

**KOMPOSISI SIARAN DAKWAH DI TELEVISI LOKAL KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI

untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar strata satu
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



AFIF NUR HIDAYAH

091211004

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Dekan Fakultas

Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka Kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Afif Nur Hidayah

Nim : 091211004

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi /KPI

Judul Skripsi : Komposisi Siaran Dakwah di Televisi Lokal Kota
Semarang

Dengan ini telah Saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 16 Mei 2016

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis

Bidang Substansi Materi



Dr. H. Najahan Musyafak, M. A.
NIP. 19701020 199503 1001



Hasyim Hasanah, M.S.I.
NIP. 19820302 200710 2001

SKRIPSI

KOMPOSISI SIARAN DAKWAH DI TELEVISI LOKAL KOTA SEMARANG

Disusun Oleh:
Afif Nur Hidayah
091211004

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 08 Juni 2016 dan dinyatakan telah lulus memenuhi Syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I)

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Sekretaris


Drs. H. Najahan Musyafak, M. A.

NIP. 19701020 1995031 001

Penguji I


Hasyim Hasanah, S. Sos. I, M. S. I.

NIP. 19820302 2007102 001

Penguji II


M. Chodzirin, M. Kom.

NIP. 19691024 2005031 005

Pembimbing I



Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag.

NIP. 19660513 199303 1 002

Pembimbing II


Drs. H. Najahan Musyafak, M. A.

NIP. 19701020 1995031 001


Hasyim Hasanah, S. Sos. I, M. S. I.

NIP. 19820302 2007102 001

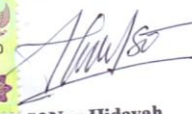


PERNYATAAN

Dengan ini, Saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja Saya sendiri, dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/ tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Mei 2016




Afif Nur Hidayah
NIM. 091211004

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Komposisi Siaran Dakwah di Teevisi Lokal Kota Semarang* untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Sosial Islam pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag. selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Awaludin Pimay, Lc. M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak DR. H. Najahan Musyafak, M. A. dan Ibu Hasyim Hasanah, M. S. I. Selaku pembimbing I dan II atas bimbingan, serta arahan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Khotibul Umam, M. Kom. Selaku wali studi yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Para dosen, dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas arahan, dan bantuan yang diberikan.

6. Keluarga besar *crew* keempat televisi lokal di kota Semarang yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.
7. Bapak, dan ibu tercinta yang telah berjasa dalam kehidupan penulis.
8. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, dan tak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga seluruh bantuan dan kebaikannya menjadi amal shalih dan skripsi ini dapat membawa manfaat.

Semarang, 16 Mei 2016

Penulis

Afif Nur Hidayah

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Saya persembahkan untuk;

- 1. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang*
- 2. Bapak Sumaidi dan Ibu Musriah tercinta yang telah mendidik, serta mencurahkan kasih sayangnya*
- 3. Adiku Ahmad Labib yang ku sayangi*
- 4. Keluarga besar tercinta yang telah mendoakan bagi keberhasilanku*

MOTTO

نصاري البدرى - رضي الله عنه قال رسول الله عن أبي مسعود عقبة بن عمرو الأ
صلى الله عليه وسلم من دلَّ على خيرٍ، فله مثل أجر فاعله
(رواه مسلم)

Dari Abu Mas'ud uqbah bin Amr al Ansari al Badri ra, berkata Rasulullah
saw: "Barang siapa yang menunjukkan kepada suatu kebaikan, maka baginya
pahala seperti orang yang melaksanakannya"
(HR Muslim)

ABSTRAK

Pemanfaatan media televisi lokal dalam aktifitas dakwah, terbukti dari adanya acara-acara dakwah yang telah diproduksi dan disiarkan oleh televisi lokal di kota Semarang, diantaranya: Embun Pagi di Kompas TV Jawa Tengah, Lentera Illahhi di iNews TV Semarang, Bengkel Rohani di TVKU. Pada perkembangannya, media nasional telah mengakuisisi sebagian besar televisi lokal di kota Semarang, sehingga televisi lokal harus merelai program-program acara dari televisi nasional induknya. Disisi lain, dampak dari sistem akuisisi menyebabkan televisi lokal terbatas dalam memproduksi maupun menyiarkan acara-acara lokalnya, termasuk acara dakwah di televisi lokal.

Penelitian Komposisi Siaran Dakwah di Televisi Lokal Kota Semarang bertujuan untuk menggambarkan komposisi siaran dakwah di TV lokal kota Semarang, menemukan, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persentase komposisi siaran dakwah di TV lokal di kota Semarang, serta menganalisis komposisi siaran dakwah di TV lokal kota Semarang. penelitian ini adalah penelitian kualitatif, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan komunikasi dakwah, spesifikasi penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis interaktif model milles and Huberman. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang mempunyai persentase 8,9% dari keseluruhan program acara lokal yang diproduksi oleh empat stasiun televisi lokal kota Semarang. Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minimnya komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang disebabkan karena belum berjalannya regulasi Sistem Siaran Berjaringan (SSJ) dengan baik. Belum berjalannya SSJ menyebabkan sepiunya pasar iklan di TV lokal. Sepinya pasar iklan menyebabkan sebagian besar TV lokal bersedia untuk diakuisisi oleh media nasional. Akuisisi menyebabkan TV lokal harus merelay program siaran televisi induknya, sehingga TV lokal mempunyai jam tayang yang terbatas dalam menyiarkan siaran lokal, termasuk menyiarkan siaran dakwah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Metodologi Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Komposisi Siaran Dakwah.....	17
B. Televisi Lokal.....	32
C. Siaran yang Mengandung Muatan Dakwah.....	50
D. Siaran Pendidikan Termasuk Kategori Siaran Dakwah.....	52

BAB III: PROFIL TELEVISI LOKAL KOTA SEMARANG

A. Kompas TV Jawa Tengah.....	55
B. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU).....	60
C. PRO TV (iNews TV) Semarang.....	64
D. Cakra Semarang TV.....	68

BAB IV: ANALISIS KOMPOSISI SIARAN DAKWAH

DI TELEVISI LOKAL KOTA SEMARANG.....	79
--------------------------------------	----

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan sebuah kewajiban yang dimiliki oleh setiap Muslim sebagaimana firman Allah dalam surah Ali Imran ayat 104:

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

Artinya: Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung (Q. S. Ali Imran: 104) (Departemen Agama Republik Indonesia, 2004: 64).

Seiring dengan kemajuan teknologi, dakwah dituntut untuk lebih efektif dan efisien agar pesan dakwah sampai pada sasaran dakwah. Dalam mencapai keberhasilan dakwah secara efektif dan efisien, diperlukan pengaturan unsur-unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satu unsur penunjang keberhasilan dakwah yang harus terorganisir dengan baik adalah media dakwah (Munir, 2009:6). Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Adapun salah satu media yang dapat dijadikan sebagai media dakwah adalah televisi (Munir, 2009: 54).

Televisi dapat digunakan sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat menjangkau daerah yang luas. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media televisi, dikemas dalam bentuk audio visual, sehingga pesan mudah diterima dan dipahami oleh audien. Televisi telah mengalami perkembangan secara pesat, ditandai dengan banyaknya jumlah stasiun televisi di berbagai daerah di Indonesia. Perkembangan tersebut tidak hanya terjadi pada televisi nasional, tetapi juga televisi lokal. Televisi lokal merupakan media yang dekat dengan masyarakat, karena televisi lokal mampu mengangkat isu-isu atau persoalan lokal yang dihadapi oleh masyarakat dibandingkan televisi nasional (Munir, 2009: 120).

Televisi lokal menambah variasi atau pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan pendidikan. Program acara bernuansa lokal menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat menonton televisi lokal (Rukmana, 1996: 50). Televisi lokal semakin berkembang, ketika Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) berdiri pada 26 Juli 2003 di Bali. ATVLI telah memiliki anggota stasiun televisi lokal yang tersebar di berbagai daerah, salah satunya di kota Semarang. Kota Semarang memiliki empat stasiun televisi lokal, yaitu: TV Borobudur atau yang telah bekerjasama dengan Kompas dan menjadi Kompas TV Jateng, Pro TV Semarang yang telah

bekerja sama dengan Sindo TV (kini menjadi i-news TV), Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro (TVKU) yang telah bergabung dengan Rajawali Televisi, serta Cakra Semarang TV (Frima, 2014: 4).

Dakwah melalui media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat, mengingat pemirsa televisi di Indonesia mayoritas beragama Islam. Televisi lokal dapat menjadi media dakwah yang mampu menjangkau masyarakat lokal. Televisi lokal sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan teknologi modern dalam aktifitas dakwah. Siaran dakwah di televisi lokal dapat disajikan dengan menyesuaikan kearifan lokal yang ada di daerah stasiun televisi tersebut dikelola (Muhtadi, 2000: 98).

Pemanfaatan televisi lokal dalam aktifitas dakwah telah diterapkan, salah satunya di televisi lokal kota Semarang. Bentuk pemanfaatan televisi lokal dalam aktifitas dakwah, terbukti dari adanya acara-acara dakwah yang telah diproduksi dan disiarkan oleh televisi lokal di kota Semarang. Pada tahun 2013, Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang menayangkan beberapa siaran dakwah, diantaranya: klinik sakinah, bengkel rohani, dan seni menata hati. Pada tahun 2013 televisi Borobudur (Kompas TV Jateng) Semarang menyiarkan acara dakwah musyafir, dan Embun pagi (<http://www.tvborobudur.com>.15 September 2014).

Pada perkembangannya, sebagian besar televisi lokal di kota Semarang telah diakuisisi oleh media nasional, sehingga televisi lokal harus merelai program-program acara dari televisi nasional induknya. Sepinya pasar iklan di televisi lokal telah menyebabkan kerugian finansial, sehingga televisi lokal merelakan untuk diakuisisi oleh televisi nasional. Televisi nasional melakukan akuisisi terhadap televisi-televisi lokal agar kualitas siaran televisi nasional menjadi baik, jernih, dan siarannya dapat diterima oleh pemirsanya diberbagai daerah, sehingga jaringan televisi nasional semakin luas dengan memanfaatkan daya siar televisi lokal (Frima, 2014).

Disisi lain, dampak dari sistem akuisisi yang dilakukan televisi nasional terhadap televisi lokal menyebabkan televisi lokal menjadi terbatas dalam memproduksi maupun menyiarkan acara-acara lokalnya, dan hal tersebut berdampak pula terhadap produksi dan penyiaran acara dakwah di televisi lokal. Beberapa televisi lokal di Semarang yang pada mulanya mempunyai beberapa acara lokal dan acara dakwah, setelah diakuisisi oleh televisi nasional, acara-acara lokal dan acara dakwah di televisi lokal Semarang menjadi banyak yang berkurang atau tidak lagi ditayangkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimanakah komposisi siaran dakwah di stasiun televisi lokal kota Semarang, setelah banyaknya

televisi lokal kota Semarang yang telah diakuisisi oleh televisi nasional. Penelitian ini fokus pada program-program di televisi lokal kota Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah komposisi siaran dakwah di televisi lokal Kota Semarang.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan, menggambarkan, mengidentifikasi, dan menganalisis komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan kajian studi keilmuan dakwah dan komunikasi dalam bidang penyiaran dakwah melalui media televisi, memberikan gambaran tentang komposisi siaran dakwah di televisi lokal serta dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang komposisi siaran dakwah di televisi.

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan bagi pelaku dakwah dalam hal ini produser dan para pelaku penyiaran televisi untuk dapat meningkatkan kualitas siaran, termasuk siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang, dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk melakukan pengawasan terhadap siaran televisi lokal agar lebih berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat Jawa Tengah, serta dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih tayangan yang berkualitas untuk ditonton.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penelitian dan plagiasi, maka akan dipaparkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayah (2011) yang berjudul *Proporsionalitas Tayangan Local Wisdom (Kearifan Lokal) Jawa Tengah di Stasiun Televisi Borobudur Semarang (Analisis Perspektif Dakwah)*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui proporsionalitas tayangan *local wisdom* Jawa Tengah di Stasiun Televisi Borobudur Semarang, serta jika ditinjau dari perspektif dakwahnya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan yang mengandung kearifan

lokal Jawa Tengah di stasiun televisi Borobudur Jawa Tengah sudah proporsional sesuai dengan peraturan Menkominfo dan peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Analisis penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak semua acara yang mengandung kearifan lokal juga bermuatan dakwah.

Kedua, penelitian Banani (2003) yang berjudul Studi Tentang Program Siaran Sentuhan Qalbu Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV). Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui dan menganalisis format acara siaran Sentuhan Qalbu, serta mengetahui faktor penghambat serta pendorongnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa format acara Sentuhan Qalbu berbentuk monologis, dialogis dan liputan perjalanan. Faktor penghambat acara Sentuhan Qalbu diantaranya adalah durasi waktu kurang, kesulitan penyesuaian jadwal da'i, pertanyaan pemirsa di luar tema yang dibahas. Faktor pendorong acara siaran Sentuhan Qalbu adalah jama'ah dan bintang tamu cukup mudah, ketertarikan da'i atau pada saat ditawari untuk diangkat profilnya, materi sesuai dengan tema-tema Sentuhan Qalbu.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Asyiah (2005) yang berjudul Analisis Terhadap Program Siaran Dakwah TPI pada Bulan Ramadhan 2004 H. Tujuan dari penelitian ini adalah format program siaran dakwah Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), dan materi yang terkandung dalam program

siaran pada bulan Ramadhan 2004. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa format siaran dakwah yang ditayangkan TPI pada bulan Ramadhan 2004 telah representatif.

Keseluruhan penelitian-penelitian tersebut memiliki persamaan pembahasan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama menganalisis tentang program siaran televisi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah berbeda pada fokus penelitian. Penelitian ini membahas mengenai persentase siaran dakwah serta menganalisis komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang, sedangkan ketiga penelitian dalam tinjauan pustaka yaitu menganalisis tentang proporsi tayangan yang mengandung *local wisdom*, dan menganalisis tentang format program acara. Sejauh penelusuran yang dilakukan peneliti, belum terdapat penelitian sebelumnya yang sama dengan penelitian ini.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis (Sugiyono, 2012: 81). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan komunikasi dakwah, karena penelitian ini masuk dalam ruang lingkup komunikasi dakwah.

Spesifikasi penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian untuk mengeksplorasi dan mengklasifikasikan suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jelas mendeskripsikan variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan (Suharsimi, 1993: 310).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang.

2. Sumber dan Jenis Data

Ada dua jenis data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh langsung dari subjek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah program-program acara dakwah yang ditayangkan oleh televisi lokal kota Semarang, yaitu: Kompas TV Jateng, Cakra Semarang TV, Pro TV (i-news TV) dan Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang, berupa rekaman video siaran dakwah. Data sekunder adalah informasi yang tidak berkaitan langsung dengan objek penelitian dan hanya menjadi pendukung

dari keberadaan data primer (Subagyo, 1991: 88). Data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur buku-buku dan artikel tentang wacana dakwah, televisi, komposisi dan siaran yang mempunyai kaitan erat dengan penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi, 2006:130). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah program-program tayangan televisi lokal Kompas TV Jateng, Cakra Semarang TV, Pro TV (i-news TV) dan TVKU Semarang, selama satu bulan yaitu Bulan Oktober 2015.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi, 2006: 130). penelitian ini menggunakan taknik sampling sederhana, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Kriyantono, 2007: 150). Sampel yang diperlukan adalah tayangan selama seminggu (tujuh hari), karena dalam tayangan televisi, tayangan selama seminggu mewakili tayangan satu bulan. Stasiun Kompas TV Jateng mempunyai 6 program acara lokal dalam tayangan selama satu minggu pada bulan Oktober 2015,

diantaranya: Embun Pagi, kuthane dewe, seputar Jateng, kompas Jateng sore, berita kampus, dan target operasi.

Stasiun TVKU (RTV) Semarang mempunyai 2 program acara lokal dalam tayangan selama satu minggu pada bulan Oktober 2015, yaitu: kabar Jateng siang, dan kabar Jateng sore. Stasiun Pro TV (i-news TV) mempunyai 6 program acara lokal dalam tayangan selama satu minggu pada bulan Oktober 2015, diantaranya: lestari budaya, sekitar Jateng, gitaran sore-sore, lentera Illahi, tongsis, dan lintas raya. Semarang Stasiun Cakra Semarang TV mempunyai 22 program acara dalam tayangan selama satu minggu pada bulan Oktober 2015, diantaranya: pawartos Jawi Tengah, lentera budaya, taman sari, dan lain sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu (Silalahi, 2010: 280). Teknik pengumpulan data, berarti cara untuk mengumpulkan data. Cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Nawawi, 1998: 100). Penggunaan metode observasi, diharapkan peneliti dapat memperoleh gambaran secara objektif keadaan yang akan diteliti. Metode observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati serta mencatat semua program acara Kompas TV Jateng, Cakra Semarang TV, Pro TV (i-news TV) dan TVKU Semarang selama bulan Oktober 2015.

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Moleong, 2004: 215). Dalam hal ini, wawancara dilakukan kepada personil stasiun televisi lokal kota Semarang yaitu Fredy Priyanto (eksekutif produser di Kompas TV Jateng), Desi Pangastika (penanggung jawab program di Cakra Semarang TV), Ario Wirawan (eksekutif produser di Pro TV (i-news TV)), dan Anindita Laksi Putri (*Public Relation* di TVKU Semarang).

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, rekaman, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Moleong, 2004: 218). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa rekaman video acara-acara Kompas TV Jateng, Cakra Semarang TV, Pro TV (i-news TV) dan TVKU Semarang pada bulan Oktober 2015. Selain itu, buku-buku, artikel dan data dari internet tentang komposisi, siaran dakwah dan siaran televisi juga digunakan dalam penelitian ini. Metode dokumentasi untuk membantu memudahkan analisis dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif model Miles and Huberman. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Terdapat tiga alur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2012: 341).

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan, data dihimpun dari berbagai sumber dilapangan, disederhanakan kemudian mencari tema dan polanya (Sugiyono, 2012: 342).

Reduksi data pada penelitian ini, peneliti merangkum semua program acara yang disiarkan oleh Televisi lokal kota Semarang, yaitu: Kompas TV Jateng, TVKU Semarang, ProTV (i-news TV) Semarang, dan Cakra Semarang TV. Seluruh program acara yang disiarkan televisi lokal kota Semarang, kemudian disederhanakan untuk fokus pada program acara lokal yang diproduksi oleh TV lokal kota Semarang pada bulan Oktober 2015.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun, memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah dilakukan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan bagi peneliti melihat gambaran secara

keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian, sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012: 343).

Penyajian data pada penelitian ini, peneliti menyajikan data berupa program acara lokal dan acara dakwah yang diproduksi oleh Kompas TV Jateng, TVKU (RTV) Semarang, Pro TV (i-news TV) Semarang, dan Cakra Semarang TV pada bulan Oktober 2015.

3. Penarikan kesimpulan

Alur ketiga adalah penarikan kesimpulan. Deskripsi yang telah dibuat pada langkah kedua, selanjutnya dapat ditarik kesimpulan hasil pelaksanaan rencana tindakan yang telah dilakukan (Sugiyono, 2012: 344). Peneliti menyimpulkan seberapa banyak jumlah dari program acara dakwah dari stasiun televisi lokal di kota Semarang berdasarkan data program acara yang telah dipaparkan pada langkah kedua. Langkah selanjutnya, peneliti mencari persentase program siaran dakwah terhadap siaran non dakwah pada televisi lokal kota Semarang.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan hal yang penting karena mempunyai fungsi menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan, sehingga

mempermudah penyusunan. Skripsi ini dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

Bab pertama, pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoretik, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, kerangka teoretik meliputi komposisi siaran dakwah, televisi lokal, fungsi televisi, dan bentuk-bentuk siaran dakwah

Bab ketiga, berisi deskripsi tentang stasiun televisi lokal kota Semarang yang meliputi sejarah, visi dan misi, serta jadwal siaran Kompas TV Jateng, Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU), dan Cakra Semarang TV. Pada bagian ini juga mendeskripsikan tentang deskripsi komposisi siaran dakwah televisi lokal kota Semarang.

Bab keempat berisi tentang analisis komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang yaitu: Kompas TV Jateng, Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU), dan Cakra Semarang TV.

Bab kelima adalah penutup yang meliputi simpulan, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komposisi Siaran Dakwah

1. Pengertian Komposisi Siaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komposisi berarti susunan, tata susun (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 2005: 585). Siaran dapat didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Kata siar berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, siaran berasal dari kata siar yang memiliki kata kerja menyiarkan, diartikan memberitahukan pesan kepada umum, menyebarkan atau mempropagandakan (melalui radio, surat kabar, dan lain sebagainya) (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 2001: 935). Menurut Gilang, siaran merupakan serangkaian acara atau sesuatu yang disiarkan dalam berbagai bentuk penikmat oleh stasiun penyiaran (Gilang, 1996: 62).

2. Pengertian Dakwah

Dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir & Ilahi, 2006: 17). Secara terminologi, dakwah dapat diartikan

sebagai sisi positif dari ajakan untuk menuju keselamatan dunia akhirat (Aziz, 2004: 4). Para ulama memberikan beberapa definisi dakwah, antara lain:

- a). Syeh Ali Mahfudh dalam bukunya (Munir & Ilahi, 2006:19), mengatakan dakwah yaitu mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama) menyeru mereka pada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan *munkar* agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.
- b). Nasarudin Latif dalam bukunya (Aziz, 2004: 5), mendefinisikan dakwah sebagai usaha, aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah swt sesuai dengan garis-garis *akidah* dan *syariat* serta akhlak Islamiyah.
- c). Toha Yahya Umar dalam bukunya (Munir & Ilahi, 2006: 20), mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
- d). Aboebakar Atjeh dalam bukunya (Aziz, 2004: 6), mengatakan bahwa dakwah adalah seruan kepada seluruh umat manusia untuk kembali kepada ajaran

Allah, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.

Merujuk dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan usaha memanggil, menyeru, mengajak, mendorong manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah swt, mencegah mereka dari perbuatan *munkar* dengan cara bijaksana dan nasihat yang baik agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Komposisi siaran dakwah adalah susunan tentang serangkaian acara atau pesan yang disiarkan, mengandung ajakan berbuat baik, mencegah perbuatan munkar, memberi kabar gembira serta peringatan bagi manusia berdasarkan ajaran Islam melalui media penyiaran (televisi, radio, surat kabar).

3. Dasar Kewajiban Dakwah

1). Surat An Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجِدْ لَهُمْ سَبِيلًا ۚ 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 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 Republik Indonesia, 1994: 282).

Ayat di atas memerintahkan kaum Muslim untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya, yakni dengan cara yang baik yang sesuai dengan petunjuk agama (Aziz, 2004: 38).

2). Surat Ali 'Imran 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 (Departemen Agama Republik Indonesia, 2004: 65).

Ayat ini menjelaskan bahwa dakwah dalam arti luas merupakan kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap Muslim dan Muslimah. Tidak boleh seorang muslim dan muslimah menghindarkan dari padanya (Natsir, 1984: 109). Kata *khaira ummatin ukhrijat linnas* mencakup semua orang Islam, baik berbeda suku, warna, bahasa, dan strata sosialnya. Semua muslim wajib berdakwah (Pimay, 2005: 31).

3). Surat Ali 'Imran ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung (Departemen Agama Republik Indonesia, 2004: 64).

Sebagian ulama berpendapat bahwa berdakwah itu hukumnya wajib *'ain* (*fardhu 'ain*), maksudnya setiap orang Islam yang sudah dewasa, kaya-miskin, pandai-bodoh, wajib melaksanakan dakwah. Pendapat ini didasarkan pada penafsiran kata *wa al takun* bahwa setiap perintah Allah wajib dilaksanakan, sedangkan *minkum* adalah kata keterangan, penjelasan

(*bayaniyah*) dan bukan diartikan sebagian (Pimay, 2005: 30). Terdapat perbedaan pendapat dalam mengartikan surat Ali Imran ayat 104, ada yang mengartikan dakwah itu *fardhu 'ain*, dan ada yang mengartikan bahwa dakwah itu *fardhu kifayah* (Aziz, 2004: 44).

4. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, yaitu:

1. *Dai* (Pelaku Dakwah)

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok (Munir dan Illahi, 2006: 21-22). Dari pengertian, dapat diketahui bahwa *dai* tidak hanya individu, akan tetapi bisa berupa kelompok, organisasi/lembaga. Dalam kegiatan dakwah peranan *dai* sangatlah penting, sebab tanpa *dai* ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat.

2. *Madu* (Penerima dakwah)

Madu yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia

yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas Iman, Islam dan *Ihsan*. *Madu* atau mitra dakwah terdiri dari berbagai macam golongan manusia. *Madu* dapat digolongkan dari berbagai aspek, misalnya dari segi profesi, ekonomi, dan seterusnya (Munir dan Illahi, 2006: 21-22).

Menurut Aziz, respon *madu* terhadap dakwah dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

a. Golongan simpatik

Madu golongan simpatik yaitu *madu* yang menaruh simpati dan secara aktif memberi dukungan moril maupun materiil terhadap kesuksesan dakwah.

b. Golongan pasif, yaitu *madu* yang masabodoh terhadap dakwah, tidak merintangi dakwah.

c. Golongan antipati, yaitu *madu* yang tidak rela atau tidak suka terhadap terlaksananya dakwah. Mereka berusaha dengan berbagai cara untuk merintangi dakwah (Aziz, 2004:93).

3. *Maddah* (Materi dakwah)

Maddah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *dai* kepada *madu*. Dalam hal ini, *maddah*

dakwah adalah ajaran Islam. Keseluruhan ajaran Islam yang menjadi materi dakwah bersumber dari alqur'an dan hadits. Materi-materi yang disajikan dalam Al quran dibuktikan kebenarannya dengan argumentasi yang dipaparkan atau yang dibuktikan manusia melalui penalaran akalanya. Materi dakwah tidak hanya sesuatu yang datang dari Allah swt melalui wahyunya atau yang disabdakan oleh nabi Muhammad saw saja, tetapi juga adat istiadat, kebudayaan, atau hasil pemikiran manusia yang baik dan tidak bertentangan dengan akal sehat dan ajaran Islam dapat dijadikan sebagai materi dakwah (Munir dan Illahi, 2006:24).

Ajaran Islam yang dijadikan sebagai *maddah* dakwah, secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a). Masalah Keimanan (*akidah*)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah *akidah* Islamiah. Aspek *akidah* ini yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. *Akidah* atau keimanan merupakan hal yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam (Munir dan Illahi, 2006: 24).

b). Masalah *Syari'ah*

Menurut Aziz (2004: 95), masalah *syari'ah* dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1). Ibadah, yang meliputi:

- (a). *Thaharoh*
- (b). Shalat
- (c). Zakat
- (d). Puasa
- (e). Haji

2). Menurut Aziz (2004: 96), *mu'amalah*, meliputi:

- (a). *Al-Qununul Khas* (hukum perdata)
 - (1). *Muamalah* (hukum niaga)
 - (2). *Munakahat* (hukum nikah)
 - (3). *Waratsah* (hukum waris)
- (b). *Al-Qanunul* (hukum publik)
 - (1). *Hinayah* (hukum pidana)
 - (2). *Khilafah* (hukum Negara)
 - (3). *Jihad* (hukum perang dan damai)
- (c). Masalah Akhlak

Kata akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab *khuluqun* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang memengaruhi perilaku manusia. Ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan

manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya. Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik dan buruk, akal, dan kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat (Munir dan Ilahi, 2006: 28).

Menurut Ali Aziz (2004: 95), materi akhlak ini meliputi akhlak terhadap khalik dan akhlak terhadap makhluk. Makhluk disini tidak hanya manusia, akan tetapi makhluk-makhluk lain seperti hewan, tumbuhan, dan lain sebagainya.

4. *Wasilah* (Media Dakwah)

Unsur dakwah yang keempat adalah *wasilah* (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *madu*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub dalam bukunya (Munir dan Ilahi, 2006: 32)

membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

- a). Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b). Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, spanduk, dan sebagainya.
- c). Lukisan, adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d). Audio visual, adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film, internet.
- e). Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *madu* (Munir dan Ilahi, 2006: 33).

Penyampaian dakwah, dari segi pesan dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

- a). *Spoken words*, yaitu media dakwah yang membentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkap dengan indra telinga.
- b). *Pinted writing*, yaitu media dakwah yang membentuk tulisan, gambar, lukisan dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indra mata.

- c). *The audio visual*, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat seperti televisi, film, video, dan sebagainya.

Menurut Aziz (2004: 149), wasilah dakwah dari segi sifatnya dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- a). Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, dan sebagainya (Aziz, 2004: 149).

- b). Media modern yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Media modern diantaranya adalah:

1). Radio

Radio merupakan media dakwah yang bersifat audio yang berarti dapat didengar. Siaran radio tidak mengenal jarak dan mampu menjangkau daerah-daerah terpencil.

2). Televisi

Televisi merupakan media yang bersifat audio visual, artinya bisa didengar sekaligus dilihat. Dibeberapa daerah terutama di Indonesia, masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Jika dakwah

Islam dapat memanfaatkan media ini, maka jangkauan dakwah akan lebih luas (Aziz, 2004: 152).

3). Pers

Dakwah melalui media ini dapat berbentuk berita-berita Islam, artikel-artikel Islam, dan lain sebagainya.

4). Film

Seperti halnya televisi, film juga bersifat audio visual yang bisa dilihat dan didengar.

5). Internet

Internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta komputer) yang terselubung di seluruh dunia (Aziz, 2004: 154).

5. *Thariqah* (Metode dakwah)

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan *dai* untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah (Munir, 2009: 21). Metode sangat penting peranannya, karena sebaik apapun pesan, apabila disampaikan dengan metode yang tidak tepat, maka pesan itu bisa jadi tidak bisa diterima bahkan ditolak oleh *madu*. Metode dakwah dalam Al quran dijelaskan dalam surat an-Nahl ayat 125, yaitu:

^ط
 أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
 وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي 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 dan bantahlah mereka dengan jalan yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Depurtemen Agama Republik Indonesia, 2004: 282).

Dari ayat tersebut terlukiskan bahwa ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah, yaitu:

a). Hikmah

Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya *madu* tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan (Munir, 2009: 22). Yahya dalam bukunya Munir (2009: 9) menyatakan bahwa hikmah berarti meletakkan sesuatu pada tempatnya dengan berpikir, berusaha menyusun dan mengatur dengan cara yang sesuai dengan

keadaan zaman dengan tidak bertentangan dengan larangan Tuhan. Al hikmah juga diartikan menempatkan sesuatu pada proporsinya (Munir, 2009: 9).

Merujuk dari penjelasan di atas, dapat diambil simpulan bahwa dalam menghadapi *madu* yang beragam tingkat pendidikan, strata sosial, dan latar belakang budaya, para *dai* memerlukan hikmah, sehingga ajaran Islam mampu memasuki ruang hati para *madu* dengan tepat. Para *dai* dituntut untuk mampu mengerti dan memahami sekaligus memanfaatkan latar belakang *madu* (Munir, 2009: 11). Mengenal *madu* sesuai dengan situasi dan kondisinya, menjadikan dakwah dapat diaplikasikan secara efektif. Mengenal *madu* berarti melakukan analisis terhadap kondisi *madu* yang dikenalnya dengan analisis sosial. Analisis ini menjadi alat untuk mengetahui realitas objektif *madu*, baik faktor geografis, antropologis, psikologis, dan agama, karena berbagai faktor tersebut akan memengaruhi cara pandang, sikap, dan tingkah laku seseorang (Syabibi, 2008: 120-122).

Merujuk pada uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, komposisi siaran dakwah

adalah susunan tentang serangkaian acara atau pesan yang disiarkan dan mengandung ajakan berbuat baik, mencegah perbuatan munkar, memberi kabar gembira serta peringatan bagi manusia berdasarkan ajaran Islam.

B. Televisi Lokal

1. Pengertian Televisi Lokal

Televisi secara etimologi berasal dari kata *tele* yang berarti jauh, dan *vision* yang berarti penglihatan. Television diartikan melihat jauh yaitu antara produksi gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi), kemudian dapat dilihat di tempat lain yang jauh melalui sebuah perangkat penerima yaitu televisi set (Sunandar, 1998: 8). Televisi adalah salah satu jenis media massa yang merupakan sarana atau saluran komunikasi massa (Sutisno, 1993: 9). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, televisi adalah sistem penyiaran gambar disertai bunyi (suara) melalui kabel atau angkasa menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 2002: 162).

Televisi lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Televisi lokal merupakan media penyiaran televisi yang hanya dapat menjangkau suatu daerah (daya jangkau siaran maksimum dalam satu propinsi atau kota), dengan kemampuan pancar sekitar 20 *kilowatt* (Kwh). Berbagai informasi tentang keadaan daerah yang tidak terekspose oleh media nasional, mendasari kehadiran televisi lokal di berbagai daerah. Kelebihan yang dimiliki televisi lokal terletak pada kelokalannya yang tidak dimiliki oleh stasiun televisi nasional (Morissan, 2008:105).

Media massa lokal fungsinya hampir sama dengan media massa nasional, perbedaanya pada isi kandungan beritanya yang lebih mengacu dan menyesuaikan pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat di daerah sekitar media massa tersebut dikelola. Menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang dikutip oleh Zakbah, media massa lokal mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a). Media massa tersebut dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat.
- b). Isi media massa lokal mengacu dan menyesuaikan pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat.

- c). Isi media massa lokal sangat mementingkan berita-berita tentang berbagai peristiwa, kejadian, masalah dan personalia atau tokoh-tokoh pelaku masyarakat setempat.
- d). Masyarakat media massa lokal terbatas pada masyarakat yang sewilayah dengan kedudukan tempat media massa dikelola.
- e). Masyarakat lokal umumnya kurang bervariasi dalam struktur maupun diferensiasi sosial, bila dibandingkan masyarakat media massa nasional.

Ada beberapa alasan mengapa televisi lokal memungkinkan memiliki daya tarik, antara lain adanya unsur kedekatan (*proximity*) emosional setiap program yang ditawarkan dengan kondisi warga masyarakat setempat. Jarak terjadinya suatu peristiwa dengan tempat dipublikasikannya peristiwa, juga mempunyai arti penting. Khalayak akan tertarik untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan langsung dengan kehidupannya dan lingkungannya. Kehadiran televisi lokal sangat berpengaruh bagi masyarakat lokal yang membutuhkan informasi lokal. Televisi lokal berupaya mempersembahkan yang terbaik bagi masyarakat dengan kearifan lokal yang berbeda-beda (Morissan, 2008:20).

Banyaknya jumlah media Televisi lokal menjadikan persaingan di industri penyiaran semakin meningkat.

Tantangan terbesar televisi lokal adalah persaingan dengan televisi nasional yang telah mempunyai modal, peralatan, serta sumber daya manusia yang kuat. Televisi lokal memerlukan iklan sebagai sumber-sumber kehidupan yang menunjang kelangsungan hidup media. Masuknya iklan yang terbatas, menjadikan kelangsungan televisi lokal terancam dan dapat mati. Keberadaan televisi lokal merupakan aset yang bisa dioptimalkan peranan dan fungsinya sebagai mitra televisi nasional dalam upaya mengembangkan sistem penyiaran lokal yang berkualitas melalui sistem berjaringan. Sistem stasiun jaringan diharapkan mendorong terjadinya pemerataan kesempatan bagi sumber daya lokal untuk mengembangkan potensi daerah (Oktaviarini, 2006: 8).

Merujuk pada pemaparan tentang televisi lokal, maka dapat disimpulkan bahwa televisi lokal adalah salah satu media massa lokal yang mempunyai jangkauan siar dalam daerah tertentu serta mempunyai isi siaran yang dekat dan sesuai dengan budaya masyarakat di sekitar wilayah jangkauan siarnya. Televisi lokal didukung oleh undang-undang penyiaran dan peraturan tentang sistem siaran berjaringan agar televisi lokal dapat bermitra dengan televisi nasional. Pelaksanaan sistem stasiun berjaringan tersebut belum terlaksana dengan baik.

2. Fungsi Televisi

Televisi adalah sumber informasi yang dekat dengan masyarakat. Televisi mempunyai daya jangkauan siaran yang luas, dan memiliki potensi yang sangat besar dalam membentuk pendapat khalayak. Menurut Mulyana (1997: 168) terdapat beberapa fungsi televisi, antara lain:

a). Fungsi informasi

Televisi sebagai media massa pada dasarnya mempunyai fungsi sebagai penyampai informasi. Masyarakat melihat siaran televisi karena membutuhkan informasi mengenai berbagai hal, mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya, dan dunia. Televisi mampu menyiarkan informasi apa adanya sesuai dengan kenyataan. Stasiun televisi menyiarkan informasi atau berita yang bersifat faktual, dibacakan penyiar dan dilengkapi gambar-gambar, sehingga berita dapat didengar, serta dapat dipandang mata. Masyarakat mengharapkan dengan menonton televisi akan memperoleh berbagai informasi yang bermanfaat bagi dirinya (Mulyana, 1997:168).

Televisi mempunyai jangkauan siaran yang luas untuk menjangkau audien dan kecepatan akses yang mudah, sehingga masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi. Televisi merupakan salah satu media komunikasi yang sangat efektif untuk memberikan

informasi dibandingkan dengan media lainnya. Kelebihan media televisi dalam menyampaikan pesan adalah pesan-pesan yang disampaikan melalui gambar dan suara secara bersamaan dan memberikan suasana hidup dan sangat mudah diterima oleh pemirsa (Mulyana, 1997:169).

Kehadiran televisi menjadi sangat penting sebagai sarana hubungan interaksi antara yang satu dengan yang lain dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan, dan persamaan persepsi tentang suatu isu yang terjadi di dunia. Massa dapat menjadi objek dari sebuah liputan di televisi. Informasi berkaitan dengan massa kemudian diolah dalam proses olah data audio visual sebagai paket dari pengemasan informasi. Hasil dari pengemasan informasi, kemudian ditransmisikan melalui sebuah pancaran digital yang diterima masyarakat sebagai sumber informasi (Mulyana, 1997:169).

b). Fungsi pendidikan

Media komunikasi massa yaitu televisi merupakan salah satu sarana yang tepat untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak. Kecanggihan televisi mampu memberikan suguhan tayangan-tayangan yang sifatnya mendidik. Pendidikan berarti meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Televisi mampu memberikan pendidikan kepada pemirsanya melalui acara-acara yang disiarkanya, sehingga pemirsa televisi

bertambah pengetahuannya. Pada fungsi ini, diharapkan media televisi dapat memberikan kontribusi dalam mencerdaskan masyarakat.

Stasiun televisi menjadi media pendidikan dengan cara menyiarkan acara-acara pendidikan, misalnya pelajaran bahasa, matematika, pengetahuan alam, dan lain-lain. Stasiun televisi juga menyiarkan berbagai acara yang implisit mengandung pendidikan, acara tersebut seperti sandiwara, ceramah, film dan fragmen (Uchjana, 1993:25). Dakwah melalui media televisi adalah salah satu wujud nyata dari fungsi media televisi sebagai sarana pendidikan. Sebagai media pendidikan, televisi menyampaikan pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, afektif ataupun psikomotorik yang dikemas dalam bentuk program televisi. Dengan kata lain, televisi dapat mengubah pola hidup masyarakat, dengan kecenderungan mengedepankan unsur hiburan dan komersialisme sebagai bagian dari gaya hidup. Gaya hidup berubah akibat berbagai macam informasi yang diasupkan lewat telinga dan mata pemirsa lewat kemasan berbagai tayangan menarik. Televisi sebagai media pendidikan menyampaikan pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, afektif ataupun psikomotorik yang dikemas dalam bentuk program televisi (Uchjana, 1993:30).

c). Fungsi hiburan

Televisi merupakan media hiburan, dari acara-acara yang ditampilkan dapat berisi hal-hal yang lucu, indah, dan menarik. Televisi menayangkan film-film kartun, dan film-film yang bersifat heroik, serta acara-acara yang tidak membutuhkan konsentrasi tinggi dalam dalam menikmatinya. Televisi memenuhi fungsinya sebagai media hiburan, karena dengan menonton televisi pemirsa mengharapkan memperoleh hiburan yang diperlukan, sebagai salah satu kebutuhan hidup (Uchajna, 1993: 26).

Televisi sebagai media hiburan secara eksplisit juga merupakan ancaman bagi pemirsa yang menontonnya. Ada banyak acara-acara yang ditayangkan televisi dengan tujuan menghibur semata justru bertentangan dengan moral dan etika bangsa Indonesia.

3. Bentuk-bentuk Siaran Dakwah di Televisi

Menurut Wibowo (1997: 184), terdapat beberapa bentuk-bentuk siaran dakwah televisi, diantaranya:

1). Ceramah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ceramah diartikan sebagai pidato yang bertujuan untuk memberikan nasehat dan petunjuk-petunjuk, serta terdapat audiensi yang bertindak sebagai pendengar. Ceramah merupakan bentuk dari dakwah bil-kalam yang berarti menyampaikan ajaran-ajaran,

nasehat, mengajak seseorang dengan melalui lisan. Ceramah adalah suatu cara penyajian materi dakwah oleh *dai* kepada *madu* dengan menggunakan lisan (Wibowo, 1997: 185). Unsur-unsur ceramah hampir sama dengan komponen-komponen dakwah, yaitu: *dai* (penceramah), *madu* (sasaran dakwah), *maddah* (materi), *thariqah* (metode), dan media (*washilah*) (Wibowo, 1997: 185).

2). Dialog interaktif

Bentuk dakwah interaktif merupakan usaha *dai* dalam menyiarkan ajaran Islam kepada khalayak yang melibatkan *madu* baik secara langsung atau tidak langsung dalam memberikan tanggapan, pertanyaan atau *feed back* kepada *dai*. Format interaktif atau dialogis merupakan proses komunikasi dua arah. Dialog interaktif biasanya dilakukan oleh dua orang (dialog), yang satu bertindak sebagai pewawancara dan yang satu bertindak sebagai narasumber, membahas mengenai materi dakwah tertentu. Format dialogis, audien diberikan kesempatan untuk menyampaikan timbal balik atau (*feedback*). Audien dapat ikut berbicara atau memberikan tanggapan-tanggapan dan pertanyaan yang berkaitan dengan tema pembahasan, sehingga proses dakwah ini disebut format dua arah rumah (Wibowo, 1997: 186).

Bentuk dakwah dialogis umumnya digemari pemirsa karena ada interaksi antar pengisi acara, sehingga acara terasa hidup. Kelebihan format dialog interaktif adalah aspek komunikatif, artinya seorang *dai* tidak hanya bersifat memberikan informasi saja, melainkan juga menerima timbal balik dari audien. Pendengar dalam format interaktif bersifat aktif partisipatif (Wibowo, 1997: 186). Seorang *dai* tidak perlu suatu upaya ekstra untuk selalu jeli dan kritis dalam melihat persoalan-persoalan yang dihadapi masyarakat, karena mereka sendiri yang akan menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi kepada seorang *dai*, sehingga materi yang disampaikan oleh *dai* adalah apa yang benar-benar dibutuhkan oleh audiens. Format interaktif juga mempunyai kekurangan, yaitu seorang *dai* harus membekali dirinya dengan pengetahuan dan pengetahuan keagamaan yang lebih, serta kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan audiens yang diharapkan dapat memberi solusi bagi setiap permasalahan audien rumah (Wibowo, 1997: 186).

3). Sinetron islami

Sinetron kepanjangan dari sinema elektronika. Penulisan naskah, penggarapan, maupun

penayangannya secara teknis hampir sama dengan film. Perbedaan antara sinetron dengan film, terletak pada beberapa peralatan yang digunakan, serta penyajiannya. Film layar lebar menggunakan kamera optik bahan film dan medium, disajikan dalam bentuk proyektor layar putih di dalam gedung bioskop. Pembuatan sinetron menggunakan kamera elektronik dengan video recorder. Penyajian sinetron dipancarkan dari stasiun televisi, dan diterima melalui layar kaca pesawat televisi di rumah-rumah (Wibowo, 1997: 186-227). Sinetron-sinetron Islami di Indonesia banyak di tayangkan pada bulan Ramadhan, sedangkan di luar bulan Ramadhan jumlah jam tayangnya masih sedikit.

4). Musik islami

Musik merupakan salah satu media dakwah yang mempunyai peran besar dalam mengkomunikasikan pengetahuan keagamaan kepada umat Islam, karena hampir semua mad'u menyukai musik. Dakwah dengan format musik dapat dilakukan dengan menyisipkan pesan-pesan dakwah dalam lirik lagu dakwah. Program musik Islami dapat ditampilkan melalui dua format, yaitu video klip maupun konser (Morissan, 2008: 210). Konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam

studio (indoor). Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien (Morissan, 2008: 211).

5). Video klip

Video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu, dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumen, dan penampilan band, kelompok pemusik. Video klip diproduksi untuk mengenalkan dan memasarkan lagu agar masyarakat dapat mengenal lagu yang diproduksi. Video klip merupakan suatu hasil produksi dari penggabungan musik dari suatu band atau penyanyi dengan tampilan visual yang komplementer. Video klip kemudian disiarkan melalui media televisi, dapat juga dijual dalam bentuk Video Compact Disc (VCD) atau Digital Video Disc (DVD). Video klip mempunyai fitur yang pendek dan dapat terus berganti-ganti, sehingga menarik untuk dilihat. Melalui video klip, pesan dakwah yang terdapat dalam sebuah lagu dapat divisualisasikan, sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami oleh audien (Morissan, 2008: 212).

6). Talk show

Talk show adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Talk show keagamaan dapat disajikan dengan menampilkan da'i sebagai nara sumber dengan dipandu oleh pembawa acara yang akan membahas persoalan dalam kehidupan sehari-hari, dilihat dari perspektif Islam (Morissan, 2008: 214).

7). Film dokumenter

Film dokumenter merupakan film yang menyajikan segala sesuatu dan peristiwa apa adanya. Format ini menjadi lebih menarik, karena dilengkapi dengan rekaman kejadian di masa lalu, seperti halnya tentang perjuangan pahlawan Muslim dalam mempertahankan Islam pada masa penjajahan di Indonesia (Sutisno, 1993: 57-60).

8). Film layar kaca

Televisi sering menayangkan film sebagai salah satu jenis program yang masuk dalam kelompok atau kategori drama. Adapun film yang dimaksud di sini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan film. Film baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukkan di bioskop (Muhtadi, dkk, 2000: 100).

9). Drama

Drama adalah pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (yang diperankan oleh pemain) yang dilibatkan konflik dan emosi. Pertunjukan drama dapat dimanfaatkan sebagai media dalam berdakwah. Pesan dakwah dapat disisipkan dalam cerita drama, dan ditampilkan dalam adegan-adegan drama (Muhtadi, dkk, 2000: 102).

10). Liputan Perjalanan

Liputan perjalanan adalah liputan perjalanan ketempat-tempat yang bernilai sejarah Islam, peninggalan-peninggalan pada jaman kejayaan Islam.

Dapat disimpulkan bahwa, format siaran dakwah di televisi telah mengalami perkembangan secara pesat. Banyaknya format siaran dakwah yang ada, menunjukkan kemajuan kreatifitas para da'i dalam berdakwah melalui media. Adanya berbagai format siaran dakwah di televisi menjadikan siaran dakwah semakin variatif dan tidak monoton, sehingga siaran dakwah menjadi lebih diminati pemirsa televisi (Muhtadi, dkk, 2010: 104).

4. Regulasi media

Regulasi media berfungsi melindungi media massa antara lain regulasi terkait monopoli dan

kepemilikan serta undang-undang hak cipta. Media penyiaran di Indonesia tidak dapat terlepas dari regulasi penyiaran yang berlaku di Indonesia yang memiliki peran untuk mempengaruhi industri media dalam mengendalikan dan mengontrol kepemilikan media, beserta konten dari media penyiaran televisi (2005: 82). Terdapat beberapa pasal dalam undang-undang Penyiaran Republik Indonesia yang berkaitan dengan fungsi Media. Menurut Undang-undang Penyiaran Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002, secara khusus fungsi penyiaran di Indonesia dapat dilihat dalam Undang-undang Penyiaran yang disebutkan bahwa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, dan juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan (Pasal 4 Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002). Asas penyiaran di Indonesia antara lain adalah asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab (Pasal 2 Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002). Tujuan penyelenggaraan penyiaran yaitu : untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jatidiri bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan

industri penyiaran Indonesia (Pasal 3 Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002).

Beberapa peraturan terkait program siaran yang tercantum dalam undang-undang penyiaran dapat dikategorisasi dalam bentuk kewajiban dan larangan terhadap isi siaran.

a) Regulasi Program Siaran dalam Undang-undang Penyiaran

Terdapat empat kewajiban isi siaran bagi lembaga penyiaran dalam menyampaikan program siarannya, yaitu:

- 1) Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.
- 2) Isi siaran dari jasa penyiaran televisi, yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Publik, wajib memuat sekurang-kurangnya enam puluh persen mata acara yang berasal dari dalam negeri.
- 3) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara

pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan /atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.

- 4) Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu (Judhariksawan, 2010: 94).

b) Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran

Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk menjadi panduan tentang batasan apa yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan dalam menyelenggarakan penyiaran dan mengawasi sistem penyiaran nasional Indonesia. Pedoman Perilaku Penyiaran berisi:

- 1) Bab I berisi tentang ketentuan umum pedoman perilaku penyiaran. Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian dari hal-hal yang berkaitan tentang penyiaran, seperti halnya pengertian siaran, pengertian lembaga penyiaran, siaran

- 2) langsung, siaran tidak langsung, siaran iklan, hak privasi, dan sebagainya.
- 3) Bab II berisi tentang dasar dan tujuan pedoman perilaku penyiaran. Pada bab ini menjelaskan bahwa pedoman perilaku penyiaran ditetapkan berdasarkan asas kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, kebebasan dan tanggung jawab, keberagaman, kemandirian, kemitraan, keamanan, dan etika profesi.
- 4) Bab IV berisi tentang penghormatan terhadap nilai-nilai kesukuan, agama, ras, dan antar golongan. Pada bab ini menjelaskan bahwa lembaga penyiaran wajib menghormati, atau tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, melecehkan suku, agama, ras, dan antar golongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan kehidupan sosial ekonomi.
- 5) Bab V berisi tentang penghormatan terhadap nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan. Bab V menjelaskan bahwa lembaga penyiaran wajib menghormati nilai dan norma kesopanan, dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.
- 6) Bab XXV berisi tentang siaran lokal dalam sistem stasiun jaringan. Pada bab XXV menjelaskan bahwa lembaga penyiaran dalam sistem siaran

berjaringan wajib menyiarkan program lokal
(Komisi Penyiaran Indonesia.com. 2012).

C. Siaran yang Mengandung Muatan Dakwah

Dakwah secara umum dapat diartikan sebagai ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung nilai tentang progresivitas, sebuah proses terus menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah. Pada pelaksanaannya, dakwah merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan (Syabibi, 2008: 17).

Suatu siaran dikatakan mengandung muatan dakwah adalah siaran yang di dalamnya mengandung unsur-unsur dakwah. Ada beberapa unsur dalam dakwah, yang berkaitan erat dengan pembahasan dalam penelitian ini, beberapa diantaranya yaitu materi (*maddah*) dakwah. Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *dai* kepada *madu*. Secara umum, materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yaitu masalah *aqidah*, *syariah*, dan *akhlak* (Munir dan Ilaihi, 2006: 24). Siaran yang mengandung pesan mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran sesuai ajaran Islam, maka dapat dikatakan bahwa siaran tersebut mengandung muatan dakwah (Munir dan Ilaihi, 2006: 24).

Siaran yang mengandung muatan dakwah selanjutnya disiarkan melalui media dakwah agar dapat diterima oleh *madu*. Materi dakwah dapat disampaikan melalui berbagai macam media. Televisi adalah salah satu media yang dapat dijadikan sebagai media dakwah. Televisi merupakan media audio visual yang bisa didengar dan dilihat langsung oleh masyarakat, sehingga penyampaian dakwah melalui televisi dapat menarik minat masyarakat untuk menyaksikannya (Munir dan Ilaihi, 2006: 24).

Siaran yang mengandung muatan dakwah dan disampaikan melalui media, selanjutnya disampaikan dengan metode atau cara tertentu agar siaran dakwah dapat diterima dengan baik oleh *madu*. Penyampaian materi dakwah dengan menggunakan metode yang tepat akan menjadikan dakwah tepat sasaran. Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan *dai* untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Metode sangat penting peranannya, karena sebaik apapun pesan, apabila disampaikan dengan metode yang tidak tepat, maka pesan itu bisa jadi tidak bisa diterima bahkan ditolak oleh *madu* (Munir dan Ilaihi, 2006: 26).

Metode dakwah dalam Al Qur'an dijelaskan dalam surat an Nahl ayat 125. Dari ayat tersebut terlukiskan bahwa ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah, yaitu Hikmah, Mau'idho khasanah dan Mujadalah. Metode pertama

merupakan metode yang sesuai dengan konteks kali ini, yaitu bil hikmah. Dengan metode ini, seorang *dai* dituntut untuk mengenali *madu* terlebih dahulu sebelum melaksanakan dakwahnya. Dalam mengemas pesan dalam sebuah tayangan televisi, pesan harus disesuaikan dengan kondisi budaya pemirsanya. Masyarakat Jawa Tengah sebagai pemirsa televisi lokal Semarang maupun sebagai *madu*, maka program siaran yang mengandung muatan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat Jawa Tengah (Munir dan Ilahi, 2006: 30).

D. Siaran pendidikan termasuk dalam kategori Dakwah

Siaran pendidikan dapat dimasukkan dalam kategori siaran dakwah. Syeh Ali Mahfudh dalam bukunya (Munir & Ilahi, 2006:19), mendefinisikan dakwah, yaitu mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama) menyeru mereka pada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan *munkar* agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Salah satu penerapan dakwah dalam mendorong manusia menuju arah yang lebih baik adalah melalui pendidikan. Pendidikan mengubah seseorang dari ketidaktahuan menjadi lebih berpengetahuan sehingga dapat bermanfaat dalam kehidupannya. Menurut Undang- undang RI tahun 2003 (2003 : 2), pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan

spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990 : 263), Pendidikan juga dapat diartikan sebagai proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang, kelompok, kelompok orang, dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan merupakan bagian dari dakwah karena keduanya memiliki sasaran yang sama, yaitu manusia sebagai ciptaan Tuhan yang bukan hanya memiliki tubuh, pancaindera dan kelengkapan fisik lainnya, melainkan juga makhluk yang memiliki potensi intelektual, agama, bakat, minat dan lain sebagainya, dan keduanya mempunyai kesamaan dasar yaitu mentransfer pengetahuan. Pendidikan berupaya mempengaruhi pandangan orang agar berubah ke arah positif yang direncanakan. Selain itu pendidikan juga diarahkan guna menyiapkan generasi muda agar siap menghadapi kehidupan sekarang dan yang akan datang. Pendidikan menjadikan manusia dapat menolong dirinya sendiri, masyarakat, serta berguna bagi bangsa dan negaranya. Melalui pendidikan dalam arti yang seluas-luasnya, manusia juga dapat menolong umat manusia dari berbagai keterbelakangannya, sebagaimana tujuan dakwah yang menjadikan kehidupan manusia menjadi lebih

baik. Dakwah dan pendidikan mempunyai tujuan yang hampir sama, yaitu mengubah seseorang dari ketidaktahuan menjadi berpengetahuan, maka pendidikan adalah bagian dari dakwah.

BAB III

PROFIL TELEVISI LOKAL KOTA SEMARANG

A. Kompas TV Jawa Tengah

Kota Semarang mempunyai empat stasiun televisi lokal, yaitu Kompas TV Jawa Tengah, Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU), Pro TV (iNews TV) Semarang, dan Cakra Semarang TV. Keberadaan televisi lokal di Semarang dimulai sejak berdirinya televisi Borobudur pada bulan Mei 2003. TV Borobudur atau yang sering disebut TV B, kemudian berubah nama menjadi Kompas TV Jawa Tengah. TV B merupakan televisi swasta lokal pertama di Semarang, yang kemudian diikuti dengan berdirinya televisi-televisi lokal lain yaitu TVKU, Pro TV, dan Cakra Semarang TV.

1. Sejarah Kompas TV Jawa Tengah

Kompas TV Jawa Tengah merupakan televisi lokal swasta pertama di Semarang. Kompas TV Jawa Tengah yang pada awalnya bernama TV Borobudur, dan resmi mengudara pada 12 Mei 2003. TV Borobudur berganti nama menjadi Kompas TV Jawa Tengah setelah diakuisisi oleh Kompas TV pada bulan September 2011. Kompas TV Jawa Tengah berada pada *channel 47 Ultra High Frequency* (UHF). Jangkauan siar Kompas TV Jawa Tengah adalah seluruh wilayah Jawa Tengah. Pada awal beroperasi, studio Kompas TV Jateng terletak di Jln.

Setiabudi 5A Semarang, terpisah dari kantor pemasarannya, yang berlokasi di Jln. Sultan Agung 115A. Lokasi studio dan kantor pemasaran Kompas TV Jateng, kemudian berpindah ke Gedung SCJ Plaza lantai 5-6 Johar Semarang (Nurhidayah, 2011: 61). Kompas TV Jawa Tengah berpindah lokasi studio dan kantor pemasaran ke Jln. Menteri Supeno No. 28-30 Semarang.

2. Visi dan Misi Kompas TV Jawa Tengah

Visi Kompas TV Jawa Tengah adalah menjadi *TVne* Jawa Tengah, yaitu sebuah stasiun televisi yang dapat menjadi representasi dari sosio kultural dan seluruh aspek kehidupan masyarakat Jawa Tengah. Visi Kompas TV Jawa Tengah yaitu menumbuh kembangkan semangat *Hamemangun Kuncaraning Projo*, yang artinya ikut membangun agar daerah Jawa Tengah dapat dikenal luas oleh semua kalangan dari daerah lain. Kompas TV Jawa Tengah dalam melakukan penyiaran, mengacu pada misi yang dimiliki, antara lain :

- a). Mewujudkan misi program yaitu dengan cara selalu memberikan program acara yang variatif, inovatif dan dinamis sesuai tuntutan jaman, dengan tetap menjaga sosio kultural sebagai tempat tumbuh kembangnya TV Borobudur Semarang.
- b). Mewujudkan misi teknis TV Borobudur sebagai stasiun televisi lokal yang berbasis teknologi digital,

dengan pemanfaatan sumber daya manusia berbasis lokal.

- c). Mewujudkan misi menejemen, mengembangkan prinsip-prinsip menejemen modern dan professional yang sehat dan terbuka (Nurhidayah, 2011: 63).

3. Jadwal acara lokal Kompas TV Jawa Tengah selama satu minggu

Kompas TV mempunyai jadwal acara yang padat dari jam 03.30 pagi sampai jam 23.30 malam, namun tabel berikut hanya menampilkan jadwal acara lokal yang disiarkan oleh Kompas TV Jawa Tengah dalam satu minggu.

Tabel 3.1 Jadwal acara lokal Kompas TV Jawa Tengah

Acara	Waktu	Durasi	Jenis Program Acara	Acara Dakwah	
				Ya	Tidak
Embun Pagi	Setiap hari, 03.30-04.30	1jam x 7 = 7 jam	Pendidikan	✓	
Kuthane Dewe	Setiap hari, 04.30-05.00	0,5 jam x7= 3,5 jam	Informasi		✓
Seputar	Setiap hari,	1,5jam x7=10,5	Informasi		

Jateng	11.30-13.00	jam			✓
Berita Kampus	Setiap hari, 15.00-15.30	0,5 jam x7= 3,5 jam	Informasi		✓
Target Operasi	Senin-Jumat 15.30-16.00	0,5 jam x 5 =2,5 jam	Informasi		✓
Kompas Jateng Sore	Setiap hari, 16.00-17.00	1jam x7=7 jam	Informasi		✓
Total durasi siaran lokal		34 jam/ minggu			

Sumber: Dokumen Kompas TV Jawa Tengah Oktober 2015

4. Komposisi siaran Kompas TV Jawa Tengah

Komposisi siaran Kompas TV Jawa Tengah diperoleh dari durasi jenis program acara, dibagi total durasi keseluruhan acara dalam satu minggu, kemudian dikali seratus persen. Merujuk pada jadwal acara lokal selama satu minggu, komposisi siaran Kompas TV Jawa Tengah adalah sebagai berikut:

a) Siaran pendidikan: $7/34 \times 100\% = 20,6\%$

Angka tujuh diperoleh dari durasi jenis acara pendidikan, dan angka 34 diperoleh dari jumlah durasi keseluruhan acara lokal dalam satu minggu. Siaran dakwah dalam penelitian ini dimasukkan dalam kategori siaran pendidikan sebagaimana yang

telah diuraikan pada kerangka teori bahwa pendidikan merupakan bagian dari dakwah. Kompas TV Jateng menayangkan siaran dakwah bernama embun pagi. Siaran dakwah Embun Pagi merupakan tayangan ulang. Embun pagi ditayangkan pada jam 03.30, karena menyesuaikan kebijakan perusahaan Kompas Media yang telah memfokuskan Kompas TV Jawa Tengah untuk menjadi televisi berita atau *news tv*. Durasi siaran dakwah Embun Pagi adalah satu jam atau tujuh jam dalam satu minggu. Persentase komposisi siaran dakwah Kompas TV Jateng sama dengan rincian persentase siaran pendidikan Kompas TV Jateng, maka persentase komposisi siaran dakwah di Kompas TV Jateng yaitu 20,6 %. Siaran dakwah Kompas TV Jawa Tengah sudah tidak memproduksi acara dakwah, karena Kompas TV Jateng sudah fokus untuk menjadi televisi berita (*News TV*).

- b) Siaran informasi : $27 / 34 \times 100\% = 79,4\%$

Angka 27 jam diperoleh dari jumlah durasi siaran informasi yaitu: $3,5 + 10,5 + 3,5 + 2,5 + 7 = 27$ jam

Angka 34 jam diperoleh dari jumlah durasi keseluruhan acara lokal dalam satu minggu

c) Siaran hiburan : $0/34 \times 100 = 0 \%$

Persentase komposisi siaran Kompas TV Jawa Tengah menunjukkan dominasi siaran informasi sebesar 79,4 %, persentase tersebut sesuai dengan misi Kompas TV Jawa Tengah yang ingin fokus untuk menjadi TV *News* atau TV berita. Siaran pendidikan menempati persentase kedua yaitu sebesar 20,6%, dan hiburan hanya mempunyai persentase sebesar 0 %.

B. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang

1. Sejarah Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) berdiri pada tanggal 13 September 2003. TVKU pada mulanya adalah sebuah organisasi kecil berupa unit kegiatan mahasiswa lingkup fakultas. Unit kegiatan mahasiswa TVKU terbentuk dari inisiatif mahasiswa fakultas bahasa dan sastra yang mengambil mata kuliah *broadcasting*. Seiring berjalanya waktu, TVKU semakin berkembang pesat bersamaan dengan banyaknya mahasiswa yang mengikuti kegiatan UKM TVKU, baik dari mahasiswa fakultas Bahasa dan sastra maupun fakultas lainnya. Fakultas Bahasa dan sastra memprakarsai agar unit kegiatan TVKU menjadi sebuah program *broadcasting* kampus yang mempunyai tujuan

untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang *broadcasting* dan televisi yang bergerak dalam bidang pengembangan pendidikan (Hidayat, 2009: 35).

Selanjutnya, Rektor UDINUS selaku pemberi kebijakan mengambil alih dan memegang secara langsung TVKU Semarang, sehingga TVKU berkembang menjadi televisi kampus sekaligus televisi daerah yang telah memiliki badan hukum sendiri yang berbentuk perseroan terbatas. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara mempunyai tujuan utama mengedepankan faktor pendidikan, namun tidak meninggalkan faktor hiburan yang merupakan salah satu fungsi dari televisi (Hidayat, 2009: 36).

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang adalah sebuah stasiun televisi pendidikan, melalui siaran program yang berkualitas. Turunya surat keputusan gubernur Jawa Tengah No.483/116/2003 pada 13 Setember 2003 dan diperbaharui dengan surat keputusan Gubernur Jawa Tengah No.483/12A/2005 tertanggal 8 Pebruari 2005, maka secara resmi telah diturunkan ijin mendirikan sebuah stasiun televisi pendidikan yang dikelola oleh Universitas Dian Nuswantara (UDINUS), yang dikenal dengan nama TVKU. TVKU mengudara dengan menempati frekuensi pada posisi 49 UHF (Hidayat, 2009: 36).

TVKU saat ini memiliki dua jaringan siaran, yaitu dari Rajawali TV (RTV), dan dari Suara Merdeka *Network*. Pada tahun 2011 TVKU mulai bekerja sama dengan Suara Merdeka *Network* untuk menyiarkan berbagai konten lokal yang disiapkan oleh Suara Merdeka sebagai wadah aspirasi pembaca harian Suara Merdeka, maupun sebagai wadah aspirasi masyarakat Jawa Tengah. Pada Juli 2003 TVKU menjalin kerja sama dengan Rajawali Televisi yang sebelumnya bernama B-channel, sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang dimiliki oleh Rajawali Corpora.

2. Visi dan Misi TVKU

TVKU Semarang mempunyai visi mencerdaskan bangsa melalui media audio visual, dan mempunyai misi memberikan pendidikan melalui media televisi dengan materi pendidikan teoretis maupun praktis serta aplikatif kepada masyarakat kota Semarang pada khususnya, dan warga Jawa Tengah pada umumnya (Hidayat, 2009: 37).

3. Jadwal acara lokal yang di produksi Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TVKU) Semarang selama satu minggu. RTV menyiarkan banyak program acara dalam satu minggu dari jam 04.30 pagi hingga jam 24.00 malam hari, namun tabel ini menyajikan jadwal acara lokal TVKU Semarang selama satu minggu.

Tabel 3.2 Jadwal acara lokal TVKU Semarang

Acara	Waktu	Durasi	Jenis Program Acara	Acara Dakwah	
				Ya	Tidak
Kabar Jateng Siang	Senin-kamis & sabtu 12.00-12.30	0,5x5=2,5 jam	Informasi		✓
Kabar Jateng Sore	Setiap hari, 15.30-16.00	0,5x7=3,5 jam	Informasi		✓
Total durasi siaran lokal per minggu		6 jam			

Sumber: Dokumen TVKU Semarang Oktober 2015

4. Komposisi siaran TVKU Semarang

Merujuk pada rekapitulasi jadwal acara, TVKU Semarang mempunyai komposisi siaran sebagai berikut:

- a) Informasi : $6/6 \times 100 = 100\%$
- b) Hiburan : $0/6 \times 100 = 0\%$
- c) Pendidikan : $0/6 \times 100 = 0\%$

TVKU Semarang hanya memproduksi siaran informasi 100%. TVKU Semarang juga tidak

memproduksi siaran pendidikan maupun hiburan. Sejak bergabung dengan Rajawali Televisi, TVKU juga sudah tidak memproduksi acara dakwah, maka persentase komposisi siaran dakwah di TVKU adalah 0%. TVKU Semarang hanya memproduksi acara talkshow keagamaan pada hari-hari besar keagamaan, seperti halnya pada hari Raya Idul Fitri, Idul Adha, hari natal, hari raya waisak dan sebagainya. TVKU memproduksi dua program acara berita, yaitu Kabar Jawa Tengah Siang dan Kabar Jawa Tengah Sore. TVKU memproduksi acara berita untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang terjadi, khususnya di Jawa Tengah. Program-program lain yang disiarkan TVKU merupakan program acara dari Rajawali TV Jakarta.

C. PRO TV Semarang

1. Sejarah Pro (iNews) TV Semarang

Pro TV Semarang merupakan salah satu stasiun televisi regional di kota Semarang. Pro TV Semarang berada pada frekuensi 45 UHF (*Ultra High Frequency*). Pemancar Pro TV berada di bukit Gombel dengan kekuatan transmisi 20 KW (kilo watt). Jangkauan siarannya meliputi wilayah: Semarang, Ungaran, Batang, Kendal, Pekalongan, Pemalang, Demak, Kudus, Jepara, Grobogan, Pati, Rembang, Salatiga, Temanggung,

sebagian Boyolali dan Solo (Pradita, 2011: 9). Pada awal mengudara, stasiun Pro TV merupakan milik dari Prima Entertainment yang bergerak pada pembuatan sinetron dan film di Jakarta. Seiring dengan perkembangannya, Pro TV kemudian bergabung dengan jaringan Sindo TV MNC Group (Sindo yang selama ini dikenal sebagai akronim dari Seputar Indonesia, program berita di RCTI yang juga nama harian dibawah grup MNC). Sindo TV adalah suatu badan atau perseroan hukum yang salah satu usahanya bergerak dalam bidang manajemen bisnis untuk mengelola, membuat atau melakukan kerja sama teknik dan program acara yang didirikan oleh kelompok perusahaan media terbesar di Indonesia, yaitu Media Nusantara Citra. Kerja sama yang dilakukan dengan tujuan sebagai pembuktian pemikiran bahwa budaya tradisional bukan hanya milik jaman dulu, tetapi dapat pula dikombinasikan dengan kultur *modern* yang sedang berkembang saat ini. Masyarakat dan generasi muda dapat melihat, mengetahui, serta menikmati budaya-budaya tradisional yang ada di wilayah Jawa Tengah dengan kemasan yang disesuaikan perkembangan jaman (Pradita, 2011: 8).

Pro TV Semarang kemudian bergabung dengan iNews TV dan berganti nama menjadi iNews TV Semarang pada 6 April 2015. (Pradita, 2011: 8). Selain

beberapa program lokal, iNews TV Semarang juga menayangkan program-program berkelas nasional yang merupakan hasil *join* program dengan iNews TV *Network* (<http://iNewstvsemarang.blogspot.com>. 2015).

2. Visi Pro TV Semarang

Membangun dan menyuarakan kepentingan masyarakat Jawa Tengah dengan siaran televisi yang profesional, menguntungkan, berkualitas, bertanggung jawab, beretika, berkeadilan yang berlandaskan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Pradita, 2011: 9).

3. Rekapitulasi jadwal acara lokal yang di produksi Pro TV Semarang selama satu minggu.

Tabel 3.3 Jadwal acara lokal iNews TV Semarang

Acara	Waktu	Durasi	Jenis Program Acara	Acara Dakwah	
				Ya	Tidak
Lestari Budaya	Setiap hari, 05.00-05.30	0,5x7=3,5 jam	Hiburan		✓
Sekitar Jateng	Setiap hari, 05.30-06.00	0,5x7=3,5 jam	Informasi		✓
Gitaran Sore-	Rabu&kamis,				

sore	16.00-16.30	0,5x7=3,5 jam	Hiburan		✓
Lentera Illahi	Senin-jumat, 16.30-17.00	0,5x7=3,5 jam	Pendidikan	✓	
Tongsis	Sabtu&minggu 17.30-18.00	0,5x7=3,5 jam	Hiburan		✓
Lintas Raya	Sabtu&minggu, 16.30-17.00	0,5x7-3,5 jam	Informasi		✓
Total durasi siaran lokal per minggu		21 jam			

Sumber: Dokumen PRO TV (iNews TV) Semarang
Oktober 2015

4. Komposisi siaran Pro TV (iNews TV) Semarang

Merujuk pada jadwal acara Pro TV (iNews TV)

Semarang, maka persentase komposisi siaran iNews TV Semarang yaitu:

- a) Informasi : $7/21 \times 100 = 33,3\%$
- b) Hiburan : $10,5/21 \times 100 = 50\%$
- c) Pendidikan : $3,5/21 \times 100 = 16,7\%$

Persentase komposisi siaran Pro TV (iNews TV) Semarang didominasi oleh siaran hiburan yaitu sebesar 50%, sedangkan terbesar kedua adalah siaran informasi yaitu sebesar 33,3%, dan yang terakhir adalah siaran pendidikan yang hanya sebesar 16,7%. Pendidikan adalah bagian dari dakwah, sebagaimana yang telah diuraikan pada landasan teori, maka persentase komposisi siaran dakwah iNews TV Semarang yaitu sebesar 16,7%. iNews TV Semarang mempunyai satu program acara dakwah yaitu Lentera Ilahi. Penayangan Lentera Ilahi ditayangkan pada pukul empat sore dengan durasi yang singkat, yaitu tiga puluh menit. Durasi acara dakwah di iNews TV Semarang adalah tiga puluh menit. program siaran iNews TV Semarang, sebagian besar juga di dominasi oleh acara dari *inews tv* Jakarta.

D. Cakra Semarang TV

1. Sejarah Cakra Semarang TV

Secara resmi Cakra Semarang TV berada di bawah manajemen PT. Mataram Cakrawala Televisi Indonesia yang merupakan anggota dari jaringan TV Lokal yang berpusat di Bali. Cakra Semarang TV berjaringan dengan sejumlah TV lokal seperti Bali TV, Surabaya TV, Jogja TV, Aceh TV, dan Sriwijaya TV (Palembang) di bawah jaringan Bali Post Media Group. Kelahiran Cakra Semarang TV tidak terlepas dari peran

Bali TV yang merupakan induk jaringan dari Cakra Semarang TV. Bali TV membantu Cakra Semarang TV dalam pengembangan sumber daya manusia, pertukaran materi siaran, juga pembagian iklan. Bali TV juga turut *memback-up* modal operasional pada awal Cakra Semarang TV mengudara. Siaran Cakra Semarang TV, pada awalnya hanya menjangkau beberapa kabupaten/kota di wilayah Jawa Tengah meliputi Semarang, Kendal, Ungaran, Salatiga, Demak, Jepara, Kudus, Pekalongan, Magelang, Boyolali, Klaten, Rembang, Pati, Grobogan, Blora, Batang, Temanggung dan Sragen. Pada Februari 2012 siaran Cakra Semarang TV dapat dinikmati di seluruh Indonesia dan luar negeri melalui antena parabola.

Latar belakang pendirian Cakra Semarang TV adalah adanya keinginan untuk menayangkan budaya lokal. Sebagian besar konten penyiaran Semarang TV mengutamakan unsur lokal, utamanya yang mengandung nilai kearifan lokal. Cakra Semarang TV merupakan satu-satunya televisi lokal yang murni masih lokal, dan tidak diakuisisi oleh media maupun televisi nasional. Cakra Semarang TV tergabung dalam kelompok media BaliPost (KMB), namun tidak terdapat perjanjian yang mengikat bagi Cakra Semarang TV untuk *merelay* program dari Bali TV sebagai televisi induk (<http://Cakra>

semarang.tv: 2015). Cakra Semarang TV hadir dengan slogan Menjaga Tradisi dan Jati Diri. Siaran Cakra Semarang TV beroperasi dari jam 07.00 hingga jam 23.00, meskipun dalam kenyataannya tetap mengudara selama 24 jam. Mulai jam 23.00 hingga 07.00 Cakra Semarang TV menayangkan siaran berbasis rekaman atau merelay siaran jaringan.

2. Visi dan Misi Cakra Semarang TV

Visi dari Cakra Semarang TV yaitu menjadikan Cakra Semarang TV sebagai media yang berperan aktif dalam upaya mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan harmonis, sebagai sebuah cita-cita ideal yang dinamis dengan tetap terjaganya identitas, ruang serta proses budaya Jawa Tengah. Misi dari Cakra Semarang TV antara lain: Menjadi Media informasi, pendidikan dan hiburan yang dapat dijadikan sumber inspirasi, pembangkit semangat serta pencerahan bagi masyarakat Jawa Tengah, menjadi media yang membangun semangat demokratisasi dan pemberdayaan politik rakyat Jawa Tengah, media Informasi dalam bidang perekonomian dan perdagangan bagi para pelaku ekonomi Jawa Tengah, media komunikasi dan tukar informasi antar pemerintah, tokoh masyarakat, politisi dan rakyat Jawa Tengah, dan memberi ruang bagi upaya penggalan nilai-nilai warisan leluhur yang masih relevan

untuk menjawab tantangan Globalisasi (<http://Cakra semarang.tv>, 2015).

3. Rekapitulasi jadwal acara lokal yang di produksi Cakra Semarang TV selama satu minggu

Tabel 3.4 Jadwal acara lokal Cakra Semarang TV

Acara	Waktu	Durasi	Jenis Program Acara	Acara Dakwah	
				Ya	Tidak
Seputar Jateng Pagi	Setiap hari, 07.30-08.00	0,5x7=3,5 jam	Informasi		✓
Sugeng Enjeng	Setiap hari, 08.00-09.00	1x7=7 jam	Informasi		✓
Seputar Jateng Siang	Setiap hari, 11.30-12.00	0,5x7=3,5 jam	Informasi		✓
Nying nyong yuk	Setiap hari, 16.00-16.30	0,5x7=3,5 jam	Hiburan		✓
Nyumbang salam	Setiap hari, 17.00-18.00	1x7=7 jam	Hiburan		✓
Warta praja	Senin-jumat, 18.00-18.30	0,5x5=2,5 jam	Informasi		✓
Zona kampus	Sabtu, 18.00-18.30	0,5 jam	Informasi		✓
Macapat	Minggu, 18.00-18.30	0,5 jam	Hiburan		✓

Seputar Jateng Malam	setiap hari, 18.30-19.00	0,5x7=3,5 jam	Informasi		✓
Target investigasi	Senin-selasa 19.00-19.30	0,5x2=1 jam	Informasi		✓
Wisata jalan kuliner	Rabu, 19.00-19.30	0,5 jam	Hiburan		✓
Iki lho Semarang	Kamis-sabtu 19.00-19.30	0,5x3=1,5 jam	Hiburan		✓
Semarang warti	Minggu 19.00-19.30	0,5 jam	Informasi		✓
Nyidam sari	Sabtu, 19.30-20.00	0,5 jam	Hiburan		✓
PATKO	Minggu, 19.30-20.00	0,5 jam	Informasi		✓
Evergreen	Senin, 20.00-21.00	1 jam	Hiburan		✓
Dialog merah putih	Selasa, 20.00-21.00	1 jam	Informasi		✓
Suara keadilan	Rabu-kamis, 20.00-21.00	1x2=2 jam	Informasi		✓
Wedangan	Jumat-minggu, 20.00-21.00	1x3=3 jam	Hiburan		✓
ESBE	Setiap hari,	0,5x7=3,5	Hiburan		✓

	21.00-21.30	jam			
Langen budaya	Setiap hari	1x7=7 jam	Hiburan		✓
	21.30-22.30				
Misteri	Setiap hari,	0,5x7=3,5	Hiburan		✓
	22.30-23.00	jam			
Total durasi siaran lokal Cakra TV per minggu		57 jam			

Sumber: Dokumen Cakra Semarang TV Oktober 2015

4. Komposisi siaran Cakra Semarang TV

Merujuk pada rekapitulasi jadwal acara, Cakra Semarang TV mempunyai komposisi siaran sebagai berikut:

- a) Informasi : $25,5/57 \times 100 = 44,7\%$
- b) Hiburan : $31,5/57 \times 100 = 55,3\%$
- c) Pendidikan : $0/57 \times 100 = 0\%$

Cakra Semarang TV mempunyai persentase siaran hiburan yang paling besar yaitu 55,3%. Menempati persentase terbesar kedua adalah siaran informasi dengan persentase 44,7%, sedangkan siaran pendidikan Cakra Semarang TV adalah 0%. Cakra Semarang TV juga tidak mempunyai siaran dakwah. Cakra Semarang TV hanya fokus untuk memproduksi acara lokalnya sendiri. Cakra Semarang TV mempunyai siaran informatif/berita di pagi, siang, maupun malam hari. Program Cakra TV selain siaran informasi adalah siaran hiburan, baik

berupa tayangan seni budaya lokal, maupun acara musik. Tayangan hiburan yang berupa budaya lokal, seperti halnya pertunjukan gamelan dan wayang pada acara Langen Budaya, sedangkan acara musik antara lain: Nying Nyong Yukk, Nyidam Sari, dan Evergreen.

Siaran Cakra Semarang TV dibedakan menjadi empat jenis. Pertama adalah siaran langsung (*live*) yang bersifat *real-time*. artinya apa yang dilihat penonton di layar televisi adalah apa yang sedang terjadi saat itu juga. Siaran langsung bisa dilakukan di dalam studio maupun di luar studio. Acara yang disiarkan langsung dari studio biasanya membutuhkan *host* (penyiar) dan terkadang melibatkan interaksi dengan penonton melalui SMS atau telpon. Cakra Semarang TV, selain mempunyai siaran langsung juga mempunyai siaran produksi, yaitu jenis-jenis tayangan yang diproduksi sebelum acara tersebut ditayangkan di televisi. Jenis siaran produksi tergolong lebih rumit karena membutuhkan proses yang lebih panjang mulai dari pra-produksi, produksi, dan paskaproduksi. Pada tahap pra-produksi melibatkan perencanaan meliputi tema, naskah, biaya, sumber daya manusia, serta persiapan teknis. Tahap produksi adalah pelaksanaan produksi siaran dalam arti pengambilan gambar. Sedangkan tahap paskaproduksi meliputi editing dan finalisasi audiovisual sehingga siap untuk

ditayangkan. Program yang diproduksi sendiri oleh TV lokal memerlukan biaya yang tidak sedikit.

Jenis siaran berikutnya adalah siaran rekaman, artinya program yang ditayangkan berasal dari rekaman atau dokumentasi kegiatan tertentu. Misalnya dokumentasi pementasan wayang kulit yang aslinya berdurasi kurang lebih 5 jam kemudian diedit oleh TV lokal menjadi beberapa bagian. Selanjutnya bagian-bagian tersebut disiarkan secara bersambung. Jenis siaran ini juga kadang kala berupa re-run (siaran ulang) dari tayangan yang pernah ditayangkan sebelumnya. Jenis siaran ini tidak terlalu memakan biaya dan tenaga. Oleh karena itu jenis siaran ini banyak digunakan oleh TV lokal maupun publik untuk menyiasati jam siaran mereka.

Terakhir yaitu jenis siaran berjejaring. Hampir semua TV swasta lokal saat ini berjejaring dengan lembaga lain untuk memenuhi slot yang ada, tak terkecuali TV lokal di Semarang. Jika mengandalkan tayangan yang diproduksi sendiri, TV lokal belum mampu memenuhi jam siaran yang mereka miliki dalam sehari. Oleh karena itu mereka menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti TV lokal di daerah lain atau lembaga penyedia konten seperti KompasTV, TempoTV. Dalam kasus ini, Cakra Semarang TV berjejaring dengan

Bali TV dan anggota-anggota jaringannya. Dengan begitu, Cakra TV mampu menyajikan tayangan informasi/berita atau budaya dari daerah lain. Cakra Semarang TV tidak mempunyai acara dakwah sesuai dengan kebijakan perusahaan, bahwa Cakra Semarang TV hanya fokus pada acara-acara yang mengangkat kebudayaan dan tradisi (*local wisdom*) yang ada di Jawa Tengah.

E. Komposisi Siaran di Televisi Lokal Kota Semarang

Televisi lokal kota Semarang mempunyai komposisi siaran yang beragam. Berikut persentase komposisi siaran di televisi lokal kota Semarang:

Tabel 3.5 Persentase Komposisi Siaran TV Lokal kota Semarang

Stasiun Televisi	Komposisi Siaran TV Lokal Kota Semarang		
	Informasi	Hiburan	Pendidikan
Kompas TV Jateng	79,4%	0%	20,6%
TVKU Semarang	100%	0%	0%
iNews TV Semarang	33,3%	50%	16,7%
Cakra Semarang TV	44,7%	55,3%	0%

Merujuk pada tabel komposisi siaran televisi lokal kota Semarang, komposisi siaran Kompas TV Jateng dan TVKU Semarang sama-sama mempunyai persentase siaran informasi yang lebih tinggi dibandingkan siaran hiburan, maupun siaran pendidikan, sedangkan iNews TV Semarang dan Cakra Semarang TV sama-sama mempunyai persentase siaran hiburan yang lebih tinggi dibandingkan siaran informasi, dan hiburan. Keempat stasiun TV lokal kota Semarang menunjukkan bahwa persentase siaran pendidikan merupakan persentase siaran terendah di bandingkan siaran informasi, dan siaran hiburan. Pada penelitian ini siaran dakwah masuk dalam kategori siaran pendidikan, dan saat dilakukan penelitian data program siaran pendidikan yang diperoleh merupakan siaran dakwah, maka dari tabel di atas persentase siaran dakwah sama dengan persentase siaran pendidikan.

Komposisi siaran dakwah di setiap stasiun televisi lokal kota Semarang masih di bawah 30%. Siaran dakwah di TV lokal kota Semarang hanya ditayangkan oleh dua stasiun televisi lokal yang ada di Semarang, yaitu: Kompas TV Jateng, dan Pro TV (iNews TV) Semarang. Kompas TV Jawa Tengah menayangkan satu jenis acara dakwah bernama embun pagi dengan durasi satu jam dan tayang pada pukul 03.30 pagi. Pro TV (iNews TV) Semarang menayangkan satu acara dakwah bernama lentera Illahi dengan durasi tiga puluh

menit dan tayang pada pukul empat sore hari. TVKU Semarang dan Cakra Semarang TV tidak mempunyai acara dakwah. TVKU Semarang pada tahun 2013 mempunyai beberapa acara dakwah, yaitu klinik sakinah, bengkel rohani, dan seni menata hati.

TVKU Semarang setelah diakuisisi oleh Rajawali Televisi (RTV) hanya memproduksi dua buah acara, karena sebagian besar jam tayang TVKU telah dimiliki RTV (Putri, 7 September 2015). Acara yang diproduksi TVKU Semarang adalah kabar Jawa Tengah siang, dan kabar Jawa Tengah sore. Cakra Semarang TV belum dikuisisi oleh televisi nasional, namun tidak menayangkan acara dakwah, dengan alasan Cakra Semarang TV tetap fokus pada acara-acara yang mengandung kearifan lokal sesuai dengan visi misi Cakra Semarang TV (Pangastika, 5 September 2015).

Merujuk pada tabel 3.1-3.4, maka dapat disimpulkan bahwa komposisi siaran dakwah di TV lokal kota Semarang adalah:

Durasi siaran dakwah di TV lokal kota Semarang 7+
3,5= 10,5 jam/ minggu

Durasi siaran lokal keempat TV lokal Semarang
adalah $34+21+6+57= 118$ jam/ minggu

Maka persentase siaran dakwah di TV lokal kota Semarang adalah:

$$10,5/ 118 \times 100 = 8,9\%$$

BAB IV

ANALISIS KOMPOSISI SIARAN DAKWAH DI TELEVISI LOKAL KOTA SEMARANG

Terdapat dua siaran dakwah yang diproduksi oleh televisi lokal kota Semarang, yaitu embun pagi di Kompas TV Jawa Tengah dan Lentera Ilahi di PRO TV (iNews TV) Semarang dengan durasi sepuluh jam tiga puluh menit dalam satu minggu. Kedua siaran tersebut termasuk dalam siaran dakwah, karena pesan yang disampaikan berisi tentang ajaran-ajaran Islam, dan dikemas dalam bentuk ceramah. Durasi kedua siaran dakwah di TV lokal kota Semarang dapat dikategorikan minim jika dihadapkan pada durasi siaran TV lokal kota Semarang yang besarnya seratus delapan belas jam dalam satu minggu, atau jika siaran dakwah dipersentase terhadap siaran TV lokal Semarang maka besarnya adalah delapan koma Sembilan persen.

Komposisi siaran TV lokal kota Semarang terdiri dari empat stasiun TV lokal, yaitu: pertama, Kompas TV Jawa Tengah yang mempunyai komposisi siaran dakwah sebesar dua puluh koma enam persen. Pada penelitian ini siaran dakwah Embun Pagi di Kompas TV Jawa Tengah masuk dalam jenis program siaran pendidikan, karena pendidikan merupakan bagian dari dakwah. Pendidikan dan dakwah berupaya mempengaruhi pandangan orang agar berubah kearah positif yang direncanakan. Pendidikan dalam arti yang seluas-luasnya, mempunyai tujuan agar manusia dapat menolong umat manusia lain dari berbagai keterbelakangan, sebagaimana tujuan dakwah yang

menjadikan kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dakwah dan pendidikan mempunyai tujuan yang hampir sama, yaitu mengubah seseorang dari ketidaktahuan menjadi berpengetahuan, agar kehidupan manusia menjadi lebih baik. Pada penelitian ini, persentase siaran pendidikan sama dengan persentase siaran dakwah karena Kompas TV Jawa Tengah tidak mempunyai program siaran lokal yang masuk dalam kategori siaran pendidikan selain siaran dakwah Embun Pagi.

Persentase komposisi siaran Kompas TV Jawa Tengah selain siaran pendidikan adalah siaran informasi yaitu tujuh puluh sembilan koma empat persen dan merupakan persentase terbesar Kompas TV Jawa Tengah. Siaran informasi di Kompas TV Jawa Tengah berupa berita, diantaranya: Seputar Jawa Tengah, Kompas Jateng Sore, Target Operasi. Dominasi siaran informasi pada Kompas TV Jateng sesuai dengan visi dan misi Kompas Media yang ingin menjadikan Kompas TV Jawa Tengah sebagai televisi berita (*News TV*). Dominasi siaran informasi Kompas TV Jateng tidak menyalahi visi Kompas TV Jawa Tengah yang ingin menjadi *TVne* Jawa Tengah, namun dominasi siaran nasional Kompas TV setelah diakuisisi oleh Kompas Media menjadikan Kompas TV Jawa Tengah kehilangan eksistensinya untuk menjadi representasi dari sosio kultural dan seluruh aspek kehidupan masyarakat Jawa Tengah.

Kedua, hilangnya eksistensi TV lokal akibat akuisisi tidak hanya dialami oleh Kompas TV Jawa Tengah, tetapi juga dialami oleh TVKU yang telah didominasi oleh siaran dari Rajawali TV (RTV). Komposisi siaran dakwah TVKU sebesar nol persen, artinya TVKU

tidak memproduksi maupun menyiarkan siaran dakwah. TVKU Semarang sebelum diakuisisi oleh RTV mempunyai beberapa program acara dakwah antara lain: acara Klinik Sakinah, Cahaya Illahi, dan Bengkel Rohani, namun setelah diakuisisi oleh RTV, TVKU harus merelay program-program siaran RTV dari Jakarta, sehingga TVKU mempunyai keterbatasan jam tayang untuk menyiarkan siaran lokal yang diproduksi termasuk siaran dakwah.

Komposisi siaran TVKU didominasi oleh siaran informasi berupa berita bernama Kabar Jawa Tengah Siang, dan Kabar Jawa Tengah Sore. TVKU sudah tidak memproduksi siaran lain selain siaran informasi. TVKU setelah diakuisisi oleh RTV, tidak dapat mempertahankan visinya sebagai televisi pendidikan yang ingin mencerdaskan bangsa melalui media audio visual, serta misinya untuk memberikan pendidikan melalui media televisi dengan materi pendidikan teoretis maupun praktis serta aplikatif kepada masyarakat kota Semarang pada khususnya, dan warga Jawa Tengah pada umumnya. TVKU harus mengikuti RTV yang memfokuskan pada acara hiburan, *soft news*, dan *variety show* untuk keluarga.

Komposisi siaran TV lokal kota Semarang yang ketiga adalah iNews TV Semarang. Komposisi siaran dakwah iNewsTV Semarang yaitu enam belas koma tujuh persen. Acara dakwah Lentera ILLahi merupakan satu-satunya acara lokal yang masuk dalam kategori siaran pendidikan, maka persentase siaran pendidikan mempunyai persentase yang sama dengan siaran dakwah yaitu enam belas koma tujuh persen. Komposisi siaran iNews TV Semarang selain siaran pendidikan, yaitu

siaran hiburan. Siaran hiburan mempunyai persentasi paling besar, yaitu lima puluh persen, dan siaran informasi mempunyai persentase tiga puluh tiga persen.

Pro TV mempunyai misi untuk menyuarakan kepentingan masyarakat, serta mengangkat kebudayaan Jawa Tengah melalui siaran TV, namun setelah diakuisisi oleh iNews TV, iNews TV Semarang mempunyai siaran lokal yang terbatas. Keterbatasan siaran-siaran lokal salah satunya diakibatkan karena kebijakan media nasional yang ingin menyiarkan siarannya di media lokal yang diakuisisinya.

Keempat, Cakra Semarang TV merupakan televisi lokal yang masih menjaga kelokalanya dan memproduksi acara lokalnya sendiri. Komposisi siaran Cakra Semarang TV tidak mempunyai acara dakwah sesuai dengan kebijakan perusahaan, bahwa Cakra Semarang TV hanya fokus pada acara-acara yang mengangkat kebudayaan dan tradisi (*local wisdom*) yang ada di Jawa Tengah. Cakra Semarang TV mencoba berbagai cara dan mencari terobosan-terobosan untuk tetap memproduksi tayangan lokal. Salah satu caranya adalah dengan menjalin kerja sama saling menguntungkan dengan individu maupun institusi yang berkaitan langsung dengan aktivitas kebudayaan. Cakra Semarang TV masih tetap menjaga tradisi dan jati diri budaya Jawa salah satunya dengan konsisten menggunakan bahasa Jawa dalam siarannya. Salah satu terobosan yang dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama dengan Pemerintah kota Semarang dalam peliputan kegiatan budaya. Pemerintah kota Semarang memberikan

hak eksklusif siar kepada Cakra Semarang TV untuk menyiarkan program budaya yang diadakan pemerintah kota Semarang.

Minimnya persentase komposisi siaran dakwah di TV lokal kota Semarang, salah satunya disebabkan karena sebagian besar media televisi nasional telah mengakuisisi TV lokal di kota Semarang. Akuisisi adalah pengambil alihan kepemilikan atau pengendalian atas saham atau aset suatu perusahaan oleh perusahaan lain, dan dalam peristiwa ini baik perusahaan pengambilalih atau yang diambil alih tetap eksis sebagai badan hukum yang terpisah (Abdul Moin, 2004). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas mendefinisikan akuisisi sebagai perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambil alih, baik seluruh atau sebagian besar saham perseroan yang dapat mengakibatkan beralihnya pengendalian terhadap perseroan tersebut. Terdapat empat keuntungan yang didapatkan TV lokal dengan melakukan sistem akuisisi, yaitu: pertama, sistem akuisisi menjadikan kualitas program siaran tv lokal menjadi lebih baik karena stasiun induk yang berada di Jakarta memproduksi program siaran untuk TV lokal sebagai afiliasinya dengan peralatan yang lebih canggih. Kedua, program yang berkualitas akan menarik minat pemirsa untuk menyaksikan siaran tv lokal. Ketiga, banyaknya pemirsa yang menyaksikan siaran tv lokal, dapat menarik banyak pengiklan dan dapat mendatangkan pemasukan bagi tv lokal. Keempat, sistem akuisisi menjadikan TV lokal tidak membutuhkan

modal yang besar untuk memproduksi banyak program siaran, karena TV lokal hanya perlu menerima program siaran dari televisi induk, kemudian menyiarkannya.

Berbagai keuntungan sistem akuisisi menjadi pertimbangan televisi lokal menerima untuk diakuisisi oleh media nasional, namun selain keuntungan yang diperoleh dari sistem akuisisi, terdapat empat kerugian dari sistem akuisisi, yaitu: pertama, TV lokal dikuasai oleh stasiun induk yang mampu mengikat TV lokal dalam kontrak yang sangat membatasi hak TV lokal. Kedua, sistem akuisisi menjadikan TV lokal kehilangan identitas kelokalannya. Ketiga, tv lokal berkewajiban menyiarkan program siaran stasiun induk dari Jakarta, sehingga tv lokal kehilangan kreatifitas dalam memproduksi acara lokal. Keempat. TV lokal mempunyai kemampuan terbatas dalam menyiarkan program siarannya, baik program acara lokal termasuk di dalamnya acara dakwah lokal.

Akuisisi perusahaan menurut undang-undang sebenarnya diijinkan oleh pemerintah, asalkan perusahaan-perusahaan tersebut beroperasi di tempat yang berbeda. Berdasarkan pasal 18 ayat satu Undang-undang penyiaran, secara tegas mengatur pembatasan pemusatan kepemilikan dan penguasaan lembaga penyiaran swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran. Mekanisme pembatasannya dalam pasal 32 ayat satu undang-undang penyiaran menyatakan pemusatan kepemilikan dan penguasaan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran televisi oleh satu orang atau satu badan hukum baik di

satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, di seluruh wilayah Indonesia dibatasi. Baik orang perorangan maupun per badan hukum hanya dibolehkan memiliki dua izin penyelenggaraan penyiaran dan harus pula berada di dua propinsi yang berbeda.

Pada kenyataannya, perusahaan televisi swasta dan akuisisinya, semua beroperasi dari Jakarta. Monopoli kepemilikan media juga menjadi tanggung jawab pemerintah yang seharusnya melakukan uji kelayakan dengan selektif dalam pemberian perijinan mendirikan televisi swasta agar tidak terjadi monopoli kepemilikan televisi. Pengambilalihan televisi lokal di berbagai daerah terjadi karena di dalam Undang-undang penyiaran nomor 32 tahun 2002, tidak terdapat pasal yang melarang pemilik modal besar mendirikan stasiun jaringan. Regulasi juga tidak mewajibkan stasiun jaringan didirikan dengan modal lokal. Induk dan jaringan bisa saja didirikan oleh pemodal besar. Satu-satunya pasal yang berbicara tentang modal lokal adalah yang menyatakan mayoritas pemilikan modal awal dan pengelolaan stasiun penyiaran lokal diutamakan kepada masyarakat di daerah tempat stasiun lokal itu berada. Pasal hanya menyatakan diutamakan kepada masyarakat di daerah tempat stasiun lokal itu berada, bukan mewajibkan.

Porsi maksimal yang diperbolehkan untuk *relay* dalam undang-undang Penyiaran adalah Sembilan puluh persen dari total jam siaran. TV lokal yang tetap menyiarkan program acara lokalnya sebanyak sepuluh persen tidaklah melanggar aturan, akan tetapi hal tersebut mengingkari semangat didirikannya TV lokal yaitu terpenuhinya

aspek keberagaman kepemilikan, dan keberagaman isi serta kearifan lokal. Beberapa televisi lokal di Semarang telah diakuisisi oleh media nasional, seperti halnya televisi di bawah grup Media Nusantara Citra (MNC) melalui anak usahanya yaitu SUNTV, telah mengakuisisi televisi lokal PRO TV Semarang. Kompas Gramedia melalui Kompas TV telah mengakuisisi TV B pada bulan Oktober 2010. TV lokal Kota Semarang yang telah diakuisisi selain Kompas TV Jawa Tengah, dan iNews TV Semarang adalah TVKU Semarang. TVKU Semarang diakuisisi oleh Rajawali Televisi, dan telah melakukan sinergi dengan Suara Merdeka.

Penerimaan televisi lokal kota Semarang terhadap sistem akuisisi televisi nasional, disebabkan karena sepiunya pasar iklan di televisi lokal kota Semarang. Iklan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan televisi. Pemasukan iklan yang tidak dapat menutupi tingginya biaya operasional setiap bulan, menjadi beban berat stasiun televisi lokal yang tidak kuat secara modal. Terdapat banyak perusahaan besar, beberapa perusahaan tingkat nasional yang menjalankan usahanya di Semarang, maupun pengusaha lokal dengan profit besar tetapi tidak banyak yang tertarik untuk beriklan di TV lokal Semarang, alasannya pada *coverage area* TV lokal yang lebih sempit dibandingkan dengan TV swasta berjaringan nasional. Sepinya pasar iklan di televisi lokal, salah satunya disebabkan karena belum terlaksananya regulasi sistem stasiun berjaringan (SSJ) sehingga menyebabkan terpusatnya iklan di Jakarta. Sistem stasiun berjaringan di Indonesia adalah sistem televisi yang mengharuskan televisi-

televisi yang memiliki daya frekuensi siaran nasional agar melepaskan frekuensi terhadap daerah-daerah siaran mereka dan menyerahkan pada orang/lembaga/organisasi lokal daerah yang ingin menggunakan dan mengembangkannya.

Sistem berjaringan dapat juga diartikan sebagai sistem siaran bersama yang dilakukan oleh stasiun induk jaringan bersama afiliasinya. Merujuk pada definisi tersebut, maka dapat diartikan bahwa stasiun televisi yang berlokasi di Jakarta jika menginginkan siarannya dapat diterima di daerah tertentu, maka ia harus bekerja sama dengan stasiun televisi di daerah yang bersangkutan, atau jika sudah ada stasiun *relay* nya harus mengubah status stasiun relay menjadi stasiun televisi lokal. Demi terlaksananya Sistem Siaran Berjaringan, diperlukan dukungan dari Peraturan Pemerintah.

Peraturan Pemerintah pasal 34 nomor 50 tahun 2005 tentang penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta, menjelaskan bahwa sistem jaringan terdiri atas lembaga penyiaran swasta induk stasiun jaringan, dan lembaga penyiaran swasta anggota stasiun jaringan yang membentuk sistem stasiun jaringan. TV nasional dapat bertindak sebagai induk stasiun jaringan dan TV lokal bertindak sebagai anggota stasiun jaringan, stasiun induk bertindak sebagai koordinator yang siarannya direlai oleh anggota (pasal 34 ayat 1 dan 2 PP Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Swasta). Spirit dasar dari siaran berjaringan adalah terpenuhinya aspek *diversity of ownership*, *diversity of content* (keberagaman kepemilikan dan keberagaman isi). Pada pelaksanaannya banyak stasiun *relay* televisi nasional yang belum

berubah statusnya. Sistem stasiun berjaringan (SSJ) memiliki manfaat untuk menciptakan sistem penyiaran yang berkeadilan dan berpihak pada publik.

SSJ yang mempunyai manfaat untuk menciptakan sistem yang berkeadilan dan berpihak pada publik, mampu menjadi pengerem isi siaran yang memiliki bias kultur, nilai, dan cara pandang orang yang tinggal di Jakarta. Sistem berjaringan memberikan ruang bagi masyarakat daerah untuk mengekspresikan hasrat, kepentingan, kultur, nilai, dan cara pandang orang daerah di ruang publik penyiaran. SSJ dapat mendorong terciptanya penyiaran yang berkeadilan, yaitu mendudukan kepentingan daerah dan kepentingan Jakarta pada posisi yang setara dan sejajar. Sistem siaran berjaringan menjadikan porsi iklan yang hanya dinikmati TV di Jakarta dapat terdistribusi ke televisi-televisi lokal yang ada di daerah. SSJ menjadikan stasiun televisi lokal dapat tumbuh sehat. Televisi lokal membawa program-program unggulan dari jaringan, dan dapat mengisi jam-jam siaran lokal dengan program yang cukup berkualitas karena dapat dibiayai dengan cukup. Televisi lokal bisa memperoleh sebagian dari pemasukan iklan yang diperoleh induk jaringan, maupun memperoleh pemasukan sendiri dari iklan lokal. Stasiun induk jaringan juga akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang, terutama ketika tv nasional memiliki setidaknya sebagian saham stasiun televisi lokal yang menjadi bagian dari jaringan tersebut. Stasiun-stasiun televisi lokal yang tumbuh, dan berjalan seiring dengan kondisi ekonomi lokal di setiap daerah, akan memperoleh

keuntungan bersama, namun pelaksanaan Sistem Siaran Berjaringan mendapatkan perlawanan dari Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI). ATVSI yang didominasi oleh televisi swasta Jakarta yang telah menikmati siaran secara nasional. Ada dua alasan yang diajukan ATVSI. Pertama UU Penyiaran dianggap terlalu memberatkan TV Jakarta jika harus berjaringan dengan TV lokal. TV nasional telah menginvestasikan modal besar untuk membangun stasiun-stasiun transmisi di daerah. Argumen kedua, ATVSI menilai wewenang Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terlalu besar, terutama tentang kewenangan mencabut izin siaran dan menyusun kode etik dunia penyiaran Indonesia (Riyanto, 2012: 55). Perlawanan dari ATVSI tersebut mengakibatkan pelaksanaan sistem siaran berjaringan belum dapat berjalan seperti yang diharapkan.

Belum berjalannya SSJ dengan baik akan memberikan dampak. Dampak dari tidak berjalannya sistem stasiun berjaringan, salah satunya adalah terjadinya *hegemoni* terhadap isi siaran yang didominasi oleh televisi yang berlokasi di Jakarta. Stasiun televisi lokal harus bersaing dengan stasiun televisi dari Jakarta yang memiliki jangkauan siaran nasional. Sistem siaran yang terpusat di Jakarta menyebabkan iklan dan keuntungan ekonomi juga hanya terpusat di Jakarta. Stasiun televisi hidup dari pemasukan iklan, namun pengiklan yang diharapkan stasiun lokal hanya pengusaha-pengusaha lokal yang mengarahkan perhatian pada pasar lokal, sedangkan para pengiklan yang sedang berusaha memperkenalkan produk secara nasional akan memilih stasiun yang dapat bersiaran nasional. Misalnya Unilever

akan enggan memasang iklan di stasiun lokal Semarang, apabila mereka sudah menggunakan SCTV Jakarta yang siarannya mencapai penonton kota di Semarang. Jangkauan siaran menjadi penting karena pengiklan akan senantiasa menjadikan jumlah penonton sebagai indikator utama penempatan iklan.

Penempatan iklan merupakan magnet bagi penonton. Stasiun-stasiun TV nasional dapat menjangkau jutaan penonton di berbagai daerah di Indonesia karena membangun puluhan stasiun transmisi di seluruh Indonesia. Jumlah penonton program-program yang disajikan TV nasional akan sangat menarik para pengiklan yang sedang berusaha memasarkan produk ke seluruh Indonesia. Meskipun tarif iklan yang ditetapkan bisa sangat mahal, namun mengingat daya jangkau siar TV nasional sangat luas, maka menjadi tidak terlalu mahal. Stasiun televisi lokal dengan jumlah penonton yang terbatas, tidak dapat menetapkan tarif iklan tinggi. Pemasukan iklan antara televisi nasional dan televisi lokal pun menjadi tak sebanding. Dampak lain yang diakibatkan dari belum terlaksananya SSJ adalah stasiun televisi lokal di luar Jakarta tidak dapat berkembang dengan sehat. Lapangan pekerjaan yang terkait dengan industri pertelevisian terbuka, serta dorongan untuk menumbuhkan rumah produksi, biro iklan atau lembaga pendidikan yang terkait dengan dunia penyiaran hanya tumbuh di Jakarta. Mahasiswa yang belajar disiplin ilmu komunikasi dan penyiaran di perguruan tinggi luar Jakarta tidak akan memperoleh peluang bekerja cukup luas di pertelevisian di daerahnya, dan harus pindah ke Jakarta bila tetap ingin bekerja di

dunia pertelevisian. SSJ yang belum terlaksana merupakan salah satu faktor yang menyebabkan TV lokal harus bersaing ketat dengan TV nasional. Sistem Stasiun Berjaringan tidak akan tercapai jika pada pelaksanaannya para pemodal besar mengakuisisi televisi-televisi lokal, sehingga dari segi keragaman kepemilikan tidak terjadi perubahan yang signifikan.

Belum berjalannya SSJ juga memberi pengaruh terhadap keterbatasan kemampuan TV lokal dalam memproduksi suatu program siaran lokal termasuk siaran dakwah, salah satunya terletak pada kemasan siaran. Kemasan siaran dakwah merupakan salah satu hal penting untuk menarik minat pemirsa menyaksikan acara televisi. Kemasan acara dakwah yang tidak menarik dapat menyebabkan pemirsa enggan untuk menyaksikan acara dakwah. Beberapa program acara dakwah di TV nasional mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama dan tetap diminati masyarakat, karena kemasan yang menarik. Stasiun televisi lokal mempunyai pemasukan iklan yang minim, namun TV lokal harus memproduksi program siaran lokal, termasuk dalam memproduksi siaran dakwah dengan biaya minim, menggunakan teknologi produksi yang terbatas, kemudian memberi imbalan terbatas pada para pekerja media. Keterbatasan modal TV lokal mengakibatkan program-program lokal maupun program siaran dakwah yang dihasilkan kurang berkualitas karena dibuat dengan dana, keterampilan, fasilitas, dan waktu yang terbatas.

Siaran dakwah di televisi nasional dikemas dengan menampilkan *dai* nasional yang terkenal, mengundang artis-artis

sebagai bintang tamu, terdapat interaksi antara *dai* dengan penonton di studio secara langsung dan aktif bertanya terhadap *dai* sehingga terjadi dialog interaktif, pertanyaan juga datang dari pemirsa di rumah baik melalui *telephone* maupun melalui media sosial. Dialog interaktif penting untuk dapat menarik pengiklan sebagai pemasukan stasiun TV nasional, sedangkan siaran dakwah TV lokal seringkali menayangkan program dakwah berupa ceramah satu arah, maupun siaran rekaman. Program siaran TV lokal yang kurang berkualitas, tidak dapat mencegah penonton beralih untuk menyaksikan siaran televisi dari Jakarta. Penonton akan lebih memilih menonton program dengan kualitas gambar yang baik, dan diproduksi dengan biaya tinggi dibanding menonton program stasiun lokal dengan segenap keterbatasannya. Minimnya pemirsa TV lokal akan menjadikan pengiklan lokal berhenti beriklan di televisi lokal, tv lokal dapat mengalami kebangkrutan jika tidak ada pengiklan yang masuk. Minimnya pemasukan pada TV lokal menyebabkan TV lokal seringkali mengisi waktu siar dengan program *home shopping* agar televisi lokal dapat menutup waktu tayangnya sekaligus mendapatkan iklan.

Persoalan lain yang harus diperhatikan dalam menayangkan suatu program acara, adalah pengaturan jadwal waktu acara yang akan disajikan kepada pemirsa. Pengaturan waktu menjadi penting, karena ada waktu-waktu tertentu ketika pemirsa akan menonton televisi secara khusus atau *prime time* (Kuswandi, 1996:126). Dalam penayangan program acara dakwah di TV lokal kota Semarang, acara

dakwah Embun pagi di Kompas TV Jateng ditayangkan pada jam 03.30, dan acara Lentera Illahi di iNews TV Semarang tayang pada pukul 16.30 sore hari. Acara Embun Pagi tayang terlalu pagi, karena pada jam 03.30 sebagian besar masyarakat sedang istirahat atau sedang tidak menonton televisi, sedangkan acara Lentera Illahi di iNews TV Semarang tayang pada jam yang masih terdapat kemungkinan masyarakat sedang menonton televisi. Selain pengaturan jadwal penayangan suatu program siaran, hal lain yang harus diperhatikan agar siaran dakwah dapat diminati adalah perencanaan program siaran harus mengacu pada selera, keinginan, serta kebutuhan khalayak. Selera pemirsa televisi akan mempengaruhi materi yang dimuat dalam acara dakwah. Selera pemirsa dapat diketahui melalui riset, dapat juga melalui interaksi pemirsa dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada acara dakwah, baik secara langsung atau melalui telephon. Program siaran dakwah tidak mungkin dapat memuaskan semua kalangan, namun sasaran siaran dakwah diharapkan mendapatkan kelompok inti yang kemudian menyebarkan informasi yang diperoleh dari program siaran dakwah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Komposisi siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang bervariasi, namun persentase tertinggi masih di bawah tiga puluh persen. Hanya dua stasiun televisi lokal di kota Semarang yang menyiarkan siaran dakwah, yaitu Kompas TV Jawa Tengah, dan iNews TV Semarang dengan persentase masing-masing dua puluh koma enam persen dan enam belas koma tujuh persen. Persentase siaran dakwah di televisi lokal TVKU dan Cakra Semarang TV menunjukkan persentase nol persen, artinya keduanya tidak menyiarkan maupun memproduksi siaran dakwah.

B. Saran

- 1). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, siaran dakwah di televisi lokal kota Semarang hanya berjumlah dua acara, oleh karena itu diharapkan para devisi program beserta tim kreatif untuk merancang dan mengusulkan pembuatan siaran dakwah yang menarik dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, mengingat mayoritas masyarakat kota Semarang beragama Islam.
- 2). Pemerintah diharapkan dapat memberikan bantuan berupa kerjasama dalam promosi budaya atau *event* tertentu, maupun sebagai *sponsorship* bagi televisi lokal kota Semarang, agar pertelevisian lokal kota Semarang dapat

tetap bertahan untuk melestarikan kearifan lokal yang ada di kota Semarang.

- 3). Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) diharapkan dapat memberikan mata kuliah serta ketrampilan praktik untuk merancang program-program dakwah, sehingga Jurusan KPI dapat menghasilkan mahasiswa yang mahir dalam merancang program dakwah *kreatif dan inovatif* di televisi.
- 4). TV lokal hendaknya meningkatkan program siaran dakwah baik dari segi kuantitas, maupun kualitas, tetap mempertahankan kelokalannya, serta melakukan promosi untuk meningkatkan minat penonton dan menarik pengiklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Moin, Abdul, 2004. *Merger, Akuisisi dan Divestasi*, Jilid 1, Ekonisia, Yogyakarta.
- Syamsul Munir, Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1994. *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo.
- Depaartemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Televisi Siaran Teori dan Praktik*. Bandung: Mandar Maju
- Gilang, Omar Abidin. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Judhariksawan, 2010. *Hukum Penyiaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexi. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.

Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.

Muhtadi, Asep S. dan Sri Handajani. 2000. *Dakwah Kontemporer (Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi)*. Bandung: Pusdai Press.

Mulyana, Deddy. 1997. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Munir, M. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Munir, M. dan Wahyu Ilahi. 2010. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Natsir, M. 1984. *Fiqhud Da'wah*. Solo: Ramadhani.

Nawawi, Hadani. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: University press.

Oktaviarini. 2006. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Kencana.

Pimay, Awaludin. 2005. *Metodologi Dakwah*. Semarang. RASAIL.

Puji Rianto. 2012. *Dominasi TV Swasta (Nasional): Tergerusnya Keberagaman Isi dan Kepemilikan*. Yogyakarta: PR2Media.

- Rukmana, Nana. 1996. *Tuntunan Praktis Dakwah Menuju Kehidupan Islami*. Jakarta: Puspa Swara.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Subagyo, Joko. 1991. *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto. 1993. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sunandar. 1998. *Telaah Format Keagamaan di Televisi, Studi Deskriptif Analisis TPI*, tesis. Yogyakarta.
- Sutisno. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Syabibi, M. ridho. 2008. *Metodologi Ilmu Da'wah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta:

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indon

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Wibowo, Fred. 1997. *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: Grasindo.

Skripsi

Asyiah. 2005. Skripsi. *Analisis Program Siaran Dakwah TPI pada Bulan Ramadhan 2004 H.* (skripsi tidak dipublikasikan). Semarang: IAIN Walisongo.

Banani. 2003. Skripsi. *Studi Tentang Program Siaran Sentuhan Qalbu Televisi Transformasi Indonesia (Trans*

TV).(skripsi tidak dipublikasikan). Semarang: IAIN Walisongo.

Hidayat. 2009. *Manajemen Siaran Dakwah (Studi Kasus di Televisi-KU UDINUS Semarang)*. (skripsi tidak dipublikasikan). Jogjakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Nurhidayah. 2011. Skripsi. *Proporsionalitas Tayangan Local Wisdom (Kearifan Lokal) Jawa Tengah di Stasiun Televisi Borobudur Semarang (Analisis Perspektif Dakwah)*. (skripsi tidak dipublikasikan). Semarang: IAIN Walisongo.

Pradita, Yesita Galuh. 2011. *Proses Produksi Berita di Stasiun PRO TV Semarang*. (Skripsi tidak dipublikasikan). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Internet

http://www.komisipenyiaranindonesia.com/content.php?halaman_curr=2. 5 September 2014

http://www.tvborobudur.com/content.php?halaman_curr=3. 15 September 2014.

http://www.tvku.com./conten.php?halaman_curr=2. Diakses pada 1September 2014.

<http://cakrasemarang.tv/index.php/jadwal?tmpl=component&print=1&page=1>. Diakses pada 21 Agustus 2015

(http://iNewstvsemarang.blogspot.com/content.php?halaman_curr=1. Diakses pada September 2015).

Frima, Arya. 2014. Seputar TV. Dalam <http://seputar-TV.blogspot.co.id/2014/09daftar-stasiun-tv-lokal-di-jawa-tengah.html>. Diakses pada 1 Oktober 2014

Lain-lain

UU RI No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.

Putri, Anindita Laksi.Semarang. (wawancara) dilaksanakan pada 7 September 2015.

Pangastika, Desi. (wawancara) dilaksanakan pada 5 September 2015.

Wirawan, Ario. (wawancara) dilaksanakan pada 3 September 2015.

Priyanto, Fredy. (wawancara) dilaksanakan pada 10 September 2015.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afif Nur Hidayah
Tempat/Tanggal Lahir : Grobogan, 31 Oktober 1990
Alamat : Ds. Gubug rt.04 rw 03 kec Gubug Grobogan
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah

Riwayat Pendidikan :

- | | |
|---|------------------|
| 1. SDN 1 Tambakan | Lulus Tahun 2003 |
| 2. SMP N 3 Gubug | Lulus Tahun 2006 |
| 3. SMA N 1 Gubug | Lulus Tahun 2009 |
| 4. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo | Masuk Tahun 2009 |

Demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Penulis

Afif Nur Hidayah
NIM. 091211004