

BAB II

GAMBARAN UMUM TENTANG DAKWAH DAN SINETRON

2.1. Dakwah

2.1.1. Pengertian Dakwah

Islam adalah agama dakwah, maksudnya sebagai risalah dari Allah yang diberikan kepada Nabi Muhammad SAW untuk mengajak seluruh umat manusia. Berdasarkan akar kata (*etimologi*) kata dakwah merupakan bentuk *masdar* dari kata *yad'u* (*fiil mudhari*) dan *da'a* (*fiil madhi*) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang, mengajak (*to invite*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*) (Supena, 2007: 105).

Dakwah secara *terminologi* mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi terhadap istilah dakwah terdapat beberapa pendapat, diantaranya :

1. Menurut Asep Muhiddin memberikan definisi bahwa dakwah adalah upaya kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah yang sesuai fitrah dan kehanifannya secara integral (Asep Muhiddin, 2002: 19).
2. Menurut Amrullah Ahmad (1983: 17) memberikan definisi dakwah adalah mengadakan dan memberikan arahan perubahan, merubah struktur masyarakat dan budaya dari

kedhaliman ke arah keadilan, kebodohan ke arah kemajuan (kecerdasan), kemiskinan ke arah kemakmuran, keterbelakangan ke arah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat ke arah puncak kemanusiaan.

3. Menurut Dzikron Abdullah dakwah adalah semua usaha untuk menyebarluaskan Islam dan merealisasikan ajarannya di tengah masyarakat dan kehidupannya agar mereka memeluk agama Islam dan mengamalkannya dengan baik (Abdullah, 1989: 7)
4. Hamzah Ya'qub memberikan pengertian dakwah Islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya (Ya'qub, 1981: 13).
5. Menurut Isa Anshary, istilah dakwah itu menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam (Isa Anshary, 1995: 17).
6. Menurut Asmuni Syukir, memberikan definisi bahwa dakwah adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syariat-Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun akhirat (Syukir, 1983: 20).

Dari beberapa definisi dakwah tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah memiliki makna sebagai sebuah usaha menyeru ataupun mengajak seluruh manusia kepada ajaran Islam serta menerapkan dalam segala aspek kehidupannya agar Undang-Undang Ilahi tegak dan menjadi pewarna dasar bagi sikap dan perilaku manusia dalam kehidupan dan pergaulan untuk mencapai dunia akhirat.

2.1.2. Tujuan Dakwah

Setiap orang yang mengerjakan sesuatu haruslah mengetahui tujuan yang hendak dicapai. Demikianlah dai'i harus pula mengerti dengan jelas tentang tujuan dakwahnya. Pengertian akan tujuan itulah yang akan menjadi sasaran dan menjadi pengarah daripada tindakan (Dzikron Abdullah, 1989: 153).

Tujuan dakwah ini selanjutnya dapat diklasifikasikan menjadi tujuan umum dan khusus.

1. Tujuan umum

Menurut Awaludin Pimay dalam bukunya "Metodologi Dakwah" tujuan dakwah secara umum adalah menyelamatkan umat manusia dari lembah kegelapan dan membawanya ketempat yang terang benderang, dari jalan yang sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan (Awaludin Pimay, 2006: 8)

Pemahaman terhadap tujuan dakwah semacam ini tercermin dalam firman Allah dalam surat Al-Thalaq ayat 11 yang berbunyi :

رَسُولًا يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِ اللَّهِ مُمَيِّنَاتٍ لِّيُخْرِجَ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ

Artinya : *Dan mengutus seorang Rasul yang membacakan kepadamu ayat-ayat Allah yang menerangkan (bermacam-macam) supaya Dia mengeluarkan orang-orang yang beriman dan beramal saleh dari kegelapan kepada cahaya (Depag RI, 1989 : 947).*

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus dakwah merupakan perumusan tujuan sebagai perincian dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktifitas dakwah jelas diketahui ke mana arahnya ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan.

Tujuan khusus dakwah secara operasional dibagi ke dalam beberapa tujuan (lebih khusus) yakni :

- a. Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT.
- b. Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf.

- c. Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah SWT (memeluk agama Islam).
- d. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya (Asmuni Syukir, 1983: 54).

2.1.3. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah merupakan bagian terpenting dari ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Kewajiban ini tercantum dari konsep *amar ma'ruf nahi munkar*, yakni perintah untuk mengajak masyarakat melakukan kebenaran sekaligus mengajak untuk meninggalkan atau menjauhan dari perilaku kejahatan. Dasar pelaksanaan dakwah ada dalam Al-Qur'an dan Hadits.

1. Dasar kewajiban dakwah dalam Al-Qur'an.

a. Surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ
 بِآلَتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Depag RI, 1982: 421).

Ayat diatas memerintahkan kepada kaum Muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara pelaksanaanya, yakni dengan cara yang baik sesuai petunjuk agama.

b. Surat Ali Imron ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ
أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya : *“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”* (Depag RI: 1982: 94).

Pada ayat di atas ditegaskan bahwa umat Nabi Muhammad adalah umat yang terbaik. Dalam ayat tersebut juga dijelaskan bahwa orang-orang yang melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* dan mendapatkan keridhoan Allah SWT.

2. Dasar kewajiban dakwah dalam Hadits.

Selain dalam Al-Qur'an banyak juga hadits Nabi yang mewajibkan umatnya untuk berdakwah, salah satunya hadits riwayat Imam Muslim :

من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فاء ن لم يستطع فبلسا نه فاء ن لم يستطع
فقبله وذلك اضعف لاء يمان (رواه مسلم)

Artinya : “ *Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran, maka hendaklah dia mencegah dengan tangannya (dengan kekuatan dan kekerasan), apabila tidak mampu dengan demikian (sebab tidak mempunyai kekuatan), maka dengan lisanya, dan jika (dengan lisanya) tidak mampu maka cegahlah dengan hatinya, dan jika demikian itu adalah selemah-lemahnya iman*” (Imam Nawawi, 1999: 212).

2.1.4. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan proses kegiatan dakwah yang secara langsung terlibat mempengaruhi jalannya proses Islamisasi tersebut maupun secara tidak langsung dapat menghambat jalannya proses Islamisasi kepada individu, kelompok, maupun masyarakat. Unsur-unsur pokok yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah paling tidak terdapat tiga unsur penentu sehingga proses dakwah itu dapat berlangsung, yaitu: *da'i* (subyek dakwah), *mad'u* (obyek dakwah), dan *maddatu al-dakwah* (materi dakwah). Sedangkan unsur-unsur lain yang juga dapat mempengaruhi

proses dakwah antara lain seperti media dakwah (*waasilatu al-dakwah*), dan metode dakwah (*kaifiyatu al-dakwah*) (Dzikron Abdullah, 1986 : 40)

a. Subyek Dakwah (*Da'i*)

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah, baik secara lisan atau tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga (Aziz, 2004: 75). Dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang *da'i* memiliki bakat pengetahuan keagamaan yang baik serta memiliki sifat-sifat kepemimpinan (*qudwah*). Selain itu, *da'i* juga dituntut memahami situasi sosial yang sedang berlangsung. Ia harus memahami transformasi sosial baik secara kultural maupun keagamaan (supena,2007: 110).

Sifat-sifat yang harus dimiliki seorang *da'i* secara umum, yaitu :

- 1) Mendalami Al-Qur'an dan sunnah serta sejarah kehidupan Rasulullah SAW serta Khulafaur Rasyidin.
- 2) Memahami keadaan masyarakat yang akan dihadapi.
- 3) Berani dalam mengungkapkan kebenaran kapanpun dimanapun.
- 4) Ikhlas dalam melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur oleh nikmat materi yang hanya sementara.
- 5) Satu kata dengan perbuatan.
- 6) Terjauh dari hal-hal yang menjatuhkan harga diri.

Sebagai seorang yang menjadi penentu dan pengendali sasaran dakwah *da'i* juga harus mempunyai kepribadian yang baik secara jasmani maupun rohani. Kepribadian yang bersifat jasmani mencakup sifat, sikap, dan kemampuan diri. Ketiga masalah tersebut mencakup keseluruhan kepribadian yang harus dimiliki (Faizah, 2006 : 90). Sedangkan yang dimaksud dengan kepribadian yang bersifat rohani yaitu *da'i* harus mempunyai kepribadian sopan, rapi, dan pantas yang bisa mendorong rasa simpati *mad'u*.

b. Obyek Dakwah (*Mad'u*)

Obyek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah. Mereka adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidaknya telah tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam. Karena itu, obyek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga obyek dakwah ini akan senantiasa mendapatkan perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksanaan dakwah (Awaludin Pimay, 2006 : 29).

Mad'u terdiri dari berbagai golongan manusia, oleh karena itu, menggolongkan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri. Dengan realitas seperti itu, stratifikasi sasaran perlu dibuat dan disusun supaya kegiatan dakwah dapat berlangsung secara efisien,

efektis dan sesuai dengan kebutuhan (Hafidhuddin, 1998: 97).

c. Materi Dakwah (*Maddatu al-dakwah*)

Maddah adalah pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Allah SWT sendiri memerintahkan kepada nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam (Supena, 2007: 109).

Secara global materi dakwah dapat diklasifikasi dalam tiga masalah pokok yaitu :

1) Masalah Aqidah.

Aqidah secara etimologis adalah ikatan, sangkutan. Dalam pengertian teknisnya iman atau keyakinan. Karena itu akidah Islam ditautkan dengan rukun iman yang menjadi azas seluruh ajaran Islam.

2) Masalah Syari'ah.

Syariah berasal dari kata *syari'* yang berarti jalan yang harus dilalui setiap muslim. Dalam pengertian sehari-hari syariah diartikan sebagai hukum atau peraturan-peraturan yang bersumber dari wahyu. Syariah dibagi menjadi dua bidang yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia

berhubungan dengan Tuhan, sedangkan muamalah adalah ketetapan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia seperti jual beli, gadai, perburuhan, pertanian dan lain-lain.

3) Masalah Ahlaq.

Akhlaq adalah bentuk jama' dari *khuluk* yang secara etimologis berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Akhlaq bisa berarti positif dan bisa pula negatif yang termasuk positif adalah akhlaq yang sifatnya benar, amanah, sabar dan sifat baik lainnya, yang disebut sebagai akhlaq *mahmudah*. Sedangkan akhlaq yang negatif adalah akhlaq yang sifatnya buruk, seperti sombong, dendam, dengki, dan khianat, yang disebut sebagai akhlaq *madmumah*.

Materi dakwah yang disampaikan oleh *da'i* harus cocok dengan bidang keahliannya. Materi juga harus cocok dengan metode, media, serta obyek dakwahnya (Bakhtiar, 1997: 34)

d. Media Dakwah (*Waasilatu al-dakwah*).

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah. Pada masa kehidupan Rasulullah SAW, media yang digunakan adalah media audiatif yakni menyampaikan dakwah dengan lisan. Kemudian sikap dan perilaku Nabi juga merupakan media dakwah secara visual yaitu dapat dilihat dan ditiru oleh

obyek dakwah (Awaludin Pimay, 2006: 36). Terdapat pula media-media yang efektif yang berkembang saat sekarang ini berupa :

- 1) *Lisan*: Dakwah melalui lisan merupakan dakwah secara langsung dimana *da'i* menyampaikan dakwah kepada *mad'u*. misalnya dakwah dengan ceramah atau diskusi.
- 2) *Tulisan*: Dakwah melalui tulisan adalah kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan-tulisan, seperti dakwah dengan menggunakan buku bacaan, surat kabar, artikel, dan lain-lain.
- 3) *Lukisan*: yakni gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, dan lain-lain sebagainya. Bentuk lukisan ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, termasuk komik-komik bergambar yang dewasa ini sangat disenangi anak-anak.
- 4) *Audio Visual*: yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk itu di laksanakan dalam televisi, sandiwara, ketoprak wayang dan lain sebagainya.
- 5) *Akhlaq*: yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam

secara langsung yang dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.

e. Metode Dakwah (*Thariqah*).

Metode dakwah adalah cara-cara yang digunakan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah (Bakhtiar, 1997: 34).

Metode dakwah yang digunakan oleh *da'i* harus sesuai dengan keadaan *mad'u* yang akan dijadikan sasaran. Menurut Abdullah (1998: 19) ada beberapa metode yang telah digunakan oleh *da'i* diantaranya :

1) Metode ceramah

Metode ceramah yaitu suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai karakteristik bicara oleh *da'i* pada suatu aktifitas dakwah.

2) Metode tanya jawab

Metode tanya jawab yaitu penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya untuk menyatakan suatu masalah yang dirasa belum dimengerti, dan subyek (*da'i*) fungsinya sebagai penjawab (Muhyidin dan Safe'i, 2002: 95).

3) Metode debat (*mujadalah*)

Metode debat yaitu mempertahankan pendapat dan ideologinya agar pendapat dan ideologinya itu diakui kebenaran dan kehebatanya oleh musuh.

4) Metode pendidikan dan pengajaran agama

Metode ini pada dasarnya membina dan melestarikan fitrah anak yang dibawa sejak lahir, yakni fitrah beragama (perasaan ber-Tuhan)

5) Metode sisipan (*infiltrasi*)

Metode infiltrasi yaitu metode dakwah yang dilaksanakan dengan menyisipkan pesan-pesan dakwah melalui kegiatan diluar aktifitas dakwah.

Penyampaian dakwah ditekankan dengan cara yang baik, cara penuh kasih sayang, tidak memunculkan rasa kebencian atau tidak marah dan menakut-nakuti. Karena hakekat dakwah adalah bagaimana mengarahkan dan membimbing manusia-manusia dalam menemukan dan mengajari fitrahnya sehingga sasaran utamanya adalah jiwa nurani sebagai mata hatinya (Muhyidin dan Safe'i, 2002: 74). Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْ لَهُمْ
 بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Depag RI, 1982: 421).

Ayat tersebut memerintahkan kaum Muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara pelaksanaan dakwah yakni dengan cara yang baik sesuai petunjuk agama (Aziz, 2004: 38).

f. Efek Dakwah (*atsar*)

Efek dakwah merupakan akibat dari pelaksanaan proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya (Bachtiar, 1997: 36). Sehingga efek dakwah menjadi ukuran berhasil atau tidaknya sebuah proses dakwah. Evaluasi dan koreksi terhadap efek dakwah harus dilakukan secara menyeluruh. Sebab dalam upaya mencapai tujuan efek dakwah harus diperhatikan.

Dalam upaya mencapai tujuan dakwah maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuan, aspek sikap, dan aspek perilaku. Berkenaan dengan ketiga hal tersebut Jalaluddin Rahmat (Aziz, 2004: 139) menyatakan :

- 1) Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau persepsi khalayak. Efek ini

berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, dan informasi.

- 2) Efek efektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- 3) Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

2.1.5. Etika Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat (Omar, 1971: 1). Untuk itu, dalam kegiatan dakwah memerlukan adanya sistem yang mengatur dakwah tersebut yang disebut etika. Istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan (*custom*).

Menurut Abdullah menyatakan bahwa istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan.

Sedangkan menurut Hamzah Ya'qub etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk

dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.

Sedangkan menurut Burhanudin etika adalah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat (Arifin: 2009: 10-11).

Etika sebagai suatu objek berkaitan dengan konsep yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik. Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan *self control*, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dan untuk kepentingan kelompok itu sendiri. Dengan kata lain bahwa etika lebih bersifat teoretis. Etika hanya berbicara mengenai nilai perbuatan baik dan buruknya manusia dengan tolak ukur akal pikiran (Arifin: 2009: 11).

Etika membantu manusia bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkannya, etika memberi manusia orientasi bagaimana menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani kehidupan ini. Etika pada akhirnya membantu manusia dalam mengambil keputusan tentang tindakan yang perlu dilakukan (Tajiri: 2009, 32).

Pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi manusia yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu. Untuk itu, etika dakwah diperlukan untuk mempersiapkan kader *da'i* yang etis dan profesional (Hafidhuddin: 1998, 67-68).

Seorang juru dakwah yang mengabaikan ketentuan etika berdakwah ia bukan hanya akan menerima akibat kurang puas pelayanan yang diberikan para juru dakwah sehingga memungkinkan juru dakwah menerima perlakuan yang tidak mengenakkan, juga secara mentalitas dan spiritual seperti; frustrasi, hilang semangat dalam berdakwah, dan perasaan bersalah (Tajiri: 2009, 37).

2.2. Sinetron

2.2.1. Pengertian Sinetron

Sinetron merupakan singkatan dari *sinema elektronik* yang merupakan produk sebuah seni, ia merupakan media komunikasi audio visual yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video, melalui proses elektronik lalu ditayangkan melalui televisi. Sebagai media

komunikasi, sinetron memiliki ciri-ciri, diantara bersifat satu arah terbuka untuk publik secara luas dan tidak terbatas (Muhyiddin, dan Safei, 2002: 204).

Sinetron menurut Veven SP. Wardhana (2001; 268-278) sama dengan TV play, teledrama, sandiwara televisi, film televisi. Hal ini dikarenakan kesemuanya itu sama-sama ditayangkan oleh medium audio visual yaitu televisi, lebih lanjut Veven mengungkapkan, bahwa penggabungan sinema elektronik yang kemudian disingkat menjadi sinetron, tidak berarti kata "*elektronik*" disini mengacu pada pita-pita kaset. Elektronika dalam istilah sinetron itu lebih mengacu pada medium penyebarannya, yakni televisi atau visualisasi, yang merupakan medium elektronik selain radio.

Sebuah sinetron bersifat relatif dan subyektif, tergantung pada penafsiran pihak yang berkepentingan. Hal ini tidak lepas dari nilai, norma, dan pandangan hidup dari pemakainya.

Sadar atau tidak sadar, sinetron dapat mengubah pola hidup masyarakat. Alasannya sederhana saja, masyarakat ingin mencontoh kehidupan yang dikisahkan dalam sinetron, apalagi kalau bintang yang memerankannya adalah idolanya (Muhyiddin, dan Safei, 2002: 204).

Banyak sinetron yang menggambarkan sisi-sisi sosial moral dalam kehidupan masyarakat, tentu sangat bermanfaat bagi pemirsa dalam menentukan sikap. Pesan-pesan sinetron

terkadang terungkap secara simbolis dalam alur ceritanya (Kuswandi, 1996: 131). Sinetron selain berperan sebagai sarana hiburan, sinetron ini juga secara tidak langsung berperan sebagai mendidik dan penyuluh yang dapat meningkatkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, meningkatkan perilaku sosial keagamaan.

2.2.2. Unsur-Unsur Dalam Sinetron

Unsur-unsur yang ada dalam sebuah sinetron meliputi :

a. Pemain atau Bintang Sinetron

Komunikator seperti halnya dengan komunikasi massa pada sinetron, walaupun dilakukan oleh perorangan atau individu tetapi ia tidak memiliki kebebasan individual untuk menyampaikan pesan yang di luar dari skenario atau isi dari sinetron. Pemain di dalam sinetron mewakili lembaga yang mempunyai misi tentang kepentingan tertentu kepada khalayak.

b. Pemirsa

Komunikasi dalam paket sinetron disebut dengan istilah pemirsa, yaitu suatu khalayak yang menerima isyarat-isyarat pesan yang terkandung di dalam suatu sinetron. Ia bersifat positif yang tidak bisa memberikan respon langsung kepada para lembaga atau pemain yang menyampaikan isyarat pesan itu (Muhyiddin, dan Safei, 2002: 206).

c. Isi dari Sinetron (Tema Pokok)

Tema pokok merupakan garis besar dari sebuah rangkaian proses penyampaian pesan yang di dalamnya membawa kepentingan-kepentingan lembaga atau perusahaan.

d. Televisi

Televisi merupakan sebuah medium dalam penyampaian yang tervisualisasikan di layar kaca televisi, pesan disampaikan setelah melalui proses rekaman sinematografi.

e. Dramatisasi

Dramatisasi merupakan sebuah rangkaian metode penyampai pesan yang dilakukan oleh komunikator (pemain) dengan maksud agar pesan tidak terkesan hanya sebuah propaganda.

f. Naskah atau Skenario

Skenario merupakan sebuah panduan khusus tentang pesan apa yang akan disampaikan oleh para pemain. Skenario dibuat oleh *skripwriter* yang telah ditunjuk oleh lembaga untuk melukiskan isyarat pesan apa saja yang akan disampaikan.

2.2.3. Karakteristik Sinetron

Televisi merupakan media komunikasi yang banyak memiliki bentuk acara yang ditampilkan. Sinetron merupakan produk komunikasi yang bisa ditayangkan di televisi, juga

dapat ditayangkan melalui layar-layar keluarga. Itulah sebabnya kelebihan karakteristik sinetron. Adapun karakteristik sinetron adalah sebagai berikut :

1. Sinetron merupakan salah satu produk dari komunikasi massa.
2. Sumber pesan dalam sinetron dilakukan oleh suatu badan atau kumpulan orang yang berjumlah banyak, yang bekerja dalam menghasilkan suatu pesan melalui karyanya.
3. Komunikasi yang dilakukan bersifat satu arah (*one way communication*) dan berhubungan dengan komunikasi yang berjumlah banyak dalam suatu area geografis yang tersebar luas membawa pesan bersifat umum dan universal yang perlu diketahui oleh masyarakat luas.
4. Umpan balik yang disampaikan oleh komunikan kepada komunikator (pelaku sinetron) bersifat tertunda. Hal ini berhubungan dengan penyampaian pesannya yang bersifat satu arah.

Sinetron sebagaimana halnya dengan produk komunikasi massa lainnya cenderung dapat memberikan perubahan efek kognitif, behavioral, dan bahkan emosional (Mulyana, 1998: 33).

2.2.4. Perkembangan Sinetron di Indonesia

Munculnya stasiun-stasiun televisi swasta di Indonesia telah membawa perubahan besar terhadap

persaingan mata acara tayangan oleh masing-masing industri dalam merebut khalayak pasar untuk memperoleh keuntungan bisnis yang lebih besar. Popularitas sebuah sinetron akan berdampak kepada naiknya potensi pangsa pasar suatu industri pertelevisian, dan pada akhirnya kecenderungan iklan yang masuk juga lebih besar. Beragam bentuk acara telah banyak ditayangkan dari mulai penayangan informasi, hiburan, dan pendidikan (Fatah, 2001: 38).

Sinetron sekarang ini menjadi salah satu primadona acara pada setiap stasiun televisi di Indonesia. Sinetron mampu menarik khalayak, karena mampu mengangkat realitas budaya dan sosial masyarakat Indonesia, sinetron-sinetron fiksi yang sekarang mulai banyak berkembang (Misalnya : Si Entong, dan sebagainya) menambah popularitas stasiun TV semakin tinggi. Sinetron mengangkat semua bentuk kehidupan manusia dari yang nyata sampai pada yang maya. Kemampuan inilah yang mendapat respon positif masyarakat, sehingga memicu para industri pertelevisian untuk saling berlomba menayangkan sinetron sesuai dengan segmen pasarnya (Fatah, 2001 : 38).

Produksi sinetron sebagaimana dapat disaksikan sekarang, mengalami kemajuan yang luar biasa, terutama setelah munculnya beberapa *Production House* (PH). PH bergerak dalam pembuatan sinetron atau program siaran untuk dijual kepada stasiun siaran televisi (*Broadcasting House*).

Diakhir tahun 1992 tercatat tidak kurang dari 300 PH yang ada di Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman, tidak menutup kemungkinan semua itu pun akan bertambah (Muhyiddin, dan Safei, 2002: 204).

2.2.5. Hubungan Antara Dakwah dan Sinetron

Sinetron merupakan bagian dari kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, sinetron tidak mungkin dipisahkan dari kehidupan manusia. Ia dapat menghibur, mendidik melibatkan perasaan, merangsang pemikiran, dan memberi dorongan. Sinetron sebagai seni yang sangat kuat pengaruhnya, dapat memperkaya pengalaman hidup seseorang, dan bisa menutupi segi-segi kehidupan yang lebih dalam. Sinetron bisa dianggap sebagai pendidik yang baik. Selain itu, sinetron selalu diwaspadai karena kemungkinan pengaruh-pengaruhnya yang buruk (Sumarno, 1996:85).

Minat berdakwah memang sudah merata pada semua kalangan. Termasuk dikalangan para sineas dan seniman muslim, yang berniat memanfaatkan media sinetron untuk berdakwah. Sinetron tidak hanya sebagai tontonan tetapi sekaligus sebagai tuntutan. Disisi lain sinetron dakwah juga ada batasan syar'i yang mengendalikan proses pembuatan sinetron yang mendorong kreatifitas para sineas muslim (Rahmat, 1997: 22).

Sinetron dakwah tidak hanya sinetron yang dibuat semata-mata untuk tujuan dakwah saja, tetapi juga sinetron

yang didalamnya bermuatan dakwah. Apabila dakwa dipahami secara lebih terbuka, yaitu sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan situasi yang negatif menjadi situasi yang positif.

Sinetron merupakan salah satu media dakwah yang mempunyai efek eksklusif dalam menyampaikan pesan dakwah bagi para penontonya. Sinetron yang dapat mempengaruhi efek bagi kehidupan manusia telah dibuktikan betapa kuatnya media ini dengan cara mempengaruhi sikap, perasaan, dan tindakan penontonnya.

Berdasarkan hal tersebut dakwah dan sinetron adalah dua hal yang sangat berkaitan. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentu memerlukan sebuah media untuk menyampaikan pesan kepada audien, sedangkan sinetron bisa digunakan, karena sebagai salah satu alat media komunikasi maka sinetron merupakan salah satu dari media dakwah.