

BAB II

KEARANGKA TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari sudut etimologi atau bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Menurut ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk “isim masdar” yang berasal dari *fiil* (kata kerja) “da’a” (دعا) “yad’u” (يدعو) “da’watan” (دعوة) yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.¹

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

1. Prof. Toha Yahya Umar, M.A. dalam bukunya Ilmu Dakwa mendefinisikan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.²
2. Prof. H.M. arifin M.Ed. dalam bukunya Psikologi dakwah Suatu Pengantar Studi, mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan,

¹ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 1.

² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Hamzah, 2009), hlm.

tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.³

3. Asmuni Syukir dalam bukunya *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* mendefinisikan istilah dakwah dari dua segi yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan bersifat pengembangan. Pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan syari'at sehingga menjadi manusia yang mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat, sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha untuk mengajak manusia yang belum beriman kepada Allah untuk metaati syari'at Islam supaya (memeluk agama Islam) supaya hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.⁴

Menurut beberapa pendapat yang menjelaskan tentang pengertian dakwah di atas, maka penulis dapat menyimpulkan dakwah adalah usaha mengubah situasi yang buruk menjadi

³ *Ibid*, hlm. 4.

⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 20.

lebih baik dalam rangka membangun masyarakat islami berdasarkan kebenaran agama Islam yang hakiki. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup, tetapi menuju sasaran yang luas dan menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.

2. Subjek dan Objek Dakwah

a. Subyek Dakwah

Secara teoritis, subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan *da'i* adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik). Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (*da'i*) dapat dipahami dalam dua pengertian. *Pertama*, *da'i* adalah setiap muslim atau muslimat yang melakukan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misi sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah “*balligu ‘anni walau ayat*”. *Kedua*, *da'i* dilamarkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan mempraktekan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap

kemampuannya baik dari segi penguasaan konsp, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah.⁵

Faktor bubjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivita dakwah. Maka ubjek dakwah dalam hal ini *da'i* atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Baik gerakan dakwah yang dilakukan oleh individual maupun kolektif, profesionalisme amat dibutuhkan, termasuk profesionalisme lembaga-lembaga dakwah. Disamping profesional, kesiapan subjek dakwah baik penguasaan materi, maupun penguasaan terhadap metode, media dan psikologi sangat menentukan gerakan dakwah untuk mencapai keberhasilannya.⁶

Tenaga profesional tersebut adalah mereka yang mempunyai sifa-sifat sebagai berikut:

- 1) Mengetahui tentang Al-Qur'an dan Sunnah Rasul sebagai pokok agama Islam.
- 2) Memiliki pengetahuan Islam seperti tafsir, ilmu hadits, sejarah kebudayaan Islam dan lain-lainnya.

⁵ Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: RaSAIL, 2006), hlm. 21-22

⁶ Samsul Munir Amin, *Op. Cit.*, hlm.13.

- 3) Memiliki pengetahuan yang menjadi alat kelengkapan dakwah seperti teknik dakwah, sejarah, perbandingan agama dan sebagainya.
 - 4) Memahami bahasa umat yang akan diajak kejalan yang diridhoi Allah.
 - 5) Penyantun dan lapang dada.
 - 6) Berani kepada siapa saja dalam menyatakan, membela, dan mempertahankan kebenaran.
 - 7) Memberi contoh setiap medan kebajikan.
 - 8) Berakhlak baik sebagai seorang Muslim.
 - 9) Memiliki ketahanan mental yang kuat (kesabaran), keras kemauan, optimis walaupun menghadapi berbagai rintangan kesulitan.
 - 10) Berdakwah karena Allah.
 - 11) Mencintai tugas kewajibannya sebagai *da'i* dan tidak gampang meninggalkan tugas tersebut karena pengaruh-pengaruh keduniaan.⁷
- b. Objek Dakwah

Objek atau *mad'u* dakwah adalah manusia, baik dirinya sendiri atau orang lain. Agama Islam yang diturunkan oleh Allah bukanlah hanya untuk sekelompok manusia, tetapi untuk seluruh manusia termasuk *da'i* atau

⁷ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), hlm. 38.

mubalighnya sendiri. Bahkan seorang *da'i* atau mubaligh harus mampu memberikan contoh teladan terhadap orang lain sesuai dengan fungsinya juga sebagai pemimpin.⁸

Seorang *da'i* dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya. *Da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya perlu mengetahui kalsifikasi dan karakter objek dakwah, hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh *mad'u*. dengan mengetahui karakter dan kepribadian *mad'u* sebagai penerima dakwah, maka dakwah akan lebih terarah karena tidak disampaikan secara serampangan tetapi mengarah kepada profesionalisme. Maka *mad'u* sebagai sasaran atau objek dakwah akan dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah, karena baik materi, metode, maupun media yang digunakan dalam berdakwah tepat sesuai dengan kondisi *mad'u* sebagai objek dakwah.⁹

Sebagai objek dakwah, *mad'u* mempunyai hak-hak sebagai berikut:

⁸ Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993), hlm. 117-118.

⁹ Samsul Munir Amin, *Op. Cit.*, hlm. 15.

- 1) Mendapat kunjungan atau ia yang didatangi oleh *da'i* untuk diberi dakwah.

Tidak seharusnya bagi seorang *da'i* menunggu-nunggu kehadiran *mad'u* kepadanya, karena tugas seorang *da'i* seperti tugas Rasul yaitu menyampaikan. Sedangkan tugas ini sungguh tidak selayaknya dilaksanakan hanya dengan duduk-duduk sambil menunggu. Selain itu, seorang *da'i* juga dituntut memiliki sifat simpati dan berbelas kasih yang mampu ia representasikan kepada *mad'u* sembari pula ia yang mendatangnya (bukan sebaliknya).

- 2) Tidak boleh direndahkan

Tidak boleh bagi seorang *da'i* untuk mencemooh *mad'u*, meski seringkali seseorang dalam pandangan orang lain tidak ada apa-apanya, namun bisa jadi di sisi Allah ia memiliki sesuatu yang besar, dan memiliki timbangan (ukuran) yang besar pula. Sebagaimana diperingatkan melalui apa yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, bahwa orang-orang yang menertawakan Ibnu Mas'ud yang dimata mereka kecil (remeh), makan Nabi memperingatkan mereka bahwasanya betis Ibnu

Mas'ud itu kelak di *Mizan* lebih berat dari gunung Uhud.¹⁰

3. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah menurut Masyhur Amin, dibagi menjadi dua bagian yakni tujuan dari segi obyeknya dan tujuan dari segi materinya.¹¹

a. Tujuan dakwah dari segi obyeknya

- 1) Tujuan perorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, perilaku sesuai dengan hukum-hukum yang disyari'atkan Allah SWT dan berakhlak karimah.
- 2) Tujuan untuk keluarga, yakni terbentuknya keluarga bahagia penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
- 3) Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat yang sejahtera yang penuh dengan suasana ke-Islaman.
- 4) Tujuan untuk seluruh umat manusia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan.

b. Tujuan dakwah dari segi materinya

¹⁰ Bassama al'Amusy, *Fiqhud Da'wah*, (Amman: Darun Nafa'is, 2005), hlm, 57-58.

¹¹ Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Pers, 1997), hlm. 15.

- 1) Tujuan akidah, yaitu tentramnya suatu akidah yang mantap di setiap hati seseorang, sehingga keyakinan-keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan keraguan.
- 2) Tujuan hukum, yaitu kepatuhan setiap orang kepada hukum-hukum yang disyariatkan oleh Allah SWT.
- 3) Tujuan akhlak, yaitu terbentuknya muslim yang berbudi luhur dihiasi dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat yang tercela.

Dari semua tujuan di atas memiliki tujuan akhir yang sama berupa adanya perubahan sikap dan perilaku umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) yang menunjukkan bahwa umat manusia sudah termotivasi oleh seorang juru dakwah.

4. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah Islam. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Suatu pesan walaupun baik, tetapi dalam menyampaikan dengan menggunakan metode yang tidak benar, pesan tersebut bisa ditolak oleh penerima pesan..

Menurut Asmuni Syukir untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien, beberapa metode dakwah yang dapat digunakan oleh juru dakwah antara lain:¹²

a. Metode Ceramah (Retorika)

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

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan sesuatu masalah yang dirasa belum mengerti dan da'i atau mubaligh sebagai penjawabnya.

c. Metode Debat (*Mujadalah*)

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

d. Metode Percakapan Antar Pribadi (Percakapan Bebas)

¹² Asmuni Syukir, Op. Cit., *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, hlm. 104-160.

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

e. Metode Demonstrasi

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

f. Metode Mengunjungi Rumah (Silaturahmi)

Metode dakwah yang dirasa efektif juga untuk melaksanakan dalam rangka mengembangkan maupun membina umat Islam ialah metode dakwah dengan mengunjungi rumah obyek dakwah atau disebut dengan metode silaturahmi atau *home visit*.

Menurut Quraish Shihab materi dakwah yang disajikan oleh Al-Qur'an dibuktikan kebenarannya dengan argumentasi yang dipaparkan atau dapat dibuktikan manusia melalui penalaran akalinya, kenyataan ini dapat ditemui

hampir pada setiap permasalahan yang disajikan oleh Al-Qur'an, ada kalanya Al-Qur'an menuntut manusia dengan redaksi-redaksi yang sangat jelas dengan tahapan pemikiran yang istematis sehingga manusia menemukan sendiri kebenaran yang dikehendaki.¹³

Metode ini digunakan agar manusia merasa ikut berperan dalam menentukan suatu kebenaran. Dengan demikian ia merasa memiliki dan bertanggung jawab untuk mempertahankannya, untuk menunjang tercapainya target yang diinginkan dalam penyajian materi-materinya Al-Qur'an menempuh metode sebagai berikut:

- a. Mengemukakan kisah-kisah yang bertalian dengan salah satu tujuan materi, kisah-kisah dalam Al-Qur'an berkisar pada peristiwa-peristiwa sejarah yang terjadi dengan menyebut pelaku-pelaku dan tempat terjadinya, sebagaimana dilihat dalam kisah nabi-nabi.
- b. Nasihat dan panutan, Al-Qur'an menggunakan kalimat-kalimat yang menyentuh hati untuk mengarahkan manusia pada ide-ide yang dikehendaki, nasihat itu tidak banyak manfaatnya jika tidak dibarengi keteladanan dan pemberi atau penyampa nasihat.

¹³ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 196.

- c. Pembiasaan-pembiasaan mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Dengan kebiasaan seseorang mampu melakukan hal-hal penting dan berguna tanpa memerlukan energi dan waktu yang banyak.¹⁴

5. Media Dakwah

Media merupakan segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.

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

- a. Media visual

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

- b. Media audio

Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan

¹⁴ Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penyebaran Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 76-77.

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

c. Media Audio Visual

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

d. Media cetak

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

Menurut penjelasan di atas televisi cukup efektif digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah dibanding media lain seperti radio dan koran. Televisi menyajikan tampilan gambar dan suara sehingga penggunaanya dapat mudah memahami apa yang disampaikan dan dipraktikkan dalam program dakwah.

B. Televisi

1. Pengertian Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti

suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari satu tempat yang berjarak jauh.¹⁵

Menurut Adi Badjuri, televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audi-visual), yang dimana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.¹⁶ Sedangkan pengertian televisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sistem penyiaran gambar disertai bunyi (suara) melalui kabel atau melalui 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 di dengar.¹⁷

Televisi sebagai alat yaitu bagian dari suatu sistem yang besar, sehingga meskipun televisi seperti kotak hitam ajaib, tapi apabila gelombang dari elektromagnetik dari suatu pemancar berhubungan dengan televisi tersebut yang sudah ditekan tombolnya, maka dengan serta merta akan merubah fungsi sebenarnya dimana pengguna dapat menikmati acara

¹⁵ P.C.S Sutrisno, *Pedoman Praktis Penulisan Televisi dan video*, (Jakarta: PT. Grasindo,1993), hlm. 1.

¹⁶ Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 39.

¹⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 1462.

yang ditayangkan langsung oleh stasiun penyiaran yang bersangkutan. Televisi sebagai suatu alat dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi, dengan menggunakan bayangan gambar dan suara seperti halnya dengan video dan film.¹⁸

Televisi merupakan media yang dianggap paling mempengaruhi khalayak dalam penyampaian informasi. Media televisi sebagai salah satu media massa elektronik yang digemari masyarakat memiliki daya tarik karena program audio visualnya mampu memberikan informasi, hiburan, dan pendidikan yang mudah dicerna, dinikmati, dan ditiru. Sehingga pemirsa televisi sangat cepat dapat dipengaruhi oleh media televisi, baik itu positif ataupun negatifnya.

Television is a medium of considerable power and significance in and for everyday life, but this power and significance cannot be understood without attending to the complex over- and under-determining interrelationships of the medium and the various levels of social reality with which it engages. We need to think about the medium as more than just a source of influence, neither simply benign nor malignant. We

¹⁸ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 2.

*need to think about television as embedded in the multiple discourses of everyday life.*¹⁹

2. Karakteristik Televisi

Televisi mempunyai karakter yang disebut “faktor waktu” (*time factor*) yaitu penonton hanya menerima informasi sesaat saja, artinya informasi yang diterima sesaat tadi tidak mungkin diulang kembali, meskipun bertujuan agar khalayak penonton lebih jelas persoalannya. Dengan kondisi faktor waktu, tentu saja sangat berpengaruh terhadap apa yang akan disajikan melalui media yang bersangkutan. Apabila media akan memproduksi acara yang bersifat berita atau hiburan, harus selalu difikirkan agar penonton mudah mengerti pada setiap bagian informasi yang disampaikan.²⁰

Menurut Sutisno, setiap media komunikasi pasti memiliki karakteristik tertentu. Tidak ada suatu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Beberapa karakteristik media televisi adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.

¹⁹ Roger Silverstone, *Television and Everyday Life*, (London: Routledge, 1994), hlm. 1.

²⁰ *Ibid*, hlm 4-5.

- b. Dapat menghadirkan objek yang amat kecil atau besar, berbahaya, atau yang langka.
- c. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- d. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- e. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- f. Dapat menyimpan berbagai data, dan serentak menyebarkan dengan cepat ke berbagai tempat berjauhan.
- g. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- h. Membangkitkan perasaan intim atau media personal.²¹

Menurut Badjuri televisi merupakan media pandang sekaligus media dengar (audio-video). Televisi memiliki karakter yang sangat berbeda dengan media massa lainnya, antara lain²²:

- a. Mengutamakan gambar

Kekuatan televisi terletak pada gambar dan didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan narasi yang diperkuat oleh gambar. Gambar yang dimaksud disini adalah gambar

²¹ P.C.S Sutisno, Op. Cit., *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*, hlm. 3.

²² Adi Badjuri, Op. Cit., *Jurnalistik Televisi*, hlm. 39.

hidup yang membuat televisi lebih menarik dari media cetak.

b. Mengutamakan kecepatan

Televisi mengutamakan kecepatan, *deadline* televisi bisa disebut setiap detik, berbeda dengan media cetak yang deadlinenya bisa sampe 1x 24 jam. Kecepatan bahkan menjadi salah satu unsur yang menjadikan berita televisi bernilai.

c. Bersifat sekilas

Durasi berita bersifat terbatas, jika media cetak mengutamakan dimensi ruang, maka televisi lebih mengutamakan dimensi waktu atau durasi.

d. Bersifat satu arah

Penonton tidak bisa langsung memberi respon pada acara televisi, kecuali pada beberapa program interaktif. Pemirsa hanyamempunyai satu kesempatan untuk memahami suatu acara televisi, maksudnya penonton tidak bisa meminta presenter untuk membacakan kembali beritanya.

e. Daya jangkau luas

Televisi memiliki daya jangkauan yang luas. Televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial ekonomi.

3. Proses Produksi

Proses berasal dari bahasa Latin *processus* yang berarti gerakannya, jalannya, kemajuan, berhasil, perkara; berasal dari *procession* (bahasa Inggris) yang artinya gerakan, maju, prosesi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, proses adalah rangkaian tindakan, pembuatan atau pengolahan yang menghasilkan suatu produk. Sedangkan produksi adalah barang yang dihasilkan atau kegiatan yang menghasilkan suatu barang atau jasa.²³

Televisi memiliki beragam program untuk disuguhkan ke tengah khalayak luas. Program-program yang akan disuguhkan itu sudah pasti melalui berbagai proses yang pada akhirnya terbentuk satu program yang dapat dinikmati masyarakat. Proses dibuatnya program di televisi biasa disebut dengan proses produksi. Dimana maksud dari proses produksi adalah sekumpulan tindakan, pembuatan atau pengolahan yang terarah dan teratur untuk menghasilkan sebuah produk atau program.

Produksi televisi merupakan proses pembuatan acara untuk ditayangkan di televisi. Proses produksi ini merupakan perjalanan panjang yang melewati berbagai tahapan,

²³ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1998), hlm. 701-703.

melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai keahlian, dan berbagai peralatan serta dukungan biaya.

Dalam bukunya yang berjudul Teknik Produksi Program Televisi, Fred Wibowo memberikan pengertian bahwa dalam memproduksi program televisi seorang produser dihadapkan pada 5 hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam yaitu materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, organisasi pelaksana produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi.²⁴

a. Materi Produksi

Materi produksi adalah barang atau material yang akan diproduksi menjadi sebuah tayangan yang layak siar dan layak jual sekaligus. Materi produksi dapat berupa apa saja, seperti kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang, dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu.

b. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya ide menjadi konkret, yaitu hasil produksi. Ada tiga pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit peralatan perekam

²⁴ Fred Wibowo, *Op. Cit.*, *Teknik Produksi Program Televisi*, hlm. 23-24.

gambar, unit peralatan perekam suara, dan unit peralatan pencahayaan. Selebihnya berfungsi sebagai peralatan penunjang produksi. Seperti alat transportasi untuk produksi luar studio dan unit studio dengan dekorasi untuk produksi dalam studio.

c. Biaya Produksi

Menentukan biaya produksi suatu program televisi bagi seorang produser atau manager merupakan tahapan yang rumit. Banyak hal yang tidak terduga bisa terjadi sewaktu-waktu. Seperti pembengkakan anggaran produksi karena perpajangan waktu produksi, sehingga membutuhkan biaya tambahan pula.

d. Organisasi Pelaksana Produksi

Supaya pelaksanaan *shooting* dapat berjalan dengan lancar, produser harus memikirkan juga penyusunan organisasi pelaksana produksi yang serapi-rapinya. Suatu organisasi pelaksana produksi yang tidak disusun dengan rapi akan menghambat jalannya produksi, berarti kerugian waktu dan uang. Dalam hal ini, produser dapat dibantu dengan asisten produser, Ia mendampingi dalam mengendalikan organisasi. Pada divisi pemberitaan, secara umum organisasi pelaksana produksi terdiri dari direktur pemberitaan, produser, asisten produser, koordinator liputan, kameramen, editor, pengarah program,

dan penyiar berita.

e. Tahapan Pelaksanaan Produksi

Dalam suatu program televisi yang melibatkan banyak peralatan, manusia dan dengan sendirinya membutuhkan biaya yang besar juga memerlukan tahapan pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Setiap tahap harus memiliki kejelasan dalam pelaksanaannya.

Untuk pelaksanaan produksi diperlukan suatu tahapan perencanaan yang dilakukan oleh produser sesuai dengan *Standart Operation Procedure* (SOP). Tahapan-tahapan tersebut dijelaskan Fred Wibowo menyebutkan dalam bukunya *Teknik Produksi Program Televisi*, secara garis besar dalam memproduksi acara televisi dikategorikan dalam tiga tahapan, antara lain:²⁵

1) Pra Produksi

Tahapan ini sangat penting, sebab jika tahapan ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres. Proses pra produksi dibagi dalam tiga tahapan.

a) Penemuan Ide, tahapan ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat

²⁵ Fred Wibowo, *Op. Cit., Teknik Produksi Program Televisi*, hlm. 23-25.

riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah.

- b) Perencanaan, tahapan ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan *crew*. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana lokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.
- c) Persiapan, tahapan ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan dan surat menyurat. Latihan para artis dan pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

2) Produksi

Pada tahapan ini, prinsipnya memvisualisasikan konsep naskah atau *rundown* agar dapat dinikmati pemirsa, dimana sudah melibatkan bagian lain yang bersifat teknis. Karena konsep tersebut agar dapat dilihat harus menggunakan peralatan (*equipment*) yang sudah pasti ada orang (*operator*) terhadap peralatan tersebut agar dapat beroperasi atau lebih dikenal

dengan *production service*.²⁶

3) Pasca Produksi

Pasca produksi memiliki tiga langkah utama yaitu: *editing offline*, *editing online*, dan *mixxing*. Dalam hal ini terdapat dua macam teknik editing yaitu: editing dengan teknik analog atau linier, dan editing dengan teknik digital atau non linier dengan komputer.

4. Program Televisi

Kata program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah ‘siaran’ yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata ‘program’ lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata ‘siaran’ untuk mengacu pada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.²⁷

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.

²⁶ Ciptono Setyobudi, *Teknologi Broadcasting TV*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 57.

²⁷ Morrison, *Op. Cit.*, *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Pengelolaan Radio dan Televisi*, hlm. 97.

Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton²⁸

Sedangkan menurut Sutrisno, program televisi ialah bahan yang telah di susun dalam suatu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. Bahwa stasiun televisi dalam membuat program terdiri dari para artis pendukung acara dan para kerabat kerja. Ide merupakan sebuah inti pesan yang akan disampaikan kepada khalayak, yang dituangkan menjadi suatu naskah yang akan dibuat, kemudian diproduksi hingga menjadi suatu paket program siaran. Paket program siaran itulah yang kemudian ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi dan disebarluaskan ke seluruh pelosok melalui jaringan satelit komunikasi, stasiun penghubung dan pemancar. Akhirnya

²⁸ *Ibid.*

paket program acara itu dapat didengarkan dan dilihat oleh pemirsa dirumah.²⁹

Menurut beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa program televisi adalah serangkaian kegiatan yang telah dirancang yang di dalamnya terdapat unsur video dan audio untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Umumnya berlangsungnya suatu program tidak terkait waktu sepanjang minggu atau bulan, namun juga ada yang program yang bersambung. Program yang bersambung tersebut disiarkan pada hari dan jam yang sama atau setiap hari pada jam yang sama.

5. Program Dakwah di Televisi

Televisi merupakan salah satu media massa yang mempunyai pengaruh cukup efektif sebagai penyebar pesan-pesan khalayak ramai. Kehadiran televisi sebagai media komunikasi bisa membawa dampak positif maupun dampak negatif, tergantung bagaimana memanfaatkan media tersebut.

Media televisi adalah media audio visual yang disebut juga media dengar pandang atau sambil didengar langsung dapat dilihat. Dibandingkan dengan media radio siaran, penangan produk dan penyiaran media televisi jauh lebih rumit dan kompleks dan biaya produksinya pun jauh lebih

²⁹ P.C.S Sutisno, Op. Cit., *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*, hlm. 9.

besar. Berbeda dengan media radio yang menstimulasikan daya reka (imajinasi) pendengarnya, maka media televisi bersifat realistik, yaitu menggambarkan apa yang nyata.

Televisi sangat efektif untuk digunakan sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah karena kemampuannya yang dapat mejangkau daerah sangat luas. Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, fragmen, ataupun drama. Melalui televisi seorang pemirsa dapat mengikuti kegiatan dakwah seakan berada langsung dihadapan da'i dan bahkan sekarang sudah banyak siaran langsung yang dilakukan untuk kepentingan siaran dakwah. Program-program siaran dakwah yang dilakukan, hendaknya mengena sasaran obyek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui program-program acara yang disiarkan melalui televisi.³⁰

Usaha untuk mengoptimalkan dakwah melalui televisi ada dua pendekatan yang bisa diambil. Pertama, pendekatan praktis pragmatis, yaitu dengan cara membangun baris-baris umat lewat pendidikan dan ketrampilan profesional media seperti menyiapkan penulis untuk kepentingan dakwah, merintis dan mencari produser-produser yang mempunyai

³⁰ Samsul Munir Amin, *Op. Cit.*, *Ilmu Dakwah*, hlm 120-121.

komitmen untuk pengembangan dakwah Islam. Targetnya, bagaimana format dakwah televisi yang selama ini ada, mampu disajikan lebih menarik, lebih menyentuh dan tidak formalistik. Dari target ini akan memperoleh manfaat ganda yaitu manfaat dakwah dan manfaat ekonomi. Kedua, pendekatan idealistik, yaitu dengan cara perlu dirintisnya, pendirian televisi dakwah sehingga semua acara baik informasi, hiburan dan pendidikan bisa dikemas dan akhirnya membentuk masyarakat bermoral dan religius. Bukan semata sebagai tujuan bisnis tapi sebagai pelengkap dan sarana agar misi dakwah bisa tercapai.³¹

C. Televisi *Streaming*

1. Pengertian Televisi *Streaming*

Televisi (TV) *streaming* merupakan televisi menggunakan media internet dengan metode streaming. *Streaming* dapat diartikan sebagai sebuah teknologi di mana pemirsa dapat memutar file video tanpa harus menyimpannya ke dalam hardisk. File video yang akan disiarkan oleh stasiun televisi disimpan dalam sebuah komputer server. Proses

³¹ Miftah Faridh, *Dakwah Kontemporer, Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, (Bandung: Pusdai Press, 2000), hlm. 90-91.

pengiriman file video dari server ke pemirsa disebut video *streaming*.³²

Video *streaming* memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

- a. Teknologi *streaming* memungkinkan akses realtime ataupun on-demand.
- b. Data *streaming* ditransmisikan dari sisi server, playback segera dilakukan di client setelah diterima dan diproses terlebih dahulu.
- c. Tidak meninggalkan data residu di sisi client setelah proses *streaming* selesai.³³

Streaming adalah video atau konten yang dikompresi atau disusut kan agar mudah di kirim melalui internet dan dapat digunakan dengan segera, tanpa perlu disimpan dalam perangkat keras. Dengan media streaming, file yang akan digunakan dapat langsung digunakan, sehingga pengguna tidak perlu menunggu file tersebut selesai diunduh. Pengguna dapat menghentikan sementara video atau konten audio tersbut, serta dapat mengulang atau mempercepatnya, atau dengan kata lain penggunaannya sama dengan file yang

³² Amelia Rahmi, dkk, *Rancang Bangun Video Live Streaming untuk Memperluas Jangkauan Siar Walisongo TV Melalui Jaringan Internet*, (Semarang: Fakultas Dakwah dan Kmunikasi IAIN Walisongo, 2013), hlm. 26.

³³ *Ibid*, hlm. 27.

biasanya diunduh terlebih dahulu, kecuali bila konten tersebut disiarkan secara langsung.³⁴

Televisi Internet sering juga disebut dengan sebutan *Television on the Desktop (TOD)*, *TV over IP (Television over Internet Protocol)* atau *Televisi Protokol Internet, Vlog, dan juga Vodcast*. Televisi Internet berbeda dengan televisi konvensional biasa. Kedua-duanya memang menayangkan banyak acara yang serupa, tapi televisi Internet lebih beragam dibandingkan stasiun televisi lokal yang biasa kita tonton di rumah ataupun Televisi kabel berlangganan.³⁵ Televisi Internet ini bisa disiarkan secara pribadi oleh para pengguna Internet atau bisa juga oleh sekelompok orang atau perusahaan televisi besar yang juga punya layanan televisi online di Internet.

2. Konsep *Streaming*

Televisi (TV) *streaming* merupakan televisi menggunakan media internet dengan metode streaming. *Streaming* adalah sebuah teknologi untuk memainkan file

³⁴ Hasyim Ali Imran, "Penggunaan TV Streaming di Kalangan Masyarakat Perkotaan", Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 20, No. 2, 2016, hlm. 124.

³⁵ <http://marcomm.binus.ac.id/akademic-journals/analisis-proses-produksi-program-live-streaming-wayangshow-dalam-upaya-mempertahankan-eksistensi-wayang-di-indonesia> diakses pada 10 September 2016

video atau audio secara langsung ataupun dengan *pre-recorded* dari sebuah mesin server (web server).

Dengan kata lain, file video atau audio yang terletak pada sebuah server dapat secara langsung di jalankan pada komputer *client* sesaat setelah ada permintaan dari users sehingga proses donwload file video atau audio yang menghabiskan waktu cukup lama dapat di hindari.³⁶

Video streaming merupakan suatu metode yang memanfaatkan suatu streaming server untuk mentransmisikan digital video melalui suatu jaringan data. Sebuah file video yang akan di tampilkan pada client dapat menggunakan dua metode transfer. Pertama , dengan mendownload file video tersebut dan yang kedua dengan melakukan proses *streaming*. Kedua metode ini memiliki keunggulan dan kekurangan masing masing. Sebuah video yang di ambil dari sebuah mesin server dengan mendownloadnya tidak dapat ditampilkan sebelum seluruh file video selesai disalin ke hardisk.³⁷ Dalam metode ini proses download yang lama dan membutuhkan hardisk yang berukuran besar untuk menyimpan file yang telah di download.

³⁶ Askari Azikin dan Yudha Purwanto, *Video/TV Streaming dengan Video LAN Project*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm. 1.

³⁷ *Ibid*, hlm. 3.

Metode kedua yang dapat di gunakan adalah proses *streaming*. Metode ini berusaha untuk mengatasi masalah yang terdapat pada metode download . ide dasar dari video *streaming* adalah membagi paket vidio kedalam beberapa bagian, kemudian menerima dapat men-dekode dan memainkan video tanpa harus menunggu seluruh file video terkirim ke mesin penerima.³⁸ Pada metode ini, client dapat menyaksikan video secara langsung sehingga video palyback dapat langsung dilakukan tanpa harus menunggu proses download selesai terlebih dahulu ataupun menyimpannya terlebih dahulu disisi PC client.

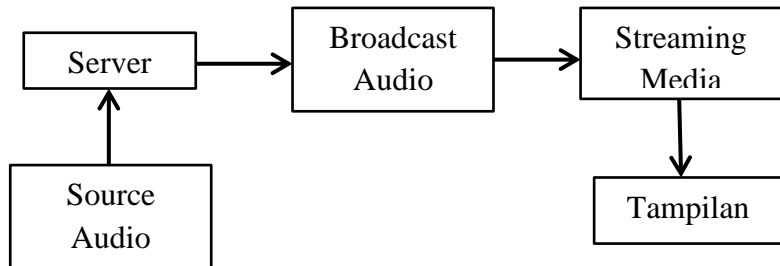
3. Layanan Televisi Streaming

Televisi *streaming* adalah suatu layanan yang menampilkan acara televisi berupa video dan suara yang ditayangkan melalui sebuah media. Hal ini dilakukan oleh beberap stasiun televisi dan dimanfaatkan oleh para pengguna atau *client* yang sedang tidak berada di depan televisi. Sehingga dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, akses internet yang memadai menjadi cara untuk memperkenalkan televisi *streaming*.

Ide dasar dari televisi *streaming* adalah membagi paket video ke dalam beberapa bagian, mentransmisikan paket tersebut, kemudian penerima dapat mencode dan memainkan

³⁸ *Ibid*

potongan paket file video tanpa harus menunggu seluruh file terkirim ke mesin penerima.



- a. Data audio video masuk ke server, lalu server mempartisi atau membagi data audio video telah terkompresi menjadi paket-paket data.
- b. Pengiriman paket-paket data audio video.
- c. Penerima mulai mencode dan menjalankan audio video walaupun paket data yang lain masih dalam proses pengiriman ke media tampilan televisi *streaming*.³⁹

4. Protokol-Protokol *Streaming*

Protokol *streaming* terdiri dari :

- a. IP: *Internet Protocol*

Protokol terbawah yang digunakan untuk mentransmisikan sinyal informasi pada jaringan internet.

- b. TCP: *Transport Control Protocol*

³⁹ _____, Streaming Live with Red5 Media Server, <http://blog.endpoint.com/2012/04/streaming-live-with-red5-media-server.html>, 12 Juni 2017 pukul 14.00 .

Protocol ini berada dibawah lapisan (layer) internet yang berfungsi untuk mengatasi kongesti dan bersifat *reliable*

c. RPT: *Real-time Transport Protocol*

Layer yang berada di atas IP dan mendukung pengiriman data secara *real time*(waktu nyata)

d. HTTP: *HyperText Transfer Protocol*

Protocol ini di gunakan untuk transmisi informasi melalui *web page*. Protocol ini berada di atas layer TCP(*Transport Control Protocol*).

e. RTSP: *Real-time Transport Streaming Protocol*

Protocol ini berada di atas lapisan RTP yang digunakan untuk media *streaming*.⁴⁰

Protocol dalam streaming ini berfungsi untuk menampilkan video audio *streaming*, dengan pengaksesan dengan menggunakan media player maupun dengan web. Sistem video streaming melibatkan proses encoding terhadap isi dari data video, dan kemudian mentransmisikan video streaming melalui suatu jaringan, sehingga client tujuan dapat mengakses, melakukan decoding, dan menampilkan video tersebut secara real-time.

⁴⁰ Askari Azikin dan Yudha Purwanto, *Op. Cit.*, hlm. 6.

5. Sistem Transmisi pada Proses *Streaming*

1. Unicast

Trasn misi unicast merupakan transmisi informasi yang dilakukan dari satu pengirim ke satu penerima. *Trasn misi* ini juga sering dikenal dengan *transmisi point to point*.⁴¹ Dalam transmisi ini setiap penerima akan mendapatkan stream yang berbeda walaupun film yang ditonton sama.

2. Multicast

Transmisi multicast merupakan transmisi dari satu pengirim ke banyak penerima.⁴² Setiap client atau penerima akan mendapatkan stream yang sama dengan pengirim.

⁴¹ *Ibid*, hlm 7.

⁴² *Ibid*, hlm. 8.