

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Dewasa ini dakwah dihadapkan pada perkembangan peradaban masyarakat dan kemajuan teknologi (Muhyidin, 2001:156). Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi dakwah sebagai suatu komunikasi dituntut agar lebih efektif dan efisien, sehingga dakwah dapat berjalan lebih komunikatif (Bahri, 1997:33).

Manusia memiliki kewajiban untuk melaksanakan kegiatan dakwah dengan mengikuti perkembangan zaman agar dakwah dapat berjalan lebih komunikatif. Dakwah merupakan proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengembang dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan sasaran bertahap menuju ke kehidupan yang Islami. Proses yang berkesinambungan adalah suatu proses yang bukan insidental atau kebetulan, melainkan benar-benar direncanakan, dan dievaluasi secara terus menerus oleh pengembang dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah direncanakan atau dirumuskan (Hafidhuddin, 1998:77). Dalam hal ini Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ 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 dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Departemen Agama RI. 1995: 93).

Dari ayat di atas perintah dakwah adalah wajib hukumnya dan harus dilaksanakan oleh seluruh umat Islam. Metode dakwah Al-hikmah dapat digunakan untuk mempengaruhi orang lain agar bersedia masuk kejalan Allah dan menuju ke kehidupan yang lebih Islami. Banyak metode yang dapat digunakan untuk melakukan dakwah sebagai kewajiban umat Islam sesuai dengan kemampuan dan bidangnya masing-masing (Amin, 2009:54).

Dakwah tidak harus dilakukan dengan tatap muka, sehingga dakwah dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan zaman sehingga lebih mudah diterima oleh khalayak. Media adalah teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Salah satu media yang dapat digunakan untuk berdakwah adalah media massa (Amin, 2009:54).

Di zaman yang serba modern, tidak mungkin dakwah hanya menggunakan metode tradisional seperti pengajian di mushola yang hanya diikuti oleh mereka yang hadir di sana. Penggunaan media-media komunikasi modern (media massa) adalah salah satu keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan penyampain ajaran-ajaran Islam atau dakwah Islam (Amin, 2009:113). Media massa yang dapat digunakan sebagai media dakwah antara lain seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Amin, 2009:113).

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak mulai dari karakter, sikap, dan gaya hidup. Dalam perkembangannya, televisi sudah sangat memasyarakat sebagaimana radio. Televisi memiliki daya tarik luarbiasa dan memiliki kekuatan menghipnotis. Televisi saat ini sudah menjadi agama bagi masyarakat industri, sebagai agama televisi mengajarkan idiologi, budaya kepada masyarakat. Bila di Amerika dulu televisi disebut sebagai *The Second God* atau Tuhan Kedua, tempat anak-anak belajar tentang cara hidup, berpakaian, dan berjalan lewat televisi. Bahkan, televisi mungkin sudah menjadi *The First God* (Tuhan Pertama) (Saefuloh, 2009:3).

Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi karena melalui televisi pesan-pesan atau informasi dapat sampai kepada audiens dengan

jangkauan yang sangat luas. Televisi merupakan hasil teknologi elektronik yang dapat menyiarkan suatu program dalam bentuk suara sekaligus gambar dari stasiun yang memancarkannya (Amin, 2009:120).

Televisi dapat digunakan sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah sangat luas. Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, 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 atau obyek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi.

Banyak program di televisi yang menyajikan siaran dakwah yang dikemas secara lebih ringan yang memadukan pendidikan Islami dengan hiburan atau yang belakangan ini dikenal dengan istilah *dakwahtainment*. Istilah *dakwahtainment* pertama dikaitkan dengan Aa Gym melalui Televisi Manajemen Qolbunya (MQTV) (Sofjan, 2013:58). *Dakwahtainment* semakin berkembang dan menjamur di media televisi lain selain MQTV, berbagai variasi program siaran dakwah tersaji setiap harinya di

layarkaca mulai dari televisi lokal sampai televisi nasional terutama saat bulan suci ramadhan.

Menjamurnya program *dakwahtainment* di televisi memberikan peluang bagi penceramah untuk menyampaikan materi dakwah secara lebih luas kepada penonton. Yusuf Mansyur sebagai salah satu penceramah yang sering tampil di program *dakwahtainment*, mengatakan tujuan seorang penceramah tampil di televisi adalah agar semakin banyak orang yang mendengar pesan agama yang disampaikan (suaramerdeka.com, 13.00, 20/8/2014).

Konsep *dakwahtainment* yang memadukan antara dakwah dan *entertainment*, maka mengakibatkan unsur menghibur yang tidak akan pernah bisa terpisahkan (makassar.tribunnews.com,12.00,20/8/2014). Idy Muzayyad, anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, mengatakan *dakwahtainment* di televisi saat ini lebih banyak memasukkan unsur komedi, bukan pada unsur agama, mengakibatkan biasanya program *dakwahtainment* (ugm.ac.id, 11.30, 20/8/2014).

Dalam penerapannya *dakwahtainment* dipandu oleh suatu prinsip yang ketat yang digunakan oleh para eksekutif media, produser dan tim kreatif, yang menggabungkan antara tuntunan dan tontonan. Di balik layar, program *dakwahtainment* diamati oleh produser dan tim kreatif berdasarkan segmen pasar (Sofjan, 2013:57). Mereka mengklaim memenuhi permintaan mayoritas penonton muslim di Indonesia yang lebih menyukai kombinasi

keduanya daripada cuma menerima tuntunan tanpa tontonan (Sofjan, 2013:58). Pada hakekatnya media di tanah air mencerminkan peralihan dari *state regulation* menuju *market regulation* dimana pasar sangat mempengaruhi media (Sunarto, 2009:87).

*Dakwahtainment* secara mencolok kekurangan substansi dan lemah dari segi penyampaian ajaran-ajaran agama dan nilai-nilai normatif. Banyak program yang tergolong jenis *dakwahtainment*, sebagian besar membahas isu-isu sepele, tidak relevan dan tak berkaitan, dan menggunakan metode-metode penyampain pesan agama yang terlalu disederhanakan. Terlebih lagi, pesan-pesan itu sering berulang-ulang dan membosankan (Sofjan, 2013:59). *Dakwahtainment* terlihat jelas kekurangannya terlebih lagi ketika tayangan tersebut bersifat langsung, sehingga tidak ada proses editing. Beberapa kali dalam tayangan *dakwahtainment* terdapat kata-kata dan kalimat yang tidak layak untuk disebarluaskan karena itu bersifat aib atau kejelekan seseorang.

Berdasarkan latar belakang ini penulis meneliti persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *dakwahtainment* di televisi. Penulis memilih dosen sebagai subjek yang diteliti persepsinya karena dosen merupakan seorang yang berdasarkan pendidikan dan keahliannya diangkat oleh penyelenggara perguruan tinggi dengan tugas utama mengajar pada perguruan tinggi yang

bersangkutan (Bastian. 2006:30). Penulis memilih dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo karena penulis menganggap dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo merupakan pengembang dakwah Islam dengan memberikan pelajaran-pelajaran kepada mahasiswanya. *Dakwahtainment* sebagai fenomena baru yang menjadi kajian dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang sebagai salah satu metode dakwah terkini.

## **1.2. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :  
“Bagaimanakah persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *dakwahtainment* di televisi ?”.

## **1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *Dakwahtainment* di televisi.

Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan dalam khasanah ilmu dakwah.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan *dakwahtainment* agar lebih bermutu.

#### 1. 4. TINJAUAN PUSTAKA

Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka di bawah ini terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh penelitian lain yang relevan dengan judul yang penulis teliti.

Pertama, buku yang berjudul *Agama dan Televisi di Indonesia: Etika Seputar Dakwahtainment* oleh Dicky Sofjan dan Mega Hidayati tahun 2013. Buku ini berasal dari program riset berjudul *Agama dan Gender di Indonesia*. Riset ini merupakan salah satu kegiatan lanjutan dari konferensi “*Resurgence of Religions in Southeast Asia*” (Konferensi Agama-agama di Asia Tenggara), yang diselenggarakan oleh ICERS (*Indonesian Consortium for Religious Studies*) pada bulan Januari tahun 2011.

Program-program *dakwahtainment* memiliki kelemahan mendasar yang memadukan agama dengan media modern serta memaksakan hubungan asosiasi ekonomi antara penceramah dan jamaah. Dalam konteks *dakwahtainment* secara efektif Islam menjadi agama pasar, dimana para *da'i* selebriti mendominasi wacana religius ditengah-tengah dorongan dan tarikan liberalisasi pasar Indonesia, kebebasan media, dan budaya populer yang berkembang pesat. Oleh karena itu program *dakwahtainment* menempati ruang publik dimana muslim kelas menengah kebawah dapat mengecap semangat religius, namun pada saat yang bersamaan masih tenggelam dalam budaya *materialistik*, *konsumeristik*, *nihilistik*, dan *voyeuristik*.

Keherman terhadap *dakwahtainment* berkaitan dengan peremehan terhadap nilai-nilai agama dan komodifikasi agama dan kelemahan-kelemahan etika, yang semuanya mendukung cara berfikir dan praktek modern yang hedonistik. Semua itu menyebabkan efek pendangkalan. Program-program *dakwahtainment* demi mengisi kekosongan spiritual yang tidak dapat dipuaskan oleh gaya hidup mereka yang semakin modern, sekuler, dan liberal. Disisi lain pertimbangan etika perlu diberikan dan dipraktikan untuk menjamin agar program televisi dapat disesuaikan dengan kebutuhan baik para pebisnis media yang berorientasi pada keuntungan maupun pemirsa, yang sungguh-sungguh ingin dicerahkan melalui berbagai format hiburan yang bernuansa agama.

Kedua, penelitian (skripsi) Arif Rifaudin pada tahun 2014 yang berjudul “Persepsi Masyarakat Tentang Siaran Dakwah Pada Acara Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh di ANTV (Dusun Glagah I, Banjarnegoro, Mertoyudan, Magelang)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang siaran dakwah pada acara “Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh” di ANTV. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan psikologi komunikasi untuk dapat memahami perilaku masyarakat dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa persepsi masyarakat setelah menonton siaran dakwah Mamah Dedeh pada acara “hati ke hati

bersama Mamah Dedeh” di ANTV bahwa materi yang disampaikan bersumber pada Al-qur’an dan Al-Hadist yang di antaranya membahas persoalan akhlak, ibadah, dan sebagainya. Pesan dakwah cukup memberikan pengaruh terhadap kondisi psikologis masyarakat, baik dari cara berfikir dan tingkah laku. Masyarakat cukup merasa senang dengan keberadaan acara hati ke hati bersama Mamah Dedeh di ANTV, karena acara disajikan sesuai dengan keinginan masyarakat.

Ketiga, penelitian (skripsi) Zulhidayat pada tahun 2014 yang berjudul “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar terhadap ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong responden untuk menonton. Data primer penelitian dikumpulkan melalui kuisioner dan data sekunder menggunakan observasi, studi pustaka dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar terhadap ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV dinilai berkualitas. Faktor yang mempengaruhi responden untuk

menonton ada tiga yaitu sebagai penceramah, rasa ingin tahu, dan faktor kebetulan.

Terdapat persamaan antara penelitian yang penulis teliti dengan tiga tinjauan pustaka di atas yaitu, persamaan pada bagian fokus penelitian yaitu meneliti tentang persepsi (tanggapan), dan *dakwahtainment* di televisi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah berbeda pada lokus penelitian, dan pada pendekatan penelitian yang digunakan. Penelitian ini membahas tentang Persepsi Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *Dakwahtainment* di Televisi, dari penelusuran penulis belum terdapat penelitian sebelumnya yang sama dengan penelitian yang penulis teliti.

## **1.5. METODE PENELITIAN**

### **1.5.1. Jenis/Pendekatan/Spesifikasi Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisisnya terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Azwar, 2007:5). Menurut Bogdan dan Taylor metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis (Moleong, 2004:3). Penelitian kualitatif bila dilihat dari sisi sifatnya adalah bentuk deskriptif, dilihat dari sisi tugasnya

adalah memahami makna di balik fakta, dan dilihat dari sisi tujuannya adalah menemukan teori (Yahya, 2010:10).

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi (Azwar, 2007:7).

### **1.5.2. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

Agar penelitian ini mempunyai sasaran yang jelas, maka perlu ada beberapa penjelasan tentang definisi konseptual dan definisi operasional tentang objek yang diteliti.

a. Persepsi

Dalam penelitian ini persepsi yang dimaksud adalah tanggapan, pandangan dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang dalam memberi makna dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan isi pesan.

b. *Dakwahtainment* di televisi

Menurut penulis *dakwahtainment* adalah penyebaran Agama Islam sehingga ada perubahan menuju kehidupan yang lebih Islami dengan menggabungkannya dengan unsur

hiburan didalamnya. *Dakwahtainment* tidak hanya melalui media televisi, karena bisa menggunakan media-media lainnya baik media massa maupun media tradisional. Namun dalam penelitian ini difokuskan hanya pada *dakwahtainment* di televisi dengan metode ceramah.

Fokus dalam penelitian ini adalah membahas persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *dakwahtainment* di televisi dengan metode ceramah.

### **1.5.3. Sumber Data dan Jenis Data**

*Sumber* data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh (Arikunto, 2010:114). Sumber data merupakan subyek yang memberi data penelitian yang dibutuhkan. Sumber data bisa berupa manusia, benda, situasi dan keadaan, atau dokumen (Yahya, 2010:83). Dalam penelitian ini sumber data terdiri dari dua bagian yaitu:

- a. Data primer atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang.
- b. Data sekunder atau data tangan ke dua, adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya

berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia (Azwar, 2007:91). Dalam penelitian ini, data sekunder yang penulis gunakan adalah segala data tertulis yang masih berhubungan dengan tema yang bersangkutan. Baik berupa buku, jurnal, surat kabar, ataupun literatur lain yang ada hubungannya dengan penelitian.

#### **1.5.4. Teknik Penentuan Informan**

Dalam penelitian kualitatif sampel dikenal dengan nama informan, nara sumber, guru, teman, dan partisipan dalam penelitian (Sugiyono, 2009:216). Terdapat banyak teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan diambil berdasar pada tujuan tertentu (tujuan penelitian). Pertimbangan tertentu ini misalnya dipilih orang yang memiliki wewenang atau kekuasaan sehingga bisa menjadi pembuka pintu untuk menggali informasi lebih luas. *Snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini karena dari jumlah data yang sedikit belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data. Teknik ini

diibaratkan seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2009:220).

*Purposive sampling* tidak terikat pada jumlah tertentu sebagaimana sampel yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian (Yahya, 2010:97). Penentuan pengambilan informan dengan teknik ini sebaiknya memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya.
- b. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- c. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
- d. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri.
- e. Mereka yang pada mulanya tergolong cukup asing dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber (Sugiyono, 2009:221).

Dalam proposal penelitian kualitatif, sampel sumber data masih bersifat sementara. Namun demikian pembuatan proposal perlu menyebutkan siapa yang kemungkinan akan digunakan sebagai sumber data atau informan. Ciri-ciri khusus teknik pengambilan informan tipe *purposive* yaitu,

sementara (*emergent sampling design*), menggelinding seperti bola salju (*snowball*) (*serial selection of sample units*), disesuaikan dengan kebutuhan (*countinuous adjustment of 'focusing' of the sample*), dan dipilih sampai jenuh (*selection to the point of redundancy*) (Sugiyono, 2009:219).

Seperti yang telah dijelaskan di atas dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* pencarian data terus dilakukan hingga data itu benar-benar jenuh. Dalam artian informan baru dalam memberikan informasi sudah tidak ditemukan informasi baru maka proses pencarian data dapat dihentikan (sugiyono, 2009: 221).

Dalam penelitian ini informan diambil dari Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang baik dosen tetap maupun dosen tidak tetap tahun 2014. Sebagai informan awal dipilih informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan, dan mampu membuka pintu untuk pemilihan informan selanjutnya. Informan masih bersifat sementara karena masih dapat bertambah jumlahnya sampai data yang dibutuhkan mengalami titik jenuh.

#### **1.5.5. Prosedur Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sekaligus berfungsi sebagai instrumen utama yang terjun ke lapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan data melalui wawancara dan melalui

dokumentasi, dan lebih rinci teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wawancara yaitu cara penggalan data melalui dialog antara peneliti dengan responden. Metode wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009:231). Wawancara digunakan untuk menggali data dengan uraian yang cukup panjang. Teknik ini merupakan tulang punggung dalam penelitian kualitatif lapangan (Yahya, 2010:104). Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para respon (Subagyo, 2006:39). Dalam penelitian ini penaliti melakukan wawancara kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang tentang *dakwahtainment* di televisi.
- b. Dokumentasi Menurut Kunjaraningrat dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk buku-buku tentang pendapat, teori, dalil/hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan (Nawawi, 1993:133). Data ini digunakan sebagai data tambahan dan pendukung. Dalam hal ini penulis menggunakan dokumen yang penting guna mengetahui data operasional lembaga yang telah disusun

sehingga data yang penulis kumpulkan menjadi jelas dan terarah.

#### **1.5.6. Metode Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, interpretasikan, dan diklasifikasikan. Analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa “*data analysis is the process of systematically searching arranging the interview transcripts, filed notes and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others*”. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, dan temuannya dapat diinformasikan kepada yang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada yang lain (Sugiyono, 2009: 244).

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Data disajikan dalam sejumlah uraian ataupun deskripsi secara menyeluruh dan objektif dengan melakukan penyederhanaan dari berbagai data yang didapatkan baik dari hasil data wawancara, dokumentasi, ataupun data hasil observasi yang nantinya diklasifikasikan sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini.

## 1.6. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Penulisan skripsi ini diawali dengan halaman judul, nota pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, deklarasi, abstraksi, kata pengantar dan daftar isi.

Bab I berisi tentang pendahuluan, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, definisi konseptual dan definisi operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II berisi tentang landasan teoritik yang memuat tinjauan umum tentang beberapa teori yaitu, pertama teori tentang persepsi yang meliputi pengertian persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, dan proses terjadinya persepsi. Kedua teori tentang televisi yang meliputi pengertian televisi, format acara televisi dan lain-lain. Ketiga berisi tentang teori dakwah dan dilanjutkan dengan teori tentang dakwah melalui media televisi dan teori tentang *dakwahtainment* dan *dakwahtainment* di televisi.

Bab III berisi tentang persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang.

Bab IV berisi tentang analisis persepsi dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang.

Bab V berisi tentang penutup, terdapat kesimpulan yang merupakan hasil penelitian ini dan saran-saran serta diikuti dengan uraian kata penutup. Setelah penutup dibagian akhir akan dicantumkan daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan biodata penulis.