

BAB II

DAKWAH DAN TELEVISI

2.1. Dakwah

2.1.1. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah merupakan bentuk *masdar* dari kata *yad'u* (*fiil mudhari'*) dan *da'a* (*fiil madli*) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*) (Awaludin Pimay, 2006: 2).

Sedangkan pengertian dakwah secara terminologi yang telah dikemukakan oleh para ahli adalah sebagai berikut:

a. Prof. Toha Yahya Umar, M.A.

Prof. Toha Yahya Umar, M.A. dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, mendefinisikan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Samsul Munir Amin, 2009: 3).

b. Prof. H. M. Arifin, M.Ed.

Prof. H. M. Arifin, M.Ed. dalam bukunya *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun

secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan (Samsul Munir Amin, 2009: 4).

c. Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah dalam kitabnya *Majmu Al-Fatawa*, mendefinisikan dakwah adalah suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh rosul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya (Samsul Munir Amin, 2009: 5).

Beberapa pengertian dakwah tersebut, meskipun dituangkan dalam bahasa dan kalimat yang berbeda, tetapi kandungan isinya sama bahwa dakwah dipahami sebagai seruan, ajakan dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat islami berdasarkan kebenaran ajaran Islam yang hakiki. Dengan kata lain, dakwah merupakan upaya atau perjuangan untuk menyampaikan ajaran agama yang benar kepada umat manusia dengan cara yang simpatik, adil, jujur, tabah dan terbuka, serta menghidupkan jiwa mereka dengan janji-janji Allah SWT tentang kehidupan yang membahagiakan, serta menggetarkan hati mereka dengan ancaman-ancaman Allah SWT terhadap segala perbuatan tercela, melalui nasehat-nasehat dan peringatan-peringatan (Awaludin Pimay, 2006: 5-7).

2.1.2. Subyek dan Obyek Dakwah

2.1.2.1 Subyek Dakwah

Subyek dakwah ialah orang yang melakukan dakwah, yaitu orang yang berusaha mengubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah baik secara individu maupun berbentuk kelompok (organisasi), sekaligus sebagai pemberi informasi dan pembawa misi (Hafi Anshari, 1993: 104-105).

Faktor subyek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah. Maka subyek dakwah dalam hal ini da'i atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang professional. Baik gerakan dakwah yang dilakukan oleh individual maupun kolektif, profesionalisme amat dibutuhkan, termasuk profesionalisme lembaga-lembaga dakwah. Disamping professional, kesiapan subyek dakwah baik penguasaan terhadap materi, maupun penguasaan terhadap metode, media dan psikologi sangat menentukan gerakan dakwah untuk mencapai keberhasilannya (Samsul Munir Amin, 2009: 13).

Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang da'i yaitu:

- a. Mengetahui tentang Al-Qur'an dan Sunnah Rasul sebagai pokok agama Islam.

- b. Memiliki pengetahuan Islam seperti tafsir, ilmu hadits, sejarah kebudayaan Islam dan lain-lainnya.
- c. Memiliki pengetahuan yang menjadi alat kelengkapan dakwah seperti teknik dakwah, sejarah, perbandingan agama dan sebagainya.
- d. Memahami bahasa umat yang akan diajak kejalan yang diridhoi Allah.
- e. Penyantun dan lapang dada.
- f. Berani kepada siapa saja dalam menyatakan, membela dan mempertahankan kebenaran.
- g. Memberi contoh dalam setiap medan kebajikan.
- h. Berakhlak baik sebagai seorang Muslim.
- i. Memiliki ketahanan mental yang kuat (kesabaran), keras kemauan, optimis walaupun menghadapi berbagai rintangan dan kesulitan.
- j. Berdakwah karena Allah.
- k. Mencintai tugas kewajibannya sebagai da'i dan tidak gampang meninggalkan tugas tersebut karena pengaruh-pengaruh keduniaan (Hamzah Ya'qub, 1992: 38).

2.1.2.2 Obyek Dakwah

Obyek atau sasaran dakwah adalah manusia, baik dirinya sendiri atau orang lain. Agama Islam yang diturunkan oleh Allah bukanlah hanya untuk sekelompok manusia, tetapi

untuk seluruh manusia termasuk da'i atau mubalighnya sendiri. Bahkan seorang da'i atau mubaligh harus mampu memberikan contoh teladan terhadap orang lain sesuai dengan fungsinya juga sebagai pimpinan (Hafi Anshari, 1993: 117-118).

Seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya. Da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klasifikasi dan karakter obyek dakwah, hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh *mad'u*. Dengan mengetahui karakter dan kepribadian *mad'u* sebagai penerima dakwah, maka dakwah akan lebih terarah karena tidak disampaikan secara serampangan tetapi mengarah kepada profesionalisme. Maka *mad'u* sebagai sasaran atau obyek dakwah akan dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh subyek dakwah, karena baik materi, metode, maupun media yang digunakan dalam berdakwah tepat sesuai dengan kondisi *mad'u* sebagai obyek dakwah (Samsul Munir Amin, 2009: 15).

2.1.3. Tujuan Dakwah

Pada dasarnya, dakwah merupakan rangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Muhiddin, 2002: 144).

Tujuan adalah segala sesuatu yang akan dicapai dalam satu usaha (Hafi Anshari, 1993: 140). Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua tujuan, yaitu tujuan umum (*major objective*) dan tujuan khusus (*minor objective*). Tujuan umum dakwah adalah mengajak ummat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar yang diridhai Allah agar dapat hidup bahagia di dunia maupun di akhirat. Tujuan khusus dakwah merupakan perumusan tujuan sebagai perincian daripada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, kepada siapa berdakwah, dengan cara yang bagaimana dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan juru dakwah yang lainnya yang hanya disebabkan karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai (Asmuni Syukir, 1983: 51-54).

2.1.4. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek oleh kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya (Hafi Anshari, 1993: 146). Asmuni Syukir dalam bukunya *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (1983: 60-63) mengklasifikasikan materi dakwah menjadi tiga hal pokok, yaitu:

a. Masalah Akidah

Akidah dalam Islam adalah bersifat *i'tiqad bathiniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Pembahasan di bidang akidah ini bukan saja tertuju pada masalah-masalah yang wajib di-imani, akan tetapi materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik, ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

b. Masalah Syari'ah

Syari'ah dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah. Masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah syari'ah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia diperlukan juga. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal saleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya.

c. Masalah Akhlak

Masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan

tetapi akhlak adalah sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.

2.1.5. Metode dan Media Dakwah

2.1.5.1 Metode Dakwah

Metode dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima pesan-pesan dakwah (Samsul Munir Amin, 2009: 13).

Untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien, beberapa metode dakwah yang dapat digunakan oleh subyek dakwah antara lain:

a. Metode Ceramah (Retorika Dakwah)

Ceramah adalah suatu tehnik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seseorang da'i atau mubaligh pada suatu aktivitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato (retorika), khutbah, sambutan, mengajar dan sebagainya.

b. Metode Tanya-Jawab

Metode tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek

dakwah) untuk menyatakan sesuatu masalah yang dirasa belum mengerti dan mubaligh atau da'inya sebagai penjawabnya.

c. Metode Debat (*Mujadalah*)

Debat adalah mempertahankan pendapat dan idiologinya agar pendapat dan idiologinya itu diakui kebenaran dan kehebatannya oleh musuh (orang lain).

d. Metode Percakapan Antar Pribadi (Percakapan Bebas)

Percakapan antar pribadi atau *individual conference* adalah percakapan bebas antara seseorang da'i atau mubaligh dengan individu-individu sebagai sasaran dakwahnya. Percakapan pribadi bertujuan untuk menggunakan kesempatan yang baik di dalam percakapan atau mengobrol untuk aktivitas dakwah.

e. Metode Demonstrasi

Berdakwah dengan cara memperlihatkan suatu contoh, baik berupa benda, peristiwa, perbuatan dan sebagainya dapat dinamakan bahwa seorang da'i yang bersangkutan menggunakan metode demonstrasi. Artinya suatu metode dakwah, dimana seorang da'i memperlihatkan sesuatu terhadap sasarannya (massa), dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang ia inginkan.

f. Metode Mengunjungi Rumah (Silaturahmi)

Metode dakwah yang dirasa efektif juga untuk dilaksanakan dalam rangka mengembangkan maupun membina umat Islam ialah metode dakwah dengan mengunjungi rumah obyek dakwah atau disebut dengan metode silaturahmi atau *home visit* (Asmuni Syukir, 1983: 104-160).

2.1.5.2. Media Dakwah

Arti istilah media bila dilihat dari asal katanya (etimologi), berasal dari Bahasa Latin yaitu “median”, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak daripada kata *median* tersebut.

Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Asmuni Syukir, 1983: 163). Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar (Wardi Bachtiar, 1997: 35).

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan pada:

a. Media Visual

Media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Perangkat media visual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah adalah film slide, transparansi, *overhead proyektor* (OHP), gambar, foto, dan lain sebagainya.

b. Media Audio

Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Media audio sudah bisa digunakan orang untuk berbagai kegiatan secara efektif. Media audio ini cukup tinggi efektivitasnya dalam penyebaran informasi, terlebih lagi untuk media audio yang dapat digunakan untuk komunikasi dua arah, seperti telepon atau *handphone*. Dengan media audio komunikasi dapat berlangsung tanpa batas jarak. Adapun yang termasuk dalam media audio adalah radio dan *tape recorder*.

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar (visual) dan suara (audio) secara bersamaan pada saat

mengkomunikasikan pesan dan informasi. Dengan demikian, sudah tentu media ini lebih sempurna jika dibandingkan media audio atau media visual saja. Dengan media ini kekurangjelasan media audio atau kekurangjelasan media visual dapat diatasi karena media audio visual dapat menayangkan unsur gerak gambar dan suara. Adapun yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, film atau sinetron dan video.

d. Media Cetak

Media cetak (*printed publication*) adalah media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media yang sudah lama dikenal dan mudah dijumpai di mana-mana. Adapun yang termasuk dalam media cetak antara lain buku, surat kabar, majalah, bulletin, brosur, dan lain-lain (Samsul Munir Amin, 2009: 116-123).

2.2. Televisi

2.2.1. Pengertian Televisi

Media televisi pada hakikatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi unsur audio (P.C.S. Sutisno, 1993: 1). Hermin Indah Wahyuni menyebutkan dalam bukunya *Televisi dan Intervensi Negara*, televisi merupakan

paduan audio dari segi penyiaranya (*broad cast*) dan video dari segi gambar Bergeraknya (*moving images*). Para pemirsa tidak akan mungkin menangkap siaran televisi, kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya dan tidak mungkin melihat gambar-gambar yang bergerak atau hidup, jika tidak ada unsur-unsur film yang memvisualisasikannya, jadi paduan audio dan video (Hermin Indah Wahyuni, 2000: 5). Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (P.C.S. Sutisno, 1993: 1).

2.2.2. Karakteristik Televisi

Setiap media komunikasi pasti memiliki karakteristik tertentu. Tidak ada satu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Beberapa karakteristik media televisi adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- b. Dapat menghadirkan objek yang amat kecil atau besar, berbahaya, atau yang langka.
- c. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- d. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.

- e. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- f. Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- g. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- h. Membangkitkan perasaan intim atau *media personal* (P.C.S. Sutisno, 1993: 3).

Selain kelebihan tersebut, media televisi juga mengandung kelemahan, yaitu sebagai berikut:

- a. Siaran televisi hanya dapat sekali didengar dan dilihat (tidak dapat diulang) kecuali dari pusat pemancarnya (studio televisi).
- b. Terikat oleh pemancarnya dan sewaktu siaran, artinya siaran televisi tidak dapat setiap saat dapat dilihat dan didengar menurut kehendak objek.
- c. Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami ataupun teknis.
- d. Sukar dijangkau masyarakat, karena televisi relatif mahal harganya dibandingkan radio maupun surat kabar.
- e. Kadang-kadang masyarakat dalam menonton hanya sebagai pelepas lelah atau hiburan (Asmuni Syukir, 1983: 177-178).

2.2.3. Sejarah Perkembangan Televisi

Media televisi lahir karena perkembangan teknologi pada tahun 1862 seorang Italia yang bernama *Abbe Casseli* berhasil menemukan sistem pengiriman gambar dengan listrik melalui kawat. Namun, dasar-dasar *scanning* televisi mekanis untuk pengiriman gambar objek bergerak baru ditemukan oleh *Paul Nipkov* yang hidup di Jerman pada tahun 1884 (P.C.S. Sutisno, 1993: 4).

Ditemukannya *electriche teleskop* merupakan langkah awal dari perkembangan televisi, hingga akhirnya Nipkov diakui sebagai “Bapak Televisi” (Wawan Kuswandi, 1996: 6). Tiga belas tahun kemudian tabung sinar katode mengalami penyempurnaan oleh Ferdinand Braun dari Universitas Strasburg sehingga tabung katode tersebut dinamakan sebagai tabung Braun.

Pada tahun 1907 Profesor Baris Rosing dari Institut Teknologi Patersburg di Rusia berhasil menemukan dasar-dasar *scanning* elektronik tabung sinar katode untuk mengubah getaran elektronik menjadi visual. Selanjutnya, selama hampir lebih dari seperempat abad berbagai pakar berusaha menyempurnakan segi mekanis televisi. Baru pada tahun 1939, Amerika Serikat memulai siaran televisi dalam pembukaan pameran internasional di New York.

Selama berlangsungnya perang dunia ke II, semua usaha memperkenalkan televisi terhenti. Namun, kegiatan penelitian di

bidang lain, yaitu radar guna kepentingan militer ditingkatkan. Kondisi ini justru membantu mempercepat penyempurnaan televisi.

Setelah perang dunia selesai, mulailah penyebaran televisi secara besar-besaran keseluruhan dunia. Meskipun demikian hingga tahun 1946 baru empat negara yang mempunyai siaran televisi. Jumlah ini meningkat menjadi 18 negara pada tahun 1953. Jadi dapat dikatakan bahwa dari akhir tahun 1940 - 1950 merupakan masa keemasan televisi, ketika itu segala macam program disiarkan secara langsung dari studio. (P.C.S. Sutisno, 1993: 4-5).

Dunia pertelevisian di Indonesia, merupakan dunia baru bagi masyarakat Indonesia. Hadir untuk pertama kalinya pada tahun 1962. Saat itu TVRI memulai siaran perdana berupa siaran percobaan yang menayangkan upacara peringatan proklamasi kemerdekaan RI di Istana Merdeka. Sepekan kemudian, baru dilakukan siaran resmi, persisnya tanggal 24 Agustus 1962 berupa penayangan upacara pembukaan Asian Games IV dari Stadion Senayan Jakarta.

Pada 20 Oktober tahun 1963, setelah setahun siaran TVRI diatur melalui Kepres No.215 tahun 1963, yang antara lain menentukan status sebagai suatu yayasan yaitu yayasan Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI. Baru pada awal tahun 1990, muncul televisi swasta yang berdasarkan Kepres No.215 tahun 1963 kemudian muncul Kepmen No.III tahun 1990, yang menyebutkan bahwa dalam batas-batas tertentu TVRI dapat

menunjuk pihak lain (swasta atau masyarakat) menjadi pelaksanaan siaran televisi melalui hubungan kerja yang diatur dengan perjanjian tertulis, sebagai misal perjanjian pemasukan kontribusi dana untuk TVRI (Dedy Mulyana dan Idy Subandi, 1997: 14).

Setelah keluar Kepmen No.III tahun 1990 sebagaimana tersebut kemudian bermunculan beberapa stasiun televisi swasta. Tahun 1987-1988, RCTI diijinkan dengan menggunakan decoder, diikuti SCTV pada tahun 1989, TPI tahun 1991, ANTV tahun 1993 dan 1994 mengudara juga INDOSIAR (Ishadi SK, 1999: 53), kemudian di tahun 2000 dan tahun 2001 ini muncul juga Trans TV yang mengudara secara nasional serta Metro TV, Lativi dan TV7 yang sekarang dapat dinikmati seluruh pelosok Nusantara, televisi daerah bermunculan, Jawa Tengah sendiri ada beberapa televisi lokal seperti TV borobudur, ProTV, dan TVku (milik Udinus).

2.2.4. Fungsi Televisi

Televisi sebagai salah satu medium komunikasi tidak terlepas dari fungsi yang ditimbulkan oleh keberadaan televisi itu sendiri. Adapun fungsi pokok media televisi pada dasarnya adalah:

a. Fungsi Penerangan

Stasiun televisi selain menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilengkapi gambar-gambar yang sudah tentu faktual. Dan masyarakat mengharapkan dengan menonton televisi akan

memperoleh informasi yang bermanfaat dalam berbagai keperluan (pendidikan, bisnis, ekonomi dan lain-lain).

b. Fungsi Pendidikan

Sebagai komunikasi massa televisi merupakan sasaran yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jalannya begitu banyak secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika dan lain-lain. Selain acara pendidikan, stasiun televisi juga menyiarkan berbagai acara yang implisit mengandung pendidikan, acara tersebut seperti sandiwara, ceramah, film dan fragmen (Onong Ujcajana, 1993: 25-26).

c. Fungsi Hiburan

Pemirsa menonton televisi mengharapkan memperoleh hiburan yang diperlukan, sebagai salah satu kebutuhan hidup (HS. Purnomo, 2000: 103).

2.2.5. Macam-macam Format Program Televisi

Penulis dalam hal ini mengartikan format dalam arti bentuk atau kerangka sajian program televisi. Fred Wibowo memaparkan dalam bukunya *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*, bentuk-bentuk program televisi diantaranya:

1. Program Berita

Program *news* berarti suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang mempunyai nilai berita (unusual, *factual*, esensial) dan disiarkan melalui media secara periodik.

2. Program Dokumenter

Program dokumenter adalah program yang menyajikan suatu kenyataan berdasarkan pada fakta objektif yang memiliki nilai esensial dan eksistensial, artinya menyangkut kehidupan, lingkungan hidup dan situasi nyata.

3. Program *Feature*

Feature adalah suatu program yang membahas suatu pokok bahasan, satu tema, diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai format. Dalam satu *feature*, satu pokok bahasan boleh disajikan dengan merangkai beberapa format program sekaligus. Misalnya, wawancara (*interview*), *show*, *vox-pop*, puisi, musik, nyanyian, sandiwara pendek atau fragmen.

4. Program *Magazine*

Program *magazine* mirip dengan program *feature*. Perbedaannya, kalau program *feature* satu pokok permasalahan disoroti dari berbagai aspek dan disajikan lewat berbagai format. Sementara itu, program *magazine* bukan hanya menyoroti satu

pokok permasalahan, melainkan membahas satu bidang kehidupan, seperti wanita, film, pendidikan, dan musik yang ditampilkan dalam rubrik-rubrik tetap dan disajikan lewat berbagai format.

5. Program *Spot*

Spot adalah suatu program yang ingin mempengaruhi atau mendorong pendengar untuk tujuan-tujuan tertentu. *Spot* merupakan program yang sangat pendek. *Duration* suatu spot berkisar antara 10 detik sampai 1,5 menit.

6. Program Doku-Drama

Doku-drama kependekan dari dokumenter drama. Maksudnya, dokumenter yang didramakan. Suatu kejadian yang pernah terjadi sungguh-sungguh, terdapat peninggalan-peninggalan dan bekas-bekasnya secara faktual, beberapa tokohnya masih hidup, tetapi kejadiannya sangat bernilai maka kisah itu dimainkan kembali di tempat yang sama dengan tokoh yang sama pada saat kurang lebih sama juga dengan waktu kisah itu terjadi. Memainkan kembali dan memproduksi kisah itu disebut doku-drama. Tidak sepenuhnya dokumenter, tetapi tidak sepenuhnya drama karena memiliki kebenaran faktual. Sementara itu, materinya dinamakan faksi, kependekan dari fakta dan fiksi.

7. Program Sinetron

Sinetron kependekan dari sinema elektronik. Berdasarkan makna dari kata sinema, penggarapannya tidak jauh berbeda dengan penggarapan film layar putih. Demikian juga penulisan naskah. Naskah sinetron disebut juga skenario seperti skenario film. Demikian juga tahapan penulisan dan format naskah. Yang berbeda hanyalah film layar putih menggunakan kamera optik, bahan seluloid dan medium sajiannya memakai proyektor dan layar putih di dalam gedung bioskop. Sementara itu, pembuatan sinetron menggunakan kamera elektronik dengan *video recorder*. Bahannya, pita di dalam kaset. Penyajiannya dipancarkan dari stasiun televisi dan diterima melalui layar kaca pesawat televisi di rumah-rumah. (Fred Wibowo, 1997: 85-154).

8. Program Infotainment

Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*). Infotainment adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan. Program berita regular terkadang menampilkan berita mengenai kehidupan selebritis yang biasanya disajikan pada segmen akhir suatu program berita. Namun dewasa ini infotainment disajikan dalam program berita sendiri yang terpisah dan khusus menampilkan berita-berita mengenai kehidupan selebritis.

9. Program *Talk Show*

Program *Talk Show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).

10. Program Drama

Program drama adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.

11. Program Film

Televisi sering menayangkan film sebagai salah satu jenis program yang masuk dalam kelompok atau kategori drama. Adapun yang dimaksud film di sini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan film. Karena tujuan pembuatannya adalah untuk layar lebar (*theater*), maka biasanya film baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukkan di bioskop atau bahkan setelah didistribusikan atau dipasarkan dalam bentuk VCD atau DVD. Dengan demikian, televisi menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film sebagai salah satu programnya.

12. Program *Quiz Show*

Program ini merupakan bentuk program permainan yang paling sederhana di mana sejumlah peserta saling bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan. *Quiz Show* merupakan permainan yang menekankan pada kemampuan intelektualitas. Permainan ini biasanya melibatkan peserta dari kalangan orang biasa atau anggota masyarakat, namun terkadang pengelola program dapat menyajikan acara khusus yang melibatkan orang-orang terkenal (selebritis).

13. Program *Reality Show*

Program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Jadi, menyajikan situasi sebagaimana apa adanya. Dengan kata lain, program ini mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa.

14. Program Musik

Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu vidioklip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas

penampilannya agar menjadi lebih menarik (Morissan, 2008: 210-219).

2.3. Televisi Sebagai Media Dakwah

Televisi merupakan media audio visual yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak atau pemirsa. Dalam perkembangannya, sekarang ini televisi sudah sangat memasyarakat sebagaimana halnya radio. Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena melalui televisi pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas. Televisi merupakan hasil teknologi elektronik yang dapat menyiarkan suatu program dalam bentuk suara sekaligus gambar dari stasiun yang memancarkannya.

Televisi sangat efektif untuk digunakan sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah sangat luas. Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, fragmen, ataupun drama. Melalui televisi seorang pemirsa dapat mengikuti kegiatan dakwah seakan dia berada langsung dihadapan da'i dan bahkan sekarang sudah banyak siaran langsung yang dilakukan untuk kepentingan siaran dakwah.

Program-program siaran dakwah yang dilakukan, hendaknya mengena sasaran obyek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui

program-program siaran yang disiarkan melalui televisi (Samsul Munir Amin, 2009: 120-121).

Usaha untuk mengoptimalkan dakwah melalui televisi ada dua pendekatan yang bisa diambil. *Pertama*, pendekatan praktis pragmatis, yaitu dengan cara membangun basis-basis umat lewat pendidikan dan ketrampilan profesional media seperti menyiapkan penulis untuk kepentingan dakwah, merintis dan mencari produser-produser yang mempunyai komitmen untuk pengembangan dakwah Islam. Targetnya, bagaimana format dakwah televisi yang selama ini ada, mampu disajikan lebih menarik, lebih menyentuh dan tidak formalistik. Dari target ini akan memperoleh manfaat ganda yaitu manfaat dakwah dan manfaat ekonomi. *Kedua*, pendekatan idealistik, yaitu dengan cara perlu dirintisnya pendirian televisi dakwah sehingga semua acara baik informasi, hiburan dan pendidikan bisa dikemas dan akhirnya membentuk masyarakat bermoral dan religius. Bukan semata sebagai tujuan bisnis tapi sebagai pelengkap dan sarana agar misi dakwah bisa tercapai (Miftah Faridh, 2000, 90-91).

2.4. Siaran Dakwah

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran (Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Dakwah menurut Prof. Toha Yahya Umar, M.A. dalam

bukunya *Ilmu Dakwah*, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Samsul Munir Amin, 2009: 3).

Siaran dakwah adalah publikasi pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran dalam rangka mengajak manusia kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Penjelasan mengenai siaran dakwah dalam bentuk suara dan gambar yang berupa program acara di televisi telah dipaparkan oleh Dr. Awadl Mansur dalam bukunya *At-Tilfiziyyun Bainal Manaafi' wal Adzroor* yang diterjemahkan oleh M. Sofwan Al Jauhari MF ke dalam versi bahasa Indonesia dengan judul *Televisi Manfaat dan Mudarat*, hendaknya susunan acara TV Masa Depan-khususnya untuk kaum muslimin-itulah antara lain sebagai berikut:

1. Menyediakan saluran khusus ilmu pengetahuan yang ditangani dan dikelola oleh para pakar dalam bidang tersebut seperti; kedokteran, teknik, arsitektur, iptek, olah raga, seni dan budaya, bahasa, pendidikan, dan lain sebagainya. Dengan ditangani dan dikelola oleh pakarnya, maka kebenaran dan keabsahan ilmu pengetahuan yang ditayangkan dalam acara tersebut, dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

2. Menyediakan saluran khusus yang mengkaji Al Qur'an. Yang misalnya meliputi pelajaran; Ulumul Qur'an, Sastra Al Qur'an, Tafsir Al Qur'an dan I'jazul Qur'an. Saluran ini, hendaknya juga dilengkapi dengan acara pengajaran dan pendidikan Al Qur'an untuk anak-anak. Dimana dalam acara tersebut ditampilkan seorang anak yang mampu membaca dengan baik dan telah hafal Al Qur'an, bisa menjelaskan hukum-hukum tajwidnya, mampu menerjemahkan artinya, mengerti makna tiap ayat yang dibacanya dan lain sebagainya.
3. Menciptakan saluran khusus untuk kajian berbagai ilmu Islam, dalam rangka mengajarkan manusia akan ajaran agama-Nya. Dan lantaran hal ini merupakan sesuatu yang *fardhu ain*-kewajiban yang harus dijalankan oleh setiap orang yang mengaku Muslim-maka sudah seyogyanyalah saluran televisi semacam ini dimiliki oleh kaum muslimin. Berbagai ilmu Islam yang dimaksud antara lain adalah; *ulumul* hadits, *ulumus siroh*, ilmu fiqh dan hukum Islam, ilmu-ilmu bahasa Arab, sejarah Islam, tauhid dan akidah, sistem ekonomi Islam, sistem politik Islam, jihad dalam Islam, sanksi dan hukuman dalam Islam. (Awadl Manshur, 1993: 78-92).