

BAB II

KAJIAN TENTANG DAKWAH DAN MEDIA TELEVISI

2.1. TINJAUAN TENTANG DAKWAH

2.1.1. PENGERTIAN DAKWAH

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa arab *da'wah* yang merupakan bentuk *masdhar* dari kata kerja *da'a-yad'u*, yang artinya seruan, ajakan, panggilan (Syuki, 1983:1). Secara terminologis, banyak pendapat para ahli dakwah tentang definisi dakwah. Dakwah merupakan suatu proses mengajak, mendorong manusia untuk berbuat baik mengikuti petunjuk, menyuruh mengerjakan kebaikan, melarang mengerjakan keburukan, supaya mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat (Mahfudh, 1979:13). Menurut Syukir (1983:20) dakwah sebagai sarana peminaan dan pengemangan. Pembinaan dilakukan agi orang yang sudah memeluk Islam ataupun yang sudah beriman. Sementara pengembangan diupayakan bagi yang belum memeluk Islam, terutama bagi muslim yang miskin, supaya kebutuhan material dan spiritualnya bahagia dunia dan akhirat.

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu proses

mengajak, menyeru, dan membimbing manusia untuk berbuat baik dan mengikuti jalan Allah dan rasul. Usaha tersebut dilakukan secara sengaja dan perencanaan yang matang, dilakukan baik individu ataupun organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani, dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana agar tercapai kesejahteraan di dunia maupun di akhirat (Saerozi, 11:2013).

2.1.2. TUJUAN DAKWAH

Dakwah merupakan serangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman kemana langkah dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh kegiatan dakwah akan sia-sia. Apalagi ditinjau dari segi pendekatan sistem (*system approach*) tujuan dakwah merupakan salah satu unsur dakwah, dimana antara unsur dakwah yang satu dengan yang lain saling membantu, mempengaruhi atau berhubungan (Hafidhuddin, 1998:79).

Tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah (*mad'u*) agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam berkehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga maupun masyarakat sosial. Agar kehidupan yang dijalani penuh dengan keberkahan *samawi* dan keberkahan *ardhi* serta terbebas dari api neraka.

رَكَتٍ عَلَيْهِمْ لَفَتَحْنَا وَاتَّقُواْ آمَنُواْ الْقُرَىْ أَهْلَ أَنْ وَلَوْ
وَأَبْمَافَأْ خَذْنَهُمْ كَذَّبُواْ وَلِكنْ وَالْأَرْضِ السَّمَاءِ مِّنْ
يَكْسِبُونَ كَانَ.

Artinya : “Dan Sekiranya penduduk negeri beriman dan bertakwa, pasti Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi ternyata mereka mendustakan (ayat-ayat Kami), maka Kami siksa mereka sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan” (Depag RI, 2009:163).

Beberapa Tujuan umum harus dirumuskan dalam tujuan yang lebih operasional dan dapat dievaluasi keberhasilan yang telah dicapainya. Misalnya tingkat keistiqomahan, tingkat keamanan, dan kejujuran, kurangnya angka kemaksiatan, tingkat pengangguran, dan sebagainya.

Tujuan dimaksudkan agar dalam melaksanakan seluruh aktivitas dakwah dapat diketahui dengan jelas kemana arahnya ataupun jenis kegiatan yang akan dilaksanakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara seperti apa, sehingga tidak terjadi over-laping antar juru dakwah karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai (Asmuni Syukir, 1983).

Jamaluddin Kafie (1993: 66) membagi beberapa tujuan dakwah yaitu:

- a. Tujuan Hakiki, Dakwah bertujuan mengajak manusia mengenal Tuhannya dan mempercayainya sekaligus mengikuti jalan petunjuk-Nya.
- b. Tujuan Umum, Menyeru kepada umat manusia untuk mengindahkan seruan Allah dan Rasul-Nya.
- c. Tujuan Khusus, Dakwah menginginkan dan berusaha bagaimana membentuk tatanan masyarakat Islam yang utuh (*kaffah*).

2.1.3. DASAR HUKUM DAKWAH

Dakwah merupakan kewajiban semua umat muslim untuk menyampaikan kepada seluruh umat manusia. Setiap muslim wajib hukumnya menyampaikan dakwah Islam kepada setiap umat

manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian. Dasar hukum kewajiban dakwah ini ada dalam beberapa ayat Al-qur'an dan hadits, diantaranya:

1. Surat Ali Imran : 104

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

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Depag RI, 2009:63).

Terdapat perbedaan pendapat tentang hukum dakwah, pertama berpendapat bahwa hukum dakwah ialah *fardlu 'ain*, maksudnya bahwa setiap muslim yang sudah baligh (dewasa), kaya, miskin, pandai, dan bodoh, semuanya tanpa terkecuali wajib melaksanakan dakwah. Adapun pendapat kedua berpendapat bahwa berdakwah itu hukumnya *fardlu kifayah*, artinya apabila dakwah sudah disampaikan oleh

sebagian atau sekelompok orang, maka gugurlah kewajiban dakwah itu dari kewajiban seluruh umat muslimin, sebab sudah ada yang melaksanakan walaupun hanya sebagian orang (Saerozi, 22:2013).

2. Surat An Nahl : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan peengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Depag RI, 2009:281).

Kata *ud'u* merupakan fiil amar yang berarti perintah, dan setiap perintah adalah wajib. Jadi, melaksanakan dakwah adalah wajib hukumnya karena tidak ada dalil-dalil lain yang

memalingkannya dari kewajiban itu dan hal ini disepakati oleh para ulama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hukum melaksanakan dakwah adalah wajib (*fardlu 'ain*) dan harus dilaksanakan oleh setiap muslim.

3. Hadits

عن ابي سعيد قال : قال رسول الله صلعم من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فان لم يستطع فبلسا نه فان لم يستطع فقلبه وذلك اضعف الايمان (رواه مسلم)

Artinya: “Barang siapa di antara kamu melihat suatu kemungkaran, hendaklah mengubahnya dengan tangan, jika tidak mampu dengan lisan, jika tidak mampu dengan hati dan itu selemah-lemahnya iman” (H.R. Muslim) (Saerozi, 23:2013).

Setiap individu yang mampu untuk mengubah kemungkaran dengan tangan, lisan, hati, baik itu kemungkaran secara umum maupun khusus. Merubah kemungkaran adalah perintah yang wajib dilaksanakan sesuai dengan kadar kemampuan. Apabila tidak mampu melaksanakan salah satu dari tiga faktor tersebut maka dosa baginya, dan keluar dari predikat iman yang hakiki.

2.1.4. UNSUR-UNSUR DAKWAH

Dakwah merupakan upaya mengubah situasi lebih baik yang sesuai dengan ajaran Islam. Suatu proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Islam, dan proses tersebut membutuhkan unsur-unsur dakwah untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Adapun unsur-unsur dakwah terdiri dari:

1. Subyek Dakwah

Subyek dakwah merupakan orang yang menyampaikan pesan dakwah, disebut dengan da'i atau komunikator. Yang disebut dengan da'i adalah orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat. Da'i ini ada yang melaksanakan dakwahnya secara individu ada juga yang berdakwah secara kolektif melalui sebuah organisasi (Saputra, 2011: 8).

Secara umum subjek dakwah merupakan setiap muslim dan muslimat di mana berdakwah merupakan kewajiban sebagai penganut Islam. Secara khusus, subjek dakwah adalah mereka yang mengambil spesialisasi dalam bidang dakwah yang dapat disebut dengan da'i, baik itu secara individual maupun kelompok terorganisir.

2. Objek Dakwah

Objek dakwah atau yang disebut juga dengan *mad'u* atau komunikan adalah masyarakat atau orang yang didakwahi, yakni diajak ke jalan Allah agar selamat di dunia maupun akhirat. Masyarakat sebagai objek dakwah sangat heterogen, misalnya ada masyarakat yang berprofesi sebagai petani, nelayan, pedagang, pegawai, buruh, artis, anggota legislative, eksekutif, karyawan, dan lainnya. Bila melihat dari aspek geografis, masyarakat itu ada yang tinggal di kota, desa, pegunungan, pesisir bahkan ada yang tinggal di pedalaman. Bila dilihat dari aspek agama, maka *mad'u* ada yang Muslim/mukmin, kafir, munafik, musyrik, dan sebagainya (Saputra, 2011:8-9).

3. Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan da'i kepada *mad'u*. Materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits (Aziz, 2004: 94). Selain itu materi dakwah menurut Asmuni Syukir dalam buku *Dasar-Dasar Strategi Islam* (1983: 60-64) terbagi dalam tiga golongan yakni: masalah Aqidah, Syariah, dan Akhlak.

4. Masalah Aqidah

Aqidah dalam Islam bersifat *I'tiqad bathniyah*, mencakup masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Bidang aqidah bukan hanya masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah meliputi masalah yang dilarang lawannya, misalkan syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan, dan sebagainya.

5. Masalah Syari'ah

Syari'ah dalam Islam berhubungan dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara manusia. Masalah-masalah syari'ah bukan hanya terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah-masalah yang berkaitan dengan pergaulan sesama manusia. Seperti hukum jual-beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan, dan amal-amal baik lainnya. Demikian juga larangan seperti

minum, berzina, mencuri, dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (*nahi anil munkar*).

6. Masalah Akhlak

Tindakan yang bersifat diusahakan dengan bebas, merdeka dan penuh dengan pertimbangan. Perbuatan yang bersumber rasional, tujuan mencapai keridhaan Allah melalui daya pikir. Akhlak bisa berarti positif dan bisa pula negatif. Yang termasuk positif adalah akhlak yang bersifat benar, sabar, amanah, dan sifat baik lainnya. Sedangkan sifat negatif adalah akhlak yang bersifat buruk, seperti sombong, dengki, dendam, khianat, dan sebagainya.

Menurut Barnawi Umami, materi Islam, antara lain: 1. Aqidah, menyebarkan dan menanamkan pengertian aqidah islamiah berpangkal pada rukun iman dan prinsipil dan segala perinciannya, 2. Akhlak, menjelaskan tentang akhlaq *mahmudah* dan akhlak *madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya. Diikuti contoh-contoh yang telah berlaku dalam sejarah,

3. *Ahkam*, menerangkan berbagai hukum seperti masalah: ibadah, *al-ahwal as-syakhsiyyah*, *muamalah* yang wajib diamalkan setiap muslim, 4. *Ukhuwah*, menggambarkan persaudaraan yang dihendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam serta pemeluk agama lain, 5. *Pendidikan*, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktekkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam dimasa kini, 6. *Sosial*, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong-menolong, kerukunan sesuai ajaran Al-qur'an dan Hadits, 7. *Kebudayaan*, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma agama. Mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu, 8. *Kemasyarakatan*, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisis ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama, 9. *Amar ma'ruf*, mengajak manusia berbuat baik untuk mendapatkan *Sa'adah fi ad-darain* (kebahagiaan dunia dan akhirat),

10. *Nahi mungkar*, melarang manusia berbuat buruk agar terhindar dari petaka yang bisa saja menimpa manusia di dunia maupun akhirat (Aziz, 2009: 92).

Quraish Shihab (1993:200) mengatakan bahwa pokok-pokok materi dakwah tercermin dalam tiga hal, yaitu: 1. Memaparkan ide-ide agama sehingga dapat mengembangkan gairah generasi muda untuk mengetahui hakikatnya melalui partisipasi positif mereka. 2. Sumbangan agama ditunjukkan kepada masyarakat luas yang sedang membangun, khususnya dibidang social, ekonomi, dan budaya. 3. Studi tentang pokok agama yang menjadi landasan bersama untuk mewujudkan kerjasama antar agama tanpa mengabaikan isentitas masing-masing.

4. Media Dakwah (Wasilah)

Media atau *instrument* yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. media bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan dakwah baik dalam bentuk lisan ataupun tulisan. Di antara media dakwah yang masih banyak digunakan

para da'i saat ini ialah: tv, radio, surat kabar, majalah, buku, internet, handphone, bulletin (Saputra, 2011: 9). Dalam pemanfaatan media dakwah perlu adanya pertimbangan yang mantap dengan menyesuaikan beberapa faktor pendukung dan obyeknya. Diantara faktor yang perlu diperhatikan adalah faktor dana, kemampuan da'i, kondisi ekonomi, sosial budaya, masyarakat, serta materinya. Sehingga penggunaan media akan lebih efektif dan efisien. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah menggunakan berbagai wasilah. Hamzah Ya'qub (1973: 42-43) membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

1. Dakwah melalui lisan, atau dakwah secara langsung (*face to face*) dengan *mad'u*.
2. Dakwah melalui tulisan, atau berbentuk tulisan disurat kabar, majalah, dan lain sebagainya.
3. Dakwah melalui lukisan, atau dakwah dengan gambar, karikatur, dan lain sebagainya.
4. Dakwah melalui audio visual, atau dakwah dengan menggunakan alat komunikasi yang

dapat merangsang pendengaran dan penglihatan. Seperti: televisi, film, slide, internet, dan sebagainya.

5. Dakwah dengan akhlak, atau dakwah dengan keteladanan atau perbuatan nyata tentang ajaran Islam yang baik oleh seorang da'i.
5. Metode Dakwah (Thariqah)

Secara Etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani *metodos* yang artinya cara atau jalan. Jadi metode dakwah merupakan jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien (Samsul, 2009: 95). Metode merupakan cara atau strategi yang harus dimiliki oleh da'i, dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya (Saputra, 2011: 9). Setiap usaha dakwah harus bisa melihat dan menentukan metode yang akan digunakan. Dakwah itu sendiri mengandung segala aspek kehidupan yang bisa ditempuh tergantung pada situasi dan kondisi, baik masyarakat sebagai sasaran maupun pihak pengembang tugas dakwah sebagai subjek pelaksanaannya. Cukup banyak metode dakwah yang bisa dipergunakan dalam pelaksanaan dakwah tergantung kemauan,

keahlian dan kesempatan yang memungkinkan. Sebagaimana yang tertulis dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِلْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Depag RI, 2009:281).

Dari ayat di atas, dapat dipahami sebuah formula metode dakwah yakni:

- a. *Bil Hikmah*, kata hikmah sering diartikan bijaksana adalah suatu pendekatan dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan kepada kemampuan mereka, sehingga mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan dalam menerima materi dakwah.
- b. *Mau'idzatul Hasanah*, yaitu nasehat yang baik, berupa petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat

mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima. Berdakwah dengan memeriksakan nasihat-nasihat dengan rasa kasih sayang, sehingga dapat menyentuh hati mereka.

- c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdiskusi dan membantah dengan cara yang baik dengan tidak memberikan tekanan yang memberatkan sasaran dakwah. Metode ini dilakukan apabila kedua metode di atas tidak mampu diteladani, dikarenakan sasaran dakwah mempunyai tingkat kekritisian yang tinggi (Pimay, 2006: 37-38).

6. Efek Dakwah (Atsar)

Efek dakwah adalah akibat dari pelaksanaan suatu proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah berkaitan mengenai unsur-unsur dakwah yang lainnya, tidak bisa terlepas kaitannya (Bactiar, 1997: 36). Setiap aktifitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah, dan thariqah tertentu maka akan menimbulkan respon dan efek pada *mad'u*. Efek sering disebut dengan umpan balik (*feed back*), dari proses dakwah seringkali

dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan dari mereka menganggap jika dakwah sudah disampaikan maka selesailah dakwah tersebut. Padahal, efek sangat besar dalam penentuan langkah dakwah selanjutnya. Tanpa menganalisis efek dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis efek dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategi dakwah akan diketahui untuk dijadikan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya. Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik untuk dapat meningkatkan kualitas. Evaluasi dan koreksi terhadap efek dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, maksudnya adalah harus dievaluasi secara komprehensif. Da'i harus memiliki jiwa terbuka untuk melakukan pembaharuan dan perubahan, disamping bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah menghasilkan beberapa keputusan, maka segera diikuti dengan tindakan korektif (*corrective action*). Jika proses ini dapat

terlaksana dengan baik, maka terciptalah suasana mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat bahwa efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Munir, 2006: 35).

Sedangkan dalam buku strategi komunikasi Anwar Arifin, efek sesungguhnya suatu ide yang menyentuh dan yang merangsang individu dapat diterima atau ditolak pada umumnya melalui proses.

1. Proses mengerti (kognitif)
2. Proses menyetujui (objektif)
3. Proses pembuatan (sencemotorik)

Atau dapat dikatakan melalui proses:

1. Terbentuknya suatu pengetian atau pengetahuan (*knowledge*)
2. Proses atau sikap menyetujui atau tidak menyetujui (*attitude*)
3. Proses terbentuknya gerak pelaksanaan (*practice*)

Dengan demikian penelitian atau evaluasi terhadap penerimaan dakwah ditekankan untuk dapat menjawab sejauh mana ketiga aspek perubahan tersebut, yaitu aspek kognitif, aspek afektif, aspek behavioral pada penerima dakwah (Aziz, 2005: 140).

2.2. TINJAUAN TENTANG MEDIA TELEVISI

2.2.1 Pengertian Televisi

Kata televisi berasal dari yaitu kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar beserta suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (Sutisno, 1993:1).

Pendapat lain menyatakan bahwa televisi merupakan salah satu bentuk media alat komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada jumlah

orang yang besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya media cetak (Karyanti, 2005:3).

Jadi televisi adalah media komunikasi massa yang memiliki perpaduan antara audio dan visual, dimana masyarakat dapat mendengar melalui audio dan melihat melalui visual.

Menyaksikan televisi memang sudah menjadi konsumsi seluruh lapisan masyarakat. Kini mereka menjadikan televisi sebagai kebutuhan pokok. Dalam arti ritme kebutuhan masyarakat lama-kelamaan terpengaruh tayangan televisi. Jika dakwah Islam mampu memanfaatkan televisi secara tepat maka bisa dijamin jangkauan dakwah akan semakin meluas dan mendalam.

Salah satu stasiun televisi Indonesia yang memanfaatkan televisi untuk kegiatan dakwah adalah TVRI. TVRI adalah stasiun televisi publik milik pemerintah yang selalu mempertahankan kebudayaan lokal karena sebagai wujud tanggungjawab dalam memperkuat identitas bangsa. Salah satunya program dakwah di TVRI adalah hikmah islami, program acara ini memadukan unsur-

unsur religi dan budaya. Hal tersebut terwujud dalam ceramah dakwah wayang dengan pengisi acara Ki Joko Kendil.

2.2.2 Fungsi Televisi

Sebagai komunikasi massa, televisi adalah sumber informasi yang paling dekat dengan masyarakat. kemampuan jangkauan yang luas dan memiliki potensi yang besar dalam membentuk pendapat khalayak. Hal tersebut sama dengan fungsi televisi sebagai saluran mediasi, dimana televisi dapat menghubungkan, menunjukkan arah, menginterpretasi sesuatu kejadian atau peristiwa kepada masyarakat luas. Adapun fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut (Effendy, 2004:54):

1. Fungsi Informasi (*to inform*)

Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Masyarakat mengharapkan dengan menonton televisi akan diperoleh informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di bumi.

2. Fungsi Pendidikan (*to educate*)

Media massa banyak menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik, salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku. Media massa mewujudkannya melalui drama, serita, diskusi, maupun artikel.

3. Fungsi Hiburan (*to entertain*)

Dengan menyaksikan televisi, khalayak pemirsa mengharapkan dapat memperoleh hiburan yang diperlukan sebagai salah satu kebutuhan hidup.

4. Fungsi Mempengaruhi (*to persuade*)

Mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editor, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

2.2.3 Televisi Sebagai Media Dakwah

Televisi merupakan sebuah media yang dapat diakses secara luas oleh berbagai lapisan masyarakat. bahkan televisi memiliki daya pikat besar bagi para penontonnya. Misalkan saja penonton terkadang rela menghabiskan waktunya untuk duduk manis di depan layar televisi demi

menonton program acara salah satu stasiun televisi. Bahkan penonton televisi tidak mengenal usia maupun banyaknya harta, semua sama saja dalam menonton televisi. Tak sedikit dari masyarakat beberapa masa pertumbuhannya dilewatkan dengan menonton televisi. Dari segi kelebihan yang ada pada televisi para da'I dapat memanfaatkannya sebagai media dakwah, yakni dengan mengajak umat manusia untuk mengerjakan yang ma'ruf dan menjauhi yang munkar. Sehingga dapat mengajak seseorang atau komunitas menuju perilaku yang lebih baik.

Selain itu karena televisi menggunakan audio visual yang efektif dalam menyampaikan pesan, dapat menjangkau ruang yang sangat luas, dan dapat dinikmati massa dalam jangka waktu yang relative singkat. Dengan variasi acara yang ada atau dari segi penyampaian da'i, sehingga dakwah juga dapat mengikuti perkembangan yang ada dan tidak terkesan ketinggalan jaman. Televisi bisa mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menerapkan kebaikan di dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun berdakwah dengan menggunakan televisi da'i juga tidak bisa sembarangan dalam menyampaikan materi, harus memiliki cukup ilmu

pengetahuan atas dasar agama yang kuat sehingga tidak salah dalam berdakwah. Selain itu da'i harus memahami betul bagaimana televisi itu, penentuan metode dakwah, maupun menentukan tekniknya.

2.2.4 Karakteristik Televisi

Dilihat dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar, dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Sedangkan dalam radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, dan dalam surat kabar atau majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi (Karyanti, 2005:137) :

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lain, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar efek suara atupun musik, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audio-visual. Namun, bukan berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus tetap ada keseimbangan.

2. Berpikir dalam Gambar

Terdapat dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga mengandung kontinuitas yang bermakna.

3. Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda, tidak ada satu media yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Untuk itu berikut adalah karakteristik televisi menurut Adi Badjuri dalam bukunya *Jurnalistik Televisi* (2010:39):

1. Mengutamakan gambar. Kekuatan televisi terdapat pada gambar yang didukung oleh narasi, tentu saja gambar yang dimaksud adalah gambar hidup yang membuat televisi lebih menarik dibandingkan media cetak.
2. Mengutamakan kecepatan. Jika *deadline* (batas waktu) media cetak 1x24 jam, *deadline* televisi bisa disebut setiap detik. Kecepatanlah yang menjadikan berita televisi itu bernilai.
3. Bersifat sekilas. Televisi lebih mengutamakan dimensi waktu dan dursi. Durasi berita televisi terbatas, berita yang ditayangkanpun cenderung sekilas.
4. Bersifat satu arah. Pemirsa tidak dapat memberi respon saat itu juga ketika berita televisi ditayangkan, kecuali pada program interaktif.
5. Daya jangkau luas. Televisi menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan berbagai Latar belakang kehidupan

2.2.5 Kelebihan Televisi

1. Jangkauan yang sangat luas. Tempat yang dituju bisa sangat luas, baik di pedesaan atau perkotaan, luar negeri ataupun dalam negeri, luar daerah ataupun luar pulau sekaligus.

2. Penayangan seketika. Penayangan dilakukan serempak secara bersama meskipun berbeda lokasi.
3. Audiovisual. Gabungan antara gambar dan suara akan memudahkan penonton dalam menerima pesan, sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat berkesan.
4. Mudah terkontrol. Dapat mengatur dengan mudah dalam menentukan tayangan yang akan ditonton dengan menggunakan remote.
5. Cepat dalam menyebarkan berita.

2.2.6 Kelemahan Televisi

1. Siaran cepat lewat. Ketika suatu stasiun televisi sedang menyiarkan informasi dan tertinggal. Maka penonton tidak dapat mengulang kembali beritanya kembali. Maka itulah televisi mempunyai kekurangan siarannya cepat lewat.
2. Relatif mahal. Biaya yang harus dikeluarkan dalam satu acara memiliki biaya yang tinggi. Hal ini terjadi karena dalam memproduksi program acara membutuhkan *crew* yang banyak, selain itu perlengkapan yang harus dipakai, pakaian yang dikenakan, makan, listrik, dan sebagainya.

2.2.7 Tayangan Televisi

Setiap harinya stasiun televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Apapun dapat dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan digemari audiens, asalkan tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku. Stasiun televisi dituntut memiliki kreativitas sebanyak mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian berdasarkan jenisnya, yaitu (Morissan, 2015: 217):

1. Program Informasi

Program informasi di televisi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa keingintahuan penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi merupakan segala jenis siaran yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi dan sekaligus menjadi daya jual kepada audien. Program informasi tidak hanya selalu berkaitan dengan berita, namun segala bentuk penyajian informasi *talk show* (perbincangan), misalkan

wawancara dengan artis atau orang terkenal. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu (Morissan, 2015: 218):

a. Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras merupakan segala sesuatu informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. *Hard News* dapat berupa *straight news, feature, infotainment*.

b. Berita Lunak (*Soft News*)

Berita Lunak merupakan segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang termasuk dalam kategori ini adalah *current affair, magazine, talkshow*, dan documenter.

2. Program Hiburan

Program hiburan ialah segala bentuk siaran yang memiliki tujuan menghibur audien

dalam bentuk music, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukan.

a. Drama

Program drama ialah pertunjukan yang menyajikan cerita tentang kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh pemain (artis) melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.

b. Permainan (*game show*)

Program yang melibatkan sejumlah orang baik individu maupun kelompok yang saling bersaing unruk mendapatkan sesuatu. *Game show* ini termasuk program acara televisi yang paling mudah dibuat dan biasanya membutuhkan biaya produksi relative rendah namun sangat digemari. Kategori program yang termasuk dalam permainan adalah *quiz show*, *reality show*, dan ketangkasan.

c. Musik

Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan dilapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Tayangan program musik di televisi saat ini ditentukan dengan kemampuan artis dalam menarik audien. Bukan hanya dari kualitas suara namun berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menarik.

d. Pertunjukan

Pertunjukkan merupakan program yang menampilkan kemampuan (*performance*) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio maupun di luar studio, di dalam ruangan maupun diluar ruangan. Apabila yang tampil adalah musisi, maka pertunjukkan itu menjadi pertunjukkan musik atau jika yang tampil adalah juru masak, maka pertunjukkan itu menjadi pertunjukkan memasak, begitu pula dengan pertunjukkan lawak, sulap, lenong, wayang, ceramah agama, dan sebagainya. Dapat

dikatakan program pertunjukkan apabila jenis program yang paling banyak diproduksi sendiri oleh stasiun televisi.