

**STRATEGI DAKWAH TV MUI MELALUI PROGRAM  
SIARAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos.)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh:  
Muhamad Khonjin  
1501026022

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : Lima eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.  
Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya  
terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Muhamad Khonjin  
NIM : 1501026022  
Fak./Jur. : Televisi Dakwah  
Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH TV MUI MELALUI PROGRAM  
SIARAN

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh  
karenanya kami mohon untuk segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan  
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 20 Juni 2021  
Pembimbing,

Bidang Substansi Materi



Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag.  
NIP: 19660508 199101 2001

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Nur Cahyo Hendro, S.T.,M.Kom.  
NIP: 19731222 200604 1001

## SKRIPSI

## STRATEGI DAKWAH TV MUI MELALUI PROGRAM SIARAN

Disusun Oleh:  
Muhamad Khonjin  
1501026022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 29 Juni 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat  
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

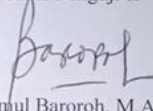
Susunan Dewan Penguji:

Ketua/Penguji I



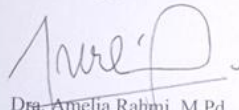
H. M. Alfandi, M. Ag.  
NIP: 197108301997031003

Sekretaris/Penguji II



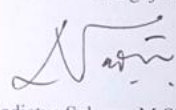
Dr. Hj. Umul Baroroh, M. Ag.  
NIP: 196605081991012001

Penguji III



Dra. Amelia Rahmi, M. Pd.  
NIP: 196602091993032003

Penguji IV

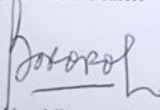


Nadiatus Salama, M. Si. Ph. D.  
NIP: 197806112008012016

Mengetahui

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi



Dr. Hj. Umul Baroroh, M. Ag.  
NIP: 19660508 199101 2001

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Nur Cahyo Hendro, S. T. M. Kom.  
NIP: 19731222 200604 1001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
pada tanggal Desember 2021



Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.  
NIP: 19720410 200112 1 003

### 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 atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 20 Juni 2021

Pembuat pernyataan



Muhamad Khonjin

NIM 1501026022

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Dakwah TV MUI melalui Program Siaran” guna melengkapi persyaratan menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat terlaksana dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada Baginda Rosulullah SAW, para sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala hormat, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf-stafnya.
2. Dr. Ilyas Supena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H.M. Alfandi, M.Ag dan Ibu Nilnan Ni'mah. M.S.I. selaku Kajur dan Sekjur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dosen Pembimbing sekaligus wali dosen Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag. dan Nur Cahyo Hendro, S.T., M.Kom. yang senantiasa memberikan motivasi dan pengarahan yang sangat berharga bagi peneliti.
5. Orang tua peneliti yang selalu mendo'akan maupun memberikan semangat dan kasih sayang dan segala yang terbaik untuk peneliti.
6. Dosen Pengajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
7. Civitas akademika UIN Walisongo Semarang khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

8. Direktur dan staf TV MUI yang telah mengizinkan peneliti untuk penelitian di TV MUI.

9. Rekan-rekan peneliti selama kuliah.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi sesama, stasiun TV MUI dan peneliti sendiri.

Semarang, 20 Juni 2021



Muhamad Khonjin

NIM. 1501026022

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur, skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Almamaterku UIN Walisongo Semarang tempat menimba ilmu untuk bekal di masa depan.
2. Kementrian Agama yang telah memberikan kesempatan mengenyam perguruan tinggi kepada peneliti melalui beasiswa Bidikmisi.
3. Kedua orang tuaku Bapak Sardi dan Ibu Sulastri yang telah mengasuh, mendidik, dan memberikan kasih sayang tanpa batas serta do'a yang tulus.
4. Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo yang telah mendidik peneliti dari semester awal hingga lulus menjadi seorang Sarjana.
5. Rekan-rekan peneliti selama kuliah baik dalam kelas maupun organisasi.

**MOTTO**

*"Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil"*



## **ABSTRAK**

### **Strategi Dakwah TV MUI Melalui Program Siaran Muhamad Khonjin 1501026022**

Televisi adalah salah satu media massa yang cukup efektif untuk menyampaikan pesan dengan jangkauan yang sangat luas. Televisi memiliki keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya karena teknologi yang digunakan membuat orang yang menerima pesan dapat melihat, membaca dan mendengar secara langsung pesan yang disampaikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah TV MUI dan hambatanannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari lembaga maupun orang yang berwenang di TV MUI yaitu manajer, direktur program, sekretaris dan kru. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua yaitu wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah menurut Miles dan Huberman yaitu tiga tahapan secara berkesinambungan yaitu reduksi data, kemudian penyajian data, dan tahap akhir penarikan kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang digunakan TV MUI yaitu menayangkan berbagai format program siaran dakwah, membuat program unggulan, memilih narasumber yang berkompeten dan berkolaborasi dengan berbagai pihak sudah memperhatikan tahapan-tahapan pelaksanaan strategi seperti asas-asas penyusunan strategi, pemetaan dakwah, menentukan bentuk dakwah, eksekusi dan evaluasi dakwah. Strategi dakwah yang digunakan TV MUI cukup efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang ada di dalam program siaran seperti masalah akidah, syariat dan akhlaq dan sudah mengarah pada visi misi maupun tujuan yang ingin dicapai TV MUI. Sedangkan hambatan yang dihadapi TV MUI yaitu , TV MUI kesulitan mengembangkan dan memperbarui program siaran dakwah karena membutuhkan biaya produksi yang besar dan keterbatasan kru produksi. Kedua, tidak adanya anggaran untuk biaya promosi program siaran dakwah khususnya promosi di sosial media, agar program siaran dakwah TV MUI lebih dikenal masyarakat luas, mengingat pengguna sosial media di Indonesia angkanya sangat besar.

**Kata Kunci : Strategi , Dakwah, Televisi, Program Siaran, TV MU**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Kajian Pustaka .....	5
E. Metodologi Penelitian .....	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	8
2. Definisi Konseptual .....	8
3. Sumber dan Jenis Data .....	9
4. Teknik Pengumpulan Data .....	10
5. Teknik Analisis Data .....	10
6. Sistematika Penulisan Skripsi .....	11
<b>BAB II : STRATEGI DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN</b>	
<b>TELEVISI .....</b>	<b>13</b>
A. Strategi .....	13
1. Pengertian Strategi.....	13

2. Tahapan Dalam Strategi .....	14
B. Dakwah.....	14
1. Pengertian Dakwah.....	14
2. Metode Dakwah.....	15
3. Materi Dakwah .....	16
4. Media Dakwah.....	17
C. Strategi Dakwah .....	17
1. Pengertian Strategi Dakwah .....	17
2. Dasar-dasar Penyusunan Strategi Dakwah.....	18
D. Televisi .....	20
1. Pengertian Televisi .....	20
2. Jenis Stasiun Penyiaran Televisi .....	20
3. Kelebihan dan Kekurangan Televisi.....	22
4. Televisi Digital .....	24
E. Program Siaran Televisi .....	25
1. Pengertian Program Siaran .....	25
2. Jenis Program Siaran .....	26
3. Strategi Program .....	27

### **BAB III : GAMBARAN UMUM TV MUI DAN STRATEGI**

<b>DAKWAHNYA.....</b>	<b>33</b>
A. Profil TV MUI .....	33
1. Latar Belakang Berdirinya TV MUI.....	33
2. Visi misi, slogan dan tujuan TV MUI.....	34
3. Studio TV MUI.....	35
B. Program Siaran di TV MUI .....	36
1. Menuju hidayah.....	36
2. Bincang Fatwa.....	36
3. Bincang Ekonomi.....	36
4. Dialog Umum.....	36
5. Naghham Religi .....	36
6. Fiqih Muamalah .....	37

7. Nagham Tilawah .....	37
8. Panduan Ibadah .....	37
9. Kajian Kitab .....	37
10. Film Santri.....	37
11. Hidup Halal .....	38
12. Mimbar .....	38
13. Suara Komisi.....	38
14. Kajian Hadist.....	38
15. Sejarah Islam.....	38
16. Umat Bertanya MUI Menjawab.....	38
17. Akhbar.....	39
18. Kalam Ilahi.....	39
19. Khazanah.....	39
20. Kata Ulama.....	39
21. Kultum .....	39
22. Ngopi.....	39
C. Jadwal Program Siaran TV MUI .....	40
D. Strategi & Hambatan Dakwah TV MUI melalui Program siaran.....	42
1. Strategi Dakwah .....	42
2. Hambatan Dakwah .....	50
<b>BAB IV : ANALISIS STRATEGI DAN HAMBATAN DAKWAH</b>	
<b>TV MUI .....</b>	<b>53</b>
A. Analisis Strategi Dakwah Menayangkan Program Siaran Dakwah Dengan Berbagai Format Siaran .....	53
B. Analisis Strategi Dakwah Membuat Program Siaran Dakwah Unggulan .....	55
1. Program siaran Hidup Halal .....	56
2. Program siaran Bincang Fatwa .....	57
C. Analisis Strategi Dakwah Memilih <i>Da'i</i> (narasumber) yang Berkompeten .....	59
1. K.H. Muhammad Cholil Nafis .....	59

2. K.H Asrorun Niam Sholeh .....	61
3. Prof Dr. Hj. Amany Burhanuddin Umar Lubis .....	62
D. Analisis Strategi Dakwah Berkolaborasi dengan Berbagai Pihak dalam membuat Program Siaran Dakwah .....	64
E. Analisis Hambatan Dakwah TV MUI .....	65
1. Kekurangan sumber daya keuangan .....	65
2. Keterbatasan sumber daya manusia .....	67
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>87</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Jadwal Program siaran TV MUI.....	40
Tabel 2. Biaya Operasional TV MUI.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Studio Shooting TV MUI.....	35
Gambar 2. Ruang Editing TV MUI .....	35
Gambar 3. Control Room TV MUI.....	35
Gambar 4. Survei Alvara Research tentang stasiun TV 2019.....	48
Gambar 5. Akun Media Sosial Instagram MUI .....	49
Gambar 6. Akun Sosial Media Instagram TV MUI.....	49
Gambar 7. Akun Media Sosial Youtube TV MUI.....	50
Gambar 8. Peralatan Siaran TV MUI.....	51
Gambar 9. Peralatan Siaran TV MUI.....	52
Gambar 10. Cuplikan Program Menuju Hidayah .....	54
Gambar 11. Cuplikan Program Siaran Hidup Halal.....	56
Gambar 12. Cuplikan program Siaran Bincang Fatwa .....	58
Gambar 13. K.H. Cholil Nafis sedang mengisi program siaran .....	60
Gambar 14. K.H Asrorun Niam Sholeh mengisi Program siaran .....	61
Gambar 15. Hj. Amany Burhanuddin Umar Lubis mengisi program.....	63
Gambar 16. Cuplikan film santri .....	64
Gambar 17. Cuplikan animasi film santri .....	65

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Script Wawancara dengan para narasumber.....	76
Lmapiran 2. Bukti dokumentasi melakukan penelitan di Kantor MUI.....	84
Lampiran 3. Surat Keterangan telah melakukan penelitian di TV MUI.....	86
Lampiran 4. Biodata peneliti.....	87



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Televisi merupakan media komunikasi massa yang dapat memberikan pengaruh tertentu dalam membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum, termasuk pendapat umum menyukai produk-produk industri tertentu. Program siaran televisi dibuat semenarik mungkin meskipun memerlukan biaya yang tinggi, sehingga tidak mengherankan jika penonton, betah berlama lama di depan pesawat penerimanya (Darwanto, 2011:27). Berdasarkan survey *Nielsen Consumer Media View* yang dilakukan di 11 kota di Indonesia pada tahun 2017, penetrasi televisi masih memimpin dengan 96 % disusul dengan media luar ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%) (nielsen.com,2017). Bahkan, terjadi peningkatan jumlah penonton TV pada bulan Ramadhan di 11 kota besar dari rata-rata 5,9 juta per hari menjadi 7 juta per hari dengan dominasi peningkatan terjadi pada jumlah penonton di waktu sahur (inews.id, 2018).

Jumlah penonton televisi yang banyak dan bahkan meningkat ketika bulan ramadhan membuat stasiun televisi lokal maupun nasional berlomba-lomba membuat program siaran yang menarik dan berharap mendapat rating yang tinggi. Hal tersebut membuat beberapa stasiun televisi melanggar Pedoman Pelaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Akibatnya ada beberapa program siaran yang ditegur dan mendapatkan peringatan dari Komisi Peyiaran Indonesia (KPI). Bahkan dalam survei indeks progam siaran televisi terbaru tahun 2018 selama tiga periode yang diselenggarakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, program siaran kategori religi mengalami penurunan terus menerus selama tiga periode survei meskipun sudah mencapai standar yang telah ditetapkan Komisi Penyiaran Indonesia.

TV MUI merupakan televisi dakwah yang didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), salah satu lembaga yang memelopori dakwah kontemporer dengan memanfaatkan media televisi. TV MUI diluncurkan pertama kali di gedung MUI, yang berada di Jakarta pusat pada tahun 1436 H/ 2014 M. Kehadiran TV MUI merupakan hasil perjuangan berat keinginan MUI untuk ikut berdakwah memanfaatkan teknologi penyiaran. TV MUI mulai mengudara melalui internet pada tahun 2012 dan resmi diluncurkan di satelit Telkom-1 pada 25 Oktober 2014. Pada tahun 2017, TV MUI berpindah ke satelit Telkom-3S, dikarenakan adanya satelit Telkom-1 yang rusak pada tanggal 25 Agustus. TV MUI memulai siaran pukul 05.00 sampai jam 21.00 WIB. Mayoritas program siaran di TV MUI adalah bermuatan pesan pesan dakwah (detik.com, 2014).

TV MUI merupakan jenis stasiun televisi komunitas dengan sistem pemancar satelit dan internet. TV MUI bisa diakses menggunakan sistem siaran satelit Telkom-3S yaitu pada derajat 118.0 bujur timur, frekuensi 3574 MHz, symbol rate 3000 kpsps dan dapat ditonton melalui streaming [www.tvmui.com](http://www.tvmui.com) atau di [www.useetv.com](http://www.useetv.com) dan kini sudah dapat ditonton di SMV FreeSat TV. Program siaran di TV MUI sampai saat ini berjumlah kurang lebih 22 program siaran, diantaranya "Bincang Fatwa", "Mimbar", "Kajian Hadis", "Hidup Halal", "Menuju Hidayah", "Nagam Religi", "Halaqoh", "Kalam Ilahi", "Umat Bertanya MUI Menjawab", "Panduan Ibadah", "Sejarah Islam", Film Santri, "Ekonomi Syariah", "Fiqih Muamalah" dan "Kebesaran Ilahi".

Program siaran dakwah di TV MUI yang unik dibandingkan dengan program siaran dakwah di stasiun tv lainnya contohnya adalah "Bincang Fatwa", "Hidup Halal", "Kajian Kitab", "Panduan Ibadah", "Menuju Hidayah" dan "Umat Bertanya MUI Menjawab". "Bincang Fatwa" merupakan program siaran yang membahas tentang fatwa fatwa ulama dengan format siaran gelar wicara, "Hidup Halal" membahas tentang tata cara hidup halal, "Kajian Kitab" membahas tentang kitab kuning dengan format dialog interaktif, "Panduan Ibadah" membahas tentang tata cara beribadah yang benar sesuai syariat Islam

dengan format dialog interaktif, "Menuju Hidayah" membahas tentang orang-orang yang masuk Islam dengan format film dokumenter, "Umat Bertanya MUI Menjawab" membahas tentang seputar masalah hidup umat yang dikemas dengan format dialog interaktif.

TV MUI dengan slogannya "Berkhidmat Untuk Bangsa", sebagai lembaga penyiaran islami, memiliki visi menyebarkan ajaran Islam melalui program-program siarannya. Namun dalam memuwujudkan visi dan misi tersebut, TV MUI menghadapi beberapa kendala. Dari segi non teknis biaya produksi program siaran yang besar dan dari segi teknis, terbatasnya saluran siaran TV MUI yang hanya bisa diakses melalui satelit dan internet membuat pemirsa yang tidak memiliki parabola dan akses internet yang lambat tidak bisa menikmati siaran TV MUI.

Sebagai media dakwah, TV MUI berusaha membuat program siaran yang berkualitas di tengah persaingan yang sangat ketat dengan stasiun televisi lainnya dalam merebut pemirsa. Program siaran dakwah sebaiknya dibuat dan dikemas semenarik mungkin tanpa melanggar SPS dan P3. Untuk membuat program siaran dakwah yang diminati oleh pemirsa memang tidak mudah, perlu adanya strategi program siaran yang tepat seperti menentukan tema yang diangkat untuk menjadi pokok bahasan, menentukan format siaran, menentukan jadwal tayang, menentukan narasumber dan sebagainya.

Mengelola media penyiaran atau media cetak tidaklah mudah, khususnya media yang *segmented* seperti media dakwah. Diperlukan banyak aspek agar media tersebut dapat terus menerus menyiarkan program siaran dan mendapatkan keuntungan, baik material maupun non material. Berbagai aspek itu diantaranya adalah modal, peralatan, sumber daya manusia, jaringan dan kesungguhan. Selain itu, perlu pemahaman tentang sasaran atau segmentasi yang akan dituju media penyiaran tersebut (Ulinuha dkk, 2019 : vol. 1 No 1).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Dakwah TV MUI Melalui Program Siaran" karena pertama, TV MUI dimiliki oleh lembaga sebesar Majelis Ulama Indonesia yang beranggotakan ulama-ulama berkompeten dibidangnya. Kedua,

TV MUI merupakan stasiun televisi yang fokus menyampaikan pesan-pesan dakwah yang mayoritas program siarannya tentang dakwah Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah TV MUI melalui program siaran "Bincang Fatwa", "Hidup Halal", "Fiqih Muamalah", "Menuju Hidayah", "Film Santri" dan "Kata Ulama"?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan yaitu:

- a) Mengetahui bagaimana strategi TV MUI dalam menggunakan media televisi untuk berdakwah melalui program siarannya.
- b) Mengetahui hambatan yang dihadapi TVMUI dalam berdakwah menggunakan media televisi.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang berjudul Strategi Dakwah TV MUI Melalui Program Siaran adalah sebagai berikut:

#### **a) Manfaat teoretik**

Sebagai bahan kajian pustaka atau literatur bagi para peneliti maupun lembaga dakwah dan penyiaran untuk mengembangkan strategi dakwah menggunakan media televisi.

#### **b) Manfaat praktik**

Memberikan pilihan strategi alternatif bagi para dai atau lembaga dakwah untuk berdakwah dengan media audio visual.

#### **D. Kajian Pustaka**

Penelitian ini bukan satu satunya yang mengangkat tema strategi dakwah, dari studi pustaka peneliti, ada beberapa penelitian yang mempunyai relevansi untuk dijadikan bahan kajian diantaranya yaitu:

Pertama, Abyan Naufal (2018) tentang Strategi Program Nabawi TV Sebagai Media Dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data interkatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau sejauh mana sebuah tayangan program acara televisi sebagai media dakwah yang dilakukan Nabawi TV dikaji menggunakan strategi program, yang terdiri dari empat tahapan (perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, dan evaluasi program). Hasil penelitian ini adalah sebagai media dakwah Islam, Nabawi TV menayangkan program acara yang seluruhnya bermuatan dakwah dengan menggunakan konsep Islam moderat. Nabawi TV melakukan pengelolaan program acaranya untuk kepentingan dakwah dan menjaga batasan dalam pembuatan dengan memegang nilai-nilai dan sikap yang telah dibuat Nabawi TV. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah jenis dan metode penelitian, tentang strategi dakwah, sedangkan Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah objek penelitian yaitu TV MUI.

Kedua, Ahmad Zaini (2015) tentang Dakwah Melalui Televisi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap pemanfaatan televisi sebagai media dakwah. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan televisi sebagai media dakwah sangat efektif dilakukan walaupun tentu ada kekurangan. Adapun keunggulan-keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah pertama, keunggulan dan ciri khas yang dilahirkan televisi terutama dalam hal kedekatannya dengan kehidupan sehari-hari. Televisi mampu menawarkan suatu bentuk kerangka dan ekspresi kultural yang khas secara teknologi dan institusional seperti ekspresi dari kekuatan-kekuatan sosial, politik dan ekonomi yang lebih luas. Kedua, sebagai media audio visual (dengar pandang) keunggulan televisi terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara sekaligus. Bahkan suara dan

gambar hidup itu dapat diterima oleh khalayak pada saat peristiwa tabligh atau khutbah yang sedang terjadi, melalui liputan secara langsung. Ketiga, televisi memiliki daya jangkau (*coverage*) yang sangat luas dalam menyebarkan pesan secara cepat dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu dan masyarakat. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tentang dakwah menggunakan media televisi, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tema dan objek penelitian yaitu strategi dakwah TV MUI.

Ketiga, Zulkarnaini (2015) tentang Dakwah Islam di Era Modern pada tahun. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana dakwah di era modern. Hasil penelitian ini adalah dakwah modernitas merupakan dakwah yang pelaksanaannya menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat modern (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di zaman modern itu tidak terjadi pada zaman sebelumnya, terutama di zaman klasik. Juru dakwah di era modern seyogyanya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tentang masalah dakwah. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah tema dan objek penelitian yaitu strategi dakwah TV MUI.

Keempat, Ahmad Markalis (2016) tentang Strategi Komunikasi Simpang5 TV Dalam Mengembangkan Program-Program Dakwah. Jenis dan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja program dakwah yang ditayangkan oleh Simpang5 TV dan bagaimana strategi komunikasi Simpang5 TV dalam mengembangkan program-program dakwah. Hasil penelitian ini adalah program-program dakwah yang ditayangkan Simpang5 TV pada tahun 2016 ada tujuh yaitu Ngaji Bareng NU, Keliling Pesantren, Tausiah, Kultum,

Musik & Dakwah, Wak Kaji Show, Mutiara Hadist. Strategi komunikasi yang digunakan Simpang5 TV dalam mengembangkan program-program dakwah adalah melaksanakan penyusunan strategi komunikasi dengan memperhatikan beberapa faktor yaitu mengenal khalayak dengan jumpa jamaah, menyusun pesan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist, menetapkan metode ceramah dan berita dalam format gelar wicara dan dokumenter, memilih media televisi dan internet, peranan komunikator dengan menyeleksi narasumber dan mengetahui efek yang ditimbulkan dengan melibatkan jamaah serta memanfaatkan jejaring sosial. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah metode dan jenis penelitian, tentang strategi stasiun televisi dalam berdakwah, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tema dan objek penelitian yaitu strategi dakwah TV MUI.

Kelima, Isyana Tungga Dewi (2016) tentang Strategi Programming MNCTV Dalam Mempertahankan Program Dakwah. Jenis dan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi programming MNCTV dalam mempertahankan program dakwah dan program dakwah apa sajakah yang ada di MNCTV. Hasil dari penelitian dan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa MNCTV sudah menerapkan teori tentang strategi programming menurut Sydney W. Head yang mencakup lima elemen, meski masih perlu pembenahan lagi dalam perencanaan program dakwah dan pemilihan acara agar program acara yang disajikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pemirsa. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah jenis dan metode penelitian, tentang dakwah menggunakan media televisi, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tema dan objek penelitian yaitu strategi dakwah TV MUI.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2013:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata, bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan menggunakan berbagai metode ilmiah.

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT (Strengths, weakness, opportunities, threats) adalah suatu bentuk analisis yang digunakan untuk membantu suatu penyusunan rencana, analisis ini biasanya digunakan oleh suatu manajemen atau organisasi yang sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. (Rangkuti, 2015)

### **2. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual digunakan sebagai penjabar agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam mengartikan dan memahami judul penelitian skripsi ini, maka peneliti perlu memberikan penegasan istilah dan batasan-batasan yang penulis gunakan dalam skripsi ini. Adapun definisi konseptual yang terdapat dalam judul penelitian ini ialah sebagai berikut :

#### **a) Strategi dakwah**

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu, ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini yaitu:

- 1) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk menggunakan metode dan pemanfaatan sumber daya dan kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
- 2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. oleh



sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya (Aziz, 2004:349).

#### **b) Program siaran**

Menurut Pedoman Perilaku Penyiaran Bab ketentuan umum pasal 1 ayat 5 Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Adapun yang dimaksud dengan strategi dakwah TV MUI dalam penelitian ini adalah rencana tindakan yang disusun oleh TV MUI dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dalam membuat dan menyiarkan program siaran untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai (menyampaikan pesan pesan dakwah). Penelitian yang dilakukan pada bulan Juli 2020 di Kantor TV MUI Jakarta Pusat ini hanya mengambil beberapa program siaran yang dikaji dan tidak mengkaji sampai pada tahap efek atau pengaruh dari menonton program siaran TV MUI, karena terbatasnya waktu, data, biaya dan kondisi pandemi Covid19 di Jakarta.

Untuk program siaran yang akan diambil contohnya untuk diteliti adalah ada enam program siaran dari 22 program siaran, yang dinilai peneliti memiliki ciri khas yaitu "Bincang Fatwa", "Hidup Halal", "Fiqih Muamalah", "Menuju Hidayah", "Film Santri" dan "Kata Ulama". Keenam program tersebut dinilai peneliti tidak ada di program dakwah stasiun televisi lainnya.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

- a) Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (Suliyanto 2009:130). Dalam penelitian ini data diperoleh dari orang yang berwenang di TV MUI yaitu manajer TV MUI.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu:

- a) Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2013:186).

Dalam kegiatan wawancara yang dilakukan pada bulan Juli 2020 di studio TV MUI yang beralamat di Jl. Proklamasi Menteng Jakarta Pusat, peneliti mewawancarai orang yang berwenang di TV MUI yaitu sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI, manajer umum, Direktur Program *non-news* dan *kru* TV MUI.

- b) Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2002: 206).

Peneliti mencari dokumen yang berkaitan dengan TV MUI pada bulan Juli 2020 untuk melengkapi metode wawancara. Data ini berupa laporan riset dari lembaga survei Alfara Research, berita, Jadwal Program siaran, struktur organisasi, dan anggaran operasional TV MUI.

#### 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2018:244).

Untuk menganalisis data agar lebih mudah dalam mengambil kesimpulan, maka penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif

menurut Miles dan Huberman yaitu tiga tahapan secara berkesinambungan. Langkah pertama yaitu reduksi data, kemudian penyajian data, dan tahap akhir penarikan kesimpulan (Huberman, 1992:20).

Adapun langkah-langkah yang peneliti lakukan dalam menganalisis data adalah:

- a) Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada peyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan penulis dilapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus.
- b) Penyajian data yaitu sekumpulan informasi yang telah tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c) Penarikan kesimpulan, yaitu proses akhir dari tahap penarikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan Skripsi ini disusun sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adapun bentuk penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bagian yang berisi latar belakang, perumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : KAJIAN UMUM TENTANG STRATEGI DAKWAH, TELEVISI DAN PROGRAM SIARAN**

Merupakan landasan teori penelitian yang menjelaskan tentang studi strategi, dakwah, strategi dakwah, program siaran televisi, jenis jenis program siaran televisi dan format program siaran.

### **BAB III: GAMBARAN UMUM TENTANG TV MUI DAN STRATEGI DAKWAHNYA**

Merupakan bagian yang menjelaskan tentang gambaran umum tentang profil TV MUI meliputi: sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, dan operasional dan program-program siaran dan strategi maupun hambatan dakwah.

#### BAB IV : ANALISIS STRATEGI DAKWAH TELEVISI MUI

Merupakan bagian hasil penelitian yang menjelaskan tentang analisis data hasil penelitian yaitu analisis strategi dakwah TV MUI melalui program siaran.

#### BAB V : KESIMPULAN

Merupakan bagian yang terdiri dari kesimpulan dan saran oleh peneliti.

## BAB II

### STRATEGI DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN TELEVISI

#### A. Strategi

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* berasal dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Dulu istilah strategi dipakai dalam konteks militer pada zaman kerajaan Yunani Romawi sampai masa awal industrialisasi, kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat.

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan (Arifin, 2011:227). Strategi juga diartikan sebagai konsep untuk mengerahkan dan mengarahkan segala potensi dan sumber daya kedalam rangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Amin, 2008:165).

Untuk menyusun strategi yang efektif harus memperhatikan apa yang disebut SWOT yaitu pertama *strength* (kekuatan) yaitu memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya, beberapa piranti yang dimiliki. Kedua, *weaknees* (kelemahan) yaitu memperhitungkan kelemahan kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspeksebagaimana dimiliki sebagai kekuatan, misalnya kualitas manusianya, dananya dan sebagainya. Ketiga *opportunity* (peluang) yaitu seberapa besar peluang yang mungkin tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos. Keempat, *threat* (ancaman) yaitu memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar (Rafi'udin dan Djaliel, 1997: 77).

## 2. Tahapan dalam Strategi

Pelaksanaan strategi perlu memperhatikan langkah-langkah yang berfungsi memudahkan tujuan organisasi. Menurut David (2002: 5), ada beberapa tahapan strategi yaitu:

- a) Tahapan yang pertama adalah perumusan dan perencanaan strategi. Hal-hal yang termasuk dalam perumusan strategi adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, penetapan kekuatan dan kelemahan secara internal, melahirkan strategi alternatif, serta memilih strategi untuk dilaksanakan.
- b) Tahapan yang kedua adalah implementasi strategi yaitu mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Agar tercapai kesuksesan dalam implementasi strategi, maka dibutuhkan disiplin, motivasi, dan kerja keras. Untuk mencapai sasaran atau tujuan masing-masing maka dalam pengimplemenasian strategi dilakukan melalui fungsi-fungsi manajemen lainnya yang mencakup pengorganisasian, pelaksanaan, penganggaran, dan kontrol.
- c) Tahapan yang ketiga yaitu evaluasi strategi adalah proses membandingkan antara hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan. Tiga hal penting dalam evaluasi strategi adalah mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan, mengukur prestasi membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan dan melakukan tindakan-tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

## B. Dakwah

### 1. Pengertian dakwah

Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu dari kata دعا (*da'a*), يدعو (*yad'uw*), دعوة (*da'watan*). Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani. Selain itu juga bermakna mengundang dan menuntun. Sementara dalam bentuk *fiil amr* yaitu ادع *ud'u*

yang berarti ajaklah atau serulah (Abdullah, 2018:3). Sedangkan dakwah menurut beberapa pakar atau ilmuwan adalah sebagai berikut :

- a) Dakwah adalah tugas suci yang dibebankan kepada semua umat Islam untuk menyerukan dan menyampaikan ajaran Islam kepada Masyarakat mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat (Munir, 2015:5).
- b) Dakwah adalah peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam secara terus menerus, berkesinambungan dan bertahap (Aziz, 2016:19).
- c) Dakwah adalah usaha memberikan jawaban Islam terhadap problem kehidupan yang dialami oleh umat manusia dimana dari usaha tersebut akan melahirkan kepatuhan kepada ajaran Islam yang diserukan oleh juru dakwah (Choliq, 2011:18).

## 2. Metode dakwah

Metode dakwah adalah segala cara yang harus ditempuh dalam menegakkan dakwah untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Sukayat, 2015:30). Dalam Al-Qur'an surah An-Nahl 16:125, dijelaskan bahwa secara umum ada tiga metode dakwah yang menjadi pedoman bagi pendakwah yaitu sebagai berikut :

- a) *Dakwah bil hikmah* yaitu metode dakwah yang bersifat persuasif yang bertumpu pada *human oriented* sehingga konsekuensi logisnya adalah pengakuan terhadap hak hak yang bersifat demokratis agar fungsi dakwah yang bersifat informatif dapat diterima dengan baik.
- b) *Mauidzah al-khasanah* yaitu metode dengan memberikan nasihat yang baik kepada orang lain dengan cara yang baik yaitu petunjuk petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan dihati, lurus pikiran sehingga pihak yang mejadi objek dakwah rela sepenuh hati menerima ajaran Islam yang disampaikan.
- c) *Mujadalah* yaitu metode dengan mengajak diskusi objek dakwah dengan cara dan bahasa yang baik, sopan dan lemah lembut. Metode ini

merupakan cara terakhir yang digunakan untuk mendakwahi orang-orang yang memiliki intelektualitas tinggi.

### 3. Materi Dakwah

Materi merupakan salah satu unsur dakwah. Materi bisa juga disebut *maddah* yang berarti isi pesan yang disampaikan dai kepada *mad'u*. Secara garis besar, menurut Amin (2009:90), materi dakwah dikelompokkan sebagai berikut:

#### a) Masalah Akidah

Aqidah adalah masalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Tauhid adalah suatu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dalam Islam, aqidah merupakan *i'tiqad bathaniyyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Dalam bidang aqidah ini, biasanya juga dibahas masalah syirik, ingkar adanya Tuhan dan sebagainya.

#### b) Masalah Syariat

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan dengan manusia dengan Tuhan, maupun manusia dengan manusia. Dalam agama Islam syariat berhubungan erat dengan amal lahir (nyata), dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah.

#### c) Masalah Akhlaq

Akhlaq adalah budi pekerti dalam Islam. Akhlaq merupakan penyempurna keimanan dan keislaman seseorang. Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa sesungguhnya beliau diutus untuk menyempurnakan akhlak yang baik. Materi tentang akhlaq sangat penting disampaikan kepada *mad'u* karena Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia.



#### 4. Media dakwah

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya kegiatan dakwah tetap berjalan meskipun tidak ada media. Namun di era sekarang, unsur media sangat penting dalam berdakwah. Seiring semakin pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, para *da'i* diharapkan mampu memanfaatkan media untuk mendukung suksesnya kegiatan dakwah.

Menurut Moh. Ali aziz (2016:410), media dakwah secara garis besar dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

- a) Media auditif (suara) seperti radio, *cassete / tape recorder*.
- b) Media visual (media pandang atau bisa dilihat) seperti pers (surat kabar, majalah, tabloid), poster, buku, brosur, internet.
- c) Media audio visual (suara dan gambar) seperti televisi, film, sinema elektronik.

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif apabila *da'i* atau lembaga dakwah memanfaatkannya secara maksimal dan mengetahui karakteristik media yang digunakannya dengan memperhatikan kondisi mad'u.

### C. Strategi dakwah

#### 1. Pengertian strategi dakwah

Strategi dakwah dapat didefinisikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:56). Strategi dakwah adalah perencanaan yang disusun dengan memperhatikan segala potensi dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan yaitu menyebarkan ajaran agama Islam kepada manusia.

## 2. Dasar-dasar penyusunan strategi dakwah

Menyusun strategi dakwah harus memperhatikan beberapa asas-asas yang dijadikan pedoman agar tujuan sebuah organisasi atau lembaga dapat tercapai. Menurut Saerozi (2013, 48-49), ada lima asas yaitu sebagai berikut:

- a) Asas filosofis yaitu asas yang membicarakan masalah yang erat kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah.
- b) Asas kemampuan dan keahlian di yang membahas mengenai kemampuan dan profesionalisme dai sebagai subjek dakwah.
- c) Asas sosiologis yang membahas masalah situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya situasi politik, ekonomi, keamanan, dan kehidupan beragama di masyarakat.
- d) Asas psikologis yang membahas masalah yang erat kaitannya dengan kejiwaan manusia.
- e) Asas efektivitas dan efisiensi yang membahas masalah pada melaksanakan kegiatan dakwah dengan semaksimal mungkin sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan dari asas ini adalah dakwah harus menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan tujuan dakwah.

Setiap strategi dakwah menyesuaikan dengan zamannya agar tujuan dakwah dapat tercapai. Tanpa memperhatikan konteks waktu, dakwah tidak akan berjalan sesuai rencana. Berkaitan dengan perubahan masyarakat yang berlangsung di era globalisasi, maka perlu dikembangkan strategi dakwah Islam sebagai berikut :

Pertama, meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah. Pada dasarnya dakwah merupakan sebuah usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal.

Kedua, perubahan masyarakat berakibat pada perubahan paradigmatik pemahaman agama. Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala kemapanan keberagaman seolah-olah

sudah merupakan standar keagamaan yang final. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama dari pemahaman yang tertutup menuju pemahaman keagamaan yang terbuka.

Ketiga, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada upaya amar ma'ruf dan nahi munkar. Dalam hal ini, dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur amar ma'ruf dan nahi munkar (Pimay, 2005: 52).

Menurut Saerozi (2013:54-55) agar strategi dakwah bekerja efektif sehingga tujuan dakwah tercapai, maka ada beberapa hal yang harus dilaksanakan yaitu:

a) Pemetaan dakwah

Pemetaan dakwah dilakukan dengan membangun hubungan kemanusiaan, menyusun situasi dan kondisi sasaran dakwah, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, menganalisa sumber daya yang dimiliki, memperjelas sasaran atau tujuan dakwah, merumuskan masalah pokok umat Islam, merumuskan isi dakwah, mengintensifkan dialog untuk membangun kesadaran umat Islam akan kemajuan kehidupan bermasyarakat.

b) Menentukan bentuk dakwah

Menentukan bentuk dakwah yaitu menganalisa hasil pemetaan, agar dakwah yang akan dilakukan sesuai dengan keadaan. Dakwah dapat dilakukan melalui beberapa metode, yaitu bil lisan, bil hal, fardliyah, fundamental, kultural, atau moderat.

c) Strategi pelaksanaan dakwah

Langkah-langkah pelaksanaan dakwah dibuat secara cermat, tepat, fokus, sesuai dengan pola dakwah yang telah ditentukan agar tujuan dakwah yang telah disepakati bersama dapat tercapai.

#### d) Evaluasi Kegiatan Dakwah

Evaluasi dakwah dilaksanakan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang dilaksanakan sesuai pada perencanaan atau tidak, serta sebagai tolok ukur sejauh mana keberhasilan dakwah dapat dicapai. Evaluasi dakwah dilaksanakan pada saat kegiatan dakwah dan setelah pelaksanaan dakwah, untuk mengetahui kekurangan, hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar kemudian ditemukan perbaikan yang meliputi sisi pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan mendatang.

### D. Televisi

#### 1. Pengertian televisi

Televisi menurut KBBI adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang didengar.

Televisi merupakan audio visual yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak. Dalam perkembangannya sekarang ini, televisi digunakan sebagai media dakwah karena keunggulannya dibandingkan media lain. Dakwah menggunakan media televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti ceramah, *fragmen*, drama dan gelar wicara (Amin, 2007:120).

#### 2. Jenis stasiun penyiaran televisi

Pemancar televisi dibedakan menjadi dua bagian utama, yaitu sistem suara dan sistem gambar yang kemudian akan diubah menjadi gelombang elektromagnetik untuk kemudian dipancarkan ke udara melalui transmitter. Sistem penyiaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui sistem pemancaran di atas tanah (*terrestrial*) dan sistem satelit.

Menurut UU No. 32 tahun 2000 tentang penyiaran, stasiun penyiaran televisi dibagi menjadi empat yaitu :

- a) Stasiun penyiaran publik yaitu lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Lembaga Penyiaran Publik televisi contohnya adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusat penyiarannya berada di ibukota Negara Republik Indonesia. Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Publik berasal dari iuran penyiaran, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, sumbangan masyarakat, siaran iklan dan usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.
- b) Stasiun penyiaran swasta yaitu lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran televisi. Sumber pembiayaan lembaga penyiaran swasta diperoleh dari siaran iklan dan usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Contoh stasiun televisi swasta di Indonesia yaitu SCTV, MNC TV, RCTI dan TRANS7.
- c) Stasiun penyiaran komunitas yaitu lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan komunitas nonpartisan yang keberadaan organisasinya tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional, tidak terkait dengan organisasi terlarang, tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu. Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut. Lembaga Penyiaran Komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah,

sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat. Contoh televisi komunitas di Indonesia adalah Muhammadiyah TV, Aswaja TV, Walisongo TV.

- d) Stasiun penyiaran berlangganan merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggannya. Lembaga penyiaran berlangganan dibagi menjadi tiga yaitu lembaga penyiaran berlangganan melalui satelit, lembaga penyiaran berlangganan melalui kabel dan lembaga penyiaran berlangganan melalui terestrial. Pembiayaan lembaga penyiaran berlangganan berasal dari iuran berlangganan dan usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Contoh lembaga penyiaran berlangganan adalah Indovision, Tranvision, nexmedia.

### **3. Kelebihan dan kekurangan televisi.**

Setiap media memiliki kekurangan dan kelebihan ketika digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi sebagai media massa memiliki kekurangan dan kelebihan. Menurut Badjuri (2010:14), kelebihan televisi diantaranya adalah :

- a) Bersifat dengar pandang

Televisi menampilkan gambar dan suara dimana kemampuan ini tidak dimiliki oleh radio dan media cetak. Seseorang yang menonton televisi secara tidak langsung merasa terlibat dengan kejadian yang ditampilkan di layar kaca televisi.

- b) Menghadirkan realitas sosial

Televisi memiliki kemampuan menghadirkan realitas sosial seolah-olah seperti aslinya. Kemampuan teknologi kamera dalam merekam gambar menjadikan televisi memiliki pengaruh yang kuat pada diri pemirsa.

c) Simultaneous

Kemampuan lain yang dimiliki televisi adalah menyampaikan segala sesuatu secara serempak sehingga mampu menyampaikan informasi kepada khalayak yang tersebar di berbagai daerah dalam waktu yang sama.

d) Memberi rasa intim atau kedekatan

Tayangan program tv secara umum disajikan dengan pendekatan yang persuasif terhadap khalayaknya. Dengan menggunakan sapaan yang memberi kesan dekat dan menggunakan bahasa sehari-hari mampu menciptakan suasana intim kepada pemirsa.

Sedangkan kekurangan yang dimiliki oleh televisi adalah :

a) Kurang berkesinambungan

Secara umum tayangan program televisi jarang memperhatikan aspek kesinambungan antara program satu dengan lainnya. Untuk dapat mengikuti sebuah tayangan televisi, khalayak tidak dipersyaratkan mengikuti program yang ditayangkan sebelumnya.

b) Impersonal

Sifat impersonal televisi membuat proses komunikasi sesungguhnya berlangsung secara tidak alami. Penyaji program sebagai komunikator tidak mengenal khalayak yang diajak bicara dan khalayak sendiri juga tidak saling mengenalnya. Jadi hubungan antara satu dengan lainnya betul-betul impersonal.

c) Biaya tinggi

Meskipun teknologi komunikasi mampu menyederhanakan perangkat kerja produksi televisi, namun biaya yang harus dikeluarkan Oleh sebuah stasiun televisi sangat besar seperti biaya produksi program, gaji karyawan dan membeli alat alat produksi siaran.

#### 4. Televisi digital

Penyiaran TV digital dapat didefinisikan sebagai pengambilan atau penyimpanan gambar dan suara secara digital, yang pemrosesannya (encoding-multiplexing) termasuk proses transmisi, dilakukan secara digital dan kemudian setelah melalui proses pengiriman melalui udara, proses penerimaan (*receiving*) pada pesawat penerima, baik penerimaan tetap di rumah (*fixedreception*) maupun yang bergerak (*mobile reception*) dilakukan secara digital pula.

Pada sistem siaran televisi digital, sumber (audio dan video sebagai hasil dari proses yang dilakukan di studio) dikodekan menjadi data digital sesuai standar yang digunakan untuk dijadikan program TV yang akan disiarkan. Selanjutnya apabila ada beberapa program, maka program-program tersebut di-multiplex untuk bisa disiarkan melalui pemancar menggunakan kanal yang tersedia. Dengan menggunakan multiplex 1 kanal bisa digunakan bersamaan sesuai dengan jumlah program yang akan disiarkan, dan data yang keluar dari blok multiplex ini merupakan data digital. Selanjutnya di bagian modulator data tersebut dimodulasi secara digital sehingga sinyal yang keluar dari pemancar merupakan sinyal yang termodulasi secara digital. Pada siaran televisi analog, sinyal video komposit dipancarkan sebagai sinyal AM dan sinyal audionya dipancarkan sebagai sinyal FM yang keduanya merupakan sinyal termodulasi analog.

Dibandingkan dengan sinyal televisi analog, kelebihan sinyal digital terletak pada ketahanannya terhadap derau dan kemudahannya untuk diperbaiki (*recovery*) pada bagian penerimanya dengan suatu kode koreksi kesalahan (*error correction code*). Keuntungan lainnya adalah pada konsumsi *bandwidth* yang lebih efisien serta efek interferensi yang lebih rendah dan penggunaan sistem OFDM (*Orthogonal Frequency Division Multiplexing*) yang tangguh dalam mengatasi efek lintas jamak. Pada sistem penyiaran televisi analog, efek lintasan jamak ini akan menimbulkan *echo*



yang mengakibatkan munculnya gambar ganda yang sangat mengganggu kenikmatan menonton.

Penyiaran televisi digital bisa dioperasikan dengan daya yang rendah serta menghasilkan kualitas gambar dan warna yang jauh lebih bagus daripada penyiaran televisi analog. Dari segi layanan, sistem penyiaran TV digital mampu meningkatkan kualitas siaran, di samping memberikan lebih banyak pilihan program kepada pemirsa, serta memungkinkan konvergensi dengan berbagai media seperti media internet, media telepon seluler, dan PDA. Pada sisi aplikasi, siaran TV digital memberikan fleksibilitas aplikasi interaktif sehingga akan sangat mendukung kebutuhan interaksi antara penyedia jasa program dengan dengan penggunaannya baik yang bersifat komersial, seperti *interactive advertisement*, *tele-news*, *tele-banking*, *tele-shopping*, maupun nonkomersial seperti *tele-education*, *tele-working* dan *tele-traffic* (Haryy dkk, 2007:9).

## **E. Program Siaran Televisi**

### **1. Pengertian program siaran**

Menurut Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), bab ketentuan umum pasal 1 ayat 5 program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Program siaran juga dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran.

Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya apakah jenis hiburan, informasi, iptek, dan berita. Slot waktu masing masing

program ini dirancang sesuai dengan tema program itu. Sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya (Djamal dkk, 2013:150).

## **2. Jenis program siaran**

Jenis program siaran televisi umumnya dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok besar yaitu hiburan, informasi dan berita. Terdapat juga klasifikasi jenis program tersebut hanya dua kelompok besar yaitu program acara karya artistik dan karya jurnalistik. Menurut Naratama (2004:22), Jenis program itu dapat disebutkan sifat proses produksi dan jenisnya sebagai berikut :

### **a) Program Karya Artistik**

Sumber konten berasal dari ide gagasan dari perorangan maupun tim kreatif. Proses produksi mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan awal. Jenis program seperti drama atau sinetron, musik, komedi, kuis, informasi (Iptek, pendidikan, pembangunan, kebudayaan, flora fauna, sejarah atau dokumenter) dan informasi apa saja yang bersifat non politis.

### **b) Program Karya Jurnalistik**

Sumber konten berasal dari masalah hangat (peristiwa atau pendapat). Proses produksi mengutamakan kecepatan dan kebenaran. Jenis program seperti berita aktual (siaran berita), berita non aktual (feature), penjelasan tentang masalah hangat (monolog, panel diskusi, current affairs).

Menurut Naratama (2004:24), Klasifikasi jenis program diatas bukanlah sesuatu yang baku, sehingga masih dapat diperinci lagi tergantung pada pilihan dalam programming yaitu pertimbangan aspek penekanan atau fokus pada satu atau beberapa topik tertentu. Sehingga pada program jenis karya artistik antara jenis hiburan dan informasi masiah dipisahkan. Contohnya salah satu di stasiun TV di Indonesia membagi jenis programnya menjadi enam pokok program yaitu:

- a) *Series* : sinetron , The Oprah Winfrey, Mr. Bean.
- b) *Movie* : film layar lebar.
- c) *Entertainment* : hiburan ringan seperti *extravaganza*.
- d) *Hard news* : reportase berita.
- e) *Soft news* : berbagai macam wisata.
- f) *Religious* : berbagai pembahasan agama.

### 3. Strategi Program

Departemen program dan manajer program stasiun memiliki peranan yang penting mengenai keberhasilan stasiun penyiaran. Dalam membuat dan menyiarkan program siaran, strategi program perlu disusun dengan matang agar tujuan yang diinginkan tercapai. Menurut Morissan (2015:274), strategi program siaran tersebut terdiri dari :

#### a) Perencanaan program

Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu. Pengelola program stasiun televisi harus mengarahkan programnya kepada segmen audien tertentu yang tersedia pada waktu siaran tertentu. Perencanaan program meliputi:

##### 1) Analisis dan strategi program

Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada pasar penonton. Setiap media penyiaran ingin program siarannya diminati pasar harus memiliki suatu rencana pemasaran strategis yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang ada. Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisis situasi (peluang dan kompetitif).

## 2) Bauran program

Bauran pemasaran (*product, place, promotion, price*) dapat diterapkan ke dalam strategi program media penyiaran sehingga menjadi bauran pemasaran program atau bauran program yang terdiri dari elemen produk program, harga program, distribusi program dan promosi program.

## 3) Membuat perencanaan

Strategi program siaran akan berhasil mencapai tujuan jika direncanakan dengan matang. Membuat perencanaan program harus benar-benar memerhatikan alokasi waktu yang tersedia dan materi siaran dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

## 4) Tujuan program

Keberhasilan strategi program siaran diukur dengan pencapaian atas tujuan yang telah disepakati oleh media penyiaran tersebut. Pada umumnya tujuan penayangan program oleh stasiun penyiaran adalah mendapatkan pemirsa sebanyak mungkin dan rating yang tinggi.

## 5) Faktor program

Stasiun atau media penyiaran harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam merencanakan program yang akan disiarkannya, diantaranya faktor persaingan, ketersediaan pemirsa, kebiasaan pemirsa, aliran, ketertarikan pemirsa pengiklan, anggaran dan ketersediaan program.

## 6) Sumber program

Stasiun penyiaran harus memiliki banyak persediaan program siaran untuk ditayangkan setiap waktu. Untuk itu, stasiun penyiaran memiliki beberapa sumber untuk mendapatkan program siaran diantaranya produksi sendiri, kerjasama dengan stasiun lokal, membeli di production house, bekerjasama dengan perusahaan film atau sindikasi.

## b) Produksi dan pembelian program

Setelah rencana program disusun, Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program tersebut dengan cara memproduksi sendiri atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Kapan suatu program sebaiknya diproduksi sendiri oleh stasiun penyiaran dan kapan sebaiknya program siaran didapat dari sumber lain biasanya tergantung oleh stasiun penyiaran itu sendiri. Jika dilihat asal mula program televisi, ditinjau dari siapa yang memproduksi program, maka dapat dibagi menjadi dua yaitu pertama, program yang dibuat sendiri (*in house production*) seperti berita, *infotainment*, gelar wicara, *feature* dan lain lain. Kedua, program yang dibuat pihak lain seperti film, sinetron, video klip musik dan lain lain. Produksi dan pembelian program (Morissan,2015:278), meliputi:

### 1) Manajer produksi

Manajer produksi bertanggung jawab terhadap sejumlah pekerjaan diantaranya memproduksi program lokal, mengawasi pemain serta personalia produksi, melakukan penjadwalan program siaran dan mengawasi seluruh isi program yang ditayangkan.

### 2) Organisasi departemen produksi

Organisasi departemen produksi televisi merupakan kumpulan orang yang bertanggung jawab dalam produksi sebuah program siaran, seperti produser, sutradara *Director of photography*, penulis *script*, pengarah program, kameramen, dan lain lain.

### 3) Pembelian program

Pembelian sebuah program siaran biasanya dikarenakan stasiun televisi tidak mampu memproduksi sendiri atau biaya yang digunakan untuk membeli program siaran lebih murah dibandingkan memproduksi sendiri. Membeli sebuah program siaran merupakan salah satu strategi untuk memenuhi kebutuhan jam tayang televisi.

#### 4) Kalkulasi program

Stasiun televisi yang akan membeli atau memproduksi sebuah program siaran harus memperhitungkan antara pemasukan yang mungkin diperoleh dan biaya pengeluaran yang digunakan untuk membeli atau memproduksi program siaran.

#### 5) Bagian akusisi

Bagian akusisi merupakan bagian dalam departemen program yang bertanggung jawab dalam membeli atau menyewa program siaran untuk memenuhi kebutuhan jam tayang stasiun televisi.

#### c) Eksekusi program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian *traffic* dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi kepada manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program bersangkutan. Menurut Morissan (2015:280), Strategi penayangan program siaran yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata berbagai program yang akan ditayangkan. Eksekusi program, meliputi:

##### 1) Pembagian waktu siaran

Pembagian waktu siaran biasanya berdasarkan perilaku penonton yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan kebiasaan menonton televisi. Seorang programmer harus jeli kapan sebaiknya sebuah program siaran tayang di waktu yang tepat.

##### 2) Strategi penayangan

Prinsip dasar yang harus diketahui oleh bagian program dalam mengelola program siaran adalah setiap menit dalam setiap hari waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Program siaran tidak hanya bersaing dengan program siaran lainnya, tetapi juga dengan media penyiaran lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut.

### 3) Program dini hari

Program dinihari adalah program yang ditayangkan pada waktu dini hari. Biasanya program siaran dini hari berupa siaran berita terakhir, film-film yang tidak mampu bersaing di jam tayang *prime time*, siaran ulang dan lain-lain.

### 4) Program Ramadhan

Program ramadhan adalah program siaran yang khusus ditayangkan pada bulan puasa. Biasanya program ramadhan kebanyakan isi programnya bertemakan religi.

### d) Pengawasan dan evaluasi program

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah langkah perbaikan.

### e) Keberhasilan program

Kesulitan utama bagi pengelola program adalah memastikan apakah suatu program akan sukses ketika ditayangkan. Hingga saat ini belum ada formula yang dapat digunakan untuk memperkirakan suatu program yang dibuat akan sukses ketika suatu saat ditayangkan. Namun demikian, ada beberapa kualitas yang harus dimiliki agar program siaran tersebut berhasil mencapai target dan tujuan.

Menurut Wibowo (2007) terdapat empat hal yang harus diperhatikan oleh manajemen stasiun televisi dalam menyiapkan program siaran yaitu:

#### a) Pola program siaran

Sebelum penata program menyusun acara siaran, terlebih dahulu harus menyiapkan pola siaran. Pemrogram akan mengumpulkan dan menyiapkan terlebih dahulu segala informasi yang diperlukan seperti

kebijakan siaran dari pimpinan stasiun televisi, persoalan sosial budaya yang sedang berkembang ditengah masyarakat, jangkauan siaran, hasil pendapatan penonton, pemasok-pemasok program dan analisis bahan siaran yang mengacu pada kebijakan umum televisi.

b) Arahan pola program siaran

Program siaran agar berjalan sesuai rencana dibutuhkan wawasan arahan penyiaran program. Dari arahan tersebut diharapkan akan memperkuat posisi stasiun televisi yang bersangkutan. Ada empat pedoman arahan penyiaran televisi yaitu:

- 1) Penyiaran televisi diharapkan dapat menyatukan dan menyalurkan pendapat umum yang membangun kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara.
- 2) Dapat meningkatkan keimanan, ketaqwaan, dan kecerdasan kehidupan bangsa.
- 3) Mengembangkan dan melestarikan nilai-nilai budaya.
- 4) Dapat mencegah pengaruh buruk terhadap tata nilai kehidupan bangsa Indonesia yang beraneka ragam.

c) Perubahan pola program siaran

Pola program siaran dapat diubah sesuai keadaan. Karena perubahan program siaran yang sering dilakukan dapat mengurangi simpati penonton. Penonton bisa menilai bahwa stasiun televisi tersebut tidak profesional, dan bisa berakibat penonton meninggalkan saluran acara tersebut untuk berpindah ke saluran televisi lain.

d) Sistem penempatan program siaran

- 1) Program tahunan, perencanaan program tahunan berpijak pada tahun berlakunya manajemen stasiun televisi yang bersangkutan.
- 2) Program pekanan atau mingguan adalah susunan program siaran dalam setiap minggunya.
- 3) Program harian, penyusunan program harian didasarkan pada beberapa banyak bahan siaran yang sudah jadi, bisa pula bahan siaran harus diproduksi terlebih dahulu.



## BAB III

### GAMBARAN UMUM TV MUI DAN STRATEGI DAKWAHNYA

#### A. Profil TV MUI

##### 1. Latar belakang berdirinya TV MUI

Berdirinya TV MUI dilatarbelakangi oleh semakin maraknya media televisi di Indonesia yang mempengaruhi kehidupan berbangsa dan menjadi sebuah *trend setter* baik positif maupun negatif. Hal tersebut membuat MUI bertekad mendirikan TV MUI agar umat Islam tidak hanya menjadi penonton, melainkan memanfaatkan televisi untuk dakwah. MUI menyadari bahwa sebagian informasi dari MUI kepada masyarakat belum sampai secara maksimal dan televisi adalah teknologi yang paling efektif untuk digunakan. Untuk merespon hal tersebut, Majelis Ulama Indonesia melalui Komisi Informasi dan Komunikasi bekerjasama dengan Stasiun TV Swasta nasional SCTV, Trans corp dan Telkom segera membentuk tim untuk menyiapkan infrastruktur penyiaran meliputi perangkat keras maupun perangkat lunak.

TV MUI dibentuk pada tahun 1436 H/ 2014 M pada masa kepemimpinan Prof. DR. Din Syamsudin. TV MUI adalah sebuah stasiun televisi komunitas (organisasi masyarakat) yang mulai mengudara melalui internet pada tahun 2012 dan resmi diluncurkan di satelit Telkom-1 pada 25 Oktober 2014. Pada tahun 2017, TV MUI berpindah ke satelit Telkom-3S, dikarenakan adanya satelit Telkom-1 yang rusak pada tanggal 25 Agustus 2017. Keunggulan penggunaan internet dan satelit dalam penyiaran adalah jangkauan siarannya seluruh dunia.

TV MUI memulai siaran pukul 05.00 sampai jam 21.00 WIB. Mayoritas program siaran di TV MUI adalah bermuatan pesan pesan dakwah. TV MUI bisa diakses menggunakan sistem siaran satelit Telkom-3S yaitu pada derajat 118.0 bujur timur, frekuensi 3574 MHz, symbol rate

3000 kbps dan dapat disaksikan melalui streaming [www.tvmui.com](http://www.tvmui.com), official youtube TV MUI atau di [www.useetv.com](http://www.useetv.com) SMV FreeSat TV.

Sumber dana untuk operasional TV MUI berasal dari anggaran MUI. TV MUI tidak memiliki pendapatan dari iklan TV karena memang tidak membuka slot untuk iklan. Kondisi tersebut membuat TV MUI tidak bisa leluasa memproduksi banyak program siaran dakwah karena untuk memproduksi sebuah program siaran membutuhkan sumber daya yang cukup besar.

## **2. Visi misi, slogan dan tujuan TV MUI**

Setiap lembaga atau organisasi pasti memiliki visi misi. Tanpa visi dan misi yang jelas, lembaga atau organisasi tersebut sulit mewujudkan cita cita maupun tujuan yang telah disusun. TV MUI sebagai lembaga penyiaran dakwah memiliki visi dan misi sebagai berikut :

### a) Visi

TV MUI memiliki visi berpartisipasi dalam proses mencerdaskan kehidupan bangsa melalui media televisi.

### b) Misi

TV MUI memiliki misi sebagai berikut :

- 1) Mensosialisasikan program kerja atau produk MUI.
- 2) Memberikan pencerahan kepada umat dalam memahami ajaran agama Islam.

### c) Slogan TV MUI

TV MUI memiliki slogan "Berkhidmat Bagi Bangsa".

### d) Tujuan

Tujuan didirikannya TV MUI adalah menjadi sarana dakwah yang sejati dan mencerahkan kehidupan melalui televisi.

### 3. Studio TV MUI

TV MUI memiliki satu studio yang dibagi menjadi 3 ruangan. Satu ruangan untuk shooting atau live acara, satu ruangan untuk kegiatan administrasi dan satu ruangan untuk control room.

Gambar 1. Studio Shooting TV MUI



Gambar 2. Ruang editing



Gambar 3. *Control room* TV MUI



## **B. Program Siaran di TV MUI**

### **1. Menuju Hidayah**

Program siaran Menuju Hidayah merupakan program berformat film dokumenter tentang kehidupan seorang muallaf. Film tersebut menceritakan alasan seseorang meninggalkan agama yang dianutnya dan akhirnya memilih masuk Islam. Program siaran ini tidak diproduksi sendiri oleh TV MUI, melainkan bekerjasama dengan *production house* lain.

### **2. Bincang Fatwa**

Program siaran Fatwa merupakan program berformat gelar wicara. Program siaran tersebut membahas masalah fatwa yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia. Contohnya fatwa tentang jual beli online program ini diproduksi sendiri oleh TV MUI bekerjasama dengan Komisi Fatwa MUI. Tujuan program siaran ini adalah menjelaskan alasan fatwa tersebut dibuat, sehingga masyarakat tidak kebingungan hingga menimbulkan kegaduhan dengan fatwa tersebut.

### **3. Bincang Ekonomi**

Program siaran Bincang Ekonomi merupakan program yang berformat gelar wicara. Program siaran tersebut membahas masalah Ekonomi. Contohnya ekonomi digital. Program siaran ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

### **4. Dialog Umum**

Program siaran Dialog Umum merupakan program dengan format gelar wicara. Program siaran tersebut membahas isu-isu yang sedang diperbincangkan di masyarakat. Program ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

### **5. Nagham Religi**

Program siaran Nagham Religi merupakan program yang berformat musik video . lagu lagu yang ditayangkan berupa lagu religi atau qasidah. Contoh lagunya Opick dan grup musik Nasida Ria.

#### 6. Fiqih Muamalah

Program siaran Fiqih Muamalah merupakan program berformat gelar wicara. Program ini membahas masalah yang berkaitan dengan fiqih muamalah. Contohnya tentang harta dalam perspektif Islam. Program Fiqih Muamalah diproduksi sendiri oleh TV MUI bekerjasama dengan komisi yang ada di MUI.

#### 7. Nagham Tilawah

Program siaran Nagham Tilawah Merupakan program yang berformat *live demo*. Program ini yang menayangkan video berupa cara membaca Al-Qur'an dengan berbagai nagham. Program ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 8. Panduan Ibadah

Program siaran Panduan Ibadah merupakan program dengan format *live demo*. Program ini yang menayangkan video berupa cara beribadah dalam suatu keadaan atau kasus. Contohnya tata cara sholat bagi tenaga medis ditengah pandemi. Program siaran ini diproduksi oleh TV MUI sendiri.

#### 9. Kajian Kitab

Program siaran Kajian Kitab merupakan program siaran yang berformat monolog. Program ini membahas tentang kitab kitab yang dikarang oleh ulama besar terdahulu. Contohnya kitab *Riyadhus Shalihin* karangan Imam Nawawi. Pengkaji kitab dalam program siaran ini adalah K.H.Ahmad Kosasih. Program Kajian Kitab diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 10. Film Santri

Program siaran Film santri merupakan program berformat film pendek yang menayangkan kehidupan para santri di pondok pesantren. Program siaran ini diproduksi oleh pesantren, madrasah atau *production house* yang bekerjasama dengan TV MUI.

#### 11. Hidup Halal

Program siaran Hidup Halal merupakan program dengan format gelar wicara. Program ini membahas tentang sertifikasi produk halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Contohnya bagaimana prosedur sertifikasi halal restoran. Program ini diproduksi oleh TV MUI bekerjasama dengan LPPOM.

#### 12. Mimbar

Program siaran Mimbar merupakan program dengan format ceramah. Tema-tema ceramah di program Mimbar tentang ajaran agama Islam sangat beragam. Program ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 13. Suara Komisi

Program siaran Suara Komisi merupakan program dengan format *news*. Program ini berisi tentang informasi seputar kegiatan Komisi di Majelis Ulama Indonesia. Program Suara Komisi diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 14. Kajian Hadist

Program siaran Kajian Hadist merupakan program siaran yang berformat monolog. Program ini membahas tentang macam-macam hadist. Program Kajian Kitab diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 15. Sejarah Islam

Program siaran Sejarah Islam merupakan Program dengan format film dokumenter. Program ini berisi tentang sejarah Islam. Program Ini diproduksi pihak lain dan TV MUI diberikan hak siar untuk menayangkan program tersebut.

#### 16. Umat Bertanya MUI Menjawab

Program Umat Bertanya MUI Menjawab merupakan program dengan format dialog interaktif. Program ini membahas isu- isu aktual yang terjadi di tengah kehidupan masyarakat. Contohnya tentang wisata syariah, polemik Netflix. Program ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 17. Akhbar

Program siaran Akhbar merupakan Program dengan format *news* yang berisi berita-berita aktual tentang MUI seperti acara seminar, kegiatan internal maupun external dan kegiatan keagamaan oleh organisasi atau lembaga yang bekerjasama dengan TV MUI.

#### 18. Kalam Ilahi

Program siaran Kalam Ilahi merupakan program yang berformat video pendek. Program ini yang menayangkan video berupa murrotal Al-Qur'an oleh Qori terkenal seperti Syech Mishary Rashid Al-Afasy.

#### 19. Khazanah

Program siaran Khazanah merupakan program dengan format feature. Program siaran ini membahas tema yang berkaitan dengan keislaman. Contohnya seperti mencari Islam untuk semua (*Islam rahmatan lila'lamin*). Program ini sendiri sumbangan dari Trans TV selaku pemilik program Khazanah.

#### 20. Kata Ulama

Program siaran Kata Ulama merupakan program siaran dengan format Ceramah singkat. Program ini berisi tentang pesan-pesan keislaman yang mudah dipahami. Program siaran ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

#### 21. Kultum

Program siaran Kultum merupakan program dengan format ceramah. Hampir sama dengan program siaran Kata Ulama. Program siaran ini berisi tentang ajaran agama Islam. Program Kultum diproduksi sendiri oleh TV MUI bekerjasama dengan Komisi yang ada di MU

#### 22. Ngopi

Program Siaran Ngopi (Ngobrol Pintar) merupakan program siaran dengan format ngobrol santai dengan memanfaatkan aplikasi *video conference*. Program siaran ini berisi tentang isu-isu yang sedang trend di tengah masyarakat. Program siaran ini diproduksi sendiri oleh TV MUI.

### C. Jadwal Program Siaran TV MUI

Setiap stasiun televisi memiliki *rundown* jadwal siaran dalam jangka harian, mingguan bahkan bulanan. Jadwal program siaran disusun agar dalam menayangkan program siaran lebih teratur dan memudahkan pemirsa dalam mengingat program tersebut kapan tayang. TV MUI sendiri memiliki jadwal program siaran yang disusun untuk selama enam bulan atau jadwal per satu semester. Berikut jadwal program siaran TV MUI selama satu semester januari sampai juni 2020 :

Waktu: WIB	Nama Program	Jenis Program	Keterangan
03:00:00:00	000 Coulor Bar	-	
04:58:17:03	001 Indonesia Raya	-	
05:00:00:00	002 Pembuka Siaran Ketum MUI	-	
05:30:00:00	003 Mimbar	Ceramah	
06:00:00:00	016 Kajian Kitab	Monolog	
06:30:00:00	023 Sejarah Islam	Feature	
07:00:00:00	005 Akhbar	News	
07:30:00:00	028 Menuju Hidayah	Drama / film	
08:00:00:00	009 Dialog Umum	Gelar wicara	
08:30:00:00	008 Hidup Halal	Gelar wicara	
09:00:00:00	004 Nagham Religi	Video Musik	
09:30:00:00	024 Fiqih Muamalah	Gelar wicara	
10:00:00:00	010 Kalam Ilahi	-	
10:30:00:00	036 Orang Kajang		
11:30:00:00	006 Sakinah		
12:00:00:00	018 Kajian Hadits	Monolog	
12:30:00:00	005 Akhbar	Berita	
13:00:00:00	007 Bincang Fatwa	dialog	



13:30:00:00	014 Nagham Tilawah	Demo atau Tutorial	
14:00:00:00	013 Halaqoh		
14:30:00:00	005 Akhbar	News/Berita	
15:00:00:00	019 Kultum	Ceramah	
15:30:00:00	029 Film Santri	Film	
16:00:00:00	036 Orang Kajang2		
16:30:00:00	020 Suara Komisi	News	
17:00:00:00	016 Kajian Kitab	Monolog	
17:30:00:00	030 Dakwah Wasatiah	Road Show	
18:00:00:00	038 Kampung Halaman	-	
18:30:00:00	018 Kajian Hadits	Monolog	
19:00:00:00	014 Nagham Tilawah	Tutorial	
19:30:00:00	003 Mimbar	Monolog	
19:58:00:00	031 Sekian	-	
20:00:00:00	000 Colourbar_		Durasi 30" X 4 = 2 Jam

Menurut hasil wawancara pada 18 Juli 2020 dengan manajer produksi Progran *non-news* TV MUI, penempatan program mana yang disiarkan di waktu *prime time* maupun *reguler time* disusun secara acak karena program di TV MUI penting semua.

"Untuk pembagian waktu *prime time* maupun *reguler time* kita belum menetapkan secara pasti karena kita menganggap semua program acara penting dan ditunggu masyarakat. hanya memang pengelompokan di pagi ada acara akhbar tentang aktivitas MUI karena banyak masalah yang muncul kemudian ditanyakan MUI atau juga produk MUI yang dikeluarkan masing-masing komisi di MUI. Selebihnya tentang fatwa gelar wicara dan sebagainya".

## **D. Strategi dan Hambatan Dakwah TV MUI Melalui Program Siaran**

### **1. Strategi dakwah**

TV MUI sebagai stasiun televisi dakwah memiliki strategi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui program siarannya. Strategi dakwah diperlukan agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Berikut strategi dakwah TV MUI :

#### **a) Menayangkan program siaran dakwah dengan berbagai format siaran**

Jenis program siaran dapat dibagi menjadi tiga kelompok besar yaitu hiburan, informasi, dan berita. Dari ketiga jenis tersebut dapat diperinci menjadi jenis-jenis program yang lebih spesifik dengan nama yang bervariasi. Dengan membuat berbagai jenis program siaran, TV MUI dapat menarik perhatian pemirsa sebanyak mungkin.

Morissan (2005: 135-145) menyebutkan bahwa program yang sukses menarik perhatian penonton memiliki elemen berikut:

##### **1) Konflik**

konflik yaitu adanya benturan kepentingan atau benturan karakter diantara tokoh-tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik maka kecil kemungkinan program itu akan mampu menahan perhatian pemirsa.

##### **2) Durasi**

Suatu program siaran yang berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin. Banyak drama seri yang mampu bertahan selama bertahun-tahun di televisi. Namun demikian banyak pula program yang tidak dapat bertahan lama karena sulit menemukan ide cerita yang segar tanpa harus mengulang dari yang sudah ada sebelumnya.

### 3) Kesukaan

Menurut Vane-Gross, “*Viewers tune to people they like and with whom they feel comfortable*” (penonton bertahan dengan orang yang mereka sukai atau dengan mereka yang membuatnya merasa nyaman). Ada kalanya orang menyukai suatu program bukan karena isinya namun lebih tertarik kepada penampilan pembaca berita atau pembawa acaranya.

### 4) Konsistensi

Suatu program harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain yang dibawanya sejak awal. Tidak boleh terjadi pembelokan atau penyimpangan tema atau karakter di tengah jalan yang akan membuat audiens bingung dan pada akhirnya meninggalkan program tersebut.

### 5) Energi

Vane-Gross mendefinisikan energi sebagai “*the quality that infuses a sense of pace and excitement into a show. It is the charging of the screen with the pictures that won't let the viewer turn away*” (kualitas yang menekankan pada kecepatan dan semangat ke dalam cerita dengan menyajikan gambar-gambar yang tidak bisa ditinggalkan oleh penonton). Berdasarkan definisi tersebut, maka suatu program yang memiliki energi harus memiliki tiga hal yaitu kecepatan cerita, daya tarik dan gambar yang kuat.

### 6) *Timing*

Vane-Gross menilai persoalan *timing* ini sangat penting, “*for a program to work it must be in harmony with the times. Too far behind and the audience will dismiss it as outmoded; too far in front and viewers will rebel against it*” (agar suatu program dapat berhasil maka program itu haruslah harmonis dengan waktu. Program yang terlalu ketinggalan zaman akan ditinggalkan penonton, namun jika terlalu maju, penonton akan melawannya).

## 7) Tren

Program yang sejalan dengan tren yang berkembang akan lebih menjamin keberhasilan, sebaliknya program yang tidak seirama dengan tren besar kemungkinan akan gagal. Tetapi menurut Vane-Gross, mengikuti tren bukanlah faktor yang sangat penting bagi sebuah program dalam menentukan keberhasilan.

Program siaran dakwah yang dibuat dengan berbagai format akan membuat masyarakat lebih tertarik dengan TV MUI dan tidak mudah bosan atau monoton dengan program ceramah. Hal tersebut menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI di studio TV MUI pada 18 Juli 2020.

"Masyarakat sekarang tidak ingin diceramahi, sehingga dakwah yang dilakukan TV MUI melalui berbagai cara salah satunya budaya kesenian musik islami, drama atau film pendek dengan muatan dakwah. Kita pernah menyelenggarakan lomba film santri dan temanya dakwah. Selain itu mengadakan dialog-dialog topik tertentu dengan para ulama yang masyarakat perlu memahami dengan jelas".

TV MUI memiliki 22 Program siaran lebih dengan berbagai macam format siaran seperti Hidup Halal dan Dialog Umum berformat gelar wicara, Bincang Fatwa yang berformat Dialog interaktif, Nagham Religi yang berformat musik video, Akhbar yang berformat *news*, dan Film Santri maupun Menuju Hidayah yang berformat Film.

### **b) Membuat program dakwah unggulan**

Majelis Ulama Indonesia merupakan salah satu organisasi yang memiliki wewenang membuat fatwa dan mengeluarkan sertifikat halal sebuah produk. Untuk mensosialisasikan tentang fatwa dan halal dari MUI, TV MUI bekerjasama dengan Komisi Fatwa dan LPPOM MUI membuat program siaran dakwah unggulan. Program unggulan yang dimaksud adalah program utama yang menjadi andalan TV MUI dalam menarik perhatian pemirsa.

Program dakwah unggulan TV MUI contohnya adalah Bincang Fatwa dan Hidup Halal. Keunggulan program siaran ini dibandingkan dengan program lainnya adalah tema yang diangkat dan tidak ada stasiun televisi lain yang khusus membahas tentang fatwa dan halal. Selain tema yang diangkat, narasumber di kedua program siaran tersebut adalah orang-orang yang berkompeten dibidangnya.

Menurut hasil dari wawancara dengan direktur program *non-news* TV MUI pada bulan Juli 2020, Program yang populer dan diminati masyarakat yaitu program yang berkaitan dengan fatwa dan halal.

"TVMUI adalah televisi informatif dan mencerdaskan. Banyak sekali informasi yang diproduksi oleh MUI sendiri contoh fatwa MUI yang ditunggu oleh masyarakat, jadi program fatwa ini sangat diminati. Selain itu produk MUI, misalnya produk halal ini juga menjadi program unggulan karena masyarakat ingin tahu mana produk yang sudah bersertifikat halal".

**c) Memilih narasumber (*da'i*) yang berkompeten dalam setiap program siaran dakwah**

Seorang *da'i* harus memiliki kompetensi yaitu seperangkat pengetahuan, perilaku dan keterampilan yang harus dimiliki *da'i* dalam berdakwah. Menurut Mulkhan (1996: 64), kompetensi *da'i* dapat dibedakan menjadi dua yaitu kompetensi substantif dan kompetensi metodologis.

Kompetensi substantif adalah kompetensi dasar yang harus dimiliki *da'i*. Secara garis besar kompetensi substantif bagi *da'i* diantaranya memiliki pemahaman keislaman yang cukup, memiliki pengetahuan umum yang memadai, memahami hakikat dakwah, memahami setting sosial-budaya mad'u, berakhlak mulia, memiliki sifat kasih sayang pada mad'u dan memiliki sifat ikhlas.

Sedangkan kompetensi metodologis adalah kemampuan dalam membuat perencanaan dakwah sekaligus mampu melaksanakan perencanaan tersebut. Kompetensi metodologis diantaranya mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, mampu mencari

dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif objek dakwah, serta kondisi lingkungannya dan berdasarkan informasi yang diperoleh, *da'i* harus mampu menyusun langkah perencanaan kegiatan dakwah sesuai dengan pemecahan permasalahan yang ada.

Ada fenomena program siaran dakwah yang selama ini tayang di televisi swasta nasional diisi oleh *da'i* yang tidak berkompeten dibidangnya, sehingga menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat. Terkait fenomena tersebut, TV MUI menjadi pembeda dengan televisi lainnya.

Menurut hasil wawancara dengan sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI pada 18 Juli 2020, manajemen TV MUI memastikan bahwa *da'i* yang menjadi narasumber dalam program siarannya adalah orang yang berkompeten dalam bidangnya. Contohnya narasumber dalam program siaran Bincang Fatwa. Dai yang menjadi narasumber adalah anggota Komisi Fatwa di Majelis Ulama Indonesia, program siaran Hidup Halal narasumbernya adalah anggota LPPOM MUI.

"Itulah keunggulan TV MUI dibandingkan dengan televisi lainnya yaitu memunculkan narasumber narasumber yang berkompeten dibidang ilmu agama. Fatwa fatwa MUI menjadi acuan dan tuntunan umat yang dirumuskan oleh ahli agama di MUI dan digunakan untuk mengawal umat dari sisi aqidah maupun syariah".

#### **d) Berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memproduksi program siaran**

Program siaran yang ada di TV MUI tidak semuanya diproduksi sendiri. Untuk tetap memberikan tayangan yang mendidik dan berkualitas kepada masyarakat, TV MUI melakukan kerjasama dengan berbagai pihak seperti lembaga masyarakat, kementerian, pondok pesantren dan stasiun televisi lain untuk membuat program siaran atau memberikan hak siarnya kepada TV MUI.

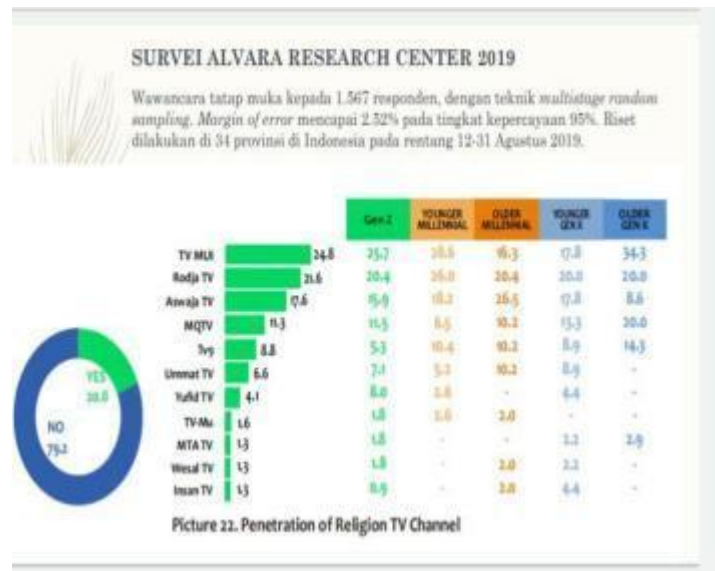
Menurut hasil wawancara dengan direktur program *non-news* TV MUI pada 18 Juli 2020, program siaran di TV MUI tidak semua diproduksi sendiri, ada beberapa program hasil kerjasama dengan berbagai pihak.

"Karena ini produk dakwah, cakupannya luas, jadi ada yang di produksi sendiri, seperti tausyiah, kultum , gelar wicara dan selebihnya kita bekerjasama dengan pihak lain karena kita keterbatasan SDM namun tetap memperhatikan visi misinya MUI. Karena kita lebih banyak membuat tayangan informasi berupa gelar wicara dan kultum, jadi prosentasenya 80 persen program buatan sendiri dan 20 persen bekerjasama dengan pihak lain". (wawancara dengan direktur program non news TV MUI).

Kerjasama TV MUI diantaranya adalah bekerjasama dengan BNPB mensosialisasikan bagaimana tata cara ibadah (sholat) pada masa pandemi Covid-19 bagi tenaga medis saat mereka bekerja, bekerjasama dengan Transcorp dalam bentuk hak siar program Khazanah, bekerjasama dengan TVRI membuat program khusus bulan puasa yaitu Syiar Ramadhan, bekerjasama dengan kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan untuk mensosialisasikan pentingnya kesehatan dan menjaga lingkungan melalui program siaran dan bekerjasama dengan pondok pesantren dalam bentuk hak siar menayangkan film santri.

Dalam laporan Indonesia *Moslem Report* 2019, survei yang dilakukan lembaga Alfara Research pada 12-31 tahun 2019 dengan metode wawancara tatap muka kepada 1.567 responden di 34 provinsi yang diambil dengan teknik *multistage random sampling*, *Margin of error* 2,52% dan tingkat kepercayaan 95% , TV MUI menjadi televisi keislaman yang paling sering diakses oleh umat Islam, menyusul Rodja TV, Aswaja TV, MQTV dan TV9.

Gambar 4. Survei Alvara Research tentang stasiun TV 2019



Hasil survei tersebut juga menunjukkan, dari penonton televisi keislaman, yang menonton TV MUI sebanyak 24.8%, Rodja TV 21.6%, AswajaTV 17.6%, MQTV 11.3% dan TV9 8.8%. Penonton TV MUI mayoritas adalah Older Gen X, disusul generasi Z dan millennial muda.

TV MUI sebagai media dakwah terus berupaya menjadi televisi yang mampu mengikuti perkembangan teknologi khususnya dibidang media dakwah. Persaingan dengan media lain dalam menayangkan konten dakwah dan mengimbangi konten program siaranyang tidak mendidik kedepannya akan semakin ketat dan berat. Dibutuhkan strategi yang tepat agar TV MUI tetap eksis menjadi media dakwah yang disegani masyarakat. Untuk menjawab tantangan tersebut, TV MUI kedepannya memiliki srategi memanfaatkan semua platform media sosial dalam mendistribusikan program siarannya.



Menurut hasil wawancara dengan General Manager TV MUI pada 18 Juli 2020, TV MUI akan memanfaatkan secara maksimal penggunaan sosial media untuk promosi program siaran agar semakin dikenal oleh masyarakat .

"Kami akan membuat TV MUI tampil di segala platform media sosial seperti youtube, ig, facebook .kalau kami bisa, masuk di semua platform,orang punya banyak pilihan dalam mengaksesnya. Karena sekarang orang memilih gadget sebagai media sehari harinya".

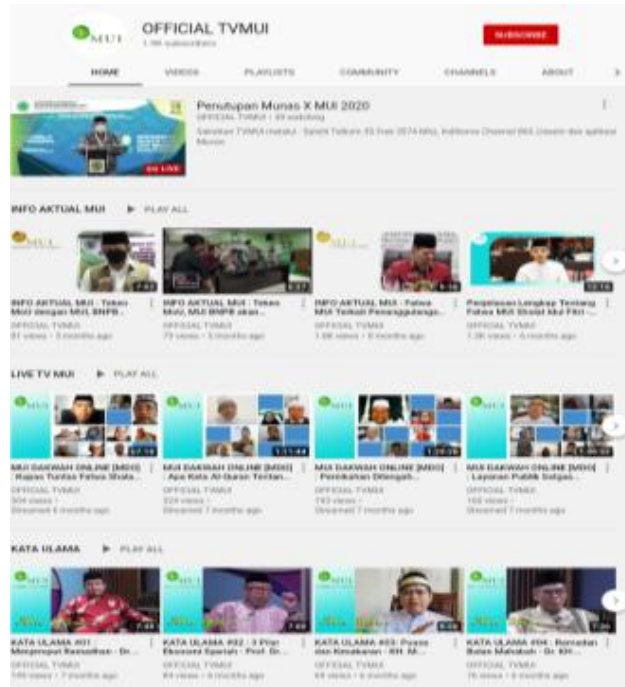
Gambar 5. Akun media sosial Instagram MUI



Gambar 6. Akun sosial media Instagram TV MUI



Gambar 7. Akun media sosial youtube TV MUI



## 2. Hambatan dakwah

Dakwah yang dilakukan oleh TV MUI melalui program siaran bukan tanpa hambatan. Ada beberapa hambatan yang membuat TV MUI Kurang maksimal dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Hambatan tersebut sebagai berikut :

### a) Keterbatasan sumber daya permodalan (*finacial resource*) dan teknologi

Mengoperasikan sebuah stasiun televisi memerlukan biaya operasional yang besar (padat modal). Mulai dari biaya izin penyiaran, operasional kantor, membeli alat penyiaran dan *maintance* hingga gaji para karyawan. Manajemen TV MUI membutuhkan dana sekitar 146 juta perbulan untuk memenuhi segala kebutuhan siaran yang terbagi dalam beberapa pos pengeluaran sebagai berikut :

Tabel. 3 Biaya Operasional TV MUI

Pengeluaran	Jumlah
1. Sewa satelit	Rp75.000.000 ,00/ bulan
2. Listrik, Internet, Telepon	Rp6.000.000 ,00/ bulan
3. Operasional kantor	Rp4.500.000 ,00/ bulan
4. Perawatan peralatan penyiaran	Rp6.000.000 ,00/ bulan
5. Produksi program siaran	Rp30.000.000 ,00/ bulan
6. Gaji karyawan	Rp25.000.000 ,00/ bulan

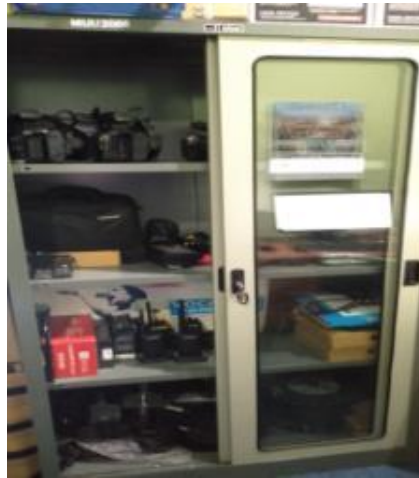
Menurut hasil wawancara dengan sekretaris komisi Informasi dan Komunikasi MUI pada 18 Juli 2020, manajemen TV MUI kesulitan mengembangkan program siaran yang lebih kreatif, terutama yang memiliki konsep di luar ruangan, karena memerlukan biaya produksi yang besar.

"Pertama, sumber daya dalam artian sumber daya permodalan dan teknologi. Kalau sumber daya narasumber bidang keagamaan MUI adalah gudangnya. Sehingga dalam membuat program siaran TV MUI tidak seeluasa dan sekreatif TV nasional yang sekarang, sehingga program siaran lebih banyak dialog. Kami berharap kedepannya mampu mempuat program siaran yang bersifat outdoor yang melibatkan umat agar lebih interaktif".

Gambar 8. Peralatan siaran TV MUI



Gambar 9. Peralatan siaran TV MUI



#### b) Keterbatasan sumber daya manusia

Stasiun televisi memerlukan banyak sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidang penyiaran seperti produser, *script writer*, kameramen, editor, host, desainer grafis, dan *technical support* untuk mendukung proses siaran. Untuk merekrut mereka dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Karena TV MUI memiliki keterbatasan anggaran, mereka tidak mampu merekrut banyak karyawan. Anggaran TV MUI untuk membayar gaji para karyawan hanya sekitar 25 juta perbulan.

Menurut wawancara dengan *general manager* TV MUI pada bulan juli 2020, hambatan manajemen TV MUI adalah sumberdaya manusia dan modal, sedangkan dari bahan siaran, TV MUI memiliki *resource* yg banyak

" Sebenarnya kendala terbesar memang dua hal tersebut. Masalah konten (bahan siaran), kita memiliki *resource* yang banyak. Namun kembali lagi bahwa keterbatasan SDM karena finansial kita memang terbatas. Jadi mau merekrut SDM ya susah. Tapi karena kondisi disini tidak memungkinkan satu orang satu pekerjaan, jadi ada yang merangkap pekerjaan. Misalnya bagian *general manager* mengatur personalia baik di produksi maupun bidang marketing.

## BAB IV

### ANALISIS STRATEGI DAN HAMBATAN DAKWAH TV MUI

Setiap lembaga dakwah memerlukan strategi yang tepat dalam menjalankan visi dan misinya agar tujuan dakwah yang ingin dicapai dapat terwujud. Sebagai lembaga penyiaran dakwah, TV MUI dalam menjalankan visi dan misi dakwahnya menggunakan beberapa strategi sebagai berikut:

#### A. Analisis Strategi Dakwah Menayangkan Program Siaran Dakwah Dengan Berbagai Format Siaran

TV MUI menayangkan program siaran dakwah dengan berbagai format agar para pemirsa memiliki banyak pilihan dalam menonton program siaran dakwah. Dengan banyak pilihan program siaran dakwah, pemirsa akan menjadikan TV MUI sebagai saluran televisi favorit karena program siarannya tidak monoton.

Dari 22 program siaran yang ada di TV MUI, format gelar wicara ada empat, format monolog (ceramah) ada tujuh, format film ada satu, format musik video ada satu, format berita ada dua, format demo atau tutorial ada dua, format *feature* ada dua dan tiga lainnya dengan format yang berbeda. Jika dikategorikan, jenis program siaran di TV MUI ada dua kategori. Menurut Naratama (2004:22), Jenis program itu dapat dikategorikan menurut sifat proses produksi dan jenisnya menjadi dua yaitu program karya artistik seperti drama atau sinetron, musik, komedi, kuis, informasi (Iptek, pendidikan, pembangunan, kebudayaan, flora fauna, sejarah atau dokumenter) dan program karya jurnalistik seperti *hard news*, *current affairs*, dan *feature*.

Program dengan kategori karya artistik (format film) contohnya adalah program Menuju Hidayah. Program ini berisi tentang perjalanan orang-orang non muslim yang masuk Islam. Salah satu episodenya bercerita tentang Yosafat Ekber Kaary, seorang mantan atlet yang berprestasi. Namun karena suatu musibah, Yosafat harus pensiun dini menjadi atlet. Hingga akhirnya dia memilih menjadi seorang *tour guide*. Bekerja sebagai seorang *tour guide* mengantarkan Yosafat menemukan gadis yang membuatnya tertarik. Lewat gadis itulah Yosafat mengenal Islam dan akhirnya menjadikan Islam sebagai agamanya.

Gambar 10. Cuplikan program Menuju Hidayah



Dari program siaran Menuju Hidayah, TV MUI memiliki tujuan menyampaikan pesan dakwah tentang aqidah, bahwa untuk masuk Islam, tidak ada paksaan. Hal itu sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 256 :

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۗ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

*Artinya : tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa yang ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh dia telah berpegang teguh pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.*

Program siaran Menuju Hidayah juga memiliki tujuan menyampaikan pesan lain yaitu meskipun kita sudah menyampaikan pesan dakwah secara maksimal, hanya Allah yang mampu merubah hati seseorang tersebut, apakah mau menerima kebenaran tersebut atau tidak. Hal itu sesuai dengan firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Qashas ayat 56 :

إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya : Sungguh, engkau (Muhammad) tidak dapat memberi petunjuk kepada orang yang engkau kasihi, tetapi Allah memberi petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki, dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk.*

Ditinjau dari isi materi dakwahnya tentang aqidah, program siaran Menuju Hidayah menargetkan pemirsa berusia remaja dan dewasa. Selain usia, target pemirsa program siaran utamanya adalah kalangan non muslim. Di Indonesia menurut data dari *world population review*, Jumlah umat muslim 87% dari total jumlah penduduk 273,5 juta. Artinya ada 12,8 % penduduk non muslim Indonesia yang menjadi target pemirsa program Menuju Hidayah.

Sedangkan ditinjau dari jadwal tayangnya pada waktu pagi hari, program siaran Menuju Hidayah akan bersaing dengan program dakwah di stasiun televisi lain yang tayang pagi hari seperti Islam itu Indah di Transtv dan Rumah Mamah Dedeh di TV One.

## **B. Analisis Strategi Dakwah Membuat Program Siaran Dakwah Unggulan**

TV MUI sebagai stasiun televisi dakwah memiliki program siaran unggulan. Program tersebut yaitu Bincang Fatwa dan Hidup Halal. Kedua program tersebut khusus membahas halal haramnya sebuah produk dan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI.

## 1. Program siaran Hidup Halal

Gambar 11. Cuplikan Program Siaran Hidup Halal



Program dengan format gelar wicara ini tayang setiap hari pukul 08.30 WIB dengan durasi 30 menit. Pembawa acaranya yaitu manager produksi *non-news* TV MUI Evi Hudriyah. Sedangkan dari narasumbernya adalah Direktur Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik (LPPOM) MUI.

TV MUI memiliki tujuan dalam memproduksi program Hidup Halal yaitu mensosialisasikan produk hukum yang dikeluarkan oleh MUI melalui LPPOM agar masyarakat khususnya muslim mengetahui makanan, obat-obatan yang halal untuk dikonsumsi dan kosmetik yang aman untuk digunakan. Hal tersebut sesuai visi misi TV MUI yang memiliki tanggung jawab membimbing umat Islam.

Allah SWT memerintahkan manusia untuk makan makanan yang baik dan halal agar makanan yang kita konsumsi bermanfaat bagi tubuh dan tidak menjadi penyebab timbulnya berbagai macam penyakit. Sebab, Allah telah memberikan makanan yang halal dan lagi baik di bumi. Hal itu terdapat Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi :



يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya : wahai manusia, makanlah dari yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.*

Ditinjau dari isi materi dakwahnya, program siaran Hidup Halal termasuk dalam kategori syariat karena membahas status hukum sebuah produk baik itu makanan, obat dan kosmetik. Sedangkan ditinjau dari target penontonnya, Hidup Halal menargetkan pemirsa usia remaja hingga orang tua.

Untuk strategi penayangannya, TV MUI menempatkan program Hidup Halal di pagi hari pukul 08.30 atau waktu jam kerja masuk, artinya hanya ibu rumah tangga atau orang yang bekerja di jam malam yang bisa menonton program tersebut, namun pemirsa lain masih bisa menontonnya dengan memanfaatkan aplikasi *video on demand* atau melihatnya di kanal media sosial TV MUI

## 2. Program Siaran Bincang Fatwa

Program dengan format gelar wicara ini tayang setiap hari pukul 13.00 WIB. Pembawa acaranya yaitu manager produksi *non-news* TV MUI Evi Hudriyah, sedangkan narasumbernya adalah Ulama dari Komisi Fatwa MUI. Program Bincang Fatwa merupakan salah satu program unggulan TV MUI karena menjadi media informasi fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI dalam rangka menjawab masalah status hukum sebuah perkara.

Contoh Fatwa yang dibahas dalam program Bincang Fatwa adalah fatwa No. 24 tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial. Komisi Fatwa menyatakan bahwa bermuamalah menggunakan media sosial bagi muslim diperbolehkan selama hal tersebut didasarkan pada keimanan, ketaqwaan dan *amar ma'ruf nahi munkar*. Setiap muslim

juga dilarang atau diharamkan untuk melakukan ghibah, fitnah, namimah, *bulliying*, penyebaran hoax, ujaran kebencian dan meyebarkan materi pornografi di media sosial.

Gambar 12. Cuplikan program Bincang Fatwa



Materi dakwah tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial dalam program Bincang Fatwa sangat berkorelasi dengan kondisi saat ini ketika masyarakat dalam aktivitas sehari harinya memanfaatkan teknologi informasi media sosial seperti dari jual beli, komunikasi dan berbagi pengetahuan. Bahkan para *da'i* juga memanfaatkan sosial media sebagai media dakwah.

Tujuan TV MUI dalam memproduksi program Bincang Fatwa adalah menjawab persoalan-persoalan baru yang dihadapi masyarakat seperti hukum dan pedoman bermedia sosial.

Ditinjau dari isi materi dakwahnya, program Bincang Fatwa termasuk dalam kategori syariat dan akhlaq karena membahas status hukum sebuah perkara dan membahas tentang hubungan sesama manusia. Target pemirsa Program siaran Bincang Fatwa diantaranya pemirsa usia remaja hingga dewasa. Untuk strategi penayangannya, TV MUI menempatkan program Bincang Fatwa di waktu siang hari.

### C. Analisis Strategi Dakwah Memilih *Da'i* (narasumber) yang Berkompeten

Salah satu unsur dakwah adalah *da'i*, yaitu Orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Dalam berdakwah, *da'i* harus memiliki kompetensi seperti menguasai pengetahuan keagamaan dan mampu menjadi teladan yang baik. Selain itu, *da'i* juga perlu mengerti kondisi sosial mad'u agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Pada zaman modern abad ke-21, ketika teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat, ada banyak pilihan media baik yang bersifat audio dan visual yang bisa dimanfaatkan untuk berdakwah salah satunya televisi. Banyak program dakwah yang tayang di stasiun televisi baik lokal maupun nasional. Dengan keunggulan jangkauan pemirsa yang luas, dakwah melalui media televisi semakin diminati. Namun yang menjadi permasalahan adalah ada *da'i* yang tampil di televisi hanya karena popularitas bukan kompetensinya sehingga menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat.

TV MUI sebagai salah satu televisi dakwah memiliki standar yang tinggi dalam memilih *da'i* yang tampil di program acaranya. Dalam memilih *da'i* yang berkompeten, manajemen TV MUI tidak menemukan kesulitan karena lembaga tempat bernaungnya yaitu Majelis Ulama Indonesia memiliki banyak ulama dan cendikiawan muslim yang berkompeten dibidangnya masing masing. Berikut beberapa *da'i* yang tampil di program acara TV MUI :

#### 1. K.H. Muhammad Cholil Nafis

Beliau merupakan salah satu Dewan Pimpinan di Majelis Ulama Indonesia periode 2020-2025. Latarbelakang pendidikannya dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi berlandaskan agama Islam.

Gambar 13. K.H. Cholil Nafis sedang mengisi acara Fiqih Muamalah



Tidak hanya tampil di TV MUI, beliau juga pernah menjadi *da'i* di program siaran dakwah stasiun tv lain seperti TV One dalam program Damai Indonesiaku dan Cahaya Hati Indonesia di Inews TV.

Manajemen TV MUI memilih beliau untuk menjadi *da'i* di program siaran Fiqih Muamalah karena latar belakang keilmuan di bidang muamalah. Program siaran yang tayang pada pukul 09.30 WIB ini membahas tema hukum bermuamalah seperti syarat rukun jual beli, harta dalam perspektif Islam, dan wakaf.

Ditinjau dari kemampuan dan *track record* nya dalam bidang dakwah, beliau merupakan *da'i* yang berkompeten. Menurut Mulkhan (1996: 64) kompetensi *da'i* dapat dibedakan menjadi dua yaitu kompetensi substantif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substantif adalah kompetensi dasar yang harus dimiliki *da'i*. Secara garis besar, kompetensi substantif bagi *da'i* diantaranya memiliki pemahaman keislaman yang cukup, memiliki pengetahuan umum yang memadai, memahami hakikat dakwah dan memahami setting sosial-budaya *mad'u*, Sedangkan dari segi kompetensi metodologis adalah kemampuan dalam membuat perencanaan dakwah sekaligus mampu melaksanakan perencanaan tersebut. Kompetensi metodologis diantaranya mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, mampu mencari dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif objek dakwah.

## 2. K.H Asrorun Niam Sholeh

Beliau merupakan salah satu Ketua Majelis Ulama Indonesia dan anggota Komisi Fatwa periode 2020-2025. *Da'i* muda asal Nganjuk Jawa Timur ini memiliki latar belakang pendidikan berbasis Islam. Sejak Mahasiswa sudah dikenal sebagai pribadi yang memiliki kecerdasan dan keberanian. Beliau pernah menjabat Ketua Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia periode 1998-1999 dan mendirikan Lembaga Studi Agama dan Sosial.

Sebagai cendekiawan muslim, beliau pernah menduduki jabatan strategis, seperti menjadi Ketua Komisi Perlindungan Anak, Ketua Ikatan Pelajar Nahdhlatul Ulama dan pada 2015 silam menjadi Ketua Komite Syariah *World Halal Food Council (WHFC)*.

Gambar 14. Beliau sedang mengisi Program siaran TV MUI



Selain menjadi *da'i* dan aktifis, beliau merupakan seorang akademisi yang mengajar di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Doktor di bidang hukum Islam ini juga telah menghasilkan berbagai karya tulis buku dalam bidang hukum seperti Fatwa dalam Sistem Hukum Islam, Fiqih Haji, Fiqih Anak dan Fatwa Fatwa Masalah Pernikahan Keluarga.

Manajemen TV MUI memilih beliau untuk menjadi narasumber dalam program siaran Bincang Fatwa karena latar belakang keilmuannya dalam bidang Hukum Islam. Program siaran Bincang Fatwa yang tayang pada pukul 13.00 WIB ini membahas masalah fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh

MUI agar masyarakat mengetahui alasan mengapa fatwa tersebut dikeluarkan. Contohnya hukum muamalah melalui media sosial.

Ditinjau dari pengalaman dan *track record* nya dalam bidang hukum Islam baik sebagai aktifis, akademisi dan *da'i*, beliau merupakan *da'i* yang berkompeten dalam membahas fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh MUI. Beliau memiliki kompetensi substantif seperti pemahaman keislaman yang baik dan pengetahuan umum lainnya. Sedangkan dari segi kompetensi metodologisnya seperti mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, mampu mencari dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif objek dakwah.

### **3. Prof Dr. Hj. Amany Burhanuddin Umar Lubis**

Beliau merupakan salah satu Ketua MUI periode 2020-2025, yang sebelumnya menjabat Ketua MUI bidang Perempuan, Remaja dan Keluarga periode 2015-2025. Beliau juga merupakan Rektor wanita pertama di Universitas Islam Syarif Hidayatullah.

Latar belakang pendidikan beliau adalah strata satu di Universitas Al-Azhar Kairo Mesir, Strata dua dan tiga di UIN Syarif Hidayatullah konsentrasi sejarah peradaban Islam. Pada tahun 2002, karya disertasi beliau mendapat penghargaan sebagai disertasi terbaik kedua nasional. beliau memperoleh gelar professor bidang politik Islam pada tahun 2006.

Selain aktif di Majelis Ulama Indonesia dan mengajar di program pasca sarjana UIN Syarif Hidayatullah, beliau juga menjadi anggota Board of trustees forum for Promoting Peace in Muslim Societies, Abu Dhabi pada periode 2016-2020.

Gambar 15. Beliau sedang mengisi acara program siaran Kata Ulama



Ditinjau dari pengalamannya sebagai akademisi dan aktif diberbagai organisasi keislaman, beliau merupakan *da'i* yang kompeten dalam berdakwah di program siaran Kata Ulama TV MUI.

Menurut Mulkhan (1996: 64) kompetensi *da'i* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kompetensi substantif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substantif adalah kompetensi dasar yang harus dimiliki *da'i*. Secara garis besar kompetensi substantif bagi *da'i* diantaranya memiliki pemahaman keislaman yang cukup, memiliki pengetahuan umum yang memadai, memahami hakikat dakwah dan memahami setting sosial budaya *mad'u*. sedangkan kompetensi metodologis adalah kemampuan dalam membuat perencanaan dakwah sekaligus mampu melaksanakan perencanaan tersebut.

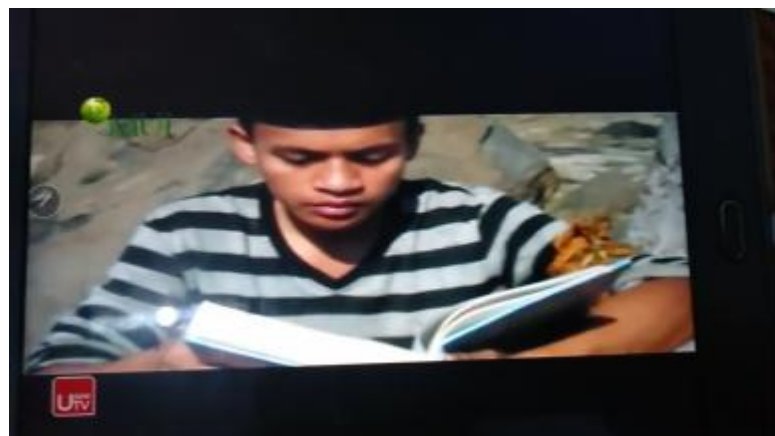
Program siaran Kata Ulama merupakan program dengan format monolog. Materi dakwah dalam program siaran ini beragam temanya, seperti aqidah, syariat, dan akhlaq dengan narasumber yang berbeda beda. Sedangkan materi dakwah yang disampaikan oleh Hj. Amany Lubis berkaitan dengan masalah keluarga dan gender dalam pandangan Islam.

#### **D. Analisis Strategi Dakwah Berkolaborasi dengan Berbagai Pihak dalam membuat Program Siaran Dakwah**

TV MUI sebagai lembaga penyiaran dakwah yang bernaung di bawah Majelis Ulama Indonesia dalam memanfaatkan media televisi memerlukan kerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki visi dan misi menyebarluaskan syiar Islam, Diantaranya lembaga pemerintahan, pondok pesantren, media massa, lembaga penyiaran dan *production house*.

Contoh program siaran hasil kolaborasi adalah Film Santri. Program ini hasil kerja sama dengan berbagai pondok pesantren, madrasah atau sekolah menengah kejuruan di Indonesia. Konten program siaran Film Santri ini adalah film dokumenter tentang kehidupan sehari-hari santri di pondok pesantren.

Gambar 16. Cuplikan program film santri



TV MUI membuat program Film santri memiliki beberapa tujuan diantaranya ingin mengenalkan pondok pesantren kepada masyarakat, bahwa sistem pendidikan di pondok pesantren tidak kalah dengan lembaga pendidikan formal lainnya. Pondok pesantren menawarkan pilihan alternatif bagaimana membentuk karakter anak didik yang terampil dan religius. Tujuan lainnya adalah sebagai wadah bagi para santri untuk berkarya.

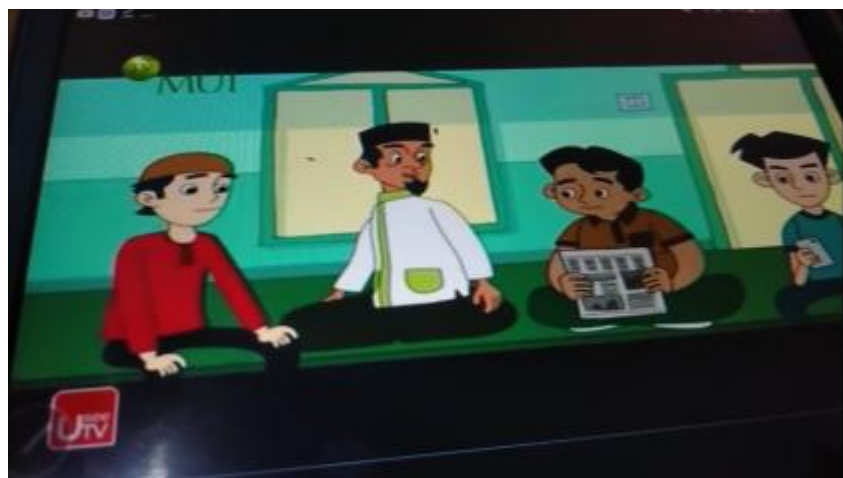
Menurut data Kementerian Agama, hingga 2020, jumlah pondok pesantren mencapai 26.973 yang tersebar di seluruh Provinsi di Indonesia. Hal tersebut merupakan peluang besar bagi TV MUI untuk menjalin kerjasama membuat



konten program siaran yang berkaitan dengan santri. Manajemen TV MUI bisa memanfaatkan jaringan para ulama di Majelis Ulama Indonesia.

Selain film dokumenter santri, program siaran Film Santri juga menayangkan konten film animasi hasil kerjasama sama dengan *production house*. Film animasi anak anak ini memiliki materi dakwah kategori akhlaq, diantaranya adalah materi tentang kerukunan antarumat beragama.

Gambar 17. Cuplikan animasi film santri



TV MUI menempatkan program siaran TV MUI di jam tayang sore hari yaitu pukul 15.30 WIB. Ditinjau dari materi dakwahnya yaitu tentang kerukunan antarumat beragama, tujuan program siaran film animasi ini adalah pentingnya menjaga kerukunan antar umat beragama karena di Indonesia ada beragam agama yang dianut oleh masyarakat. Untuk target pemirsanya, program siaran ini bisa ditonton semua umur khususnya anak anak.

## E. Analisis Hambatan Dakwah TV MUI

### 1. Kekurangan sumber daya keuangan

Televisi merupakan media yang membutuhkan biaya besar untuk operasionalnya, baik untuk memproduksi program siaran, membayar karyawan dan membeli alat perlengkapan penyiaran. Namun hal tersebut

juga berbanding lurus dengan pendapatan iklan yang dihasilkan. Dengan sumber daya keuangan yang melimpah, sebuah stasiun televisi mampu memproduksi banyak program siaran yang berkualitas demi rating yang tinggi, sehingga menarik banyak pemasang iklan.

Berbeda dengan TV MUI yang statusnya adalah stasiun televisi *non profit* yang fokus pada dakwah. Dalam membuat program siaran, TV MUI hanya memproduksi program siaran yang berformat gelar wicara atau monolog yang pengambilan gambarnya di dalam studio. Contoh program siaran yang berformat gelar wicara diantaranya adalah Bincang Fatwa, Hidup Halal, Fiqih Muamalah dan Kata Ulama. pengeluaran untuk membuat program siaran berformat gelar wicara atau monolog lebih murah karena tidak memerlukan kru yang banyak dan dilakukan di dalam studio.

Menurut Direktur Program *non-news* TV MUI, ada 80 % program siaran yang produksi sendiri dan sebagian besar formatnya gelar wicara. Artinya untuk memproduksi atau menayangkan program siaran dengan format lain, TV MUI bekerjasama dengan berbagai pihak seperti lembaga pemerintahan, *production house*, organisasi masyarakat dan lembaga pendidikan. Bahkan TV MUI juga menerima hak siar gratis dari Trans Corp untuk menayangkan Program siaran Khazanah.

Memproduksi program siaran gelar wicara maupun monolog dan bekerjasama dengan berbagai pihak adalah cara manajemen TV MUI memaksimalkan sumber keuangan yang ada karena manajemen TV MUI hanya mendapat dana sekitar 30 juta perbulan untuk anggaran produksi program siaran. Anggaran tersebut untuk pembuatan program siaran khususnya program dakwah terbilang sangat kecil bagi sebuah stasiun televisi. TV MUI hanya mengandalkan pendapatan dari Majelis Ulama Indonesia.

Anggaran yang kecil untuk produksi program siaran membuat manajemen TVMUI sulit mengembangkan program siaran dakwah yang lebih kreatif maupun program siaran yang pengambilan gambarnya di luar studio karena biaya produksi akan lebih besar. TV MUI hanya bisa

mengandalkan kerjasama dengan pihak lain untuk bisa menayangkan program siaran dakwah dengan berbagai format siaran seperti format film.

Contoh program siaran hasil kerjasama diantaranya program Film Santri dan Menuju Hidayah. Memproduksi kedua program tersebut membutuhkan biaya yang besar, sehingga TV MUI tidak mampu memproduksinya. TV MUI hanya memiliki hak siar untuk menayangkan kedua program siaran tersebut. TV MUI hanya bisa menayangkan secara berulang, tanpa ada cerita yang baru.

Biaya untuk memproduksi sebuah film memerlukan biaya yang sangat besar, tergantung durasi, SDM yang terlibat dan peralatan canggih yang digunakan. Menurut Ketua Umum Asosiasi produser Film Indonesia, Fauzan Zidni (2019), untuk film standar bioskop memerlukan biaya sekitar Rp 1-10 miliar, cerita panjang televisi Rp 380 juta - 1 miliar, serial televisi dan *reality show* Rp 250-750 juta.

Tidak hanya anggaran produksi program siaran, anggaran bidang gaji karyawan TV MUI juga terbatas. Menurut data hasil wawancara dengan kru TV MUI pada 18 Juli 2020, ada sekitar 25 yang bekerja di TV MUI. Namun anggaran yang tersedia hanya Rp 25 juta perbulan. Jika UMP DKI Jakarta Rp 4,4 juta perbulan (2021), artinya gaji para karyawan di TV MUI di bawah UMP yang telah ditetapkan. Kondisi tersebut membuat kesejahteraan para karyawan memprihatinkan. jika kesejahteraan karyawan di TV MUI kurang, kinerja mereka dalam membuat program siaran untuk menyebarkan syiar Islam tidak bisa maksimal.

## **2. Keterbatasan sumber daya manusia**

Keberhasilan sebuah organisasi dalam menjalankan visi dan misinya tergantung kualitas sumber daya manusianya. Dibutuhkan kerjasama tim yang solid dalam setiap menjalankan pekerjaan sesuai *job desc* masing masing. Dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdedikasi tinggi, tujuan sebuah organisasi akan mudah tercapai.

Menurut Wilis dan Aldridge (1991) dalam bukunya Morissan (2013 :155), stasiun penyiaran pada umumnya memiliki 4 fungsi dasar (*areas of operation*) dalam struktur organisasinya yaitu bidang teknik, program, pemasaran dan administrasi. Bidang Teknik, bertanggung jawab untuk menjaga kelancaran siaran. Suatu siaran tidak dapat mengudara tanpa adanya peralatan siaran. posisi pekerjaan di bidang teknik diantaranya manajer , asisten, pengawas, teknisi pemeliharaan, teknisi tranmisi, teknisi audio video dan teknisi master control.

Bidang program memiliki tugas utama menyediakan berbagai program acara yang akan ditayangkan kepada pemirsa program acara dapat diproduksi sendiri, diproduksi pihak lain atau membeli program yang ditawarkan pihak lain. Posisi pekerjaan di bidang program diantaranya seperti produser, sutradara, *Director of Photography*, *art director*, wardrobe, penulis naskah, pengarah program, kameramen, editor, desainer grafis, dan lain lain.

Bidang pemasaran, bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan. Staf bagian penjualan akan selalu berkoordinasi dengan bagian program. Kerja sama kedua bagian ini akan menghasilkan berbagai kesepakatan untuk mengatur waktu siaran yang biasanya sangat rinci yang dihitung berdasarkan detik. Posisi pekerjaan dalam bidang pemasaran diantaranya manajer, staf marketing serta humas.

Bidang administrasi, memiliki tugas menyediakan berbagai kebutuhan yang terkait dengan fungsi administrasi sebagaimana organisasi lain pada umumnya. Tanggung jawab bagian administrasi adalah mengelola sumber daya manusia, pembukuan, pembayaran gaji dan pengelolaan anggaran. Posisi pekerjaan di bidang administrasi diantaranya manajer keuangan, staf admin dan akuntan.

TV MUI sebagai stasiun penyiaran yang fokus pada konten dakwah memiliki sumber daya manusia yang berkualitas di dalam struktur organisasinya. Namun tidak diimbangi dengan kuantitasnya. Sehingga

dalam menjalankan pekerjaan, seorang karyawan menjalankan beberapa *job desc.*

Contohnya adalah dalam bidang program. TV MUI tidak memiliki pembawa acara atau host. Manajemen TV MUI menempatkan General Manager dan Direktur Program *non-news* menjadi pembawa acara dalam setiap program gelar wicara seperti program bincang fatwa dan hidup halal. Menurut data hasil wawancara, General Manajer juga mengerjakan *job desc* bidang marketing, personalia bahkan produksi program. Tidak hanya pembawa acara, TV MUI juga tidak memiliki produser dan sutradara dari kalangan profesional. Artinya semua direktur atau karyawan bisa menempati posisi tersebut tergantung kebutuhan dan kondisi produksi program.

Kondisi karyawan merangkap berbagai posisi di struktur organisasi TV MUI dapat menyebabkan kurang solidnya *teamwork*. hal tersebut dapat berdampak terhadap kinerja TV MUI dalam menyebarkan syiar Islam melalui program siaran.

Terbatasnya sumber daya manusia di TV MUI karena sumber daya keuangan kurang untuk merekrut tenaga ahli di bidang penyiaran, sehingga, manajemen TV MUI terpaksa menugaskan seorang karyawan mengerjakan banyak *jobdesc*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisis data strategi dakwah TV MUI melalui program siaran, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang digunakan TV MUI yaitu menayangkan berbagai format program siaran dakwah, membuat program dakwah unggulan, memilih narasumber yang berkompeten dan berkolaborasi dengan berbagai pihak sudah memperhatikan tahapan-tahapan pelaksanaan strategi seperti asas-asas penyusunan strategi, pemetaan dakwah, menentukan bentuk dakwah, eksekusi dan evaluasi dakwah.

Strategi dakwah yang digunakan TV MUI cukup efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang ada di dalam program siaran seperti masalah akidah, syariat dan akhlaq dan sudah mengarah pada visi misi maupun tujuan yang ingin dicapai TV MUI yaitu menjadi sarana dakwah yang sejati dan mencerahkan kehidupan melalui televisi. Manajemen TV MUI biasanya melakukan evaluasi program siaran kurang lebih tiga bulan sekali dengan tujuan mempertahankan kualitas program siaran agar program siaran dakwah tetap diminati permirsa.

Sedangkan hambatan yang dihadapi TV MUI dalam berdakwah, pertama, TV MUI kesulitan mengembangkan dan memperbarui program siaran dakwah khususnya "Film Santri dan Menuju Hidayah" karena membutuhkan biaya produksi yang besar dan keterbatasan kru produksi. Kedua, tidak adanya anggaran untuk biaya promosi program siaran dakwah khususnya promosi di sosial media, agar program siaran dakwah TV MUI lebih dikenal masyarakat luas, mengingat pengguna sosial media di Indonesia angkanya sangat besar.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan analisis data strategi dakwah TV MUI melalui program siaran "Bincang Fatwa", "Hidup Halal", "Fiqih Muamalah", "Menuju Hidayah", "Film Santri" dan "Kata Ulama", peneliti memiliki sedikit saran untuk TV MUI agar menjadi stasiun televisi dakwah yang lebih baik lagi, berikut saran peneliti:

1. Perlu adanya tambahan sedikit slot iklan niaga untuk mendapatkan tambahan modal produksi program siaran dakwah dan rekrutmen tenaga ahli atau spesialis. Slot iklan yang di terima untuk disiarkan sebaiknya iklan yang mempromosikan produk atau perusahaan yang dimiliki seorang muslim. Ketika modal yang dimiliki cukup, manajemen TV MUI dapat leluasa memperbanyak konten dengan berbagai format siaran dan ide-ide kreatif yang dimiliki dapat terealisasi .
2. Jadwal program siaran lebih diperhatikan seperti penempatan program di jam *prime time* dan *reguler time*, dengan jadwal program siaran yang tersusun secara sistematis, memudahkan pemirsa mengingat jadwal tayang sebuah program siaran.
3. Bekerjasama dengan perguruan tinggi Islam yang memiliki prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk memproduksi program dakwah. Menurut data Direktorat Pendidikan Tinggi Islam Kemenag Republik Indonesia, per tahun 2021, ada sekitar 58 perguruan tinggi (UIN 17, IAIN 26, STAIN15) yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Belum lagi perguruan tinggi Islam swasta yang jumlahnya 829 (Institut 75, Sekolah Tinggi 646, FAI 108). Kerjasama antara TV MUI dengan Perguruan Tinggi Islam adalah kerjasama yang saling menguntungkan. TV MUI mendapatkan suplai program siaran dan para mahasiswa mendapat tempat untuk mempromosikan karya karya nya (program siaran dakwah)
4. Memaksimalkan kanal media sosial untuk mendistribusikan program siaran yang telah tayang di layar televisi, agar pemirsa yang tidak sempat menonton program dakwah di layar televisi dapat menonton ulang di gadget mereka. Mengingat, menurut pengamatan peneliti, sosial media TV MUI

kurang *up to date* dan tidak dikelola dengan baik karena memang tidak ada karyawan khusus mengatur sosial media.



### Daftar Pustaka

- Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah*. Depok : PT. Raja Grafindo persada.
- Amin, Syamsul Munir. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah.
- Amin, Syamsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Anas, Ahmad. 2006. *Paradigma Dakwah kontemporer*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontmporer*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul. *Fiqih Dakwah*. 2008. Terj. Abdus Salam Sykur. Solo : EraIntermedia.
- Aziz, Moh. Ali. 2016. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Budiarto, Hary. 2007. *Sistem TV Digital dan Prospeknya di Indonesia*. Jakarta : PT. Multikom.
- Darwanto. 2011. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dewi, Isyana Tungga. 2014. *Strategi Programming MNC TV dalam Mempertahankan Program Dakwah*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. 2013. *Dasar Dasar Penyiaran*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Huberman, Michael dan Milles, Matthew 1992. *Analisis Data Kualitatif* Terj. Tjetjep Rohandi Rohidi. Jakarta: UI-Press.
- Markalis, Ahmad. *Strategi Komunikasi Simpang5 TV dalam Mengembangkan Program-Program Dakwah*. Skripsi. Semarang : UIN Walisongo.
- Martha, Evi dan Sudarti Kresno. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bidang Kesehatan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Ixey J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

- Morissan. 2013. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelolaan Radio & Televisi, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Mulkhan, Abdul Munir, 1996. *Ideologisasi Gerakan Dakwah*. Yogyakarta: Sippres.
- Munir. 2015. *Metode Dakwah*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Naufal, Abyan. 2015. *Strategi Program Nabawi TV Sebagai Media Dakwah. Skripsi*. Surakarta : Institut Seni Indonesia.
- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Rafi'udin & Maman Abdul Djaliel.1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung : Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*.  
Cetakan ke-20. Jawa Timur: Banyumedia Publishing
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RnD*. Bandung : Alfabeta.
- Sukayat, Tata. 2015. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*.Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ulinuha, Masy Ari dkk. 2019. *Perancangan Stasiun Televisi Daring untuk Memperluas Jangkauan Siar Walisongo TV*. Walisongo Journal of Information Technology. Vol. 1 No. 1. Diakses pada tanggal 20 maret 2020.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Boos Publisher.
- Zaini, Ahmad. 2015. *Dakwah Melalui Televisi*. Jurnal At-Tabsyir. Vol. 3 No.1. diakses pada tanggal 15 september 2019.
- Zulkarnaini. 2015. *Dakwah Islam di Era Moden*. Risalah Vol. 26 No. 3. diakses pada tanggal 15 september 2019.
- <https://alfara-strategic.com>. diakses pada tanggal 25 maret 2020.
- <https://diktis.kemenag.go.id>. diakses pada tanggal 23 september 2020.
- <https://www.inews.id/finance/makro/nielsen-jumlah-penonton-tv-dan-media-lain>. Diakses pada tanggal 10 september 2019.

<https://kbbi.kemendikbud.go.id>. Diakses pada tanggal 10 september 2019.

<https://news.detik.com/berita/2729383/media-dakwah-tv-mui-resmi-diluncurkan>.  
Diakses pada tanggal 10 september 2019.

<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia.html>. Diakses pada tanggal 10 september 2019.

## Lampiran 1

**Script Wawancara Dengan Sekretaris Komisi Informasi dan komunikasi  
MUI**

Pewawancara : Bagaimana latar belakang berdirinya TV MUI ?

Pak Edy : TV MUI didirikan pada tahun 2014 yang saat itu ketua umumnya adalah Prof Din Syamsudin . kita menyadari bahwa dakwah kedepan televisi itu sangat penting. apakah itu lewat siaran langsung atau youtube dan platform medsos lainnya bagi kalangan anak muda. Oleh karena itu, tugas MUI yang mengawal umat dari sisi aqidah dan syariah merasa sangat penting memiliki lembaga penyiaran televisi agar pesan pesan MUI berupa fatwa fatwa atau nasihat para ulama bisa sampai kepada umat secara luas. TV MUI bersiaran melalui satelit telkom 3s dengan coverage hampir Asia Tenggara.

Pewawancara : Bagaimana status perizinan TV MUI?

Pa Edy : Sampai sekarang siaran tv melalui satelit belum diatur UUD 1945. banyak siaran stasiun tv dakwah melalui satelit jadi status nya TV MUI adalah TV satelit.

Pewawancara : Apa keunggulan TV MUI dibandingkan dengan TV media dakwah lainnya?

Pak Edy : TV MUI mengusung paham ahlussunnah waljamaah dan mesyarkan Islam washatiyah dan mendukung tegaknya NKRI berdasarkan pancasila.

Pewawancara : Bagaimana strategi dakwah TV MUI?

Pak Edy : Masyarakat sekarang tidak ingin diceramahi, sehingga dakwah yang dilakukan MUI melalui berbagai cara salah satunya budaya kesenian musik Islami, drama atau film pendek muatan dakwah. kita pernah menyelenggarakan lomba film santri dan temanya dakwah. Selain itu mengadakan dialog dialog topik tertentu dengan para ulama yang masyarakat perlu memahami dengan jelas. Sebetulnya banyak keinginan yang ingin dilakukan, namun ada kendala SDM, teknologi jadi dakwah yang dilakukan semampu kita.

Pewawancara : Bagaimana tanggapan TV MUI mengenai adanya narasumber di program siaran dakwah TV yang terkadang narasumber tersebut yang kurang berkompeten dalam ilmu keagamaan?

Pak Edy : Terkait permasalahan tersebut, itulah keunggulan TV MUI digunakan untuk mengawal umat dari sisi aqidah maupun syariah.

Pewawancara : Apa kendala yang dihadapi TV MUI dalam berdakwah menggunakan media televisi?

Pak Edy : Pertama, sumber daya dalam artian sumber daya permodalan dan teknologi. Kalau sumber daya narasumber bidang keagamaan MUI adalah gudangnya. Sehingga dalam membuat program siaran TV MUI tidak seelusa dan sekreatif TV nasional yang sekarang, sehingga program siaran lebih banyak dialog. Kami berharap kedepannya mampu mempuat program siaran yang bersifat outdoor yang melibatkan umat agar lebih interaktif. Dari segi penayangan, TV MUI melalui satelit jangkanya luas dan ada survei TV MUI merupakan TV paling diajdiakan rujukan dikalangan umat Islam versi alfar research.

Pewawancara : Apakah TV MUI melakukan kerjasama dengan stasiun tv, lembaga atau production house lain dalam membuat program siaran?

Pak Edy : Ada program siaran yang membuat sendiri, ada yang kerjasama dengan pihak lain pernah kami di support Trans tv seperti hak siar program khazanah, untuk program non MUI seperti tv antara dan TVRI seperti program ramadhan. Kami berusaha membuat program siaran sendiri terutama menyangkut materi dakwah dan fatwa penjelasan halal haram, ekonomi syariah, fatwa masalah tertentu. Tiga itulah produk utama TV MUI yang dibuat dengan format berbeda. Apakah itu dalam bentuk ceramah, dialog animasi, drama. Misalnya masalah bunga bank, makanan, produk halal, nah itu menjadi unggulan karena menjaga umat dari produk non halal. Program siaran sekitar 20 program siaran.

Pewawancara : Apa rencana kedepan yang akan dilakukan TV MUI sebagai media dakwah dalam menghadapi disrupsi media?

Pak Edy : Tentu saja kedepan TV MUI akan hadir di semua platform, seperti sosial media, sekarang kami merambah youtube jadi program siaran TV MUI dapat dilihat disana, selain itu juga tv kabel indihome, first media dan aplikasi move on. Jadi pengembangan ke platform lainnya menjadi sebuah keharusan tinggal kedepannya bagaimana mengemas dan mengembangkan program acara.

### **Script Wawancara Dengan General Manager TV MUI**

Pewawancara : Faktor apa saja yang diperhatikan manajemen TV MUI dalam membuat program siaran?

Bu Hidayah : Biasanya dari sisi SDM. Apakah cukup untuk memproduksi sebuah program siaran. Dalam sebuah produksi tentu ada editor, desain grafis, kameramen, teknikal support dan redaksi yang membuat skripnya. Paling tidak itu harus terpenuhi. Itu dari sisi produksinya. kalau dari manajemen ada yang mengatur administrasi keuangan, personalia. Tapi karena kondisi disini tidak memungkinkan satu orang satu pekerjaan, jadi ada yang merangkap pekerjaan. Misalnya bagian general manager mengatur personalia baik di produksi, marketing dll.

Pewawancara : Berapa kali manajemen TV MUI dalam merencanakan jadwal program siaran?

Bu Hidayah : Biasanya 1 bulan kita review program apa saja yang sudah kadaluarsa kita take out, ada program rutin yang sifatnya non time less yang harus kita update seperti info aktual. Contohnya lagi ada program acara terkait sosialisasi tanggap bencana. Ada program yang timeless seperti program fatwa, halal dan tausyiah. Setiap satu sampai tiga bulan kita mengusahakan ada program baru tertentu. Ya balik lagi karena kita memiliki keterbatasan SDM dan Finansial jadi nggak bisa kita sering membuat program baru.

Pewawancara : Bagaimana TV MUI mengimbangi atau mengcounter program siaran yang kurang mendidik di tv lain?

Bu Hidayah : Kita membuat program siaran dilatarbelakangi oleh visi misi MUI. Yang pertama dilakukan adalah mensosialisasikan produk produk MUI. Selanjutnya ada program tambahan. untuk *mengcounter* program hal hal yang tidak baik kita akan membuat program untuk meluruskan hal hal negatif tersebut. sebetulnya program siaran di TV MUI didominasi oleh sosialisasi produk produk maupun kegiatan MUI dengan maksud untuk mendukung visi misi MUI. Selain itu, MUI melalui komisi Informasi dan Komunikasi juga bekerjasama dengan KPI dalam merespon aduan masyarakat terakhir program yang tidak mendidik atau melanggar peraturan. Biasanya masyarakat mengadu ke MUI, kemudian kami memberi meneruskan dan memberi masukan ke KPI. Apakah programnya nanti dihentikan atau tidak.

Pewawancara : Adakah kendala yang dihadapi TV MUI dalam menggunakan televisi sebagai media dakwah selain SDM dan finansial?

- Bu Hidayah : Sebenarnya kendala terbesar memang dua hal tersebut. Masalah konten ( bahan siaran), kita memiliki resource yang banyak. Namun kembali lagi bahwa keterbatasan SDM karena finansial kita memang terbatas. Jadi mau merekrut sdm ya susah.
- Pewawancara : Bagaimana manajemen TV MUI dalam memaksimalkan sumber daya yang ada dalam membuat program siaran yang berkualitas?
- Bu Hidayah : Kita memiliki sistem kolaborasi dan multitalent artinya setiap orang (kru) dituntut untuk bisa menguasai beberapa bidang. misalnya kameramen harus bisa editing, sound recording, desain grafis. Kita juga kolaborasi dengan komisi di MUI . Mereka memiliki jurnalis yang bisa membantu memproduksi konten. Intinya teamwork sangat penting. Bagi kami TV MUI adalah TV perjuangan.
- Pewawancara : Bagaimana mekanisme pengawasan dan evaluasi program siaran di Internal TV MUI agar kualitas siaran sesuai yang direncanakan?
- Bu Hidayah : Karena program tidak terlalu banyak, pengawasan juga tidak menentu, kita evaluasi biasanya 3 bulan sekali. Untuk pengawasan personal, masing masing orang di TV MUI menjadi pengawas setiap waktu. Intinya saling mengawasi.
- Pewawancara : Apa strategi TV MUI kedepan sebagai media dakwah dalam menghadapi disrupsi media?
- Bu Hidayah : Kami akan membuat TV MUI tampil di segala platform seperti medsos ( youtube, ig, facebook) . kalau kita bisa masuk di semua platform, orang punya banyak pilihan dalam mengaksesnya. Karena sekarang orang memilih gadget sebagai media sehari harinya. Selain itu kita membuat program menjadi beberapa bagian untuk di uplaod, kare orang tidak betah berlama lama menonton dengan durasi panjang .

### **Wawancara Dengan Direktur Program Non News TV MUI**

- Pewawancara : Apa progam unggulan TV MUI?
- Bu Elvi : TV MUI adalah tv informatif dan mencerdaskan. Banyak sekali informasi yang diproduksi oleh MUI sendiri contoh fatwa MUI

yang ditunggu oleh masyarakat, jadi program fatwa ini sangat diminati. Selain itu produk MUI, misalnya produk halal ini juga menjadi program unggulan karena masyarakat ingin tau mana produk yang sudah bersertifikat halal. kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup menggunakan produk halal meningkat. Banyak lagi kegiatan MUI yang terkait kepentingan umat. dalam MUI ada 12 komisi dimana mereka mengeluarkan ide, pendapat yang terkait bimbingan kepada umat yang ditunggu oleh masyarakat.

Pewawancara : Apakah program siaran di TV MUI diproduksi sendiri?

Bu Elvi : Karena ini produk dakwah, cakupannya luas, jadi ada yang di produksi sendiri , seperti tausyiah, kultum, gelar wicara dan selebihnya kita bekerjasama dengan pihak lain karena kita keterbatasan SDM namun tetap memperhatikan visi misinya MUI. Karena kita lebih banyak membuat tayangan informasi berupa gelar wicara dan kultum, jadi kalau di porsinya 80 persen program buatan sendiri dan 20 persen bekerjasama dengan pihak lain.

Pewawancara : Apa kendala yang dihadapi TV MUI dalam berdakwah menggunakan media TV?

Bu Elvi : Sebagai televisi pemula tentu banyak kendala yang dihadapi oleh TV MUI, yaitu keterbatasan SDM. Kami belum mampu mengakomodir semua keinginan pemirsa untuk produksi program tertentu jadi masih sebatas kegiatan MUI, fatwa MUI, halal LPOM. Tapi alhamdulillah kita mampu produksi tayangan informasi, berita aktual dsb karena sumber bahan siaran itu banyak. Kita memiliki tugas yang berat tidak sembarang menayangkan program, oleh karena itu kita selalu koordinasi denan para pimpinan, ketua komisi, ketua bidang untuk program siaran yang akan kita tayangkan. Yang kedua, peralatan kita kurang cukup banyak, tidak seperti tv terrestrial, tapi kami juga tidak kalah soal visual karena kamera kami bagus. Jadi menurut kami kendalanya tidak begitu berat. Kami sangat berharap banyak pihak yang mau berkolaborasi dengan kami untuk tayangan dakwah yang kreatif tapi tetap dalam koridor MUI.

Pewawancara : Bagaimana strategi TV MUI agar program siaran diminati atau disukai para pemirsa dan mampu bersaing dengan program dakwah tv lain?



Bu Elvi : Kami melakukan berbagai kerjasama dengan pihak lain (ph) untuk menayangkan program yang diminati dari segi tampilan, sedangkan kami memiliki kontribusi dari segi isi program. Karena ph dari segi tampilan biasanya lebih kreatif. lebih luas lagi kami bekerjasama dengan lembaga pemerintah ,kementrian supaya informasi apapun bisa di sosialisasikan kepada masyarakat selama itu untuk kemaslahatan umat. Kami juga bekerjasama dengan KPI untuk menayangkan syiar anugrah ramadhan. Kami juga menggunakan media sosial untuk mempublikasikan tayangan tayangan TV MUI agar semakin mudah diakses.

Pewawancara : Siapa saja yang terlibat dalam membuat program siaran di TV MUI?

Bu Elvi : Para produser dan komisi di MUI yang mau memberikan ide maupun gagasannya dan menggunakan TV MUI untuk mensosialisasikan programnya. Misalnya komisi fatwa, apabila ada fatwa dikeluarkan, kami mensosialisasikannya, komisi hukum apabila mengadakan seminar seminar hukum, Biasanya mereka kami liput agar masyarakat mengetahui informasi tentang fatwa dan hukum yang sedang menjadi perbincangan.contoh lain kami juga bekerjasama dengan komisi dakwah karena mereka perlu menggunakan media, jadi kami bekerjasama dengan komisi dakwah bagaimana konsep konsep dakwah diterapkan di masyarakat. Kami juga bekerjasama dengan lembaga pemerintah seperti KLHK untuk mensosialisasikan pentingnya kesehatan dan menjaga lingkungan. Orang sering bertanya tanya, apa hubungannya MUI dan KHLK, padahal ada hubungannya bahwa MUI dan KLHK mengajak umat untuk senantiasa menjaga lingkungan dan hidup sehat.

Pewawancara : Bagaimana pembagian waktu siaran di TV MUI Prime time dan reguler time?

Bu Elvi : Untuk pembagian waktu prime time maupun reguler time kita belum menetapkan secara pasti karena kita menganggap semua program acara penting dan ditunggu masyarakat . Cuma memang pengelompokan dipagi ada acara akhbar tentang aktivitas MUI. Kan banyak masalah yang muncul lalu ditanyakan MUI. Atau juga produk MUI yang dikeluarkan masing masing komisi di MUI. Selebihnya tentang fatwa, gelar wicara dll.

Pewawancara : Bagaimana sistem pengawasan dan evaluasi internal program siaran di TV MUI?

Bu Elvi : Kami selalu berkoordinasi dengan pimpinan baik itu komisi maupun ketua bidang di MUI. Untuk evaluasi sebenarnya kita tidak menetapkan secara pasti apakah 2 bulan sekali ataupun 3 bulan sekali. Selama kami melihat perkembangan penonton signifikan, kami lanjut terus, jika ada masalah misalnya terjadi penurunan dan perlu perbaikan, baru kami akan evaluasi.

### **Wawancara dengan kru TV MUI**

Pewawancara : Sudah berapa lama bekerja di TV MUI dan kenapa memilih bekerja di TV dakwa seperti TV MUI?

Pak Syudaha : Sekitar 7 tahun. Mulai bekerja pada tahun 2014. Bukan karena apa-apa. Sebetulnya dulu sudah bekerja di *production house* karena TV MUI membuka lowongan, saya mencoba mendaftar dan akhirnya diterima setelah menjalani training selama tigabulan.

Pewawancara : Apa kendala yang dihadapi kru TV MUI dalam bekerja?

Pak Syuhada : Kendalanya dalam teamwork. Kami masih kekurangan SDM. Kemudian koordinasinya masih belum solid. Artinya jobdesk belum terbagi secara jelas. Disini ada 7 kru lapangan. Kalau di total ada sekitar 25 pengurus TV MUI.

Pewawancara : Apa kelebihan TV MUI menurut anda?

Pak Syuhada : TV MUI isi program siarannya tentang agama yang dibutuhkan umat. Kredibilitas dan eksistensinya juga sudah diakui karena berhubungan dengan MUI. Pemirsa TV MUI juga banyak. Kemudian akses dalam rangka kerjasama seperti sumber berita dengan ormas, lembaga pemerintah maupun non pemerintah itu mudah.

Pewawancara : Bagaimana strategi TV MUI agar program siarannya mudah diterima masyarakat?

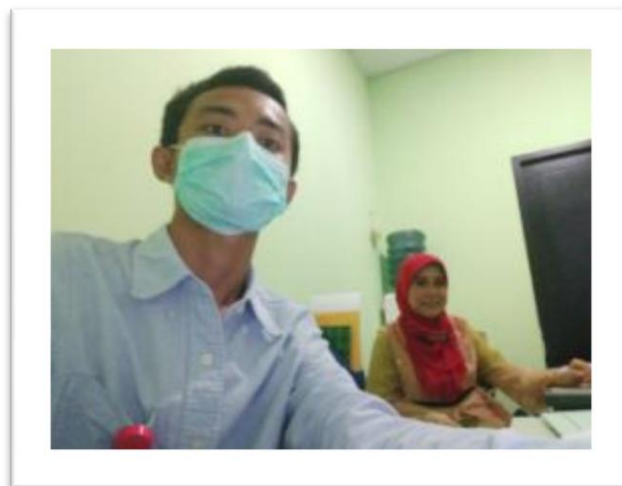
Pak Syuhada: Menjalani kerjasama dengan berbagai pihak terutama media dan stasiun tv lain. Selanjutnya sosialisasi ke ormas - ormas. Biasanya jika mereka mengadakan acara minta diliput. Banyak yang ingin mendukung TV MUI agar terus berkembang.

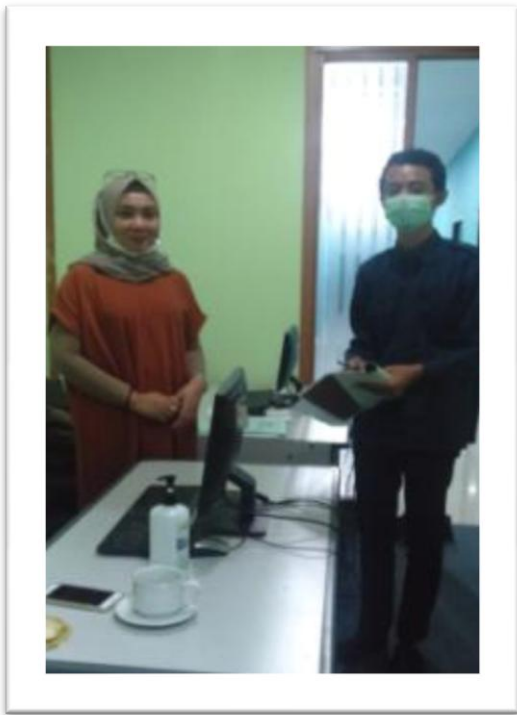
Pewancara : Apa saran anda kepada TV MUI agar menjadi media dakwah yang terdepan?

Pak Syuhada : Untuk manajemennya lebih dikonsep lagi dengan membangun sistem yang lebih baik. Kemudian sumber daya manusianya juga ditambah, peralatan penyiaran ditambah dan konten program siaran agar selalu ditingkatkan kualitasnya karena kita memiliki banyak sumber daya bahan siaran, tinggal mengemasnya dalam banyak variasi format siaran seperti gelar wicara, reality show dan ceramah.

Lampiran 2

**Foto bukti penelitian lapangan di kantor TV MUI Jakarta Pusat**





## Lampiran 3

## Surat Keterangan telah melakukan penelitian

**MUI**  
Majelis Ulama Indonesia

**SURAT KETERANGAN BUKTI PENELITIAN**  
Nomor: 801/SKR/TV/MUI-C/VR/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : K.H. Masduki Basolowi  
Jabatan : Ketua Majelis Ulama Indonesia  
Alamat : Jl. Proklamasi No. 51, Menteng, Jakarta Pusat

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Mulyand Khotijah  
NIM : 1301029022  
Asal Kampus : UIN Walisongo Semarang  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam)  
Alamat Kampus : Jl. Walisongo No. 33 Tambakaji, Kes. Ngaliyan, Kota Semarang

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian dalam rangka tugas akhir (Skripsi) di Majelis Ulama Indonesia Televisi (TV MUI). Penelitian tersebut telah dilaksanakan 1 kali, yaitu pada tanggal 20 sampai 24 Juli 2020.

Selama melakukan penelitian di TV MUI, yang bersangkutan telah melakukan pengabdian dan wawasan dengan berbagai sumber dan dokumentasi tentang TV MUI.

Dari sini surat keterangan mengenai kegiatan penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 Juli 2020

Ketua Majelis Ulama Indonesia



K.H. Masduki Basolowi

Majelis Ulama Indonesia Pusat (J.I. Proklamasi No. 51, Menteng, Jakarta Pusat 10220)  
Telp : (021) 31823000 – 881.9813 Fax : 31883.000

## Lampiran 4

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Muhamad Khonjin

Tempat, Tanggal Lahir : Pati 18 Februari 1997

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Alamat : Tawangrejo RT 5 / RW 3 Winong Pati Jawa Tengah

Email : muhamadkhonjin@gmail.com

No Handphone : 0895411629414

Riwayat Pendidikan :

1. MI Roudlotusysyubban
2. MTs Roudlotusysyubban
3. MA Roudlotusysyubban
4. UIN Walisongo Semarang

Pengalaman Organisasi :

1. Kru Walisongo TV 2017/2018
2. Koordinator Divisi Media Bidikmisi Walisongo 2018/2019