. 31.

sebab ajakan itu dapat dilakukan dalam berbagai bentuk dan sifatnya. Dakwah dapat diartikan ajakan atau panggilan kepada umat manusia agar mengikuti atau menganut suatu pendapat ajaran tertentu. Dakwah juga mempunyai pengertian sebagai upaya/perubahan-perubahan situasi yakni dari situasi jelek, buruk kepada yang baik, dari kemungkaran kepada makruf.

Pengertian dakwah di atas sesuai dengan firman Allah:

Artinya:

Allah menyeru (manusia ke Darussalam (syurga). (Q.S. Yunus : 25).²⁷⁾

Maksud ayat tersebut, Allah Swt. senantiasa menyeru, mengajak, menghendaki (manusia) kepada jalan yang lurus, kebenaran sesuai dengan apa yang telah digariskan-Nya, dengan tuntunan firman-firman-Nya.

Menurut M. Syafaat Habib, Dakwah adalah :

Usaha untuk merubah tingkah laku manusia dari jalan kesesatan ke jalan yang lurus sesuai

²⁷⁾ Mahmud Yunus, Tafsir Qur'an Karim, (Jakarta : PT. Hida Karya Agung, 1986) hal. 294.

petunjuk Allah Swt dengan berbagai cara, baik lisan, kontek perbuatan, iyarat, ikhsar, diam sekalipun, maupun cara-cara yang lain yang efektif.²⁸⁾

Menurut terminologi (istilah) dakwah Islam dapat diartikan:

Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.²⁹⁾

Senada dengan istilah dakwah di atas, Syah Ali Mahfuzh mengemukakan definisi sebagai berikut :

حَثُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْإِهْذَاءِ بِالْمَعْرُوفِ
وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَقُونَ بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ
وَالْآجِلِ

Artinya:

Dakwah adalah mendorong (memotivisir) manusia melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, memerintah mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.³⁰⁾

Dari beberapa definisi mengenai dakwah yang dikemukakan para ahli, baik itu dakwah menurut bahasa ataupun istilah dapatlah penulis simpulkan

28) Syafaat Habib, Buku Pedoman Dakwah (Jakarta : Wijaya, 1982), hal. 87.

29) Toha Yahya Umar, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Wijaya, 1971) hal. 1

30) M. Masyhur Amin, Metode Dakwah Islam (Yogyakarta : Sumbangsih, 1980), hal. 15.

bahwa dakwah adalah menyampaikan suatu kebenaran dengan mengajak atau menyeru kepada orang lain baik itu perorangan maupun kelompok masyarakat secara bijaksana guna memahami, meyakini dan mengamalkan ajaran Islam demi memperoleh kebahagiaan di dunia dan terlebih lagi di akhirat.

Dalam pelaksanaannya wujud dakwah dapat berupa ucapan, tulisan gambar, sikap, pelayanan serta perbuatan menurut tingkah kemampuan atau kesanggupan manusia yang melaksanakannya. Usaha dakwah tersebut meliputi berbagai aspek kehidupan manusia, sehingga dalam arti yang luas dakwah mencakup semua aktivitas yang bertujuan untuk membawa peningkatan kepada orang menjadi sasaran dakwah.

b. Dasar dan Tujuan Dakwah

Melaksanakan amar makruf nahi munkar di tengah-tengah masyarakat adalah merupakan kewajiban bagi setiap muslim (laki-laki maupun perempuan) guna lebih tersiarnya agama Islam.

Dasar hukum dakwah sebagaimana yang tercantum dalam kitab suci Al-Qur'an, dimana Allah Swt. berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ
هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya:

Hendaklah ada diantara kamu umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh dengan makruf (yang baik-baik) dan melarang dari yang mungkar, dan mereka itulah yang menang.³¹⁾

Juga dalam surat at-Taubah, ayat 71 Allah

SWT berfirman :

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضُهُمْ يَتَخَرَّجُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيُخْفُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ

Artinya :

Orang yang beriman laki-laki dan orang yang beriman perempuan setengahnya menjadi wali bagi yang lain. Mereka menyuruh dengan yang makruf dan melarang dari yang mungkar ...³²⁾

Dari kedua ayat di atas jelaslah sudah bahwa dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim dan tentu saja sesuai dengan kadar kemampuannya, sebagaimana Nabiullah Muhammad SAW bersabda :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِيعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِيعْ فَبِإِصْبَعِهِ فَرَأَى

Barang siapa diantara kamu melihat suatu kemungkaran hendaklah ia mengubah dengan

³¹⁾ Mahmud Yunus, *Op. Cit.*, hal. 104.

³²⁾ *Ibid.*, hal. 275.

tanggannya, apabila tidak mampu maka dengan lisannya, apabila juga tidak mampu maka dengan hatinya dan itulah iman yang paling lemah.³³⁾

Sesuai dengan arti dakwah itu sendiri, maka dakwah Islam bertujuan agar manusia mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akherat. Sebagaimana menurut Rosyad Shaleh : " Tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai Allah Swt".³⁴⁾

Tujuan tersebut di atas adalah tujuan yang bersifat final. Sedangkan tujuan operasional dakwah (kegiatannya), menurut H. Adnan Harahap adalah :

- a) Sifat yang antipati menjadi antipati
- b) Sikap yang ragu menjadi yakin
- c) Sikap mulai yakin berubah menjadi kenal yakin
- d) Tingahlaku malas dan acuh tak acuh berubah menjadi rajin dan antusias baik dalam pengertian ibadah maupun muamalah
- e) Dari rasa keterpaksaan berubah menjadi kesadaran dan keinsyafan pribadi serta timbul rasa memiliki
- f) Tingkah laku yang rajin dan teratur meningkat terus secara kualitatif (dari kualitas menjadi kuantitas)
- g) Memelihara sikap dan tingkah laku yang sudah dihasilkan sebelumnya agar tidak mundur kembali (memelihara kontinuitas)
- h) Sikap penerima dakwah berubah secara kuan-

³³⁾H. Masydar Helmy, Dakwah dalam Alam Pembangunan, (Semarang : CV. Toha Putra, 1973), hal.27

³⁴⁾A. Rosyad Shaleh, Manajemen Dakwah Islam, (Jakarta : Bulan Bintang, 1977), hal. 31.

- titatif menjadi pemberi dakwah
 i) Dari pemberi dakwah menjadi penanggung jawab dan kelangsungan kegiatan dakwah.³⁵⁾

Dengan tujuan operasional ini maka jelas pula bagi kita umat Islam bahwa sasaran utama dari dakwah adalah tercapainya tujuan final (kemaslahatan dunia dan akhirat).

c. Unsur-unsur Dakwah

1. Subyek Dakwah

"Yang dimaksud subyek dakwah adalah orang yang melakukan tugas-tugas dakwah yang sering juga disebut dengan mubaligh.³⁶⁾ Sebagaimana terungkap bahwa dakwah adalah kewaiban bagi setiap muslim, maka setiap muslim itu sendiri adalah mubaligh, dalam batas-batas kemampuan tertentu dan dengan demikian setiap muslim berfungsi sebagai dai pada waktu tertentu dan sebagai obyek dakwah pada waktu yang lain.

Pada prinsipnya dakwah adalah kewajiban setiap manusia, meski tidak sama kadar keilmuannya, namun yang penting setiap muslim (haruslah) mempunyai rasa tanggung jawab yang sama untuk bersyiar Islam. Untuk suatu dakwah yang ideal (dakwah yang terencana dibutuhkan

³⁵⁾H. Moh. Adnan Harahap, Dakwah Dalam Teori dan Praktek Suatu Penulisan Deskriptif (Yogyakarta : Sumbang-sih Offset, t.t.), hal. 53 - 54.

³⁶⁾H. Masdar Helmy, Op. Cit., hal. 47.

dai/mubaligh yang ideal pula), dalam arti dai harus mampu dan berkemampuan lebih baik (mumpuni) daripada muslim lainnya demi keberhasilan dakwah Islam tersebut. Hal ini mutlak diperlukan, sebagai dalam banyak hal keberhasilan dakwah sangat bergantung kepada faktor dai, yang menyampaikan materi dakwah kepada obyeknya.

Masdar Helmy mengemukakan empat syarat yang harus dimiliki seorang dai bagi keberhasilan dakwah yang dikehendaki sebagai berikut :

- a) Menguasai tentang isi Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. serta hal-hal yang berhubungan dengan dinnul Islam.
- b) Mengetahui bahkan sebaliknya menguasai Ilmu Pengetahuan yang ada hubungannya dengan ilmu sejarah, perbandingan agama, ilmu jiwa, ilmu sosial, bahasa dan lain-lain.
- c) Berpribadi taqwa kepada Allah SWT. dan menjalankan segala yang menjadi keharusan seorang muslim.
- d) Bertaqwa yang sesuai dengan garis-garis dinnul Islam.³⁷⁾

2. Obyek Dakwah

Yang dimaksud obyek dakwah adalah semua orang yang menjadi anggota masyarakat (kelompok sosial) baik laki-laki maupun perempuan,

³⁷⁾ Masydar Halmy, Op. Cit., hal. 49.

tua, muda, miskin, kaya, besar, kecil, yang sudah Islam maupun yang belum masuk Islam.

Mengenai obyek dakwah di samping harus diperhatikan mengenai umur, jenis kelamin, ekonomi, juga harus diperhatikan jenis pekerjaan, pendidikan, geografi dan sebagainya. Karena itu semua akan mempengaruhi sikap dan tingkahlaku, cara hidup dan cara berpikirnya, masyarakat (sebagai obyek dakwah).

Agar dakwah bisa relevans terhadap sasarannya, maka materi dakwah haruslah disampaikan sesuai kemampuan mereka, keinginan dan problema yang sedang mereka hadapi. Dengan demikian insya Allah dakwah Islam akan semakin hidup dan merupakan suatu hal yang menyenangkan bagi kehidupan manusia (karena sebagian keinginan mereka terpenuhi).

Adapun obyek dakwah berupa masyarakat manusia dapat diklasifikasikan menurut derajat berpikirnya, menjadi 3 (tiga kelompok) yaitu :

- a. Umat yang berpiki kritis : Tergolong orang-orang yang berpengalaman. Orang-orang yang dapat dipengaruhi jika pikirannya menerima dengan baik. Golongan ini sebelum menerima sesuatu biasanya berpiki secara mendalam dan tidak mudah menelan begitu saja apa yang dikemukakan kepadanya. Dapat juga umat yang rasional.
- b. Umat yang mudah dipengaruhi : suatu ma-

syarakat yang gampang dipengaruhi oleh paham baru (sugestible) tanpa menimbang-nimbang secara matang apa yang dikatakan kepadanya. Apa yang dilakukan oleh orang banyak dengan mudah diikuti tanpa memikirkan benar atau salahnya. Golongan ini dapat dimasukkan dalam kategori umat yang irasional.

- c. Umat yang bertaklid : yakni golongan yang fanatik buta berpegang kepada tradisi dan kebiasaan turun-temurun. Yang dipandang benar hanyalah kebiasaan yang diwarisi dari nenek moyangnya, sebaliknya segala yang bertentangan dengan tradisi nenek moyang dianggap salah. Ada pula orang yang bertaklid suatu faham atau pendirian itu. Argumentasi yang luas tidak diterima walaupun nyata-nyata benar.³⁸⁾

Maka dari itu sebagai bekal dai hendaknya melengkapi pengetahuan dan pengalaman yang erat hubungannya dengan masalah kemasyarakatan.³⁹⁾

Sedangkan dari segi keimanannya obyek dakwah dibagi dalam dua golongan yaitu :

- a. Ummat Ijabah : yaitu sasaran dakwah yang telah masuk Islam.
- b. Ummat Dakwah : yaitu sasaran dakwah yang belum masuk Islam.

Kewajiban subyek dakwah kepada umat ijabah adalah berusaha memelihara agamanya,

³⁸⁾Hamzah Ya'kub, Publisitik Islam Tehnik Dakwah dan Leadership, (Bandung : CV. Diponegoro, 1973), hal. 33.

³⁹⁾Asymuni Syukir, Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam. (Surabaya : Al-Ikhlash, 1983), hal. 24.

memurnikan agamanya. Sedangkan kewajiban kepada umat dakwah adalah berusaha sampai mereka menerima Islam, minimal mengetahui dan tidak memusuhi.⁴⁰⁾

3. Materi Dakwah

Yang menjadi materi dakwah yaitu semua bahan dan sumber yang dapat dipergunakan untuk berdakwah. sedangkan materi dakwah Islam dapat diklasifikasikan menjadi "materi yang bersifat teoritis dan materi yang bersifat praktis".⁴¹⁾

Materi yang bersifat teoritis yaitu petunjuk-petunjuk tuntutan-tuntutan dan hukum-hukum yang berlaku dalam kehidupan manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sedangkan materi yang bersifat praktis yaitu berupa kegiatan apa saja yang berjiwa dan berbentuk amar makruf nahi munkar dengan segala prosedur, metode, tehnik, dan perlengkapannya yaitu untuk merealisasikan dan memperjuangkan isi yang bersifat teoritis sebagai ideolo-

⁴⁰⁾ Sukriyanto, Abdul Munir Mulkan, Perkembangan Pemikiran Muhammadiyah dari Masa ke Masa, (Yogyakarta : Dua Dimensi, 1985), hal. 289.

⁴¹⁾ H. Masdar Helmy, Op. Cit., hal. 9.

gi dakwah Islam.⁴²⁾

Dengan kata lain materi dakwah adalah pesan-pesan yang disampaikan dalam kegiatan dakwah, pesan-pesan tersebut bersumber Al-Qur'an dan Hadits. Materi ini disampaikan kepada manusia baik sebagai individu ataupun kelompok.

Menurut Masyhur Amin, ajaran-ajaran agama Islam dibagi menjadi tiga bagian :

- a. Keyakinan atau aqidah, yang berintikan keimanan kepada Allah, Malaikat, Kitab-kitab, Nabi dan Rosul, adanya hari pembalasan, Qodlo dan qodar serta masalah lain yang berkaitan dengan pokok-pokok keimanan.
- b. Hukum-hukum atau syariah, yang meliputi ibadah kepada Allah dan dalam hubungan manusia dengan sesama dan dengan lingkungan sekitar.
- c. Akhlak atau moral, materi ini merupakan pendidikan jiwa seseorang agar dapat bersih dari sifat-sifat yang tercela dengan dihiasi sifat yang terpuji.⁴³⁾

Tiga hal sebagaimana dikemukakan Masyhur Amin di atas merupakan satu kesatuan, dimana satu dengan yang lainnya saling terkait untuk saling melengkapi dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain.

⁴²⁾ Abu Tauhid MS., Dakwah Islam dan Moralitas Bangsa Indonesia (Yogyakarta : Al-Jami'ah No. 4/5), hal. 62.

⁴³⁾ Manshyur Amin, Op. Cit., hal. 17 - 21.

Dari pengertian di muka, maka sudah jelas bahwa dakwah dapat dilaksanakan dalam berbagai aspek kehidupan manusia dengan media untuk mencapai pesan dakwah. Media yang dimaksud adalah media lisan, tulisan atau yang lainnya.

Penyampaian dakwah melalui tulisan dapat berupa surat kabar, majalah, brosur, pamflet. Pesan-pesan itu dapat berupa atau bersifat pembinaan dan pengembangan, sesuai dengan masyarakat awam dan bersifat pembinaan pada masyarakat Islam khususnya. Di dalam penyampaian dakwah melalui media massa materi dakwah merupakan unsur yang sangat penting maka dibutuhkan penyampaian materi dakwah sebagai pesan komunikasi agar pesan tersebut memperoleh tanggapan (hasil sebagaimana yang dikehendaki. Menurut Wilbur Schramm ada empat hal yang harus dikondisikan dalam isi pesan komunikasi :

- 1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhannya itu.

- 4) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.⁴⁴⁾

Alan H. Monroe menyarankan lima langkah dalam penyusunan pesan agar efektif dalam penyampaian lewat media massa :

- 1) Attention (perhatian)
- 2) Need (kebutuhan)
- 3) Satisfaction (pemuasan)
- 4) Visualization (Visualisasi)
- 5) Action (tindakan)

Bila ingin mempengaruhi orang lain rebutlah terlebih dahulu perhatiannya, selanjutnya bangkitkanlah kebutuhannya, berikan petunjuk bagaimana cara memuaskan kebutuhan itu, gambarkan dalam pikirannya, keuntungan dan kerugian apa yang akan diperoleh bila ia menerapkan atau tidak menerapkan gagasan pesan dan akhirnya doronglah ia untuk bertindak sesuai isi pesan.⁴⁵⁾

Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah lebih dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikasi dengan memperhatikan 5 imbauan yang dianggap efektif dalam penyampaiannya :

- 1) Imbauan rasional, artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti.

⁴⁴⁾H.M. Kholili, Op. Cit., hal.28.

⁴⁵⁾Jalaluddin Rakhmat, Op. Cit., hal. 336.

- 2) Imbauan emosional, artinya menggunakan pernyataan-pernyataan bahasa yang menyentuh emosi komunike.
3. Imbauan takut, artinya menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau mere-sahkan.
- 4) Imbauan ganjaran, artinya menggunakan rujukan yang menjajikan komunike sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan.
- 5) Imbauan motovisional, artinya mengguna-kan imbauan motif (motive appeals) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.⁴⁶⁾

4. Metode Dakwah

Seperti tersurat dalam Al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125. Allah SWT. berfirman :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُجَّةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل ١٢٥)

Artinya :

Serulah (manusia) ke jalan (agama) Tuhan-mu dengan kebijaksanaan dan pengajaran yang baik dan bantahlah (berdebatlah) dengan mereka dengan jalan yang terbaik.⁴⁷⁾

Ayat ini mengandung pengertian bahwa dalam berdakwah hendaknya menggunakan tiga cara yang harus ditempuh :

⁴⁶⁾ Jalaluddin Rakhmat, *Ibid.*, hal. 339 - 342.

⁴⁷⁾ H. Mahmud Yunus, *Op. Cit.*, hal. 399.

a) Bil-hikmah

Perkataan bil-hikmah dalam bahasa Indonesia seringkali diterjemahkan dengan bijaksana.⁴⁸⁾ Maka pengertian dakwah yang disiarkan melalui televisi pun harus mengambil langkah yang bijaksana yaitu harus dipikirkan, disusun dan diatur dengan menyesuaikan situasi dan kondisi masyarakat yang dihadapi, juga harus dipikirkan, disusun dan diatur dengan menyesuaikan situasi dan kondisi masyarakat yang dihadapi, juga harus memahami apa yang dibutuhkan masyarakat penerima dakwah. Dengan kata lain, juru dakwah dalam membawakan materi dakwahnya harus menyesuaikan dan dapat diterima oleh golongan manapun.

b) Maudiah Hasanah

Maudiah Hasanah yaitu berupa tutur kata yang baik yakni berupa nasihat-nasihat, anjuran, ataupun perkataan yang mudah dipahami. Menurut M. Masyhur Amin pengertian Maudiah Hasanah adalah :

Memberikan nasihat dan memberi ingat kepada orang lain dengan bahasa yang baik

⁴⁸⁾M. Natsir, Fighud-Dakwah, (Jakarta : Media Dakwah, 1983), hal. 163.

yang dapat menggugah hatinya sehingga dapat menerima apa yang dinasehatkannya itu.⁴⁹⁾

Nasehat yang baik itu dapat dilakukan antara lain :

- (1) Dengan memberi penerangan baik dalam bentuk pengajian, khutbah, ceramah atau nasehat langsung terhadap obyek yang dihadapi.
- (2) Menuturkan tentang kisah-kisah keadaan masa lalu, baik yang taat kepada Allah maupun yang durhaka kepada Allah.
- (3) Memberi peringatan atau menggambarkan berita (ancaman dan janji).

c) Mujadallah billati hiya ahsan

Mujadallah billati hiya ahsan yaitu berdebat dengan cara baik (dakwah yang ketiga).

Diantara manusia ada golongan yang sering tidak mudah menerima panggilan secara hikmah. Golongan manusia semacam ini harus dihadapi dengan cara berdebat atau bertukar pikiran yang baik. KEPADANYA harus ditunjukkan hujjah dan argumentasi yang meyakinkan, ia harus didorong menggunakan pikiran dan logika yang sehat.⁵⁰⁾

5. Media Dakwah

⁴⁹⁾M. Masyhur Amin, Op. Cit., hal. 17.

⁵⁰⁾Dra. Siswati Dardiri, Metode Dakwah (Yogyakarta : Fak. Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1986), hal. 10.

Media dakwah yaitu alat yang akan menghubungkan pelaksanaan dakwah dengan penerimanya.⁵¹⁾

Menurut bentuknya media dakwah dibedakan menjadi :

- a) Dengan bil-lisan seperti ceramah, khutbah, pengajian, dan lain-lain.
- b) Lukisan seperti kaligrafi, foto, gambar dan lain-lain.
- c) Tulisan seperti surat kabar, majalah, brosur dan lain-lain.
- d) Akhlaq seperti perbuatan, tingkah laku, dan lain-lain.

Menurut macamnya media dakwah dibagi menjadi :

- a) Visual seperti jenis media yang hanya dapat dilihat, contohnya surat kabar, majalah, kaligrafi dan lain-lain.
- b) Audio yaitu yang hanya dapat didengar seperti radio, tape recorder.
- c) Audio visual yakni media yang dwi fungsi, dapat didengar dan dapat dilihat seperti televisi, film dan lain-lain.

Sebagaimana terungkap di atas, Drs.

⁵¹⁾Chodijah Nasution, Ilmu Dakwah, (Yogyakarta : Lembaga Penerbit Ilmiah Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Kalijaga, 1977)

Maydar Helmy juga berpendapat bahwa :

Kegiatan dakwah dapat mempergunakan bermacam-macam media seperti majalah, surat kabar, lukisan, radio, televisi, film dan lain sebagainya. Semua ini baik berupa bentuk-bentuk dakwah atau tabligh, maupun alat-alat yang dipergunakan untuk memahami dan meyakini tentang Islam dan terbinanya umat.⁵²⁾

Media audio visual seperti televisi ini hendaknya dimanfaatkan secara intensif oleh para dai maupun oleh lembaga dakwah lainnya, dan hendaknya disajikan dengan lebih menarik dalam rangka pembinaan umat sehingga audien/umat dakwah akan tetap setia dan betah menyaksikan setiap acara yang ditayangkan, bahan tujuan akhir yang hendak dicapai dapat terwujud dalam arti subyek dakwah (dai, mubaligh) mampu mempengaruhi obyek dakwah (umat dakwah) baik itu dalam rangka mengambil simpati, perhatian bahkan mau mengamalkannya.

G. METODE PENELITIAN

1. Pengertian Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang obyektif dalam suatu penelitian tentunya perlu digunakan metode atau cara, tiada lain agar suatu usaha (hasil)

⁵²⁾ Masydar Helmy, *Op. Cit.*, hal. 15

penelitian lebih mendekati kepada kebenaran atau kenyataan yang sebenarnya.

Perkataan metode berasal dari bahasa Yunani "Metodos" yang mempunyai arti "jalan atau cara". Sedangkan menurut kamus Bahasa Indonesia kata metode berarti "cara", yaitu "cara yang teratur dan terpi-
kir baik-baik untuk mencapai suatu maksud dalam ilmu pengetahuan dan sebagainya".⁵³⁾

Demikian pula menurut Prof. Drs. Sutrisno Hadi, MA. dalam bukunya metode research mengatakan.

Metode adalah cara-cara ilmiah yang digunakan dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, menguji kebenaran suatu pengetahuan, sehingga hasil penyelidikan dapat obyektif dan mempunyai nilai yang tinggi.⁵⁴⁾

Berdasarkan pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu cara kerja yang teratur dan terpi-
kir baik-baik, guna dapat memahami obyek yang menjadi sasaran dalam penelitian, sehingga memperoleh keterangan yang akurat dan realibel.

2. Penentuan Polulasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diteliti atau keseluruhan sumber informasi

⁵³⁾WJS. Poerwadarminto, Op. Cit., hal.469.

⁵⁴⁾Sutrisno Hadi, Metode Research, (Yogyakarta : Psikologi UGM, 1986), hal. 4.

yang dapat memberikan data, bisa berupa orang gejala maupun peristiwa. Lebih lanjut Sutrisno Hadi, MA. mengatakan "Populasi adalah semua individu untuk siap kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendak digeneralisasikan".⁵⁵⁾

Demikian Ida Bagus Mantra mengatakan "Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan di duga".⁵⁶⁾

Seperti yang dikemukakan para ahli mengenai populasi, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah : Masyarakat yang berpendidikan SLTA (sederaajat) beragama Islam , mempunyai televisi, serta pernah telah menyaksikan siara mimbar agama Islam, melalui TVRI Stasiun Yogyakarta dalam kurun waktu 1 tahun (1992) minimal 12 kali menyaksikan siaran.

Adapun lulusan SLTA (sederajad) se Kecamatan Danurejan berdasarkan data monografi semester II Th. 1992 berjumlah 8.471 orang dan

⁵⁵⁾Sutrisno Hadi, Metodologi Research Jilid I Cet. XXI (Yogyakarta : Andi Offset, 1989), hal. 70.

⁵⁶⁾Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Survei, (Jakarta : LP 35, 1989), hal. 152.

yang mempunyai televisi sebanyak 1.927 orang.

Dari sejumlah lulusan SLTA (sederaajat dan sejumlah televisi di atas, 75 % (6.335 orang) adalah beragama Islam dan 75 % (1.445 televisi) adalah milik orang Islam.

Dengan demikian jumlah keseluruhan subyek penelitian (populasi) dalam penelitian ini adalah 1.445 orang lulusan SLTA (sederaajat), beragama Islam dan punya pesawat televisi di Kecamatan Danurejan kotamadia Yogyakarta.

b. Sampel

Sampel adalah penarikan sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi. Satuan-satuan yang akan diteliti di dalam sampel dinamakan unit sampel, sedangkan cara penarikan sampel disebut sampling. selanjutnya Prof. Dr. Winarno Soerakhmad, Msc. menyebutkan sampel adalah "Bagian dari sebuah populasi bagaimana memilih sifat utama populasi penelitian".⁵⁷⁾

Jadi yang dimaksud sampel adalah sebagian dari populasi yang diselidiki yang dianggap mewakili populasi yang dimaksud.

⁵⁷⁾ Winarno Surakhmad, Dasar-dasar Teknik Research, (Bandung : Tarsito, 1975), hal. 111.

Sebagaimana yang dikemukakan Prof. Drs. Sutrisno Hadi, MA. dalam bukunya Metodologi Research bahwa :

Sebenarnya tidak ada suatu ketetapan yang mutlak beberapa persen suatu sampel harus diambil dari populasi. Ketiadaan yang mutlak itu tidak perlu menimbulkan keragu-raguan pada seorang penyelidik.⁵⁸⁾

Suatu hal yang justru perlu diperhatikan adalah keadaan homogenitas populasi. Jika keadaan populasi homogen, jumlah sampel hampir-hampir tidak menjadi persoalan, sebagai yang dicontohkannya adalah : Suatu jenis periuk yang dibuat oleh mesin-mesin dapat dijamin lebih homogen bentuknya daripada yang dibuat oleh tangan. Karena itu untuk menyelidiki penyimpangan pola bentuk dari periuk-periuk yang dibuat oleh mesin orang cukup menyelidiki beberapa saja dari periuk-periuk yang dihasilkan oleh mesin itu, sedangkan untuk menyelidiki hal yang sama dari periuk-periuk yang dibuat oleh tangan manusia diperlukan contoh-contoh (sampel) buatan tangan jauh lebih banyak.⁵⁹⁾

Sedangkan Suharsini Arikunto, memberikan rumusa, dalam menentukan besarnya sampel:

- Apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjut-

⁵⁸⁾ Prof. Sutrisno Hadi. MA., Op. Cit., hal. 73.

⁵⁹⁾ Ibid., hal. 74.

nya jika jumlah subyeknya besar, maka dapat diambil 10 - 15 % atau 20 - 25 % atau lebih.

- Dan tergantung dari :
 - a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu tenaga dan biaya.
 - b. Sempit tidaknya wilayah pengamat (penelitian).
 - c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti.^{60a)}

Adapun tehnik yang dipakai untuk penarikan ataupun pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan tehnik "Random Sampling".

Random Sampling adalah : Pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu. Dalam random sampling semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.^{60b)}

Sebagaimana diketahui bahwa masyarakat Kecamatan Danurejan menempati 3 daerah Kalurahan dengan 380 kepala keluarga, 16 Rukun Kampung (RK) dan terdiri dari 68 Rukun Tetangga (RT). Dalam penelitian ini penulis membatasi pada

^{60a)} Sularsini Arikunto, Prosedur Penelitian, (Yogyakarta : Rineka Cipta, 1993), hal 107.

^{60b)} Ibid., hal. 75.

wilayah rukun tetangga sebagai wilayah terkecil, dan prosedur atau cara yang dipakai dalam pengambilan sampel yaitu dengan cara undian.

Adapun sampel yang akan diambil dari setiap kalurahan sebanyak 48 orang yaitu 48 orang dari kalurahan Suryatmajan, 48 orang dari kalurahan Tegal Panggung dan 48 orang dari kalurahan Bausasran. Sehingga total sampel yang akan diambil dari 3 kalurahan di kecamatan Danurejan sebanyak 144 orang (10 % dari jumlah populasi).

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuisisioner dimaksudkan sebagai suatu "Daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden (orang-orang yang menjawab)"⁶¹⁾

Adapun dalam pelaksanaannya akan penulis lakukan dalam bentuk kuesioner tertutup, hal ini dimaksudkan untuk mengarahkan hasil pengumpulan data pada pokok permasalahan yang telah direncanakan atau dengan kata lain peneliti memberikan

⁶¹⁾ Koentjaraningrat, Metode-metode Penelitian Masyarakat, (Jakarta : PT Gramedia, 1989), hal. 173.

Ibid., hal. 231.

alternatif jawaban sehingga tidak memberikan kemungkinan pada responden untuk menjawab secara bebas menurut jalan pikirannya sendiri.

Daftar kuesioner yang telah tersedia penulis bagi-bagikan langsung kepada responden dengan bantuan Pamong, Ketua RT dari tiga kalurahan guna dijawab oleh responden secara bebas tanpa suatu paksaan apapun.

Sedangkkn pengisian jawaban sebagai metode di atas dapat dibagi menjadi dua. Pertama, lembar kuesioner, peneliti serahkan kepada responden untuk dijawab dengan sebenarnya. Cara kedua, lembaran pertanyaan kuesioner tidak diserahkan langsung kepada responden, melainkan penulis bacakan sebagian pertanyaan pada item-item tertentu lalu responden menjawab dan peneliti segera mencatatnya sebagai data yang dibutuhkan untuk menyusun skripsi. Metode kuesioner ini merupakan metode yang akan penulis utamakan guna memperoleh data yang dikehendaki untuk tersusunnya sebuah skripsi.

b. Interview

Metode interview adalah suatu metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis berdasarkan pada

penelitian.⁶²⁾

Metode interview adalah suatu metode untuk mendapatkan informasi dengan jalan bertanya secara langsung kepada responden, mengenai data yang dikehendaki dalam kaitannya dengan penyusunan skripsi.

Penggunaan metode ini hanya terhadap orang-orang tertentu saja sebagai key information (informasi kunci) yang dianggap mampu memberikan informasi yang bersifat umum.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara meneliti dokumen-dokumen yang ada dan berkaitan dengan maksud tujuan penelitian.

Dalam pelaksanaan, peneliti melihat, mencatat dokumen-dokumen yang berupa data statistik penduduk, peta monografi, sarana komunikasi maupun potensi-potensi lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian, lain tidak dengan menggunakan metode ini adalah sebagai bahan laporan mengenai keadaan wilayah penelitian di Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta.

⁶²⁾ Sutrisno Hadi, *Op. Cit.*, hal. 193.

d. Observasi

Dalam karya ilmiah observasi biasa diartikan sebagai "Suatu pengamat dan pencatatan dengan sistimatis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki".⁶³⁾

Observasi yang dimaksud adalah guna mendapatkan (mengumpulkan) data dengan jalan pengamatan-pengamatan pencatatan secara langsung dan sistimatis terhadap gejala-gejala yang diselidiki, sedangkan teknik yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, yaitu penelitian tidak ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan orang yang diobservasikan melainkan hanya mengamati (meneliti) dan mencatat yang kiranya perlu membantu dalam penulisan skripsi.

4. Metode Analisa Data.

Dalam menganalisa data yang telah terkumpul dari hasil penelitian kancan kearah penulisan skripsi, akan penulis gunakan metode analisa data kualitatif dan kuantitatif.

Analisa data Kualitatif, ialah apabila data yang dikumpulkan hanya sedikit, bersifat monografis

⁶³⁾ Ibid., hal 193.

atau berwujud kasus-kasus (sehingga tidak dapat disusun ke dalam suatu struktur klasifikatoris). Analisa data kuantitatif adalah apabila data-data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori (berstruktur).⁶⁴⁾

Sedangkan rumus yang akan digunakan dalam menganalisa data tersebut yaitu rumus Kuantitatif dengan menginprestasikan hasil prosentase sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Prosentase

f = Frekuensi

N = Jumlah responden⁶⁵⁾

Kemudian dari hasil perhitungan prosentase jawaban responden tersebut di atas, penulis terjemahkan ke dalam analisa kualitatif.

⁶⁴⁾Kuncoroningrat Metode Peneitian Masyarakat, (Jakarta : Gramedia, 1983), hal. 328.

⁶⁵⁾Anas Sudijono, Pengantar Statistik Pendidikan, (Jakarta : Rajawali Press 1987), hal. 40 - 41.

BAB IV

P E N U T U P

A. KESIMPULAN

Dari hasil analisa berdasarkan fakta dan kenyataan yang ada dapat disimpulkan bahwa, Siaran Mimbar Agama Islam yang ditayangkan melalui media televisi terhadap masyarakat Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta, telah mencapai tingkat yang cukup efektif, sebagaimana jawaban dari sejumlah item yang disebar ternyata sebagian besar responden menjawab pada skala b yaitu cukup efektif, sedangkan alternatif jawaban c dan d, kurang efektif dan tidak efektif hanya sebagian kecil saja.

Jawaban pada skala-skala tersebut ataupun pada angket yang disebar membuktikan bahwa responden yang penulis teliti di Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta bisa menerima beberapa hal dengan adanya Siaran Mimbar Agama Islam dari TVRI, antara lain :

1. Sambutan/tanggapan yang positif terhadap keberadaan Siaran Mimbar Agama Islam di Televisi.
2. tanggapan yang positif atas syiar Islam dengan dikumandangkannya Gema Wahyu Ilahi sebelum acara tersebut berlangsung.

3. Sambutan/tanggapan yang positif dengan penayangan siaran yang bervariasi.
4. Pemahaman yang cukup tinggi terhadap materi yang disampaikan dalam Siaran Mimbar Agama Islam
5. Frekwensi menyaksikan Siaran Mimbar Agama Islam yang cukup serius.
6. Konsekuensi yang cukup baik terhadap (pengamalan) pelaksanaan ibadah dalam hidup keseharian responden.

Sebagai dampak positif, dengan adanya siaran Mimbar Agama Islam tersebut, masyarakat Kecamatan Danurejan Kotamadia Yogyakarta yang dalam hal ini mereka yang berpendidikan SLTA (sederajat) ternyata mereka merasa lebih terisi spiritualnya dari nilai-nilai dinul Islam, lewat tayangan Siaran Mimbar Islam tersebut.

Ini dimungkinkan sekali mengingat masyarakat Kecamatan Danurejan yang dalam kesehariannya sibuk dengan tugas dan kewajibannya, maka dapat dimanfaatkan waktu luangnya di malam hari, untuk menyaksikan siaran Mimbar Agama Islam. melalui media televisi, seminggu sekali setiap Kamis malam.

B. SARAN-SARAN

1. Saran untuk Responden (Pemirsa TV)

- a. Siaran Mimbar Agama Islam yang cukup positif dalam penayangannya serta materi yang disampaikan-

nya, cukup berisi adalah lebih bijaksana pemirsa untuk tetap terbiasa menyaksikan acara tersebut seminggu sekali.

- b. Bila dalam acara Siaran Mimbar Agama Islam ada terdapat kekurangan/kelemahannya akan sangat bijaksana pemirsa (Islam) untuk menyampaikan kritikan yang sifatnya membangun demi tegaknya siar Islam melalui media elektronika TV, via kotak siaran/langsung.

2. Saran untuk TVRI

- a. Materi dakwah Siaran Mimbar Agama Islam akan lebih memantapkan pemirsa (Islam) bila disertai praktek, misalnya dalam praktek Sholat yang sempurna, wudu yang sempurna, dan lain-lain.
- b. Kemudian masalah Zakat, baik itu zakat Fitrah maupun Zakat Mal, hendaknya terus dikupas lewat Siaran Mimbar Agama Islam (TVRI), karena itu merupakan masalah penting untuk dikelola secara intensif dan Islami agar pada gilirannya nanti masyarakat (Islam) di Indonesia merasa terisi kesejahteraannya lahir maupun batin.

C. KATA PENUTUP

Alhamdulillah, wasyukurillah, berkat pertolongan Allah SWT, penulis skripsi ini dapat terselesaikan.

harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua fihak terutama fihak pengelola Siaran Mimbar Agama Islam melalui media televisi, sehingga mutu atau kualitas isi siaran dapat mencapai hasil yang sebaik-baiknya.

Akhirnya hanya kepada Allah penulis serahkan segalanya, karena hanya Dia-lah pemilik segala yang ada dan hamba-Nya tidak bisa berbuat tanpa petolongan dari-Nya.

Kiranya itu saja, semoga Allah meridlai usaha penulis dalam menyusun skripsi ini.

Amin ya rabbal alamin ...



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, Drs., Pengantar Sosiologi, Solo : Ramadhani, 1984
- Abu tauhid MS., Drs, Dakwah Islam dan Moralitas Bangsa Indonesia, Yogyakarta: Al-Jami'ah No.4/5
- Asymuni Syukri, Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya : Al Ikhlas, 1983.
- Adnan Harahap, Moh., Drs., H., Dakwah Dalam Teori dan Praktek, (Suatu Penulisan deskriptif), Yogyakarta: Sumbangsih, 1981.
- Chodijah Nasution, Dra., Ilmu Dakwah, Lembaga Penerbit Ilmiah Fskultas Ushuluddin IAIN Yogyakarta, 1971.
- Dokumentasi Kantor Kecamatan Danurejan, Monografi Kecamatan, 1992.
- Hamzah Ya'qub, Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership, Bandung: CV. Diponegoro, 1973.
- Jalaluddin Rachmat, Drs., BSc., Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Karya, 1989.
- Kholili H.M. Drs., Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, UD. Rama, 1988.
- Koentjaraningrat, Metode-Metode Penelitian Masyarakat, Jakarta: Gramedia, 1989.
- Mahmud Yunus Prof. Dr. H., Tafsir Al Qur'an Karim, Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1986.
- Masdar Helmy, Drs., Dakwah Dalam Alam Pembangunan, Semarang: Toha Putra, 1973.

- Masyhur Amin, M., Metode Dakwah Islam, Yogyakarta: Sumbangsih, 1980.
- Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Natsir, M., Fiqih Dakwah, Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah, 1978.
- Onong Uchjana Effendi, Televisi Siaran Teori dan Praktek, Bandung: alumni, 1984.
- Purwadarminta WJS., Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: PN Balai Pustaka, 1984.
- Phil Astrid S.Susanto, Komunikasi dalam Teori dan Praktek I, Bandung: PT Rindang Mukti, 1977.
- Rosyid Shaleh Abd., Management Dakwah Islam, Jakarta: Bulan Bintang, 1977.
- Siswati Dardiri, Metode Dakwah, Yogyakarta: Fak. Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1986.
- Sukriyanto, Abdul Munir Mulkan, Perkembangan Pemikiran Muhammadiyiah dari Masa ke Masa, Yogyakarta: Dua Dimensi, 1985.
- Sutrisno Hadi, Metodologi Research, Yogyakarta: Psikologi UGM, 1986.
- The Liang Gie, Effisiensi Kerja Bagi Pembangunan Negara, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1981.
- Toto Tamsoro, Komunikasi Dakwah, Jakarta: Gaya Media Pertama, 1987.
- Wahyudi, J.B., Media Masa Televisi, Bandung: Alumni, 1980.
- Winarno Surakhmad, Dasar-Dasar Tehnik Research, Bandung: Tarsito, 1975.