

**OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM
SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR
(Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Oleh:

SUSI SUSANTI
(131211113)

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

2018

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 bendel
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 melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Susi Susanti
NIM : 131211113
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi: KPI/ Televisi
Judul : **OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM SIARAN
DAKWAH AKSI INDOSIAR (Studi Kasus Mahasiswa
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo
Semarang).**

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Desember 2017

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis

Bidang Substansi Materi

Dr. Hj. Siti Sholikhah, M.A.
NIP.19631017 199103 2 001

Nilnan Nikmah, M.S.I
NIP. 19800202 200091 2 003

PENGESAHAN

SKRIPSI

OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM SIARAN DAKWAH
AKSI INDOSIAR

(Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang)

Disusun Oleh
Susi Susanti
131211113


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 10 Januari 2018 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

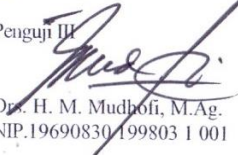
Ketua Penguji I


H. M. Alfani, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

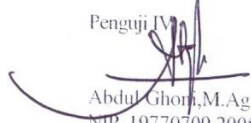
Sekretaris Penguji II


Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

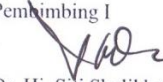
Penguji III


Dr. H. M. Mudhofi, M.Ag.
NIP. 19690830 199803 1 001

Penguji IV

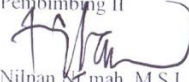

Abdul Ghoni, M.Ag.
NIP. 19770709 200501 1 003

Pembimbing I


Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

Mengetahui

Pembimbing II


Nilnan N. Mah, M.S.I.
NIP. 19800202 200091 2 003

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal, 19 Januari 2018


Dr. H. Aswuludin Pimay, Lc., M.Ag.
NIP. 19610727 200003 1 001



PERNYATAAN

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

Semarang, 12 Desember 2017



Susi Susanti

NIM: 131211113

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih dan Maha penyayang yang senantiasa menganugerahkan rahmat, hidayah-NYA serta kenikmatan, khususnya nikmat Iman dan Islam kepada penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul "Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah AKSI Indosiar (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang). Shalawat *ma'as* salam semoga tercurahkan *keribbaan* Nabi Muhammad Saw dan para pengikutnya, yang setia hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis merasa bersyukur atas bantuan dan dorongan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang, yang telah memimpin UIN Walisongo Semarang dengan baik.
2. Bapak Dr. H. Awaluddin Pimay. Lc, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sekaligus pembimbing bidang substansi materi yang telah berkenan membimbing dengan

keikhlasan dan kebijaksanaannya meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan pengarahan-pengarahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Nilnan Nikmah, S.Sos.I.,M.S.I selaku dosen wali sekaligus pembimbing bidang metodologi dan tata tulis yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan-arahannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak / Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan membimbing hingga perkuliahan selesai.
6. Seluruh staff dan civitas akademik di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pelayanan yang baik serta membantu penulisan skripsi ini.
7. Kepala perpustakaan UIN Walisongo Semarang serta pengelola perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan pelayanan perpustakaan dengan baik.
8. Seluruh narasumber dan informan, saya ucapkan banyak terimakasih.
9. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril ataupun materil kepada penulis. Dan adikku yang telah meberikan semangat.
10. Muhammad Suleman, S.Kom, terimakasih selalu memberikan motivasi dan nasihat –nasihat di setiap hari-hariku.

11. Teman-teman KPI angkatan 2013 yang tercinta dan sukses selalu serta semua teman-temanku yang tak mungkin penulis sebutkan satu per satu.
12. Terimakasih kepada sahabat-sahabatku Hesti Ningsih, Muhim, Hima, Zhiya, Ki Dwi, Sari, Septi, Sholy, Eka, Lufi, Widia, dan sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang saling memberi *support* kepada Penulis.
13. Teman-teman posko 06 KKN Desa Wonosegoro, Kabupaten Boyolali yang telah berjuang bersama, semoga mendapat kesuksesan.
14. Teman-teman kos Bapak Rahmat yang selalu mendorong dan memberi semangat.
15. Dan semua pihak yang telah membantu baik tenaga maupun pikiran yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu, semoga Allah membalas-Nya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 12 Desember 2017

Susi Susanti
NIM: 131211113

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mencari ilmu dan mengarungi samudera tanpa batas, dengan keringat dan air mata, ku persembahkan karya tulis ini teruntuk orang-orang yang ikhlas membimbingku dengan kasih sayang dan ketulusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ku persembahkan untuk mereka yang selalu memberiku semangat dan kasih sayang tanpa henti, ku khususkan untuk:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Tambar dan Ibu Sarwati terimakasih telah menjadi penyemangat dan selalu mendoakan kelancaran penelitian penulis.
2. Adikku tersayang Selvi Noor Aini terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
3. Muhammad Suleman, S.Kom, terimakasih selalu memberikan motivasi dan nasihat –nasihat disetiap hari-hariku.
4. Sahabat-sahabatku yang setia mendengarkan curhatanku semoga persahabatan kita tetap terjalin dengan bagus
5. Teman-teman KPI 2013, kebersamaan kita selama kuliah sudah memberi makna dalam hidupku.
6. Dan semua pihak yang telah membantu baik tenaga maupun pikiran yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu, semoga Allah membalas-Nya.

ABSTRAK

Nama: Susi Susanti, NIM: 131211113, Judul Skripsi: Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah AKSI Indosiar (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang).

Televisi merupakan media massa elektronik yang menerima siaran berupa audio dan visual dan juga merupakan salah satu media yang digunakan dalam kegiatan dakwah. Dengan media televisi, maka dakwah yang akan disampaikan bisa mencapai masyarakat dari segala golongan. Hampir semua lapisan masyarakat mempunyai televisi. Hal tersebut karena jangkauan siaran media televisi cukup luas. Salah satu stasiun televisi yang memiliki program Siaran Dakwah adalah Indosiar. Ada program siaran dakwah yang disiarkan setiap hari dan ada juga program siaran dakwah yang disiarkan pada bulan Ramadhan. Penulis fokus meneliti program siaran dakwah yang disiarkan pada bulan Ramadhan yaitu program siaran dakwah AKSI Indosiar. Program tersebut adalah program pencarian bakat khususnya dibidang dakwah Islam, yang bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah baru yang memiliki karakter unik dan khas serta berbakat dalam menyampaikan ajaran Islam yang baik dan benar. Tetapi, dalam sistem penjurian untuk menentukan seorang finalis itu masih tetap bertahan atau tereliminasi, program tersebut menggunakan 2 penilaian yaitu dewan juri (komentator) dan polling SMS. Sistem penjurian melalui polling SMS inilah yang menjadi pro dan kontra dari penonton. Untuk itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini penonton tentang program Siaran Dakwah AKSI Indosiar, yang lokusnya yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis interaktif Miles *and* Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opini mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar adalah opini dari aspek kognitif ada opini positif dan ada opini negatif. Opini positifnya dari segi manfaat

adanya program tersebut sedangkan opini negatifnya dari segi sistem penjurian melalui polling SMS yang digunakan untuk menentukan seorang finalis masih tetap bertahan untuk brdakwah atau tereliminasi. Selanjutnya, opini dari aspek afektif adalah positif. Mahasiswa tertarik dengan adanya program siaran dakwah AKSI Indosiar. Dan yang terakhir opini dari segi kognitif juga positif. Mahasiswa melakukan berbagai tindakan untuk membuktikan bahwa mahasiswa tersebut pro dengan adanya program tersebut, meliputi mengajak keluarga dan teman menonton program AKSI, mengamalkan materi yang telah didapat dan ada juga yang mengikuti group *facebooknya* AKSI Indosiar.

Kata Kunci: Program Siaran Dakwah, *Audience*, Opini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka.....	9
E. Metode Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	22
BAB II : KERANGKA TEORI	
A. Televisi dan Program Dakwah.....	24
1. Pengertian Televisi	24
2. Fungsi Televisi	26
3. Kelebihan dan Kelemahan Televisi	29
4. Pengertian Program Dakwah	29
5. Tujuan Program	36

6. Karakteristik Program Siaran.....	37
7. Jenis Program Siaran	37
8. Kekuatan Program	38
9. Strategi Program	39
B. Audience	40
1. Pengertian <i>Audience</i>	40
2. Karakteristik <i>Audience</i>	45
C. Opini	50
1. Pengertian Opini	50
2. Proses Terbentuknya Opini.....	55
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Opini.....	56
4. Macam-macam Opini	56
5. Kategorisasi Opini	58
6. Eksistensi Opini Publik	59

**BAB III : GAMBARAN UMUM MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH ANGKATAN 2014 UIN WALISONGO
SEMARANG DAN PROGRAM SIARAN DAKWAH
“AKSI INDOSIAR”**

A. Gambaran Umum Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 UIN Walisongo Semarang	
B. Program Siaran Dakwah “AKSI INDOSIAR”	65
1. Profil Akademi Sahur Indonesia.....	65
2. Persyaratan.....	66
3. Jingle AKSI	67
4. Profil Dewan Juri Akademi Sahur Indonesia	67

C. Hasil Wawancara	71
1. Daftar Informan	71
2. Deskripsi Hasil Wawancara.....	74
BAB IV : ANALISIS MENGENAI OPINI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ANGKATAN 2014 TERHADAP PROGRAM SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR	
A. <i>Kognitif</i>	89
1. Opini Segi Positif Program	89
2. Opini tentang Penjurian	92
3. Opini <i>Figure</i> Dewan Juri	103
4. Opini Terhadap Host Program AKSI Indosiar.....	104
5. Opini terhadap Format Program AKSI Indosiar ..	105
6. Keinginan yang Diharapkan Mahasiswa	106
B. <i>Afektif</i>	108
1. Ketertarikan Mahasiswa terhadap Program	105
C. <i>Konatif</i>	111
1. Sikap Mahasiswa.....	111
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	115
B. Saran	118
C. Penutup	118
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Daftar Mahasiswa Aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.....	65
Tabel 2	: Daftar Informan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi angkatan 2014 UIN Walisongo Semarang	72
Tabel 3	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Terhadap Alasan Menonton Program AKSI.....	74
Tabel 4	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Terhadap Segi Positif Program AKSI	75
Tabel 5	: Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Terhadap Segi Negatif Program AKSI	76
Tabel 6	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Sistemika Penjurian Program AKSI.....	77
Tabel 7	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Figure Dewan Juri Program AKSI.....	79
Tabel 8	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Host Program AKSI	80
Tabel 9	: Persentase Opini Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Format Program AKSI	80
Tabel 10	: Persentase Opini Keinginan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Program AKSI ke Depan nya	82
Tabel 11	: Persentase Opini Kesukaan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Program AKSI	84
Tabel 12	: Persentase Opini Ketertarikan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap	

	Program AKSI	85
Tabel 13	: Persentase Opini Pro atau Kontra Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Program AKSI	85
Tabel 14	: Persentase Opini Tindakan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang Terhadap Program AKSI	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: <i>Snawball Sampling</i>	19
Gambar 2: Logo Program Akademi Sahur Indonesia	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia teknologi yang semakin kompleks dewasa ini, menjadikan dakwah berkembang sangat pesat. Dakwah tidak hanya sebatas pengajian yang berpusat di masjid atau musholla, yang dihadiri oleh mereka yang ada di sana secara tatap muka oleh pendakwah dan audiens. Dakwah juga dapat dilakukan melalui media massa. Pada intinya, dakwah dan media massa itu mempunyai ciri yang sama yaitu menyiarkan kepada sebanyak mungkin audiens. Maka dari itu dakwah berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi (Arifin, 2011: 16).

Bentuk dakwah melalui media massa ini bisa sangat beragam. Dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat media yang dipakai maka semakin efektif pula pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Perubahan teknologi sangatlah berpengaruh dalam dakwah Islam. Salah satunya adalah dakwah Islam melalui media televisi. Karenanya, media penyiaran berupa televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dengan jumlah yang sangat banyak (Morissan, 2015: 13).

Kata “televisi” merupakan gabungan dari bahasa Yunani, tele yang berarti jauh, dan bahasa Latin, visio yang berarti penglihatan,

sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat untuk berkomunikasi jarak jauh dengan menampilkan penglihatan atau visual (Arifin; 2011: 111). Media elektronik khususnya televisi merupakan sebuah teknologi atau media telekomunikasi yang menerima siaran berupa audio dan visual, baik yang hitam putih (monokrom) maupun berwarna (*full color*). Selain itu, televisi merupakan perangkat elektronik yang paling populer dan paling diminati oleh masyarakat secara luas. Televisi juga dimiliki oleh hampir semua lapisan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri, dengan adanya media televisi banyak manfaat yang bisa kita ambil serta bisa mendapatkan informasi dan menikmati hiburan yang lebih banyak daripada media lainnya, tanpa perlu berimajinasi, karena informasi serta hiburan yang diberikan berupa audio dan visual. Manfaat yang diberikan televisi juga berpengaruh besar dalam kehidupan manusia.

Banyaknya stasiun televisi yang bermunculan, menyebabkan persaingan antar stasiun televisi semakin ketat. Apalagi pada bulan Ramadhan. Stasiun televisi berlomba-lomba menampilkan acara yang bernuansa dakwah. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan siaran dakwah di bulan Ramadhan ialah Indosiar. Dengan nama program Akademi Sahur Indonesia (AKSI). Program ini sudah pernah diikuti oleh sebagian mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Salah satunya adalah mahasiswi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang bernama Desy Ana Roifa angkatan 2014. Akademi Sahur Indonesia merupakan sebuah ajang pencarian bakat khususnya

dibidang dakwah Islam. Acara ini memasuki tahun kelima sejak 07 Juli 2013 yang disiarkan di Indosiar. Tayang selama bulan Ramadhan pada waktu sahur yaitu pukul 02.00 WIB. Program ini bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah baru yang memiliki karakter unik dan khas serta berbakat dalam menyampaikan ajaran Islam yang baik dan benar. Program *talent show* ini dipandu oleh Abdel, Irfan Hakim dan Rina Nose. Sedangkan para komentator di antaranya Ustadz Subkhi Al-Bughury, Mamah Dedeh, Ustadz Ahmad Alhabsyi, Gus Candra Malik dan Ustadz Wijayanto. Sebuah ajang kompetisi, Akademi Sahur Indonesia akan memulangkan finalis yang diistilahkan “Mudik” yang diberi penilaian kurang maksimal oleh para komentator dan kurang dari segi dukungan SMS.

(Sumber https://id.wikipedia.org/wiki/Akademi_Sahur_Indonesia, diakses 13 April 2017, pukul 05:00).

Realitas yang ada, bahwa pada saat ini banyak program yang dikemas dalam bentuk kompetisi, padahal tujuannya untuk mencari ustadz/ustadzah. Sebenarnya label ustadz dan ustadzah itu didapat tidak secara mudah. selain itu, acara pencarian bakat khususnya di bidang dakwah Islam sistematika penilaiannya terhadap seorang finalis juga tidak hanya dari para dewan juri. Dukungan SMS dari penonton sangat mempengaruhi finalis itu bertahan dalam acara tersebut atau bisa jadi mudik. Sistematika penilaian melalui polling SMS dalam program siaran dakwah akademi sahur Indonesia ini juga terdapat pro dan kontra dari penonton. Irfan Hamdani salah satu

nama *facebook* netizen program AKSI yang pro terhadap sistematika penilaian melalui polling sms menyatakan, “walaupun penentuannya melalui polling SMS, itu tidak jadi masalah karena semuanya sudah ada YANG MAHA MENGATUR” adapun yang kontra yaitu Yat Yatein (nama *facebook*) menyatakan, “seharusnya bukan dari polling SMS tetapi penilaian dari dewan juri, karena yang wassalam itu ialah peserta yang bagus-bagus”. Ditambah lagi acara pencarian bakat menawarkan hadiah jutaan rupiah. Maka tak heran bahwa televisi konvensional selalu menerima iklan sebanyak-banyaknya (Tamamy, 2011: 1). Pada bulan Ramadhan acara dakwah juga seringkali dijadikan alat untuk membangun *image*. Ketika bulan Ramadhan, media massa berlomba-lomba menampilkan acara yang bernuansa dakwah. Setelah Ramadhan acara-acara tersebut hilang. Hal tersebut karena *image* yang dibangun bukan *image* dakwah tetapi *image* media (Mursyidah, 2010: 229).

Pada bulan Ramadhan orang-orang muslim sangat membutuhkan siraman rohani yang lebih banyak lagi dibandingkan di hari atau bulan lainnya. Jadi, program-program yang disiarkan juga harus yang bagus dan berkualitas dari berbagai segi. Hal inilah yang menuntut *programmer* dan tim redaksi stasiun televisi di Indonesia untuk membuat suatu bentuk program dakwah yang menarik serta mampu diterima dengan mudah oleh *audience* ketika program acara tersebut disiarkan di televisi tentunya sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS). Selain

itu, *audience* juga harus mengkritisi berbagai program yang telah disiarkan oleh stasiun televisi.

Berbagai program acara yang disajikan di televisi itu tentunya tak lepas dari sorotan publik dan berbagai macam opini penonton dari berbagai kalangan itu menjadi kesan tersendiri pada sebuah stasiun televisi, karena hal ini akan menjadi pertimbangan sebuah stasiun televisi untuk terus melanjutkan program acaranya atau malah mengganti dengan program acara yang baru. Opini juga digunakan untuk menanyakan mengenai pendapat yang relevan mengenai persoalan yang mengandung pertentangan (*controversial*). Opini penonton merupakan kekuatan pada diri penonton untuk memberikan perhatian pada suatu objek dan yang menjadi pengaruh cukup besar terhadap opini penonton pada siaran televisi adalah kesukaan penonton. Kesukaan penonton dapat bermula dari kepercayaan, pengalaman dan tindakan terhadap program AKSI Indosiar (Tuti, 2012: 20).

Membahas masalah program dakwah di media massa tidak bisa lepas dengan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Pada perkembangannya Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang selalu berusaha menyesuaikan diri dengan perubahan dan tuntutan zaman. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang berusaha mencetak da'i yang profesional sesuai dengan disiplin ilmunya serta cakap dalam berbagai bidang.

Penulis meneliti opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 dikarenakan, yang sudah pernah mengikuti program Akademi Sahur Indonesia dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah salah satu mahasiswa dari angkatan 2014. Selain itu, angkatan 2014 dianggap sudah melalui tahap adaptasi di kampus. Pada bulan Mei 2017 angkatan tersebut menduduki semester enam dan sudah mengambil konsentrasi yang telah di tawarkan oleh priodinya masing-masing. Mata kuliah konsentrasinya juga sebagian besar sudah diambil. Jadi, mahasiswa sudah dibekali dengan teori-teori mengenai konsentrasinya yang sesuai dengan perkembangan zaman, teknologi, sosial dan tentunya dikaitkan dengan dakwah.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah mahasiswa yang diberikan pembelajaran tentang dakwah yang tidak hanya sebatas ceramah atau *tabligh*, tetapi sudah mengarah kepada perumusan berbagai profesi yang memungkinkan diperankan oleh seorang da'i (Panduan Praktik Pengalaman Lapangan, 2016: 1). Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat, menuntut generasi muda untuk dapat memanfaatkan kemajuan tersebut dengan sebaik-baiknya untuk berdakwah. Sudah seharusnya mahasiswa memiliki kemampuan dibidang tersebut. Mengkritisi berbagai program yang telah disiarkan dimedia massa khususnya televisi dan yang berkaitan dengan dakwah juga termasuk pembelajaran yang harus dikuasai oleh mahasiswa.

Mahasiswa merupakan salah satu generasi muda yang diharapkan mampu untuk memberikan perubahan yang lebih baik dalam berbagai hal. Selain mempunyai tanggung jawab individu, mahasiswa juga memiliki peranan sosial, yaitu bahwa keberadaan dan segala perbuatannya tidak hanya bermanfaat untuk dirinya sendiri tetapi juga harus membawa manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana opini penonton program siaran dakwah “AKSI” yang mana program ini disiarkan pada bulan Ramadhan dan hanya di stasiun televisi Indosiar. Penulis menetapkan judul penelitian ini adalah: “OPINI PENONTON TENTANG PROGRAM SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR” (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 tentang program siaran dakwah AKSI INDOSIAR?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 tentang program siaran dakwah AKSI INDOSIAR. Manfaat dari penelitian ini dapat penulis sebutkan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah khasanah penelitian dibidang Ilmu dakwah melalui media televisi, terutama dalam program siaran dakwah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya bermanfaat, terutama dalam mengapresiasi jenis program siaran dakwah di televisi yang tidak saja menghibur tetapi juga sarat dengan informasi serta penyajian yang berkualitas dan memberikan bahan masukan bagi stasiun televisi Indosiar Jakarta tentang Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 terhadap program AKSI INDOSIAR yang disiarkan pada bulan Ramadhan sehingga dapat digunakan untuk pengembangan program tersebut agar lebih sesuai dengan harapan dan keinginan *audience* serta menambah wawasan mahasiswa tentang siaran-siaran program dakwah di televisi.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan tinjauan penulis terhadap beberapa sumber kepustakaan, ada peneliti yang mengkaji tentang “ *Persepsi Masyarakat Palebon Terhadap Program Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Idola 92,6 FM Semarang*” oleh Luthfi Hidayah (2012, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo). Tujuan penelitiannya untuk mengetahui bagaimana Persepsi Masyarakat Palebon Terhadap Program Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Idola 92,6 FM Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari beberapa program dakwah Islamiyah yang disiarkan di radio Idola 92,6 FM adalah program keluarga sakinahlah yang lebih banyak diminati oleh masyarakat, karena pendengar bisa memberikan tanggapan dan respon secara langsung kepada narasumber yaitu melalui telepon sehingga menimbulkan komunikasi dua arah antara pendengar dan narasumber. Metode penelitian yang digunakan ialah jenis penelitiannya kualitatif deskriptif. Luthfi ini menggunakan pendekatan komunikasi secara humanistik murni (*humaniora*) yaitu pendekatan yang dilihat dari aspek kemanusiaan untuk meneliti serta mengkritisi fenomena atau gejala-gejala yang terjadi yang bersifat kasuistik dalam masyarakat. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pendapat *audience* tentang program siaran dakwah pada media massa serta jenis metode penelitiannya sama-sama kualitatif yang spesifikasinya deskriptif. Perbedaan dengan penelitian ini diantaranya media berbeda, penelitian terdahulu

menggunakan media radio sedangkan penelitian ini media yang diteliti ialah televisi. Selain itu program, fokus serta lokus yang diteliti juga berbeda. Penelitian terdahulu meneliti Program Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Idola 92,6 FM Semarang serta lokusnya di masyarakat Palebon sedangkan penelitian ini meneliti program siaran dakwah AKSI Indosiar fokusnya pada mahasiswa angkatan 2014 dan lokusnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Kedua “*Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo terhadap DAKWAHTAINMENT Di Televisi (Program Siaran “Islam Itu Indah” di Trans TV)*” dibuat oleh Jamilatul Jauharoh Umminur (2015, Skripsi, Universitas UIN Walisongo Semarang). Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo terhadap *DAKWAHTAINMENT* di Televisi (Program Siaran “Islam Itu Indah” di Trans TV). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo menanggapi bahwa program siaran “Islam Itu Indah” di Trans tv menarik karena cara penyampaian materi oleh Ustadz Maulana tergolong unik karena diselingi dengan candaan serta mempunyai sisi *Entertainment* sehingga sangat menarik untuk ditonton dikalangan anak muda atau mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu diantaranya adalah sama-

sama lokus penelitiannya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Sumber data atau informannya juga sama-sama mahasiswa, media yang diteliti juga sama media televisi yang digunakan untuk berdakwah, selain itu juga sama-sama meneliti program siaran dakwah melalui media televisi dan metode penelitiannya menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan dengan penelitian ini ialah program siaran dakwahnya. Penelitian terdahulu “Islam Itu Indah” di Trans tv sedangkan penelitian ini “Akademi Sahur Indonesia” di Indosiar.

Ketiga ada juga yang meneliti “*Persepsi Audiens Terhadap Tayangan D’academy Indosiar Di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang*” dibuat oleh Mariya Yuliani Werung (2015, Jurnal, Universitas Mulawarman). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi audien terhadap tayangan D’academy Indosiar di kelurahan Sungai Pinang dalam Kecamatan Sungai Pinang Samarinda mempunyai persepsi yang berbeda-beda pada sensasi, atensi (perhatian), dan respon. D’academy mengisi kebutuhan audiens dalam hal hiburan juga memberikan informasi/pengetahuan/wawasan yang coba diterapkan dan dipelajari oleh audiens, selain itu dalam meningkatkan kualitas tayangan diharapkan mengurangi durasi penayangan yang cukup lama. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti program siaran melalui media televisi dan di stasiun televisi yang

sama yaitu Indosiar. Persamaan lainnya adalah metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya penelitian terdahulu meneliti program siaran D'academy sedangkan penelitian ini meneliti program siaran dakwah Akademi Sahur Indonesia di Indosiar.

Keempat “*Pendapat Pendengar Radio Retjo Buntung Yogyakarta Terhadap Program Siaran Dakwah Lentera Rohani*” dibuat oleh Zainun Mukorobah (2016, Skripsi, UIN Walisongo Semarang). Jenis penelitiannya adalah kualitatif serta metode yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pendapat pendengar Radio Retjo Buntung Yogyakarta, bahwa program siaran dakwah Lentera Rohani masih menarik untuk didengarkan karena manfaat dari program tersebut sangat banyak dirasakan oleh masyarakat pada umumnya terutama bagi pendengar. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui pendapat dari audien tentang salah satu program dakwah yang disiarkan di media massa. Metode analisis data yang digunakan juga sama menggunakan analisis deskriptif. Perbedaannya penelitian terdahulu media yang diteliti radio dan penelitian sekarang media yang diteliti adalah televisi.

Selanjutnya kelima ada yang meneliti: “*Persepsi Komunitas Pendengar Terhadap Ceramah Dakwah Berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M.Ag Dalam Program Ngudi Kasaragan Di RRI Semarang*” dibuat Sutarti (2015, Skripsi, UIN Walisongo Semarang).

Sutarti ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu persepsi pendengar radio yang masuk dalam komunitas PAPPERIS, bahwa program dakwah berbahasa Jawa ngudi kaswaragan yang disajikan Pro 4 RRI Semarang cukup baik dan menarik untuk didengarkan karena dalam penyampaian dakwahnya Pak Anas lebih komunikatif sehingga mudah difahami dan dicerna oleh pendengar. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti program dakwah dan metode yang digunakan juga sama analisis metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya media yang penelitian terdahulu melalui media radio dan penelitian sekarang melalui media televisi.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif. Sebagaimana dikatakan Bogdan & Taylor dalam Gunawan (2013: 82) penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik/utuh.

Adapun spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Danim,

2002: 51). Penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat.

Penelitian deskriptif selain bertujuan menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti, penelitian deskriptif juga fokus pada pertanyaan dasar “bagaimana” dengan berusaha mendapatkan dan menyamapaikan fakta-fakta dengan jelas, teliti dan lengkap. Inti pokok deskriptif adalah mengemukakan ciri-ciri sesuatu. Tipe utama penelitian deskriptif mencakup penilaian sikap, pendapat tentang individu, organisasi, peristiwa, atau prosedur demikian juga tentang jajak pendapat politik dan survei penelitian pasar (Silalahi, 2010: 27-29).

Dengan metode ini peneliti mendeskripsikan tentang opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang mengenai Program Akademi Sahur Indonesia (AKSI) di Indosiar.

2. Definisi Konseptual

Penjelasan definisi konseptual berfungsi untuk memberi batasan atau arti variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti. Definisi konseptual bertujuan untuk menggambarkan gejala atau perilaku yang diamati oleh peneliti. Penelitian ini berjudul “Opini Penonton Terhadap Program

Siaran Dakwah AKSI Indosiar (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang).

- a) Menurut Cutlip dan Center, dua pakar Humas opini adalah “ekspresi sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan (*the expression of attitude on a controversial issue*) dan menurut Alexis S.Tan sikap meliputi:
- 1) komponen *kognitif* – (pengetahuan)
 - 2) komponen *afektif* – (perasaan)
 - 3) komponen *konatif* – (sikap)
- b) Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. program siaran dakwah merupakan satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan yang berisi berbagai pembahasan keagamaan. Program yang dimaksud dalam penelitian ini adalah program siaran dakwah dengan nama Akademi Sahur Indonesia (AKSI) yang di siarkan oleh stasiun televisi Indosiar pada bulan Ramadhan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka batasan konseptual dalam penelitian ini adalah opini penonton tentang keseluruhan program siaran dakwah AKSI Indosiar (studi terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang).

3. Sumber dan Jenis Data

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2001: 91). Adapun Sumber data atau informan yang dimaksud dalam penelitian ini digali langsung dari subjek penelitian yaitu 32 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang fokusnya pada angkatan 2014.

Penulis meneliti mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2014 dikarenakan yang sudah pernah mengikuti program Akademi Sahur Indonesia dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah angkatan 2014. Selain itu, angkatan 2014 dianggap sudah melalui tahap adaptasi di kampus. Pada bulan Mei 2017 angkatan tersebut menduduki semester enam dan sudah mengambil konsentrasi yang telah di tawarkan oleh priodinya masing-masing. Mata kuliah konsentrasinya juga sebagian besar sudah diambil. Jadi, mahasiswa sudah dibekali dengan teori-teori mengenai konsentrasinya yang sesuai dengan

perkembangan zaman, teknologi, sosial dan tentunya dikaitkan dengan dakwah.

4. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang diwawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti (Gunawan, 2013: 162).

Wawancara ini dilakukan kepada sebagian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Agar pointer wawancara terarah maka digunakan panduan wawancara. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi atau terwawancara lebih detail berasal dari lapisan sosial yang bagaimana dan untuk mengurangi manipulasi data.

b) Dokumentasi

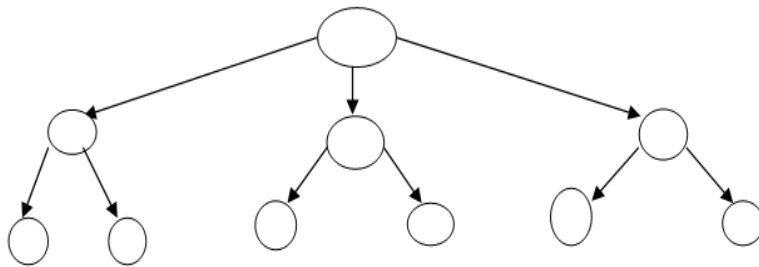
Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar-gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014: 82).

Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang bersifat dokumentasi atau catatan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014: 82). Metode dokumentasi dapat dibagi menjadi dua yaitu dokumentasi dalam arti luas seperti rekaman, foto maupun dokumentasi dalam arti sempit yaitu berupa tulisan. Kegunaan dari studi ini adalah untuk mencari data yang ada kaitannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

Hal ini dimaksudkan untuk lebih memperkaya data yang tidak sempat diperoleh di lapangan. Sumber data dapat diperoleh dari bahan-bahan tertulis seperti jurnal, makalah, artikel, arsip dan masih banyak lagi lainnya.

5. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif terdapat banyak teknik sampling yang dapat digunakan oleh peneliti. Salah satu teknik penentuan informan yang digunakan oleh peneliti ini adalah teknik penentuan informan menggunakan metode *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pada mulanya jumlahnya kecil tapi makin lama makin banyak dan berhenti setelah informasi yang didapat dinilai telah cukup. Teknik ini baik untuk diterapkan jika calon informan sulit untuk diidentifikasi (Siswanto, 2012:49).



Gambar 1. Snowball Sampling

Penarikan sampel bola salju

Beberapa tahapan penarikan bola salju adalah:

- a. Menentukan satu atau beberapa orang/informan untuk diwawancarai sebagai titik awal penarikan sampel. Tahap ini, Peneliti mencari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014. Setelah bertemu dengan mahasiswa angkatan 2014 maka peneliti bertanya kepada mahasiswa tersebut apakah sudah pernah menonton program siaran AKSI Indosiar apa belum. Apabila sudah pernah menonton, peneliti kemudian menetapkan orang tersebut untuk menjadi informan yang pertama.
- b. Informan selanjutnya ditetapkan berdasarkan pengetahuan atau informasi yang diperoleh dari informan awal.

- c. Demikian seterusnya hingga pada satu saat peneliti memutuskan jumlah informannya sudah mencukupi (Bulaeng, 2004: 155).

6. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh kemudian diolah dan dianalisis. Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode analisis interaktif Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman mengemukakan analisis interaktif pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

a. Tahap pengumpulan data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara. Proses pengumpulan data melibatkan sisi aktor (informan), hasil wawancara, dan dokumentasi.

b. Reduksi data (data reduction)

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu di catat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan

mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi dan data yang tidak penting dibuang.

c. Data *Display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang

dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas (Sugiyono: 2014, 337-345).

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan merupakan hal yang penting karena mempunyai fungsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya. Dalam skripsi ini, penulis menyusun atas lima bab. Dimana masing-masing bab mempunyai pokok pembahasan sendiri-sendiri yang tertuang dalam sub-bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian,

Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

- BAB II** :Merupakan Landasan Teori yang melandasi penulis dalam pembahasan skripsi. Dalam bab ini membahas tentang: Opini, *Audience* dan Program Siaran Dakwah.
- BAB III** :Berisi tentang *profile* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang serta program Siaran Dakwah “AKSI” Indosiar. Dan pada bab ini pula ditulis tentang penyajian data hasil penelitian.
- BAB IV** :Analisis-analisis opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo terhadap Program Siaran Dakwah “AKSI” Indosiar.
- BAB V** :Penutup, yang berisi Kesimpulan dan Saran. Bagian akhir yang tersusun dari Daftar Pustaka, Lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Konsep Tentang Televisi dan Program Siaran Dakwah

1. Pengertian televisi

Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Televisi juga merupakan media massa yang mengalami perkembangan fenomenal di dunia. Meski lahir paling belakang dibanding media massa cetak dan radio, namun pada akhirnya media televisilah yang paling banyak diakses oleh masyarakat di mana pun di dunia ini. Menurut Skornis dikutip dari bukunya Badjuri (2010:6) dibandingkan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Televisi telah membawa dampak yang besar bagi umat manusia. Televisi menyampaikan berbagai informasi, pesan-pesan dengan sangat cepat sampai ke khalayak pemirsa.

Kelebihan lain dari televisi ialah dengan adanya satelit komunikasi, cakrawala informasi menjadi semakin luas. Peristiwa di satu tempat, dapat dilihat di tempat lain melalui televisi dengan pola teknologi baru, yaitu” *Direct Broadcasting Satellite*” (DBS). Kehadiran teknologi televisi, juga mempengaruhi kehidupan

manusia dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, agama, bahkan pertahanan dan keamanan negara.

1) Karakteristik Televisi

a. Mengutamakan gambar.

Kekuatan televisi terletak lebih pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan dari narasi yang diperkuat oleh gambar. Tentu saja gambar yang dimaksud adalah hidup yang membuat televisi lebih menarik dibanding media cetak.

b. Mengutamakan kecepatan.

Jika *deadline* media cetak 1x24 jam, *deadline* atau tenggat televisi bisa disebut setiap kali. Televisi mengutamakan kecepatan. Kecepatan bahkan menjadi salah satu unsur yang menjadikan berita televisi bernilai. Berita paling menarik atau menonjol dalam rangka waktu tertentu, pasti akan ditayangkan paling cepat oleh televisi.

c. Bersifat sekilas.

Jika media cetak mengutamakan dimensi ruang, televisi lebih mengutamakan dimensi waktu atau durasi. Durasi berita televisi terbatas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung bersifat sekilas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung tidak mendalam.

d. Bersifat satu arah.

Televisi bersifat satu arah. Pemirsa tidak bisa pada saat itu juga memberi respon pada berita televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif. Pemirsa hanya punya satu kesempatan memahami berita televisi. Pemirsa tidak bisa, misalnya, minta presenter membacakan ulang berita televisi karena pemirsa tersebut belum memahami atau ingin lebih memahami berita tersebut.

e. Daya jangkau luas.

Televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial-ekonomi.

2. Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran) yakni: (Ardianto, 2017:137)

a) Fungsi Informasi

Televisi dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi tidak hanya dalam bentuk siaran pandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar dengan dilengkapi gambar-gambar yang faktual, akan tetapi televisi juga menyiarkan bentuk lain seperti ceramah, diskusi dan komentar.

Televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa dirumah jika dibandingkan dengan media

lainnya. Hal ini dikarenakan efek audio dan visual yang memiliki unsur *immediacy* dan *realism*. *Immediacy*, mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Penyiar yang sedang membaca berita, pemuka masyarakat yang sedang membaca pidato atau petinju yang sedang melancarkan pukulannya, tampak dan terdengar oleh pemirsa, seolah-olah mereka berada ditempat peristiwa itu terjadi, meskipun mereka berada dirumah masing-masing jauh dari tempat kejadian, tapi mereka dapat menyaksikan pertandingan dengan jelas dari jarak yang amat dekat. Lebih-lebih ketika menyaksikan pertandingan sepakbola, misalnya mereka akan dapat melihat wajah seorang penjaga gawang lebih jelas, dibandingkan dengan jika mereka berdiri di tribun sebagai penonton. *Realism*, yang berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan ketika suatu acara ditayangkan secara langsung (*Live*).

Jadi pemirsa langsung dapat melihat dan mendengar sendiri. Bedanya televisi dengan media cetak adalah berita yang disampaikan langsung direkam dan hanya menggunakan sedikit editan untuk mendapatkan inti dari kejadian yang ingin

disampaikan, sedangkan bila di media cetak, berita yang sama harus mengalami pengolahan terlebih dahulu oleh wartawan baru kemudian disajikan pada pembaca.

b) Mendidik

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak dan disampaikan secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Televisi menyiarkan acaranya secara teratur dan terjadwal.

c) Menghibur

Televisi di negara ini sebagian besar dari alokasi waktu siarannya diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah-rumah oleh seluruh keluarga, serta dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak dimengerti bahasa asing bahkan yang tuna aksara.

d) Membujuk

Fungsi yang terakhir ini adalah membujuk atau dapat disebut juga dengan *persuasif*. Stasiun televisi setelah menyiarkan informasinya berharap pirsawan itu mengikuti apa yang telah disiarkan.

3. Kelebihan dan kelemahan Televisi.

Kelebihan dari media televisi adalah sebagai berikut:

- a) Kesan realistik: audio visual.
- b) Masyarakat lebih tanggap: menonton dalam suasana santai, rekreatif.
- c) Adanya pemilahan area siaran (*zoning*) dan jaringan kerja (*networking*) yang mengefektifkan penjangkauan masyarakat.
- d) Terkait erat dengan media lain.
- e) Cepat, dari segi waktu, cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
- f) Terjangkau luas, menjangkau masyarakat secara luas.

Sedangkan kelemahan dari televisi yaitu:

- a) Jangkauan pemirsa massal, sehingga pemilihan (sulit menentukan untuk pangsa pasar tertentu) sering sulit dilakukan.
- b) Iklan relatif singkat, tidak mampu menyampaikan data lengkap dari rinci (bila diperlukan konsumen).
- c) Relatif mahal.
- d) Pembuatan iklan tv cukup lama.

4. Pengertian Program

Tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam

mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran televisi. Program yang membawa audien mengenal suatu stasiun penyiaran.

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2015: 209-210).

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual pada pihak lain, dalam hal ini *audience* dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton (Morissan, 2015: 210).

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. Dapat didefinisikan juga 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 (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya (Djamil, 2013: 149)

Sedangkan Dakwah secara bahasa berasal dari kata da'a, yad'u, da'watan yang berarti ajakan, seruan, undangan dan panggilan. Dakwah menurut istilah berarti menyeru untuk mengikuti sesuatu dengan cara dan tujuan tertentu. Selain itu, menurut Aly Mahfud dalam Kusnawan (2009: 15) dakwah merupakan memotivasi manusia untuk berbuat kebaikan dan petunjuk, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah pada yang munkar, untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam konteks dakwah istilah 'amar ma'ruf nahy-i munkar secara lengkap dan populer dipakai adalah yang terekam dalam Al-Qur'an, surah Ali Imran, ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
 وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeruh kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar merekaalah orang-orang yang beruntung”(Depag, 2000: 50).

Pada intinya, arti dakwah tersebut adalah segala aktivitas dan kegiatan mengajak orang untuk berubah dari suatu situasi yang mengandung nilai bukan islami kepada nilai yang islami. Aktivitas dakwah dilakukan sebagai wujud perilaku keislaman muslim. Tujuannya, tidak terlepas dari upaya untuk merubah pemahaman sikap dan perilaku mad’u ke arah yang sesuai dengan pesan dakwah dalam rangka memperoleh ridha Allah. Dengan demikian pengertian dakwah nampak begitu luas (Kusnawan, 2009: 16). Sedangkan dakwah ditinjau dari segi komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan berupa ajaran islam yang disampaikan secara persuasif dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai ajaran yang didakwahkan. Dakwah juga merupakan suatu ajakan untuk berpikir, berdebat, dan beragumen, dan untuk menilai suatu kasus yang muncul (Saputra, 2011: 5). Proses siaran dakwah yang berlangsung di stasiun televisis juga dapat disebut dengan

komunikasi masa. *Because, mass communication is the process of creating shared meaning between the mass media and their audiences* (Baran, 2009: 6).

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa program siaran dakwah merupakan satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan yang berisi berbagai pembahasan keagamaan.

Menurut Luthfi Hidayah program siaran dakwah adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya tentang tema kajian agama Islam baik yang berhubungan dengan masalah akidah, syari'ah dan akhlak.

Program siaran dakwah juga dapat disebut dengan program Religi. Materi yang disajikan dalam program siaran dakwah melalui media televisi adalah materi yang termaktub dalam Al-Qur'an dan hadits yang bisa dikemas menjadi sebuah film, pidato, ceramah dan lain sebagainya. Tujuan dari program siaran dakwah adalah untuk membantu *audience* memahami ajaran agama Islam lebih mendalam.

Setelah membahas mengenai program siaran dakwah, perlu diketahui metode tentang dakwah. Metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi dakwah. Metode dan teknik dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:(Aziz, 2009: 357-381).

a) Metode ceramah

Metode ceramah atau muhadharah atau pidato ini telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah. Sampai sekarang pun masih merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah sekalipun alat komunikasi modern telah tersedia. Metode ini disebut *public speaking* (berbicara di depan publik). Sifat komunikasinya lebih banyak searah atau diakhiri dengan komunikasi dua arah (dialog) dalam bentuk tanya jawab. Umumnya, pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan ceramah bersifat ringan, informatif, dan tidak mengandung perdebatan. Dialog yang dilakukan juga terbatas pada pertanyaan, bukan sanggahan. Penceramah diperlakukan sebagai pemegang otoritas informasi keagamaan kepada audiensi.

b) Metode diskusi

Metode ini dimaksudkan untuk mendorong mitra dakwah berpikir dan mengeluarkan pendapatnya serta ikut menyumbangkan dalam suatu masalah agama yang terkandung banyak kemungkinan-kemungkinan jawaban. Selain itu dapat juga diartikan metode dakwah untuk bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan antar beberapa orang dalam tempat tertentu.

c) Metode konseling

Metode konseling merupakan wawancara secara individual dan tatap muka antar konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mad'u atau mitra dakwah untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.

d) Metode karya tulis

Metode ini termasuk dakam kategori dakwah *bi al-qalam* (dakwah dengan karya tulis). Metode karya tulis adalah buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Keterampilan tangan ini tidak hanya melahirkan tulisan, tetapi juga gambar atau lukisan yang mengandung misi dakwah.

e) Metode pemberdayaan masyarakat

Salah satu metode dalam dakwah *bi al-hal* (dakwah dengan aksi nyata) adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengemangkannya dengan dilandasi proses kemandirian.

f) Metode kelembagaan

Metode kelembagaan dan pemberdayaan berbeda satu sama lain. Perbedaan pokok dari kedua metode ini adalah terletak pada arah kebijakannya. Metode kelembagaan lebih bersifat sentralistik dan kebijakannya bersifat dari atas ke

bawah (*top-down*) sedangkan strategi pemberdayaan lebih bersifat desentralistik dengan kebijakan dari bawah ke atas (*bottom-up*). Ada kata kunci yang membuat keduanya berbeda: metode kelembagaan menggerakkan lembaga, sedangkan metode pemberdayaan mengembangkan lembaga.

5. Tujuan Program

Tujuan suatu program siaran secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai. Ada perbedaan tujuan penayangan program pada stasiun televisi swasta dan stasiun publik. Stasiun publik tidak berorientasi mencari keuntungan, tetapi lebih pada melayani masyarakat dan sebagai media untuk menginformasikan keberhasilan pembangunan dan menjaga keutuhan berbangsa dan bernegara. Tetapi pada stasiun swasta selain menyediakan wadah juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Karena stasiun swasta bertujuan mencari keuntungan.

Secara umum, ada lima tujuan penayangan program televisi swasta:

- a) Mendapat banyak penonton.
- b) Target penonton tertentu (program yang ditujukan pada segmentasi tertentu).
- c) *Prestise*.

Pada momen tertentu stasiun televisi selalu menayangkan program yang tidak untuk mendapatkan keuntungan, tetapi hanya untuk *prestise* saja, misalnya pada perayaan hari kemerdekaan RI 17 Agustus.

d) Penghargaan

e) Kepentingan publik. Program yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan keberagaman, dan keamanan hiburan kepada publik (Latief, 2015: 49-55).

6. Karakteristik Program Siaran

Tayangan siaran televisi di layar kaca itu mempunyai dampak yang sangat luas bagi *audience*. Hal itu berarti bahwa program siaran tersebut mempunyai karakteristik tertentu yang dapat mempengaruhi, memprovokasi dalam hal positif maupun negatif, dan mampu mengubah sikap seseorang dari pendiam menjadi agresif. Hal ini disebabkan oleh daya rangsang televisi sangat tinggi. Oleh karena itu, bagi penyelenggara penyiaran harus mempunyai rasa bijak dan pertimbangan matang dalam menyajikan programnya. Jangan hanya memerhatikan selera pasar bebas (liberal), tetapi harus menjunjung idealisme informasi bagi kepentingan bangsa Indonesia (Djamil, 2013: 149).

7. Jenis Program Televisi

Menurut Morissan (2013: 217-218) ada dua jenis program dalam media penyiaran yaitu:

a. Program Informasi (berita).

Segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada penonton.

b. Program hiburan.

Segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur penonton dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan.

8. Kekuatan Program

Melihat dari seluruh format siaran televisi, ada empat unsur kekuatan yang dimiliki suatu program, yaitu: (Latief, 2015: 55-63).

a) Kekuatan Format

Kekuatan format adalah program yang menonjolkan kelebihan pada kemasan, rancangan, atau konsepnya yang berhubungan dengan cara penyajiannya.

b) Kekuatan Bintang

Kekuatan bintang adalah program yang menonjolkan sisi kebhinekaan atau popularitas seorang performance maupun aktor/aktris dibanding dengan penonjolan pada format programnya.

c) Kekuatan Format dan Bintang

Program yang memiliki kekuatan format dan bintang adalah program yang menampilkan format program yang baik dengan pengisi acaranya bintang-bintang papan atas. Spesial

program dimaksudkan program yang dibuat hanya pada *event* khusus.

d) Kekuatan Informasi

Stasiun televisi sebagai industri informasi dan teknologi, bertujuan memberikan informasi secara cepat, aktual, akurat, dan terpercaya kepada masyarakat. Kekuatan informasi yang disampaikan stasiun televisi menjadikan dunia seakan tidak mengenal batas lagi.

9. Strategi Format Program

Strategi format adalah siasat perencanaan dasar program untuk menarik perhatian penonton agar menyaksikan program yang dibuat dan ditayangkan sebagai salah satu pilihan.

a) Membangun *Image*

Berbagai cara dilakukan untuk membangun *image* stasiun, di antaranya dengan menayangkan *tagline* atau moto stasiun. Namun, kadang untuk membangun *image* stasiun TV tidak cukup dengan *tagline* saja. Kadang melakukan penayangan program yang bermutu dan berkualitas. kadang dilakukan hal-hal luar biasa “*extraordinary*” mengabaikan prinsip pokok, menghabiskan mengejar keuntungan ekonomi.

b) Merebut Penonton

Kadang ada program siarannya yang direncanakan untuk menarik atau mendominasi penonton pada waktu tayang tertentu.

c) Menjual Program

Stasiun televisi swasta yang mengandalkan pendapatannya hanya dari iklan, agar tetap beroperasi harus memproduksi program bermutu, dan disukai penonton. Program harus mendapat profit, keuntungan.

d) Merayu Penonton

Merayu penonton dapat berawal dari ide sederhana, dengan testimony dan goody bag merayu penonton (masyarakat) dalam rangka merebut dan mempertahankan hati penonton untuk menyaksikan program-program yang disiarkan (Latief, 2015:65-71).

B. Audience

1. Pengertian Audience

Audience adalah orang yang menjadi sasaran media massa, yaitu dalam konteks ini merupakan pemirsa televisi atau orang-orang yang datang mendengar pidato dalam tabligh akbar atau khutbah (Arifin, 2011: 137).

Khalayak (*audience*) yang luas dapat diartikan sebagai massa, sehingga media yang menyentuh massa itu dinamakan media massa (*mass media*). Mayor polak menyebut massa tidak sama dengan *crowd*, melainkan orang banyak yang menjadi sasaran media modern (dalam televisi). Justru itu individu-individu dalam massa tidak selamanya harus berada dalam satu tempat, melainkan dapat berada di tempatnya masing-masing dan

terpencar-pencar. Sebagai sasaran media massa, maka massa dapat merupakan lautan manusia yang abstrak yang terdiri atas semua kelas dan jenis kelamin.

Mereka tidak dibatasi oleh ruang. Namun mereka merupakan satu kesatuan karena adanya persamaan minat dan perhatian terhadap suatu pesan atau pernyataan umum yang sama melalui media massa. Massa seperti ini oleh Minnikke dan Leopod Van Wise dalam Arifin (2008: 75) digolongkan sebagai massa abstrak. Berdasarkan hal tersebut, maka massa terdiri atas dua jenis, yaitu: (1) massa konkrit (pendengar pidato/retorika atau *public speaking*) dan (2) massa abstrak/penerima pesan media massa (Arifin, 2011: 139).

Secara umum massa televisi yang bersifat abstrak itu memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Jumlah anggotanya relatif besar/luas.
- b) Bersifat heterogen: anggota-anggotanya beranekaragam pekerjaannya atau kedudukannya di dalam masyarakat berbeda-beda tingkatan umumnya, bermacam-macam jenis kelamin, tingkat pendidikan, daerah tempat tinggal dan lain-lain.
- c) Anonim. Individu-individu dari anggota-anggota khalayak itu umumnya tidak dikenal secara pribadi oleh komunikator. (Arifin, 2011: 140).

Audience yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, masing-masing *audience* berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman dan orientasi hidupnya. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. Misalnya, Anda sama-sama menonton program acara “Akademi Sahur Indonesia (AKSI)” di Indosiar pada bulan Ramadhan yang tayang pukul 02.00 WIB. Masing-masing penonton akan mempunyai komentar yang berlainan terhadap pesan (program acara) yang sama dilihatnya itu. Intinya adalah apapun komentar dari *audience*, yang jelas program televisi bisa menjadi topik pembicaraan sehari-hari.

Bagian-bagian massa yang tertarik kepada isu yang berkembang sebagai wacana, kemudian mendorong individu-individu mengembangkan diri dalam bentuk diskusi-diskusi informal dalam suatu kelompok informal. Bagian-bagian massa yang tertarik kepada isu-isu itu, kemudian dikenal dengan sebuah publik (*public*).

Publik itu terdiri atas individu-individu yang tertarik oleh masalah-masalah yang menyangkut kepentingan umum, yang dilontarkan oleh media massa. Mereka mendiskusikan masalah tersebut, untuk mencari solusi dan untuk menentukan sikap dan pendapat (opini). Dengan demikian bagian-bagian dari massa yang tertarik oleh masalah-masalah yang berkaitan dengan dakwah yang

disalurkan oleh televisi, secara spontan mempersatukan diri secara informal dalam kelompok-kelompok yang disebut publik dakwah atau masyarakat dakwah. Jumlah kelompok-kelompok itu agak banyak, dan masing-masing mendiskusikan soal-soal, mencari sikap-sikap yang harus diambil dalam persoalan sosial dan dakwah yang sedang aktual, yang pada akhirnya menyimpulkan suatu opini (Arifin, 2011: 140).

Berdasarkan hal tersebut di muka, jelas bahwa publik dakwah (*mad'u*) merupakan hasil dari proses komunikasi massa yang memuat pesan-pesan dakwah. Publik adalah bagian dari massa, yaitu suatu kelompok orang yang dihadapkan kepada suatu permasalahan (isu) yang sulit dan kontroversial terhadap penyelesaiannya oleh karena itu, memerlukan diskusi yang intensif (Arifin, 2011: 143).

Komunikasi dakwah memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Ada 2 potensi dalam diri komunikasi yang dapat dijadikan acuan oleh komunikator dakwah dalam menyampaikan pesannya, yaitu (1) kemampuan berpikir (rasio), mengarah kepada sampai seberapa jauh komunikasi senang berpikir mendalam, dan (2) kemampuan merasa (perasaan), mengarah kepada apakah komunikasi lebih senang imbauan emosional pesan-pesan yang menggembirakan atau pesan yang sedih. Kedua hal tersebut tepat untuk digunakan sebagai pendekatan dalam komunikasi dakwah (Ma'arif: 2010: 41).

Kemampuan berpikir komunikasi dakwah berbeda-beda. Berdasarkan kemampuan berpikirnya, komunikasi dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu komunikasi terpelajar, menengah, dan awam. Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa pada satu sisi terdapat orang-orang yang pandai dan berpikir optimal (panjang) yang dikenal sebagai al-ulama, *ulu 'i-albab*, *ulu 'i-'ilm*, *ulu 'l-abshar*, *uli 'l-nuha*, dan *al-Rosikhuna fi 'l-ilm*. Pada lain sisi, terdapat orang-orang yang sedikit berpikir, tidak suka berpikir mendalam yang diistilahkan sebagai *al-juhala* dan *al-sufaha*. Kemampuan kedua kelompok tersebut dalam menggunakan rasionya, tidaklah sama, dan tidak dapat dipersamakan. Ada orang yang memiliki kemampuan berpikir abstrak dan jauh ke depan, namun ada pula yang tidak memilikinya (Ma'arif, 2010:42).

Dari sekian perbedaan, ada satu hal yang dapat digarisbawahi, yaitu menurut Cacioppo dan Petty mereka memiliki kemampuan berpikir yang diistilahkan sebagai konsep *need for cognition*. *Need for cognition* merupakan kesenangan seseorang untuk berpikir mendalam. Di sini ada yang cenderung berpikir secara mendalam, dan ada pula yang cenderung berpikir secara dangkal (kurang senang berpikir mendalam) dan menurut Joan L. Giese mereka memiliki kemampuan berperasaan yang diistilahkan sebagai konsep *need for affect*. Sementara *konsep need for affect* merupakan suatu kondisi dimana seorang merasakan bahagia dan senang terhadap suatu kondisi sehingga

ada pesan-pesan yang disenangi karena dipandang olehnya lebih menyentuh perasaannya (Ma'arif, 2010: 42).

2. **Karakteristik Audience**

Khalayak dakwah (*mad'u*) yang merupakan sasaran yang berlangsung dalam proses komunikasi massa yang memuat pesan dakwah (al khaer, amr ma'ruf, dan nahy munkar). Khalayak yang terdiri dari massa dan kemudian berproses melahirkan publik merupakan satu kelompok orang yang tertarik kepada pesan dakwah yang menyentuhnya melalui pidato (retorika) atau media massa. Oleh sebab itu publik memiliki karakteristik atau ciri khas, yaitu sekelompok orang yang memiliki keahlian atau spesialisasi tertentu, penalaran yang tinggi, daya kritis dan analisis yang tajam. Mereka lebih ahli, lebih cerdas dan lebih rasional dari pada massa atau *crowd* yang hanya terbentuk karena persamaan minat dan kepentingan dengan sifat yang lebih *emosional*. Justru itu publik adalah merupakan inti dari khalayak komunikasi secara umum dari sebuah proses komunikasi massa. Justru itu publik adalah merupakan inti dari khalayak komunikasi secara umum atau khalayak dakwah secara khusus dalam sebuah proses komunikasi massa. Karakteristik Khalayak (Audience) ada dua yaitu sebagai berikut (Arifin, 2011: 145-152) :

a) Khalayak Aktif

Pandangan tentang khalayak aktif itu dikembangkan oleh para psikolog dan sosiolog, yang menjelaskan bahwa efek

suatu pesan komunikasi massa terwujud dalam khalayak yang terdiri atas individu-individu yang selalu berinterelasi (berhubungan) dan berinteraksi (saling mempengaruhi) dengan individu-individu lainnya, dalam suatu wadah yang disebut publik. Sikap, pendapat (opini) dan perilaku individu dalam publik itu adalah refleksi saling pengaruh mempengaruhi antara faktor internal dan faktor eksternal. Itulah sebabnya publik atau penerima (*audience*) itu sama sekali tidak pasif melainkan sangat aktif. Bahkan individu dan publik memiliki daya tangkal dan daya serap sekaligus terhadap semua rangsangan yang menyentuhkan.

Berdasarkan hal tersebut, maka setiap individu dan kelompok akan menyaring, menyeleksi, dan mengolah secara internal semua pesan. Hal ini merupakan proses psikologi yang sangat mendasar, sebagaimana yang telah diuraikan dalam perspektif psikologis. Itulah sebabnya khalayak dalam dakwah yang menggunakan proses komunikasi massa dinamakan “kepala batu” atau “keras kepala” karena sukar dipengaruhi, sebagaimana diterangkan dalam teori “khalayak kepala batu” (*obstinate audience theory*). Telah dijelaskan bahwa “khalayak kepala batu” itu hadir, karena individu-individu khalayak itu tidak pasif, melainkan sangat aktif, terutama karena memiliki *filter konseptual*.

Sejalan dengan itu B. Aubery Fisher (1990:190-320) menulis bahwa setiap individu memiliki: “daya saring” berupa *filter konseptual* dan merupakan lokus dari perspektif atau paradigma psikologi dalam komunikasi manusia. *Filter* ini merupakan keadaan internal dari organisme manusia, yang secara esensial merupakan konsep “kotak hitam” (*black box*). Meskipun *filter* ini tidak dapat diamati secara langsung, namun sangat memengaruhi setiap peristiwa komunikasi. *Filter konseptual* ini dapat digambarkan sebagai sikap, opini, keyakinan, ideologi, motif, dorongan, citra, konsep diri, tanggapan dan persepsi. Hal ini menjadi penangkal atau penyerap dari rangsangan berupa pesan atau pembicaraan dakwah yang menyentuh individu.

Dalam hal ini selektivitas individu dalam mengolah informasi, sangat menentukan respons dan perilaku komunikasinya.

Berdasarkan hal tersebut maka Defleur dan Bell-Rokeach (1975) menyatakan bahwa pertemuan khalayak dengan media massa dapat didasarkan kepada tiga kerangka teori. Pertama “teori perbedaan individu” menerangkan bahwa setiap orang memiliki potensi biologis yang berbeda, pengalaman dan lingkungan yang tidak sama sehingga menimbulkan pengaruh media yang tidak sama terhadap khalayak. Kedua “teori kategori sosial” memandang bahwa golongan sosial

berdasarkan usia, jenis kelamin, agama, suku, tingkat pendapatan, pendidikan, dan tempat tinggal akan menampilkan kategori respons tertentu yang tidak sama antara satu kategori dengan kategori lainnya. ketiga “teori hubungan sosial” melihat pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam memengaruhi individu terhadap media massa yang oleh Lazarsfeld, disebut sebagai pengaruh personal.

Pakar psikologi Raymon Bauer (1964) kemudian mengembangkan khalayak aktif itu menjadi sebuah teori dengan nama: “teori khalayak kepala batu”. Dengan teori khalayak kepala batu itu, maka fokus perhatian dan penelitian bergeser dari komunikator dakwah (da’i atau muballigh) kepada khalayak (mad’u). Para pakar terutama pakar psikologi dan kemudian pakar sosiologi dan komunikasi, mencurahkan perhatian kepada faktor individu.

Selain itu juga ternyata kebutuhan dan motivasi individu-individu yang menjadi khalayak itu, sangat berpengaruh dalam penerimaan pesan. Sejumlah penelitian menunjukkan pula bahwa pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengakses pesan-pesan, baik langsung maupun melalui media, sangat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hal ini meliputi kondisi kepribadian dan fisik individu terdiri atas: (1) pengetahuan individu mengenai pokok persoalan (2) kemampuan individu menerima pesan-pesan

lewat media massa yang digunakan dan (3) pengetahuan individu terutama perbendaharaan kata yang digunakan.

b) Khalayak Membisu.

Meskipun khalayak itu aktif sebagaimana diterangkan dalam teori “khalayak kepala batu”, namun ternyata tidak berlaku untuk semua individu dan untuk semua situasi. Efek suatu dakwah dan komunikasi pada umumnya adalah merupakan resultante dari sejumlah kekuatan yang bertarung dalam diri khalayak. Telah dijelaskan bahwa efek dakwah akan mengalami banyak pengaruh dari banyak faktor dalam diri khalayak, yang secara garis besarnya dapat digolongkan dalam dua bagian, yaitu faktor psikologi dan fisik sebagai faktor internal, dan faktor sosial kultural sebagai faktor eksternal. Suatu pesan yang menyentuh individu diterima atau ditolak juga ditentukan oleh banyak faktor.

Salah satu faktor psikologi, sosial dan kultural yang penting dicatat dalam proses dakwah adalah faktor rasa takut individu akan terjadinya pengasingan dirinya dalam lingkungan sosial kulturalnya. Ternyata rasa takut akan keterasingan tersebut memengaruhi “*filter konseptual*” atau kesadaran “Aku” dalam menyaring semua pesan yang merangsangnya. Rasa takut individu akan pengasingan itu, bukan saja merupakan keinginan untuk berada dalam pihak yang menang, tetapi juga merupakan sebuah usaha untuk menghindari isolasi dari kelompok sosial.

Ketakutan akan adanya kritik dari orang lain ternyata merupakan sebuah kekuatan yang besar untuk membuat individu-individu itu “membisu” yang dapat disebut sebagai khalayak membisu.

Realitas tersebut kemudian dikenal sebagai “lingkar kebisuan” (*die schweigspirale = the spiral of silence*). Dari sini lahir sebuah teori yang disebut “teori lingkaran kebisuan” yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh Elizabeth Noelle Neumann (1973) dari Jerman (Littlejohn, 2009:430-432). Teori ini menjelaskan bahwa dalam masyarakat terdapat banyak individu yang takut dan tidak mau terisolasi dari lingkungan sosial kulturalnya, karena memang masyarakat memiliki kecenderungan mengasingkan orang-orang yang berperilaku menyimpang dari perilaku mayoritas. Ketakutan itu mendorong individu-individu berusaha menyesuaikan diri dengan opini yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat mengenai masalah aktual yang menyangkut kepentingan umum.

C. Opini

1. Pengertian Opini

Opini adalah “pendapat, pikiran dan pendirian”. Opini adalah tentang sesuatu, arah (percaya, tidak percaya, mendukung, menentang, dsb) dan intensitas itu bisa meliputi kuat, sedang, atau lemah (Nimmo, 2001: 25). Untuk itu, Opini atau pendapat merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau issue

atau jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis maupun lisan. Opini itu menggabungkan kepercayaan, nilai, dan pengharapan, biasanya sebagai tanggapan terhadap suatu objek tersendiri (Nimmo, 2001: 16). Selain itu, opini juga dapat diartikan sebuah pernyataan preferensi terhadap satu pihak argumen atau pilihan yang ada. Biasanya, hal ini bersifat kognitif sebagaimana pula evaluatif. Opini memiliki karakter yang spesifik dan sementara, dan seseorang dapat memilih banyak opini atas topik-topik yang berbeda tanpa perlu adanya kohesi. Opini memiliki kekuatan yang beragam yang mana mereka dipegang dan dalam derajat dimana mereka didasarkan pada informasi yang benar. Opini juga bersifat individual walaupun dapat terkumpul, sehingga membentuk sesuatu yang disebut opini publik yang biasanya diambil untuk mengartikan kecenderungan dominan atau rangkuman dari pandangan dari populasi secara keseluruhan (McQuail, 2011; 279).

Sedangkan menurut Robert E. Lane dan Davido O. Sears opini atau pendapat dapat dipahami sebagai jawaban atas pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi dalam suatu situasi tertentu walaupun validitasnya lebih tipis dibandingkan dengan pengetahuan positif, namun opini atau pendapat lebih kuat dari dugaan atau sekedar kesan (Arifin, 2011: 192).

Menurut Cutlip dan Center, dua pakar Humas dalam bukunya Effendy (1992: 41) opini adalah “ekspresi sikap mengenai

persoalan yang mengandung pertentangan (*the expression of attitude on a controversial issue*). Sikap pada kenyataannya terdapat di dalam diri seseorang berupa kecenderungan, tersembunyi di dalam lubuk hati, dalam arti kata tidak diketahui orang lain. Baru diketahui orang, apabila sikap itu dinyatakan secara verbal, dengan kata-kata itulah opini tadi, atau dinyatakan secara fisik, dengan kegiatan atau tindakan; itulah pula perilaku tadi. Selain itu, Menurut Cutlip dan Center sikap adalah kecenderungan untuk memberikan respons terhadap suatu masalah atau situasi tertentu (Tabroni, 2012:85).

Menurut Alexis S. Tan dalam bukunya “Mass Communication Theories and Research seperti yang dikutip dari Effendy (1992: 41) ” sikap itu mencakup satu atau lebih ciri-ciri berikut ini: komponen *kognitif* yang merupakan informasi atau pengetahuan seseorang tentang objek sikap: komponen *afektif* yang merupakan perasaan seseorang mengenai objek sikap yang biasanya disimpulkan sebagai perasaan suka atau tidak suka: dan komponen *konatif* atau behavioral yang merupakan tindakan seseorang terhadap objek sikap.”

Dengan demikian, sikap yang merupakan paduan dari pikiran (*kognisi*) dan perasaan (*afeksi*) itu pada suatu ketika dapat di ekspresikan ke dalam bentuk tindakan atau perilaku secara fisik atau ke dalam bentuk opini secara verbal (Effendy, 1992: 42).

Ciri-ciri sikap itu adalah:(Walgito, 2002:114-115)

a) Sikap itu tidak dibawa sejak lahir

Ini berarti bahwa manusia pada waktu dilahirkan belum membawa sikap-sikap tertentu terhadap sesuatu objek. Karena sikap tidak dibawa sejak individu dilahirkan, ini berarti bahwa sikap itu terbentuk dalam perkembangan individu yang bersangkutan. Oleh karena sikap itu terbentuk atau dibentuk, maka sikap itu dapat dipelajari, dan karenanya sikap itu dapat berubah.

b) Sikap itu selalu berhubungan dengan objek sikap

Oleh karena itu sikap selalu terbentuk atau dipelajari dalam hubungannya dengan objek-objek tertentu, yaitu melalui proses persepsi terhadap objek tersebut. Hubungan positif atau negatif antara individu dengan objek tertentu, akan menimbulkan sikap tertentu pula dari individu terhadap objek tersebut.

c) Sikap dapat tertuju pada satu objek saja, tetapi juga dapat tertuju pada sekumpulan objek-objek.

Bila seseorang mempunyai sikap yang negatif pada seseorang, orang tersebut akan mempunyai kecenderungan untuk menunjukkan sikap yang negatif pula kepada kelompok di mana seseorang tersebut bergabung di dalamnya. Di sini terlihat adanya kecenderungan untuk menggeneralisasikan objek sikap.

d) Sikap itu dapat berlangsung lama atau sebentar

Apabila sesuatu sikap telah terbentuk dan telah dibentuk merupakan nilai dalam kehidupan seseorang, secara relatif sikap itu akan lama bertahan pada diri orang yang bersangkutan. Sikap tersebut akan sulit berubah, dan walaupun dapat berubah akan memakan waktu yang relatif lama. Tetapi sebaliknya bila sikap itu belum begitu mendalam ada dalam diri seseorang, maka sikap tersebut secara relatif tidak bertahan lama, dan sikap tersebut akan mudah berubah.

e) Sikap itu mengandung faktor perasaan dan motivasi.

Ini berarti bahwa sikap terhadap sesuatu objek tertentu akan selalu diikuti oleh perasaan tertentu yang dapat bersifat positif (yang menyenangkan) tetapi juga dapat bersifat negatif (yang tidak menyenangkan) terhadap objek tersebut. Di samping itu sikap juga mengandung motivasi, ini berarti bahwa sikap itu mempunyai daya dorong bagi individu untuk berperilaku secara tertentu terhadap objek yang dihadapinya.

Opini penting dalam konteks sosial dan (kehidupan masyarakat dan negara), karena bagaimanapun juga dakwah tidak berlangsung dalam ruangan yang vakum, melainkan berlangsung dalam masyarakat dalam suatu negara dan dalam sistem yang terbuka. Justru itu pelaksanaan dakwah untuk mencapai efektivitas harus juga mendapat dukungan dari masyarakat dan dukungan dari

negara. Efek dakwah harus juga dialamatkan kepada terbentuknya Opini Publik, melalui pencitraan yang baik (Arifin, 2011: 198).

Opini Publik adalah salah satu bentuk efek (*atsar*) dari proses dakwah berdasarkan paradigma mekanistik, terutama dakwah yang disalurkan melalui media massa salah satunya yaitu televisi. Dakwah harus mampu membentuk dan membina Opini Publik karena dakwah tidak bisa berlangsung pesat jika tidak sejalan dengan Opini Publik yang tumbuh dan dominan dalam masyarakat (Arifin, 2011: 198).

2. Proses terbentuknya opini

Semua pembentukan pendapat didasarkan pada pengalaman pribadi (*field of experience*) dan pengalaman orang lain (secara langsung ataupun tidak langsung diketahui oleh individu dan terkenal sebagai *frame of reference*). Akhirnya pendapat dibentuk berdasarkan:

- a. Kumpulan data dan fakta.
- b. Rekonstruksi dari keadaan (= daya berpikir dan daya abstraksi individu).
- c. Reaksi ataupun sikap individu sebagai komunikator maupun komunikan, halmana ditentukan lebih lanjut lagi oleh situasi komunikasi serta masing-masing situasi komunikan maupun komunikator sendiri (Susanto,1974: 17).

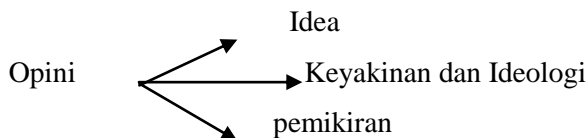
3. Faktor – faktor yang mempengaruhi opini.

Opini yang muncul pada seorang individu dipengaruhi oleh banyak faktor. Secara umum dipengaruhi oleh 2 faktor (Mukorobah,2016:24) yaitu:

- a. Faktor Internal, yakni bakat atau fisik pembawaan sejak lahir. Terutama dalam menghadapi lingkungan.
- b. Faktor Eksternal, yakni faktor yang berasal dari lingkungan, sejarah hidup, agama, aliran politik, kedudukan sosial ekonomi dalam masyarakat, dan sebagainya.

4. Macam-macam Opini

Ada 3 macam-macam Opini yaitu sebagai berikut:
(Susanto,1974: 16)



- a. Idea menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rancangan yang tersusun di dalam pikiran.
- b. Keyakinan merupakan sikap dasar seseorang, yang biasanya bertujuan mencapai cita-citanya, memecahkan suatu persoalan ataupun mewujudkan suatu rencana. Sedangkan ideologi adalah cara berpikir seseorang.
- c. Pemikiran adalah bahan untuk dipikirkan atau dipertimbangkan.

Sedangkan menurut (Effendy,1992: 43-45) jenis-jenis opini adalah sebagai berikut:

a. Opini Individual (*individual opinion*)

Opini individual adalah opini seseorang secara perorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pernyataannya itu bisa setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka, menerima atau menolak, dan sebagainya.

b. Opini Pribadi (*private opinion*)

Opini pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Pendapat seseorang belum tentu merupakan opini pribadi. Opini pribadi timbul apabila seseorang, tanpa dipengaruhi orang lain.

c. Opini Kelompok (*group opinion*)

Opini kelompok adalah pendapat sekelompok orang yang terdiri dari sejumlah individu dengan opini individual dan opini pribadinya masing-masing mengenai suatu masalah sosial yang menyangkut kepentingan orang banyak, termasuk kelompok tadi.

d. Opini Mayoritas (*majority opinion*)

Sesuai dengan makna yang terkandung dalam istilah itu, opini mayoritas adalah pendapat orang-orang yang jumlahnya terbanyak dari mereka yang terlibat dalam suatu masalah sosial.

e. Opini Minoritas (*minority opinion*)

Opini minoritas adalah pendapat orang-orang yang jumlahnya relatif paling sedikit dari keseluruhan yang terlibat dalam pembicaraan mengenai suatu masalah sosial.

f. Opini Umum (*general opinion*)

Opini umum adalah pendapat orang-orang dalam suatu masyarakat yang keseluruhannya sama mengenai suatu hal atau peristiwa yang terjadi dan yang menyangkut kepentingan umum.

g. Opini Publik

Opini publik adalah pendapat orang-orang di suatu masyarakat, di mana di antara mereka ada yang pro dan ada yang kontra mengenai suatu masalah sosial. Jadi sifatnya kontroversial.

h. Opini Massa

Opini massa merupakan tahap kelanjutan dari opini publik. Seperti telah disinggung di muka opini publik sifatnya kontroversial. Ini berarti bahwa di antara opini-opini individu-individu dalam masyarakat itu terdapat pertentangan sebagai hasil pengujian secara terbuka mengenai suatu masalah sosial yang menyangkut kepentingan umum.

Pendapat-pendapat yang berbeda-beda itu dalam prosesnya berkembang menjadi suatu opini yang sama, bisa menjadi pro seluruhnya, dapat pula menjadi kontra seluruhnya. Dengan demikian, maka opini publik itu menjadi opini massa.

5. Kategorisasi Opini

Kategorisasi data adalah pengelompokan data menurut kriteria tertentu yang dikehendaki oleh peneliti. Kategorisasi

merupakan tahap yang penting, karena dapat diketahui tingkat kecukupan data untuk masing-masing kelompok. Selain untuk mengetahui ketercukupan data, kategorisasi juga dapat menghindarkan peneliti dari pengulangan pembahasan saat melakukan rekonstruksi. Melalui kategorisasi, peneliti dapat mengetahui materi apa saja yang dibahas untuk menjawab setiap permasalahan dan sekaligus mengetahui batas-batas pembahasan (Sumber <http://ilmukomunikasiug.blogspot.co.id/2013/11/konsep-kategorisasi-dan-proposisi.html>, diakses pada 03 Oktober 2017, pukul 20:00).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 UIN Walisongo Semarang tentang sistematika penilaian atau penjurian dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar. Peneliti merujuk pada pendapat Arifin (2011: 202) dengan menggunakan kategori pengukuran opini publik yaitu dengan cara *attitude scales*, hal itu dilakukan dengan maksud menetapkan berapa banyak orang yang setuju atau tidak setuju tentang suatu masalah. Apabila informan memilih alternatif yang positif tandanya informan tersebut setuju dan apabila informan beropini negatif artinya tidak setuju.

6. Eksistensi Opini Publik

Sesungguhnya Opini Publik selain merupakan efek komunikasi atau *atsar* dakwah, Opini Publik juga sekaligus dari

proses komunikasi massa yang demokratis dalam paradigma mekanistik. Efek (*atsar*) itu terjadi pada Publik dalam khalayak. Sebaliknya opini publik itu juga sekaligus merupakan pesan (umpan balik), sehingga posisi khalayak bertukar menjadi komunikator. Jika hal ini diterapkan dalam proses dakwah yang menggunakan retorika (pidato) dan media massa, maka Opini Publik, selain merupakan efek (*atsar*) dari dakwah yang dilakukan oleh dai atau mubalig, tetapi juga umpan balik dari jamaah kepada dai atau mubalig. Dalam hal ini da'i atau muballig menjadi komunikator dan mad'u menjadi komunikator. Proses seperti ini dinamakan model “timbang balik” dalam komunikasi (Arifin, 2011: 199).

Jeremy Benthan berpendapat bahwa Opini Publik sangat penting sebagai dasar negara demokrasi, karena dapat menjadi kontrol sosial. Opini Publik hanya dapat berkembang pada negara-negara yang menganut paham demokrasi. Dalam negara tersebut akan memberikan kebebasan kepada warganya untuk menyatakan pendapat dan sikapnya, baik lisan maupun tulisan (Arifin, 2011: 203).

Blummer (1966) mengingatkan bahwa Opini Publik tidaklah berarti harus merupakan pendapat bulat dari semua orang (*everyone*), melainkan hanya pendapat sejumlah orang (*number of person*), juga tidak mutlak merupakan pendapat mayoritas, tetapi mungkin hanya pendapat minoritas, dan bahkan mungkin hanya

pendapat seseorang dalam arti *ruling elite* atau *influential minority* (Arifin, 2011: 204).

BAB III
GAMBARAN UMUM MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO
SERTA PROGRAM SIARAN DAKWAH “AKSI INDOSIAR”

A. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Mahasiswa merupakan sebutan untuk seseorang yang sedang menempuh atau menjalani pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi (<https://kbbi.web.id/mahasiswa> diakses pada tanggal 19 Oktober 2017, pkl 09.30 WIB). Mahasiswa adalah sebagian kecil dari generasi muda yang mendapat kesempatan untuk mengasah kemampuannya di perguruan tinggi yang terdiri atas sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah universitas. Mahasiswa melalui kemampuan intelektual, kepekaan sosial serta sikap kritisnya, diharapkan mahasiswa mampu menjadi pengontrol sebuah kehidupan sosial pada masyarakat dengan cara memberikan saran, kritik serta solusi untuk permasalahan sosial masyarakat ataupun bangsa (Sumber <http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa-menurut-para-ahli-beserta-peran-dan-fungsinya/> diakses pada tanggal 19 Oktober 2017, pkl 09.45 WIB).

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah mahasiswa yang diberikan pembelajaran tentang Dakwah yang tidak hanya sebatas ceramah atau *tabligh*,

tetapi sudah mengarah kepada perumusan berbagai profesi yang memungkinkan diperankan oleh seorang da'i. Beberapa pengembangan profesi tersebut antara lain profesi sebagai seorang penyuluh dan atau konselor muslim, jurnalis, penulis skenario drama atau film, penyiar atau presenter, manajer kegiatan dan strategi dakwah, serta pengembangan masyarakat Islam (Buku Panduan Praktik Pengalaman Lapangan, 2016: 1). Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi di golongan pada umat yang berpikiran kritis karena mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah orang-orang yang berpendidikan dan berpengalaman. Saat ini Fakultas Dakwah dan Komunikasi telah membuka 5 (lima) PRODI (Program Studi) S-1:

1. Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
2. Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)
3. Manajemen Dakwah (MD)
4. Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
5. Manajemen Haji dan Umroh (MHU)

Dilihat dari kehidupan sosial, mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari sudah baik. Karenanya, kunci dari kehidupan sosial yang baik salah satunya adalah dengan interaksi sosial. Dengan adanya berbagai jurusan yang ada di fakultas dakwah dan komunikasi, tidak menjadikan halangan untuk mereka saling berhubungan satu dengan yang lain. Setelah saling berhubungan atau bertemu tentunya juga saling komunikasi dan

akhirnya saling mempengaruhi. Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo dapat hidup rukun.

Kehidupan keagamaan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo ialah Islam. Mereka setiap hari beribadah. Inilah yang mempengaruhi pandangan dan segala tindakan dalam hidupnya. Religi itu memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya. Kesemuanya itu berfungsi, mengikat seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya.

Kehidupan akademik mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo selain diberikan pembelajaran tentang dakwah, materi dakwah mereka juga dibekali dengan ilmu-ilmu pengetahuan yang lain.

Berikut ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang semester Genap 2016-2017 (Kepala Substansi Bagian Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang):

**Tabel 1. Data Mahasiswa Aktif Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Walisongo**

No	ANGKT	BPI	KPI	MD	PMI	MHU	JMLH
1	2011	18	17	10	0	0	45
2	2012	51	50	24	0	0	125
3	2013	114	116	92	28	0	350
4	2014	117	142	125	42	0	426
5	2015	133	138	144	56	0	471
6	2016	149	158	162	63	0	532
7	2017	165	169	182	77	43	636
	Jumlah	747	790	739	266	43	2585

Peneliti mengambil informan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 UIN Walisongo yang meliputi dari empat jurusan yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

B. Program Siaran Dakwah “AKSI INDOSIAR”

1. Profil Akademi Sahur Indonesia (AKSI)



Gambar 2. Logo Program Akademi Sahur Indonesia

Akademi Sahur Indonesia (AKSI) merupakan sebuah ajang pencarian bakat khususnya dibidang dakwah Islam. Acara ini memasuki tahun kelima sejak 07 Juli 2013 yang disiarkan di Indosiar. Tayang selama bulan Ramadhan pada waktu sahur mulai pukul 02.00 dini hari hingga lepas subuh. Program ini bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah baru yang memiliki karakter unik dan khas serta berbakat dalam menyampaikan ajaran Islam yang baik dan benar. Program *talent show* ini dipandu oleh Abdel, Irfan Hakim dan Rina Nose. Sedangkan para komentator di antaranya Ustadz Subkhi Al-Bughury, Mamah Dedeh, Ustadz Ahmad Alhabsyi, Candra Malik dan Ustadz Wijayanto. Sebuah ajang kompetisi, Akademi Sahur Indonesia akan memulangkan finalis yang diistilahkan “Mudik” yang diberi penilaian kurang maksimal oleh para komentator dan kurang dari segi dukungan SMS.

(Sumber https://id.wikipedia.org/wiki/Akademi_Sahur_Indonesia, diakses 13 April 2017, pukul 05:00 WIB).

2. Persyaratan:

- a) Laki-laki atau perempuan.
- b) Minimal 16 tahun.
- c) Perorangan (bukan grup).
- d) Durasi 3 menit.
- e) Tema bebas.

- f) Peserta yang memiliki kemampuan lain dibidang tilawah al-Qur'an, menyanyi, pantun, dll) boleh ditampilkan.
- g) Berpakaian rapi, sopan, dan menarik.
- h) Jika membawa peralatan pendukung harap disiapkan sendiri
(www. tonfeb.com, di unduh 25 November 2015 pukul 06.30).

3. Jingle AKSI

Mari isi bulan Ramadhan
 Dengan AKSI di Indosiar
 Ajang lomba untuk bersyiar
 Dibulan yang penuh berkah
 Kalau menang al-hamdulillah
 Kalu tidak ya wassalam
 Yang penting kita bersyiar
 Di Akademi....Sahur Indonesia,
 Insya Allah berkah
 Insya Allah berkah
 Kita cari berkah Ramadhan
 Di Akademi....sahur Indonesia
 (Sumber Acaraindosiar.Blogspot.com, di unduh 25 November 2015, pukul 07.00 WIB).

4. Profil Dewan Juri Akademi Sahur Indonesia

Dewan juri adalah majelis atau badan yang terdiri atas beberapa orang anggota yang pekerjaannya memberi nasehat, memutuskan suatu hal dalam perlombaan.

a) Mama Dedeh

Nama asli mama Dedeh adalah Dedeh Rosidah, beliau lahir pada tanggal 5 Agustus 1951. Nama mama Dedeh dikenal lebih luas ketika mengisi sebuah acara televisi berjudul “Mama dan Aa”. Hingga jargonnya yang sangat populer.....”mama Dedeh curhat dong.....”. Mamah Dedeh adalah alumni UIN Syarif Hidayatullah di Tangerang Selatan.

b) Ustadz Wijayanto

Nama Asli beliau adalah DR.H Ahmad Wijayanto MA. Beliau lahir di Solo 27 Desember 1968. Pendidikan beliau:

- 1) Master Sosiologi, Universitas Islam Internasional Islam abad 1997.
- 2) Sarjana Ilmu Antropologi Universitas Gajah Mada, 1992.
- 3) Sarjana Ilmu Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga, 1992.

Sampai saat ini Ustadz Wijayanto adalah dosen tetap Universitas Gajah Mada dan mengasuh pondok pesantren bina anak sholeh. Ustadz ini sering muncul di televisi dan mengisi banyak acara seperti: Mata hati (SCTV), Sentuhan Qalbu (Trans TV), Cahaya Hati (ANTV), AKSI (INDOSIAR).

c) Ustadz Al-Habsyi

Nama lengkap beliau adalah Al-Habsyi. Lahir di Palembang pada tanggal 17 Mei 1980, Ayah beliau juga seorang Ustadz di Palembang yaitu ustadz Abu Bakar Al-Habsyi. Pendidikan ustadz Al-Habsyi: pondok pesantren Ar Riyadh Palembang. Beliau mempunyai hobi mengaji, membaca buku- buku yang berhubungan dengan Islam. Buku favoritnya adalah Al-Qur'an dan Hadits.

Ustadz Al- Habsyi sangat menyukai lagu Arabic dan nasyid. Ustadz Al-Habsyi memulai dakwahnya ketika duduk di bangku SMP, dan mulai Tahun 1995 mulai dakwah berkeliling bahkan sampai Malaysia dan Singapura. Beberapa tahun setelah itu ustadz Al-Habsyi mulai mengisi acara disebuah acara stasiun televisi hingga sekarang.

d) Gus Candra Malik

Beliau lahir di Solo, Jawa Tengah, pada 25 Maret 1978. Beliau lahir sebagai anak kedua dari empat bersaudara, dari pasangan suami istri Raden Sukarno yang bernama lain Muhammad Bashir dan Sri Ida Ningsih Ali. Sejak kecil gus Candra sudah akrab dengan ritual-ritual tasawuf. Beliau menghabiskan waktunya untuk belajar tasawuf dari banyak guru sambil bekerja sebagai wartawan. Dikampung halamannya gus Candra mengasuh

pondok Pesantren Asy-Syahadah, di desa Segoro Gunung, di lereng Gunung Lawu, Karanganyar, Jawa Tengah. Kini Gus Candra tinggal di Jakarta bersama istri dan empat orang anak mereka. Setelah berhenti bekerja beliau banyak berkeliling untuk bersilaturahmi. Saat ini beliau menjadi pencipta lagu dan juga bernyayi. Beliau banyak berkolaborasi dengan nama-nama yang sudah dikenal sebelumnya seperti Gus Mus, Addi ms, Sujiwo tejo, Idris Sardi dll. Candra malik merilis single hits dengan judul “KEKASIH” pada 17 Mei 2013 seraya mempersiapkan album kedua. Lagunya yang berjudul “Syahadat Cinta” dari album kidung Sufi menjadi Original Sound Track (OST) “ Cinta Tapi Beda” film karya Hanung Bramantyo dan Hestu Saputra, yang menerima ASEAN Internasional Film Festival and Award (AIFFA) 2013.

e) Ustadz Subkhi Albughury

Nama: M. Subkhi AlBughury, S.Sos. lahir di Bogor, 07 September 1972. Beliau memiliki 6 orang anak 4 putra dan 2 putri. Alamat rumah: Jl. Dilema Rt 009 Rw 005 No. 14 kel. Jatipulo Kec. Palmerah Jakarta Barat.

Riwayat pendidikan adalah sebagai berikut: SMA N. 33 Jakarta (Th. 1988-1991), kuliah Dirasat Islamiyah Al-Hikmah–Jakarta (Diploma Bahasa Arab 2 tahun 1995-1997), I’dad Lughawi –Takmili (3 Tahun) Universitas

Muhammadiyah Ibn Su'ud Riyadh Kingdom Of Saudi Arabia, Lembaga Ilmu Pengetahuan dan Arab (LIPIA) di Jakarta (1997-2001), S1. Fak. Dakwah. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Aqidah (IAIA) Jakarta Th 2003, mahasiswa pascasarjana program politik Islam IAIA-Jakarta.

Pekerjaan sekarang: Ketua Majelis Dzikir Al-Ma'tsurat-Jakarta, Pembimbing ibadah haji & Umroh, acara di Indosiar, trans 7, SCTV dll. Selain berdakwah beliau juga pernah menjadi dosen bahasa Arab, pernah juga menjadi caleg 2004. Menjadi narasumber diberbagai acara bernuansa islami di beberapa stasiun TV. Ustadz Subkhi Al-Bughury ini paling banyak mengisi acara di TV terutama pada bulan Ramadhan. Khususnya di Indosiar. Setiap sore kita bisa melihat di AKSI junior dan tiap pagi kita bisa melihat di AKSI indosiar jam 02.00 WIB (<http://tympanistaco.com/profil-lengkap-dewan-juri-aksi-indosiar-2015/> diakses tanggal 29 Juli 2017, pkl 10.34)

C. Hasil Wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

1. Daftar Informan

Informan penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar pada saat bulan Ramadhan. Sehingga mereka memiliki cukup pengetahuan

tentang program siaran dakwah AKSI Indosiar. Dengan demikian mampu memberikan informasi tentang penelitian yang dibutuhkan. Berikut ini adalah daftar informan yaitu dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Tabel 2. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

No	NAMA	JURUSAN	NIM
1	Abdul Jalal	BPI	1401016073
2	Ahmad Rifaiz	MD	1401036017
3	Ari Khoirul Arifin	MD	1401036014
4	Arifatun Naimah	KPI	1401026076
5	Desy Ana Roifa	MD	1401036015
6	Endah Kasinung Sa'diyah	KPI	1401026079
7	Estianawati	PMI	1401046047
8	Habibullah Al Hamami	MD	1401036138
9	Hanik Kurniati	KPI	1401026098
10	Ida Ariani	KPI	1401026134
11	Indah Puji Astuti	BPI	1401016108
12	Lilik Eko R.R	KPI	1401026053
13	Lishana Fitri	MD	1401036133
14	Lissuryanti	MD	140103 6118

15	Monika	MD	1401036075
16	Muhammad Ali Nur Khasan	MD	1401036034
17	Muhammad Syafiun Najib	KPI	1401026020
18	Ni'matul Azizah	BPI	1401016089
19	Niswatul Khusniyah	MD	1401036091
20	Nur Intani	KPI	1401026157
21	Nur Syarifah	MD	1401036021
22	Putri Sujayanti	PMI	1401046035
23	Riham Khalid	MD	1401036134
24	Danik Indah Sari	MD	1401036016
25	Rois Abdullah Badruddin Yusuf	BPI	1401016082
26	Siti Krisfitriana Wahyu Lestari	MD	1401036099
27	Siti Mumayzah	BPI	1401016037
28	Siti Nadhiroh	MD	1401036193
29	Susana Aditya Wangsanata	BPI	1401016122
30	Suudah	MD	1401036097
31	Ummi Habibah	BPI	1401016116
32	Ummi Nur Iswatin	BPI	1401016102

2. Hasil Wawancara Mahasiswa

Pengumpulan data di lapangan pada penelitian ini diperoleh data berkaitan dengan opini mahasiswa fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tentang program siaran dakwah AKSI Indosiar. Sebelum data-data tersebut dianalisis, dapat dilihat hasil jawaban dari informan, yang telah di persentasikan secara garis besar seperti tabel dibawah ini, sebagai berikut:

a) Komponen Kognitif (pengetahuan)

Pertanyaan No. 1: Apa alasan anda menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Alasan Menonton Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Menarik, mendidik, mendapatkan ilmu pengetahuan dan ilmu agama	28	87,5%
2	Mengisi bulan Ramadhan, mendukung teman saya dan menonton karena keluarga	4	12,5%
	Jumlah	32	100%

Alasan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 menonton program AKSI indosiar dari ke 32 orang yang diwawancarai adalah karena program AKSI itu sangat mendidik, bernuansa dakwah dan tentunya programnya sangat bermanfaat khususnya dalam bidang ilmu agama.

Seperti yang disampaikan oleh Indah Puji Astuti (mahasiswa BPI): “dengan menonton program Akademi Sahur Indonesia saya bisa melihat bahwa anak-anak seumuran kita punya bakat-bakat terpendam dan saya bisa mengetahui bagaimana cara saya bisa percaya diri dihadapan orang lain”.

Hal senada juga disampaikan Lissuryati (mahasiswa MD): “alasan menonton program AKSI ialah selain mendapatkan hiburan tapi juga mendapatkan ilmu agama”.

Pertanyaan No. 2: Apa segi positif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel

4

Tabel 4. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Segi Positif Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Edukatif	26	81,3%
2	Pengemasan Program	2	6,3%
3	Minat Berdakwah	1	3,1%
4	Menyalurkan Bakat	1	3,1%
5	Menghargai Da'i	1	3,1%
6	Merekrud Da'i Da'iah	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Segi positif dari program siaran dakwah Akademi Sahur Indonesia sangat banyak sekali, pastinya dalam pertanyaan ini semua informan menyebutkan segi positifnya program AKSI Indosiar. Dari mulai mendidik, pengemasan programnya bagus, materinya menarik serta mudah difahami, menumbuhkan jiwa-jiwa muda yang berakhlakul karimah, menambah wawasan agama dan juga dapat memperdalam keimanan seseorang.

Pertanyaan No. 3: Apa segi negatif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Segi Negatif Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Polling sms	11	34,4%
2	Komedi di sela-sela komentar	8	25%
3	Tidak ada kekurangannya	8	25%
4	Jam tayang waktu sahur	2	6,3%
5	Tidak semua orang menyukai program dakwah	1	3,1%
6	Penampilan Da'i Da'iah terlalu glamor	1	3,1%

7	Setelah keluar dari program berubah AKSI	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Pada pertanyaan inipun sama dengan pertanyaan sebelumnya, semua informan mengungkapkan semua kekurangan atau segi negatifnya dari program AKSI Indosiar. Kekurangannya bisa dilihat dari penggunaan polling sms, komedi yang berlebihan disela-sela komentar, pengemasan programnya dan masih banyak lagi yang lainnya.

Pernyataan No. 4: Dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar pada tahun 2013-2016 ada dua sistematika penilaian bagi finalis. Pertama penilaian dari dewan juri (komentar) dan yang kedua melalui polling sms menurut anda apakah hal tersebut sudah tepat? Dan bagaimana solusinya? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Sistematika Penjurian Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Sudah tepat asalkan polling sms ditampilkan secara terus menerus.	9	28,1%

2	Belum tepat. Lebih tepatnya dari dewan juri saja karena yang lebih berkompeten dalam bidangnya.	21	65,6%
3	Fifti-fifti (50%-50%)	2	6,3%
	Jumlah	32	100%

Mahasiswa dalam menjawab pertanyaan mengenai sistematika penjurian dalam program AKSI ini lebih banyak yang menjawab sistematika penilaian yang ada di program AKSI itu belum tepat, dikarenakan apabila menggunakan polling sms itu hanya ada keterkaitan saja diantara yang mengirim sms. Menurut mahasiswa Fakultas dakwah dan Komunikais UIN Walisongo khususnya angkatan 2014 dari 32 orang yang diwawancari, dewan juri itu adalah orang yang berkompen dan lebih tepatnya hanya menggunakan dewan juri saja.

Sebagian yang menjawab penjurian dalam program AKSI Indosiar sudah tepat itu dengan alasan sebagai berikut seperti yang diungkapkan Lissuryati (mahasiswa MD):

“sistem penjurian yang ada diprogram AKSI itu sudah tepat, karenanya dewan juri itu dari pihak yang menyelenggarakan sedangkan kalau sms itu dari pihak luar”.

Hal senada disampaikan Endah Kasinung Sa'diyah (mahasiswa KPI): “sistem penjurian tersebut sudah tepat,

karena yang melihat tidak hanya dewan juri tapi juga masyarakat luas”.

Pertanyaan No. 5: Apakah sosok/figure dewan juri dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat? Apa alasannya? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Figure Dewan Juri Dalam Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Sudah tepat. Jam terbangnya sudah banyak dan pengalamannya sudah banyak	31	96,9%
2	Relatif dan ustadz wijayanto itu udah bagus serta idola saya	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Seluruh mahasiswa dari 32 orang yang diwawancarai mengenai figure dewan juri dalam program AKSI 31 orang menjawab sudah tepat, menurutnya dewan juri adalah orang yang berkompeten dalam bidangnya, dan 1 orang menjawab relatif tergantung masyarakat yang menilainya.

Pertanyaan No. 6: Apakah pemilihan host untuk program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 8

Tabel 8. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Host Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Sudah tepat	26	81%
2	Kurang tepat	6	19%
	Jumlah	32	100%

Selain dewan juri yang tepat, hostnya dalam program AKSI juga sudah tepat. Pada intinya host dalam program apapun itu yang terpenting adalah profesional dan bisa memandu jalannya acara.

Pertanyaan No. 7: Menurut anda baik atau tidak apabila berdakwah itu dikemas dalam bentuk kompetisi? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 9

Tabel 9. Persentase Opini Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Format Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Baik	24	75%
2	Tidak baik	8	25%
	Jumlah	32	100%

Berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi menurut mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

khususnya angkatan 2014 dari 32 orang yang diwawancari menyebutkan bahwa hal tersebut adalah baik-baik saja dan yang setuju dengan hal tersebut adalah terdiri dari 24 orang sedangkan yang tidak setuju bahwa berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi itu ada 8 orang. Dari yang setuju apabila dakwah dikemas dalam bentuk kompetisi ini berlandaskan bahwa itu adalah termasuk dari *fastabiqul khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan), menambah wawasan untuk Da'i Da'iah agar tetap menampilkan yang terbaru serta terbaik, berdakwah di era sekarang ini juga tidak harus dilaksanakan di masjid, yang terpenting didalam berdakwah yang dikemas dalam bentuk kompetisi didalamnya terdapat materi-materi tentang Islam dan yang terakhir untuk melatih keahlian.

Berikut ini yang beropini bahwa dakwah dikemas dalam bentuk kompetisi itu tidak baik diantaranya menurut Ni'matul Azizah (mahasiswa BPI) mengatakan:

“Berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi itu kurang tepat, ibaratnya berdakwah itu kan untuk mencari ridho Allah SWT menyebarkan agama Islam, jadi kurang setuju”.

Ummi Habibah (mahasiswa BPI) juga menyampaikan bahwa: “berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi tidak baik, karena dakwah itu kewajiban setia muslim”.

Hal senada juga dikatan oleh Abdul Jalal(mahasiswa BPI): “apabila berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi,

kurang efektif. Ditakutkan nanti berdakwahnya tidak ikhlas dai dalam hati”.

Estianawati (mahasiswa PMI) mengungkapkan: “dakwah dalam kompetisi itu kurang baik, walaupun kelihatannya berlomba-lomba dalam kebaikan”.

Ahmad Rifaiz (mahasiswa MD): “apabila hanya sebagai latihan itu tidak menjadi masalah, tapi nanti efek sampingnya kalau dikemas dalam bentuk kompetisi kurang maksimal, akan menimbulkan kurangnya keberkahan dalam ilmu itu sendiri”.

Lissuryati juga berpendapat: “dakwah dikemas dalam kompetisi itu kurang tepat, karena dapat memberikan sekat atau membatasi”.

Riham Khalid juga menyampaikan: “kurang setuju, karena apabila dikemas dalam bentuk kompetisi berarti hanya ajang berdakwah saja tidak berdakwah secara sesungguhnya”.

Pertanyaan No. 8: Bagaimana solusi/pembaharuan menurut anda terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar kedepannya? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 10

Tabel 10. Persentase Opini Keinginan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Polling sms dihilangkan	7	21,9%
2	Tetap diadakan tahun ke tahun	5	15,6%
3	Lebih dikembangkan ke luar negeri, dunia dan	5	15,6%

	internasional		
4	Guyonan untuk dikurangi	4	12,5%
5	Audisi lebih dikedatkan, prosedur lebih ditingkatkan dan kuota untuk diperbanyak (dua bulan sebelum puasa)	3	9,4%
6	Lebih meingkatkan kualitas	2	6,3%
7	Pengemasannya jangan glamor dan lebih seger lagi	2	6,3%
8	Harus lebih selektif dalam memilih peserta	1	3,1%
9	Tidak hanya tayang pada bulan puasa	1	3,1%
10	Disiarkan sore hari sekitar pukul 16:00 WIB	1	3,1%
11	Mendekati mad'u tidak harus dengan lisan	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Semua mahasiswa dari 32 orang yang diwawancarai alhamdulillah mereka mempunyai keinginan untuk program AKSI Indosiar kedepannya. Ini adalah bentuk rasa peduli penonton terhadap program yang telah ditontonnya khususnya untuk kemajuan dakwah kedepannya.

b) Komponen Afektif (perasaan)

Pertanyaan No. 9 : Apakah anda menyukai program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 11. Persentase Opini Kesukaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Suka	27	84,4%
2	Sedang	4	12,5%
3	Tidak suka	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Pada konteks ini sudah menginjak kepada perasaan seorang informan terhadap program tersebut. dari 32 orang yang menyukai program tersebut adalah 27 orang. 4 orang perasaannya menilai bahwa program AKSI adalah sedang-sedang saja dan yang satu menjawab sudah tidak menyukai program tersebut dikarenakan program tersebut tidak terdapat pembaharuan lagi dan masih seperti biasanya.

Pertanyaan No. 10: Apakah program siaran dakwah AKSI Indosiar menarik untuk ditonton? Apa alasannya? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 12

**Tabel 12. Persentase Opini Ketertarikan Mahasiswa
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
Terhadap Program AKSI**

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Sangat menarik	8	25%
2	Menarik	23	71,9%
3	Sudah tidak	1	3,1%
	Jumlah	32	100%

Masih berkaitan dengan perasaan informan terhadap program AKSI Indosiar, yang menilai program AKSI Indosiar sangat menarik terdiri dari 8 orang, menarik 23 orang dan dalam hal ini juga masih ada yang tidak suka terhadap program tersebut tetapi dari 32 orang hanya satu orang yang tidak suka.

c) Komponen *Konatif* (sikap)

Pertanyaan No. 11: Apakah anda pro atau kontra terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan bentuk tindakan apa yang anda lakukan jika anda pro atau kontra terhadap program tersebut? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 13

**Tabel 13. Persentase Opini Pro atau Kontra Mahasiswa
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
Terhadap Program AKSI**

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Pro, mendukung	32	100%

	program, mengajak teman saudara untuk menonton program tersebut		
2	Kontra	0	
	Jumlah	32	100%

Pro adalah suatu reaksi yang baik, positif, atau setuju terhadap suatu hal sedangkan kontra adalah reaksi negatif, menentang, atau tidak setuju terhadap sesuatu hal. Dari data yang telah digali, semua mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo khususnya angkatan 2014 dari 32 orang yang telah diwawancarai semuanya pro terhadap program AKSI Indosiar.

Pertanyaan No. 12: Apabila anda mendapatkan pengetahuan dari menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar, apakah anda pernah mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari? Dan jawaban dapat dilihat pada tabel 14

Tabel 14. Persentase Opini Tindakan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Program AKSI

No	Jawaban	Informan	Presentase
1	Sering	2	6,25%
2	Pernah	28	87,5%

3	Kadang-kadang	2	6,25%
	Jumlah	32	100%

Semua dari 32 orang informan yang telah menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar semuanya mengaplikasikan materi yang telah didapat dari menonton program tersebut, walaupun ada yang sering mengaplikasikan, kadang-kadang dan pernah mengaplikasikannya. Pada intinya mereka semua mengaplikasikannya.

BAB IV

ANALISIS OPINI TENTANG PROGRAM SIARAN DAKWAH AKSI INDOSIAR (STUDI TERHADAP MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG)

Opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan sikap. Sikap itu meliputi komponen *kognitif*, *afektif* dan *konatif*. Komponen *kognitif* ini berhubungan dengan pengetahuan, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, bingung menjadi jelas. Penonton program siaran dakwah AKSI Indosiar dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang semula tidak mengetahui tentang program AKSI Indosiar dengan berfikir dan bertanya maka ia mengerti tentang program siaran dakwah AKSI Indosiar. Komponen *afektif* berkaitan dengan perasaan, akibat dari menonton acara televisi timbul perasaan tertentu pada khalayak dan efek *konatif* berkaitan dengan upaya, usaha serta sikap yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek *konatif* tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa melainkan oleh efek *kognitif* dan *afektif*.

Opini penting dalam konteks sosial dan (kehidupan masyarakat dan negara), karena bagaimanapun juga dakwah tidak berlangsung dalam ruangan yang vakum, melainkan berlangsung dalam masyarakat dalam suatu negara dan dalam sistem yang terbuka. Justru itu pelaksanaan dakwah untuk mencapai efektivitas harus juga mendapat dukungan dari masyarakat dan dukungan dari negara. Dengan adanya opini, penonton

dapat memberi tanggapan atau masukan tentang suatu hal yang perlu mereka anggap atau tidak. Sehingga efek yang terjadi dari hal tersebut mampu membuat komunikator atau dalam konteks ini stasiun TV dapat berubah, sesuai opini yang disampaikan.

Analisis dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pada struktur sikap meliputi tiga komponen sebagai berikut:(Walgitto,2002:111)

A. *Kognitif*

Komponen *Kognitif* adalah komponen yang mencakup kegiatan otak. Segala upaya yang menyangkut aktivitas otak adalah termasuk dalam ranah *kognitif*. Tujuan komponen *kognitif* adalah berorientasi pada kemampuan berfikir yang mencakup kemampuan intelektual yang lebih sederhana yaitu mengingat, sampai pada kemampuan memecahkan masalah yang menuntut seseorang untuk menghubungkan beberapa ide, gagasan, metode atau prosedur yang dipelajari untuk memecahkan tersebut. Demikian komponen *kognitif* mengungkapkan tentang kegiatan mental dari pengetahuan sampai ke tingkat yang paling tinggi yakni evaluasi.

1. Opini segi positif Program AKSI Indosiar

Analisis ini sesuai dengan pertanyaan nomor tujuh bahwa ada opini positif mahasiswa mengenai program Akademi Sahur Indonesia. Opini segi positif ini adalah dilihat dari akibat baik atau pengaruh menguntungkan yang didapat dari berbagai hal atau peristiwa yang terjadi, dalam hal ini yaitu menonton program AKSI Indosiar. Berikut opini mereka dari segi positif

setelah menonton program AKSI Indosiar diantaranya program AKSI adalah program yang edukatif, menambah wawasan penonton dibidang agama. Selain mendapatkan ilmu agama juga mendapatkan hiburan dari seorang finalis, dikarenakan finalisnya mempunyai bakat yang unik-unik dan materinya sangat memahamkan dengan diberikannya batasan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak stasiun televisi. Karenanya, apabila pesan dakwahnya disampaikan secara panjang lebar, maka *audience* akan merasa bosan dan tidak memperhatikan pesan yang disampaikan. Selain hiburan yang didapatkan dari seorang finalis, juga perlu diketahui bahwa berdakwah melalui media massa khususnya televisi akan mendapatkan kesan tersendiri, karena televisi mempunyai sifat istimewa yaitu televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Jadi, mad'u atau pemirsa televisi dalam menonton atau mendengarkan pidato dalam tabligh akbar atau khutbah tidak hanya menghayal atau membayangkan saja.

Dilihat dari tabel 4 menunjukkan dari 26 informan (81,3%) menjawab segi positifnya program AKSI Indosiar yaitu edukatif. Hal ini senada yang dituturkan oleh Putri Sujayanti (mahasiswa PMI):

“Melihat kondisi pada zaman modern terkhusus pada pemuda sekarang kan banyak pergaulan bebas contohnya saja dikampung saya sendiri masih anak sekolah itu pergaulan mereka tidak dikontrol oleh orangtua mereka. Diharapkan dengan adanya kegiatan itu sangat berguna khususnya orang tua dalam mendidik

anak dan menasehati keluarganya agar keluarganya bisa terkendali dan bisa menjalani hidup dengan berlandaskan syari'at Islam”.

Jadi segi positif dari program AKSI yaitu edukatif disini tidak hanya terpaku untuk pemuda-pemudi tapi program ini juga edukatif untuk para orangtua. Kemudian dari 2 orang (6,3%) menjawab dari segi pengemasan programnya yang menjadi nilai positif. 1 orang lagi (3,1%) menjawab segi positifnya yaitu berdakwah (*amal ma'ruf nahi munkar*), karenanya media massa yang positif salah satunya adalah digunakan untuk berdakwah. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 Allah SWT berfirman untuk menyeru kebajikan/berdakwah kepada siapa saja yaitu:

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

Artinya: “serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”(Depag, 2000: 224).

Segi positif selanjutnya dari 1 orang (3,1%) menyatakan untuk menyalurkan bakat. Setelah itu dari 1 orang lagi (3,1%)

segi positifnya adalah agar kita lebih menghargai Da'i dan jawaban yang terakhir 1 orang (3,1%) berpendapat untuk merekrut Da'i Da'iah. Persentase yang paling banyak dari opini mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi terhadap segi positif program siaran dakwah AKSI Indosiar adalah programnya sangat mendidik.

2. Opini tentang sistem penjurian dalam Program AKSI Indosiar

Mahasiswa UIN Walisongo Semarang khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 dari 32 orang yang telah diwawancarai peneliti, sebagian besar mengetahui program siaran dakwah AKSI Indosiar yang berjumlah 28 orang dan yang hanya mengetahui sedikit tentang program AKSI Indosiar terdiri dari 4 orang. Mereka juga mengetahui bahwa dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar pada tahun 2013-2016 ketika menentukan seorang finalis itu keluar ataupun masih tetap bertahan untuk berdakwah lagi, program tersebut menggunakan dua sistematisa penilaian (penjurian). Pertama, penilaian dari dewan juri (komentator) dan yang kedua melalui polling SMS. Hal tersebutlah yang menjadi perbincangan netizen dan ternyata menurut mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo sistem penjurian yang ada didalam program AKSI Indosiar juga menjadi kekurangan atau segi negatif dari program AKSI itu sendiri. Selain opini positif juga ada opini negatif dari mahasiswa terhadap program AKSI

Indosiar. Karena didalam sebuah program tentunya ada kelebihan dan kekurangannya. Disinilah dibutuhkan komunikasi dakwah atau mad'u yang kritis. Karena pada analisis yang sebelumnya terdapat banyak segi positif yang telah diungkapkan oleh informan, jadi apabila dimintai informasi mengenai kekurangannya Program AKSI Indosiar belum tentu semuanya mengetahui.

Mad'u diklasifikasikan menurut derajat fikirannya dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu: (Umminur, 2015:60)

- a) Umat yang berpikir kritis : tergolong di dalamnya adalah orang-orang yang berpendidikan dan berpengalaman. Orang-orang pada level ini hanya dapat dipengaruhi jika pikirannya mampu menerima dengan baik. Dengan kata lain, berhadapan dengan kelompok ini, harus mampu menyuguhkan dakwah dengan gaya dan bahasa yang dapat diterima oleh akal sehat mereka, sehingga mereka mau menerima kebenarannya.
- b) Umat yang mudah dipengaruhi : yaitu suatu masyarakat yang mudah untuk dipengaruhi oleh paham baru (*suggestible*), tanpa menimbang-nimbang secara matang apa yang dikemukakan kepadanya.
- c) Umat yang *bertaqlid* : yakni golongan masyarakat yang fanatik buta bila berpegangan pada tradisi dan kebiasaan yang turun-temurun.

Peneliti tertarik untuk mengetahui opini dari mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang dikarenakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah mahasiswa yang diberikan pembelajaran tentang dakwah yang tidak hanya sebatas ceramah atau *tabligh*, tetapi sudah mengarah kepada perumusan berbagai profesi yang memungkinkan diperankan oleh seorang da'i.

Berikut inilah analisis yang sesuai dengan pertanyaan nomor delapan dan sembilan mengenai segi negatif program AKSI serta sistem penjurian dalam program tersebut. Berdasarkan tabel 5 yaitu 11 orang (34,4%) beropini bahwa segi negatifnya dari program AKSI Indosiar itu adalah polling SMS. Begitu juga opini mereka tentang sistem penjurian dalam program AKSI Indosiar, berdasarkan tabel 5 dapat diketahui yaitu dari jumlah 21 informan (65,6%) menjawab sistem penjurian dalam program AKSI Indosiar itu belum tepat. Pada bab III juga telah dijelaskan bahwa mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi angkatan 2014 beropini tidak tepat dengan adanya dua sistem penjurian yang ada diprogram AKSI. Lebih tepatnya adalah dari dewan juri saja, karena dewan juri yang dipandang lebih berkompeten dan tidak memihak. Sedangkan apabila melalui SMS mahasiswa beropini sebagai berikut:

- 1) Penilaian menggunakan SMS bisa saja sogokan dengan cara dibelikan pulsa.

- 2) Apabila menggunakan SMS yang mempunyai banyak link yang menang.
- 3) Apabila keluarganya banyak serta dari keluarga yang kaya raya pasti akan menang juga.
- 4) Apabila melalui SMS, yang mendapatkan SMS banyak yang menang, bukan yang bagus yang menang.
- 5) Penjurian melalui SMS itu hanya dari penggemar-penggemar saja tetapi bukan dari orang yang berkompeten dibidangnya. Karena berdakwah itu tujuannya untuk mencari ridho Allah, untuk itu dalam menentukan seorang da'i juga diperlukan aturan-aturan. Sang da'i harus mempunyai cukup ilmu pengetahuan atau dasar-dasar agama yang kuat sehingga tidak menyalahi aturan. Walaupun setiap orang itu diwajibkan untuk berdakwah.
- 6) Terkadang setiap daerah apabila pemerintah kotanya mensupport banget dan ada dananya untuk mendukung pasti menang.
- 7) Apabila dengan SMS kayak-kayak bukan berdakwah tetapi mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.
- 8) SMS hanya dari penonton yang suka terhadap finalis dan ada juga keterkaitan. Baik keluarga, teman dan lain sebagainya.
- 9) Penilaian berdasarkan SMS itu tidak efektif serta mengandung unsur politik.

10) Dan opini yang terakhir apabila penilaian menggunakan SMS itu seperti akeh-akehan duit.

Sesungguhnya menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* haruslah semata-mata dilandasi oleh sikap ikhlas karena Allah Swt, sesuai dengan perintah-Nya. Dan motivasi utama berdakwahnya adalah untuk memperbaiki kehidupan manusia secara individu maupun secara kolektif, dengan kalimat lain dapat diungkapkan di sini, bahwa setiap mukmin harus meyakini dirinya masing-masing bertanggung jawab untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* (Gulen, 2011: 94).

Sudah seharusnya seorang da'i tidak berharap mendapatkan imbalan atau pujian dari siapapun pada saat menjalankan tugas dakwahnya. Karena, ia bertugas menyampaikan sesuatu yang benar, sehingga ia harus melakukannya dengan ikhlas dan jujur. Jika seorang da'i tidak mempunyai qalbu yang ikhlas dan jujur, maka dakwah yang ia sampaikan tidak akan berguna sedikitpun bagi para pendengarnya. Setiap da'i hendaknya merasa khawatir kalau dakwahnya tidak diiringi sikap ikhlas, seperti pada saat ia sempat berharap imbalan atau pujian dari objek dakwahnya. Ketika seseorang da'i telah berharap mendapat imbalan dari tugas dakwahnya, maka keikhlasannya akan hilang. Tentang masalah ini, Al-Qur'an telah menyebutkan dalam surah Al-Syu'ara ayat 109 sebagai berikut;

وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ ۖ إِنَّا نَجْرِي إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٢٩٦﴾

Artinya: “dan aku sekali-kali tidak minta upah kepadamu atas ajakan-ajakan itu; Upahku tidak lain hanyalah dari Tuhan semesta alam”(Depag, 2000: 296).

Firman Allah Swt, di atas mengisyaratkan kepada kita bahwa Rasul tidak berharap mendapatkan upah atau imbalan apapun dari dakwah yang beliau-beliau sampaikan ke umat. Sikap mereka mulai dari Nabi Allah Adam as. Sampai Rasulullah Muhammad Saw adalah sama. Tidak berharap apa pun dari seruan (dakwah) yang disampaikan kepada kaumnya.

Kisah di atas sengaja disebutkan oleh Allah di dalam Al-Qur’an, agar dapat dijadikan pedoman hidup bagi para da’i. Hendaknya para da’i mempunyai dua karakter istimewa sebagai berikut. *Pertama*, hendaknya seorang da’i bersikap sebagai orang yang diberi petunjuk. *Kedua*, hendaknya seorang da’i tidak berharap mendapat upah atau imbalan apa pun dari orang-orang yang mendengar dakwahnya (Gulen, 2011:202-204).

Opini mengenai sistem penjurian dari informan lainnya yaitu dari jumlah 9 (28,1%) orang menjawab sistem penjurian yang ada diprogram AKSI Indosiar sudah tepat, asalkan SMS ditampilkan secara terus menerus agar tidak ada kecurangan, selain itu ada juga yang beropini bahwa dewan juri itu dari pihak yang menyelenggarakan dan polling SMS dari segi penonton,

dikarenakan kembalinya seorang finalis nantinya adalah terjun ke lapangan atau ke masyarakat. Dan dari 2 orang (6,3%) beropini sistem penjurian dalam program AKSI seharusnya fifti-fifti yaitu 50% dari dewan juri dan 50% nya lagi dari polling SMS.

Segi negatifnya dari program AKSI yang lainnya selain polling SMS yaitu dari 8 orang (25%) beropini terdapat komedi disela-sela komentar yang terlalu berlebihan baik dari komentator maupun dari hostnya itu sendiri. Selanjutnya dari 2 orang (6,3%) menurutnya segi negatifnya yaitu jam tayangnya pada waktu sahur jadi tidak cocok, dikarenakan ada yang fokus pada tadarusnya sendiri-sendiri. Dari 1 orang (3,1%) mengatakan tidak semua orang menyukai program dakwah. 1 orang lainnya (3,1%) mengatakan bahwa penampilan da'i da'iahnya terlalu glamor. Ada juga dari 1 orang lainnya (3,1%) mengatakan kekurangannya setelah keluar dari program AKSI sifatnya berubah dan terakhir ada 8 orang (25%) beropini bahwa tidak ada kekurangannya dari program tersebut.

Dari hasil pengumpulan data, dapat diperoleh keterangan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi di golongan pada umat yang berpikiran kritis karena mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi adalah orang-orang yang berpendidikan dan berpengalaman. Berhadapan dengan kelompok ini, harus mampu menyuguhkan program dakwah yang murni program untuk berdakwah bukan program yang banyak

mengincar komersial. Di dalam program siaran “Akademi Sahur Indonesia” sudah menggunakan strategi dalam berdakwah karena seorang finalis dalam menyampaikan materi, mereka tahu bagaimana menyuguhkan suatu program yang bisa cocok untuk semua kalangan dengan cara dakwah yang dilakukan diselingi oleh hiburan melalui bakat yang mereka miliki baik seperti pantun, sholawat-sholawat, mimik wajah dan lain sebagainya. Sedangkan yang perlu mereka perhatikan disini adalah karena program ini kompetisi, serta peserta yang berdakwah itu belum semuanya ustadz dan ustadzah jadi sistematika penilaian (penjurian) itu harus diperhatikan, dikarenakan label ustadz dan ustadzah didapat tidak secara mudah. Selain itu, da’i atau muballigh juga perlu memiliki sejumlah kemampuan yang dapat dipergunakan untuk menyelesaikan tugasnya (kompetensi muballigh). Kompetensi muballigh ini terdiri dari kompetensi substansif dan kompetensi metodologis (Mul Khan, 1996:237-240).

(a) Kompetensi Substantif

Berikut ini digambarkan secara garis besar, tujuh kompetensi substantif atau dasar muballigh/muballighat.

- (1) Pemahaman agama Islam secara cukup, tepat dan benar.

Tugas muballigh adalah menyiarkan kebenaran-kebenaran Islam seperti diajarkan oleh Al-

Qur'an dan as-Sunnah ke tengah masyarakat, baik lewat dialog (media) lisan, media cetak dan dialog.

(2) Pemahaman hakekat gerakan dakwah

Gerakan dakwah Islam adalah *amar ma'ruf nahi munkar* dalam menampilkan ajaran-ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat senantiasa dikembalikan pada sumber pokoknya, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah serta kesediaan untuk berjihad. Gerakan dakwah merupakan alat untuk mencapai masyarakat yang diridhoi oleh Allah SWT berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.

Secara demikian menjadi jelas bahwa gerakan dakwah adalah alat atau wasilah, bukan tujuan. Perjuangan untuk menegakkan amal shalih di zaman modern tidak mungkin dilakukan kecuali dengan organisasi yang rapi dan modern.

(3) Memiliki *al akhlaq al karimah*

Setiap muballigh dan muballighat sebagai pendakwah ajaran-ajaran Illahi tidak bisa tidak harus memelihara akhlaq yang mulia. Bila konsekuensi atau konsistensi yang disampaikan itu tidak ada, maka bukan saja dakwah atau tabligh yang disampaikan yang hambar, akan tetapi juga citra agama otomatis rusak.

- (4) Mengetahui perkembangan pengetahuan umum yang relatif luas

Agar muballigh mampu menyuguhkan ajaran-ajaran Islam secara lebih menarik, ia harus memiliki pengetahuan- pengetahuan umum yang relatif luas. Ia tidak boleh malas membaca, karena membaca adalah cara paling mudah untuk menambah pengetahuan populer. Bacaan-bacaan itu dapat berujud harian, majalah, mingguan/bulanan, jurnal-jurnal tertentu dan buku-buku. Bila ia berhenti membaca, maka kemampuan untuk merelevansikan ajaran Islam dengan perkembangan masyarakat pasti akan merosot dan pada gilirannya ia akan kehabisan inspirasi segar.

- (5) Mencintai *audience* dengan tulus

Pada dasarnya seorang muballigh adalah seorang pendidik ummat. Oleh karena itu sifat-sifat pendidik yang baik seperti tekun, tulus, sabar, dan pemaaf juga harus dimiliki oleh muballigh.

- (6) Mengetahui kondisi lingkungan dengan baik

Menyampaikan pesan-pesan Islam tidak dapat berhasil dengan baik tanpa memahami lingkungan atau ekologi sosio-budaya dan sosio-politik yang ada. Para muballigh harus berusaha mengetahui permasalahan mereka dengan simpati dan empati.

(7) Mempunyai rasa ikhlas *liwajhillah*

Akhirnya yang paling penting, setiap muballigh harus punya semboyan: “*Innama muballighkum liwajhillah, la nuriedu minkum jazaan wa la syukura*”: (Kami bertabligh kepadamu semata-mata hanya karena Allah, kami tidak meminta imbalan darimu dan tidak pula kami mengharap pujian). Semboyan ini perlu menjadi niat tindakan dari setiap mubaligh dalam melancarkan dakwah Islam.

(b) Kompetensi Metodologis

Kompetensi metodologis adalah sejumlah kemampuan yang dituntut ada pada diri seseorang muballigh sehingga ia mampu membuat perencanaan dakwah (persiapan kegiatan dakwah) yang akan dilakukan dengan baik dan sekaligus mampu melaksanakan perencanaan tersebut. Kemampuan perencanaan dan metodologik yang harus dipunyai diantaranya adalah:

Pertama, da'i atau muballigh harus mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, yaitu mampu mendiagnosis dan menemukan kondisi “keberagaman” objek dakwah yang dihadapi.

Kedua, muballigh harus mampu mencari dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif objek dakwah serta kondisi ingkungannya.

Ketiga, seorang muballigh mampu menyusun langkah perencanaan kegiatan dakwah mikro yang valid. Langkah tersebut berupa pengidentifikasian beberapa model dan memilih mana yang paling tepat, serta menetapkan strategi pelaksanaannya.

Keempat, kemampuan untuk merealisasikan perencanaan tersebut dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

3. Opini *Figure* Dewan Juri

Analisis ini sesuai dengan pertanyaan nomor lima bahwa dilihat dari tabel 7 mereka menjawab dewan juri yang ada diprogram AKSI Indosiar sudah tepat. Dari hasil pengumpulan data dapat dianalisis bahwa dari 32 informan yang menjawab bahwa dewan juri yang ada di dalam program AKSI Indosiar itu sudah tepat ada 31 informan (96,9%) dan yang menjawab relatif hanya 1 orang (3,1%).

Figure adalah bentuk badan atau tokoh. Jadi figure dewan juri disini adalah tokoh atau sosok dewan juri. Dilihat dari latar belakangnya, mereka sudah terbukti berkualitas dalam berdakwah dan khususnya di media yaitu stasiun televisi. Mereka juga sudah profesional, jam terbangnya sangat banyak serta mereka adalah orang-orang hebat, orang yang ahli dalam bidang dakwah. Menurut Desy Ana Roifa salah satu informan yang sudah pernah mengikuti audisi AKSI sampai tampil di stasiun televisi mengatakan bahwa “dalam kehidupan sehari-hari yang

saya tahu mereka itu juga disegani”. Selain itu alasan lain dari para informan yaitu dikarenakan para dewan juri sudah berkompeten, sebagian dewan juri juga sudah mempunyai program sendiri di stasiun televisi yaitu Mama Dedeh di stasiun tv Indosiar dan ustadz Wijayanto salah satu programnya ada di kompastv. Ilmu agama islam yang dimiliki oleh mereka para dewan juri juga sudah mumpuni, salah satunya ustadz Wijayanto juga dosen di salah satu kampus. Untuk yang terakhir dan juga yang perlu diperhatikan untuk diperbaiki kedepannya yaitu terkadang mama Dedeh suka ceplas-ceplos dalam berbicara.

4. Opini Terhadap *Host* Program AKSI Indosiar.

Pemandu acara dalam program Akademi Sahur Indonesia dari tahun 2013-2016 itu terdiri 3 orang Irfan Hakim, Abdel dan Rina Nose. Menurut mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 dari 32 orang jawaban yang paling banyak mengenai *host* yang ada di program AKSI Indosiar itu sudah tepat. Menurutnya, seorang pembawa acara dalam memandu sebuah program baik di stasiun televisi maupun di luar studio yang terpenting adalah profesional dari seorang *host* tersebut. *Host* dalam program AKSI ini selain ahli dalam sesi formal juga lihai dalam berkomed. Jadi, acaranya tidak monoton serta tidak tegang. Informan yang setuju dengan ketiga *host* tersebut terdiri dari 26 orang dari jumlah 32 orang sedangkan 6 orang tidak setuju dengan *host* tersebut dengan alasan bahwa

dalam penyampiannya terlalu banyak komedinya dalam bahasa jawa ada salah satu informan yang menyebut dengan *pecicilan* dan ada juga yang tidak setuju karena mereka dari golongan artis.

5. Opini Terhadap Format Program AKSI

Menurut mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo khususnya angkatan 2014, berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi adalah baik-baik saja dan yang setuju dengan hal tersebut terdiri ialah 24 orang dari 32 orang yang diwawancarai sedangkan yang tidak setuju bahwa berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi itu ada 8 orang. Mahasiswa yang setuju apabila berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi dikarenakan dengan perkembangan teknologi serta perkembangan zaman, dakwah tidak harus dilaksanakan di masjid ataupun musholla-musholla dengan bertatap muka anatar pendakwah dan mad'u akan tetapi dapat dilakukan melalui media apapun dan dengan syarat menggunakan metode yang baik. Mengingat pada tahun 2017 di stasiun televisis banyak program kompeti dangdut, apabila kompetisi dakwah juga tidak ditingkatkan nantinya akan tergerus dengan program-program hiburan saja. Mahasiswa setuju apabila berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi juga berlandaskan pada potongan ayat "*fastabiqul khairat*" (berlomba-lomba dalam kebaikan), selain itu seorang finalis atau peserta untuk berniat didalam lubuk hatinya yang paling dalam bahwa mengikuti program tersebut adalah

mencari ridho Allah dengan cara mensyiarkan agama Islam, melatih keahlian, mengasah kemampuan dan menunjukkan kegigihan seseorang untuk menunjukkan agamanya. Kemudian mahasiswa yang beropini bahwa berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi itu tidak baik diantaranya karena berdakwah itu kewajiban setiap muslim, selanjutnya ditakutkan nanti seorang Da'i dalam menjalankan kegiatan dakwah tidak dengan keikhlasan hati, sehingga menimbulkan kurangnya keberkahan dalam ilmu itu sendiri dan terakhir apabila berdakwah dilaksanakan dalam bentuk kompetisi dapat memberikan sekat atau membatasi.

6. Keinginan yang diharapkan Mahasiswa.

Keinginan yang akan disampaikan oleh informan terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar memang ada, semua itu berkaitan dengan polling sms, tetap diadakannya program ini dari tahun ke tahun, dikembangkan jangkauannya sampai tingkat dunia, komedi disela-sela komentar, audisi, kualitas, pengemasan programnya dan waktu tayangnya.

Dilihat dari data pada tabel 10 porsi yang tertinggi adalah mahasiswa menginginkan untuk polling sms ditiadakan saja yaitu dari jumlah 7 orang (21,9%) beropini seperti itu, karenanya mereka menginginkan program dakwah yang murni program untuk berdakwah bukan program yang banyak mengincar komersial. Perlu diketahui bahwa apabila mencari keuntungan

selain dari segi polling SMS, bisa juga dilakukan dengan cara lebih meningkatkan kualitas program tersebut. Selanjutnya, apabila program tersebut sangat diminati oleh banyak orang, pengiklan pun akan berbondong-bondong untuk mengiklankan produknya dalam stasiun televisi tersebut. Keinginan dari Informan dalam sistem penjurian apabila ingin melibatkan penonton bisa menggunakan media seperti twitter. Apabila menggunakan media seperti twitter itu kan setiap orang mempunyai hak hanya satu sedangkan apabila menggunakan SMS setiap orang bisa mengirim lebih dari satu kali dan biayanya juga per SMS RP. 2200. Kemudian keinginan lain apabila tidak menggunakan media seperti twitter, diadakan saja peserta favorit. Bisa dilihat pada pemilihan puteri Indonesia itu kan tidak menggunakan SMS, semuanya mutlak dari dewan juri. Selanjutnya dari 5 orang (15,6%) yang beropini berkaitan dengan keinginan kedepannya untuk program AKSI adalah jangkauan dari programnya lebih ditingkatkan ke luar negri dan terlebih sampai mendunia. 4 orang selanjutnya (12,5%) menginginkan untuk guyonannya dikurangi. Apabila guyonannya disela-sela komentar terlalu banyak mengakibatkan mad'u tidak dapat melihat penampilan semua peserta dikarenakan juga mempunyai aktifitas yang lainnya. 3 orang (9,4%) beropini audisinya lebih dikedatkan dan ditingkatkan. 2 orang (6,3%) menginginkan untuk kualitasnya ditingkatkan lagi. 2 orang lagi (6,3%)

pengemasannya jangan glamor meliputi settingan panggung serta penontonnya dan dibuat lebih segar. Dilanjutkan 1 orang (3,1%) menginginkan pihak stasiun televisi harus lebih selektif lagi dalam memilih peserta. 1 orang (3,1%) juga menginginkan untuk programnya tidak hanya tayang pada bulan Ramadhan. Dikarenakan ilmu agama atau kajian-kajian tentang Islam itu tidak hanya untuk dipelajari di bulan Ramadhan saja. Dari jumlah 1 orang (3,1%) menginginkan jam tayangnya jangan pada waktu sahur melainkan jam 16:00 WIB saja untuk mengisi waktu menunggu berpuka puasa. dan yang terakhir dari jumlah 1 orang (3,1%) menginginkan untuk berdakwahnya itu tidak hanya *bil lisan* tetapi juga *bil hal*.

B. Afektif

Komponen *Afektif* (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Komponen ini menunjukkan arah sikap, yaitu positif dan negatif.

1. Analisis Ketertarikan Mahasiswa Terhadap Program.

Analisis ini sesuai dengan pertanyaan nomor tiga alasan mereka tertarik untuk menonton program tersebut kebanyakan karena Akademi Sahur Indonesia itu merupakan program yang bernuansa dakwah. Tidak dapat dipungkiri bahwa mereka tertarik untuk menonton program AKSI Indosiar itu karena programnya

menyajikan materi-materi tentang dakwah, bisa dilihat dari latar belakang informan tersebut adalah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Mereka disitu dibekali dengan materi-materi dakwah, untuk itu hal yang sangat wajar apabila mereka sangat perhatian terhadap program-program yang bernuansa dakwah. Salah satunya adalah program Akademi Sahur Indonesia yang disiarkan di stasiun televisi Indosiar ini. Dari data yang diperoleh berdasarkan tabel 3 yaitu dari jumlah 28 orang (87,5%) menjawab alasan mereka menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar, karena program tersebut bernuansa dakwah dan dengan menontonnya akan mendapatkan manfaat bagi dirinya. Manfaat secara bahasa menurut KBBI merupakan faedah yang memiliki nilai guna (Mukorobah, 2016: 74). Sehingga hal tersebut diharapkan program siaran dakwah AKSI Indosiar berguna bagi penonton. Manfaat yang dirasakan oleh penonton diantaranya adalah mendapatkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu agama untuk menjadi bekal kehidupannya dalam menjalani kehidupan sehari-hari serta menuju akhirat nanti. Ilmu yang didapatkan dari menonton program tersebut tentunya berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. Selain itu, lebih mengetahui bagaimana cara berdakwah yang baik. Meliputi dari segi penampilannya, pengemasan materinya serta sampai dengan tata cara penyampainnya dan kualitas programnya juga dinilai bagus karena tidak dramatisir seperti

program-program yang lainnya. disisi lain karena program tersebut tayang pada bulan Ramadhan tepatnya waktu sahur, banyak dari mereka yang berharap semoga dengan melihat kebaikan akan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Sebanyak 4 orang informan lainnya (12,5%) menjawab alasannya menonton program tersebut dikarenakan untuk mendukung temannya yang mengikuti program AKSI Indosiar, menonton karena dorongan dari keluarga dan untuk mengisi waktu Ramadhan. Jawaban yang ini bisa diketahui bahwa mereka menonton program AKSI Indosiar belum niatan dari dalam hatinya sendiri, untuk mencari ilmu agama yang lebih banyak lagi tetapi masih karena sesuatu hal.

Perkembangan televisi, khususnya dalam programnya benar-benar menawarkan cara baru bagi publik untuk pemanfaatan sarana televisi di massa sekarang ataupun di masa mendatang. Terbukti sekarang berdakwah tidak harus dilakukan di Masjid atau Musholla secara tatap muka oleh pendakwah dan mad'u. Pada masa sekarang banyak dakwah yang dilakukan melalui media massa, salah satunya adalah program Akademi Sahur Indonesia yang disiarkan oleh stasiun televisi Indosiar itu sendiri, dan dirasa oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi program tersebut terdapat banyak manfaatnya. Televisi telah membawa dampak yang besar bagi umat manusia. Televisi menyampaikan berbagai informasi, pesan-pesan dengan

sangat cepat sampai ke khalayak pemirsa. Inilah kehadiran teknologi televisi mempengaruhi kehidupan manusia dalam bidang agama. Media televisi diharapkan menjadi panutan baru (*news religius*) bagi kehidupan manusia.

C. *Konatif*

Komponen *konatif* (komponen perilaku, atau *action componen*) yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

1. Sikap yang dilakukan oleh Mahasiswa.

Analisis ini berdasarkan pertanyaan nomor sebelas dan duabelas bahwa ekspresi sikap mahasiswa terhadap program tersebut adalah semuanya pro. Bisa dilihat dari tabel 18, dari jumlah informan 32 (100%) orang menjawab pro terhadap adanya program Akademi Sahur Indonesia yang ditayangkan di Indosiar. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya angkatan 2014 dari jumlah 32 orang yang diwawancarai, dalam menanggapi program AKSI Indosiar tidak kemudian langsung bisa pro terhadap program tersebut akibat terpaan media massa akan tetapi, membutuhkan proses dari efek *kognitif dan afektif*.

Efek *kognitif* berhubungan dengan pengetahuan, sehingga khalayak atau mad'u yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi jelas. Penonton program AKSI Indosiar yang semula tidak tahu tentang program Akademi Sahur Indonesia dengan berfikir dan bertanya maka ia mengerti tentang program Akademi Sahur Indonesia. Kemudian efek *afektif* berkaitan dengan perasaan, akibat dari menonton program televisi timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media itu bisa sangat beragam, senang hingga tertawa bahak-bahak, sedih hingga mencururkan air mata, takut sampai merinding dan lain-lain. Perasaan yang bergejolak dalam hati, misalnya perasaan marah, kesal, benci, sayang, gemas, kecewa, sinis, kecut dan lain sebagainya. Setelah menonton program Akademi Sahur Indonesia maka akan timbul perasaan senang dan ingin menonton kembali program tersebut, atau kadang-kadang akan timbul perasaan kesal, kecewa karena peserta yang menjadi disukainya atau favoritnya keluar gara-gara SMSnya terendah, padahal penampilannya bagus. Kemudian baru efek *konatif*. Bersangkutan dengan sikap yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek konatif tidak langsung bisa timbul sebagai akibat terpaan media massa melainkan oleh efek *kognitif* dan *afektif*. Setelah mengetahui program Akademi Sahur Indonesia itu menarik, walaupun masih ada kekurangannya yaitu

menggunakan polling SMS tetapi dinilai lebih banyak manfaatnya maka penonton khususnya mahasiswa dari 32 orang tersebut mempunyai niat untuk menonton program tersebut, mengajak teman dan keluarga untuk menonton, memahami materi yang telah disampaikan oleh para finalis serta kemudian mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, menyempatkan untuk menonton pada waktu sahur, setelah mendapatkan materi dari menonton program tersebut ada juga yang kemudian langsung berdakwah melalui media dengan cara membuat status tetapi dari materi yang telah disampaikan para finalis tadi dan juga ada yang mengikuti group *facebooknya* (disitu mereka komen-komen atau memberikan masukan).

Dari hasil penelitian, dapat diperoleh keterangan bahwa opini mahasiswa dari masing-masing prodi di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo mempunyai ciri atau keunikan tersendiri. Opini dari mahasiswa KPI itu dalam menjawab sebuah pertanyaan jawabannya lebih kepada menggunakan istilah-istilah pertelevisian apabila dari konsentrasi televisi, lebih kreatif dan sesuai dengan perkembangan yang sekarang. Selanjutnya, untuk opini dari mahasiswa MD ketika menjawab pertanyaan dari pewawancara lebih menekankan kepada kedakwaan serta menyangkut management-management stasiun televisi. Sedangkan opini mahasiswa PMI lebih memberikan contoh atau

mengaitkan jawabannya dengan kejadian di lingkungan desanya dan terakhir opini mahasiswa BPI lebih santai.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini yang berjudul Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah AKSI Indosiar (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang) menghasilkan kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yaitu bagaimana opini mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi angkatan 2014 UIN Walisongo Semarang. Diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Kesimpulan ini dikelompokan berdasarkan komponen sikap, meliputi: komponen *kognitif, afektif dan konatif*.

1. Aspek *kognitif*

- a) Opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap segi positif dan segi negatifnya program AKSI Indosiar. Segi positifnya adalah program tersebut edukatif dan menambah wawasan penonton dibidang agama. Sedangkan opini segi negatifnya yaitu mengenai sistem penjurian yang ada di dalam program AKSI Indosiar. Sistem penjurian melalui polling SMS menurut mahasiswa tidak tepat. Dikarenakan lebih banyak *madharatnya*.
- b) Opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap dua sistem penjurian yaitu dari dewan juri (komentator) dan polling SMS yang digunakan dalam program AKSI Indosiar untuk menentukan seorang finalis itu keluar ataupun masih

bertahan untuk berdakwah lagi, hasilnya adalah bahwa sistem penjurian dalam program AKSI Indosiar itu belum tepat. Lebih tepatnya adalah dari dewan juri saja, karena dewan juri yang dipandang lebih berkompeten dan tidak memihak.

- c) Opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap *figure* dewan juri dalam program AKSI Indosiar menurut 31 orang informan, dilihat dari latar belakang dewan juri baik dari pendidikan, pengalamannya sudah terbukti berkualitas dan cocok untuk menjadi dewan juri di program AKSI Indosiar.
- d) Opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap *Host* program AKSI Indosiar sudah tepat. Yang terpenting seorang host itu dapat memandu jalannya sebuah program dengan baik.
- e) Opini mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi terhadap pengemasan program AKSI dalam bentuk kompetisi hasilnya adalah bahwa tidak menjadi masalah apabila berdakwah dikemas dalam bentuk kompetisi. Karena seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin kompleks dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media apa saja dengan cara yang baik.
- f) Opini keinginan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap program AKSI Indosiar kedepannya adalah sesuai porsi yang tertinggi dari analisis bab 4 bahwa mahasiswa menginginkan untuk polling SMS ditiadakan saja. Agar

program tersebut lebih sempurna menunjukkan bahwa program tersebut adalah program yang bernuansa dakwah dan berkualitas.

2. Aspek *afektif*

Opini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap program Akademi Sahur Indonesia dari jumlah 32 orang yang diwawancarai adalah mereka tertarik menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar, karena program tersebut bernuansa dakwah dan dengan menontonnya akan mendapatkan manfaat bagi dirinya, khususnya dalam bidang ilmu agama untuk menjadi bekal kehidupannya dalam menjalani kehidupan sehari-hari serta menuju akhirat nanti. Lebih baik mengedepankan program dakwah dari pada program dangdut.

3. Aspek *konatif*

Opini dari segi ekspresi sikap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap program AKSI Indosiar adalah semuanya pro dengan adanya program Akademi Sahur Indonesia. Karena bukan hanya dangdut saja yang dikedepankan melainkan berdakwah melalui media massa juga harus dikedepankan. Bentuk ekspresi sikapnya untuk membuktikan kalau mahasiswa pro yaitu dengan mempunyai niat untuk mengajak teman serta keluarga untuk menonton program tersebut, mengamalkan materi yang didapat untuk kehidupan sehari-hari, dan juga ada yang mengikuti group *facebooknya* (disitu mereka komen-komen atau memberikan masukan).

Jadi, opini-opini mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang di atas, termasuk ke dalam macam-macam opini yang pemikiran. Pemikiran sendiri itu merupakan bahan untuk dipikirkan atau dipertimbangkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran-saran untuk meningkatkan kemajuan dakwah, khususnya dakwah melalui media massa televisi yaitu:

1. Saran untuk program Akademi Sahur Indonesia agar kedepannya tetap diadakan dari tahun ke tahun dan alangkah lebih baiknya untuk sistem penjurianya dalam program tersebut dari dewan juri saja tidak usah menggunakan polling SMS, lebih baik keputusan dari dewan juri. Karenanya itu sesuai minat dari penonton program siaran dakwah AKSI Indosiar.
2. Saran untuk *mad'u* (penonton tv) agar lebih kritis lagi dalam setiap menonton program televisi khususnya program dakwah.

C. Penutup

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terimakasih kepada semua pihak yang telah bersedia memberikan bantuan, bimbingan, arahan, kritik, saran serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan maupun kesalahan. Oleh karena itu, peneliti sangat berharap saran dan kritik dari semua pihak terutama pembaca

yang budiaman. Akhirnya hanya kepada Allah Azzawajalla penulis memohon petunjuk dan bimbingan dari segala kesalahan dan kekhilafan dalam penulisan ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan para pembaca umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E Dkk. 2017. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Arifin, A. 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, A. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, A. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Azwar, S. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badjuri, A. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baran, Stanley J. 2009. *Introduction to Mass Communication Media Literacy and Culture*. Americas: McGraw-Hill.
- Buku Panduan Teknis (Praktik Pengalaman Lapangan)*. 2016. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- Bulaeng, A. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Danim, S. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Departemen Agama RI. 2000. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.
- Djamal, H. 2013. *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Effendi, Onong U. 1992. *Spektrum Komunikasi*. Bandung: Mandar maju.
- Gulen, F. 2011. *Dakwah Jalan Terbaik Dalam Berpikir dan Menyikapi Hidup*. Jakarta: PT Gramedia.
- Gunawan, I. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kusnawan, A. 2009. *Dimensi Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Latief, R Dkk. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: PT Adhitya Andrebina Agung.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- McQuail, D. 2011. *Mass Communication Theory*. Diterjemahkan oleh Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mukorobah, Z. 2016. *Pendapat Pendengar Radio Retjo Buntung Yogyakarta Terhadap Program Siaran Dakwah Lentera Hati*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Mulkhan, Munir A. 1996. *Ideologi Gerakan Dakwah*. Yogyakarta: Sipers.
- Mursyidah, D. 2010. *Membangun Komunikasi Dakwah Melalui Media Massa*. Dalam Jurnal Media Akademika, vol. 25, No. 3.
- Nimmo, D. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Silalahi,U. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siswanto, Victorianus A. 2012. *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyino. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Phil Astrid S.1974. *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Binacipta.
- Tabroni, R. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tamamy, A. 2011. *Program Dakwah Islam di Televisi Komunitas PALMERAH*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Tuti ,Esy N. 2012. *Opini Pendengar Terhadap Program Acara Dangdut Ponoragan di Radio Duta Nusantara Ponorogo (Studi Kasus di Komunitas pendengar Dangdut Ponoragan Kabupaten Ponorogo)*.Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Umminur, Jamilatul J. 2015. *Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Dakwahtainment Ditelevisi (Program "Islam itu Indah" DiTranstv)*. Semarang: UIN Walisongo.
- Walgito,B. 2002. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.

(Acaraindosiar.Blogspot.com, di unduh 25 November 2015, pukul 07.00).

(https://id.wikipedia.org/wiki/Akademi_Sahur_Indonesia. diakses 13 April 2017: pukul 05.00)

(<http://ilmukomunikasiug.blogspot.co.id/2013/11/konsep-kategorisasi-dan-proposisi.html>, diakses 03 Oktober 2017: pukul 20.00).

(<https://kbbi.web.id/mahasiswa> diakses pada tanggal 19 Oktober 2017, pkl 09.30)

(<http://tympanistaco.com/profil-lengkap-dewan-juri-aksi-indosiar-2015/> diakses tanggal 29 Juli 2017, pkl 10.34)

(<http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa-menurut-para-ahli-beserta-peran-dan-fungsinya/> diakses pada tanggal 19 Oktober 2017, pkl 09.45).

(www.tonfeb.com, di unduh 25 November 2015 pukul 06.30).

Lampiran 1 a

DRAFT WAWANCARA PENONTON

Indikator dari sikap

1. *Kognitif*:
 - a) Pengetahuan
2. *Afektif*:
 - a) Perasaan
3. *Konatif*:
 - a) Perilaku

Daftar pertanyaan:

Kognitif:

1. Apakah anda mengetahui program siaran dakwah AKSI Indosiar?
2. Apakah anda pernah menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar dan sudah berapa lama anda aktif menonton program tersebut?
3. Apakah alasan anda menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar?
4. Menurut anda, apakah program siaran dakwah AKSI Indosiar menyajikan materi-materi yang terbaru?
5. Apakah materi yang disampaikan dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar berkualitas bagi penonton?
6. Apakah anda faham terhadap isi materi yang disampaikan dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar?

7. Apa segi positif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar?
8. Apa segi negatif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar?
9. Dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar pada tahun 2013-2016 ada 2 sistematika penilaian bagi finalis. Pertama penilaian dari dewan juri (komentator) dan yang ke dua melalui polling sms. Menurut anda apakah hal tersebut sudah tepat? Kalau belum bagaimana solusinya?
10. Apakah sosok/figure dewan juri dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat? Apa alasannya? Bagaimana menurut anda?
11. Apakah pemilihan host untuk program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat? Bagaimana menurut anda?
12. Menurut anda, baik atau tidakkah apabila berdakwah itu dikemas dalam bentuk kompetisi seperti program siaran dakwah AKSI Indosiar ini?
13. Bagaimana solusi/pembaharuan menurut anda terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar?

Afektif:

1. Apakah anda menyukai program siaran dakwah AKSI Indosiar?
2. Apakah program siaran dakwah AKSI Indosiar menarik untuk ditonton?apa alasannya?

Konatif:

1. Apakah anda pro atau kontra terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan bentuk tindakan apa yang anda lakukan jika anda pro atau kontra terhadap program tersebut?
2. Apabila anda mendapatkan pengetahuan dari menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar, apakah anda pernah mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari?

Lampiran 2

Hasil Wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Apakah anda mengetahui program siaran dakwah AKSI Indosiar?	1. ya sedikit-sedikit saya mengetahui 2. ya saya mengetahui. 3. ya sedikit mengetahui. 4. ya saya termasuk orang yang mengikuti program tersebut. 5. saya mengetahui program tersebut dan saya pernah mengikuti program acara itu pada tahun 2015. 6. ya saya mengetahui program tersebut mbak. 7. mengetahui tapi sedikit mbak. 8. iya saya mengetahui. 9. mengetahui. 10. iya saya tahu mbak. 11. iya saya mengetahui. 12. mengetahui. 13. tahu mbak. 14. iya saya mengetahui. 15. mengetahui tapi tidak begitu dalam. 16. iya saya priadi mengetahui tapi tidak intensif 17. Iya saya mengetahui program tersebut mbak. 18. alhamdulillah mengetahui 19. iya saya mengetahui 20. iya saya mengetahui

		<p>21. iya tahu mbak.</p> <p>22. ya saya tahu.</p> <p>23. iya mengetahui. Itu salah satu program yang disiarkan di Indosiar pada saat sahur.</p> <p>24. iya tahu</p> <p>25. saya mengetahui</p> <p>26. iya mengetahui</p> <p>27. mengetahui mbak.</p> <p>28. mengetahui</p> <p>29. ya saya mengetahui</p> <p>30. mengetahui</p> <p>31. iya saya mengetahui</p> <p>32. iya</p>
2.	Apakah anda pernah menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar?	<p>1. Alhamdulillah sering sih, sejak 2014.</p> <p>2. Pernah, sudah dari dulu dan saya lebih terpikat menonton pada waktu dulu pada saat masih kecil</p> <p>3. Pernah waktu teman saya masuk AKSI di Indosiar.</p> <p>4. Iya saya pernah menonton. Kebetulan program AKSI ini tayang pukul 02.00 WIB dini hari, jadi saya beberapa kali saja nontonnya.</p> <p>5. Ya pernah menonton dan saya juga sudah pernah mengikutinya</p> <p>6. Pernah, sejak tahun kemaren 2016</p> <p>7. Pernah mbak, biasanya disiarkan pada waktu sahur</p> <p>8. Iya saya pernah menonton.</p>

		<p>Ketika mbak. Roifa mengikuti AKSI</p> <ol style="list-style-type: none">9. Pernah mbak. Meskipun tidak sering. Sejak mulai adanya finalis dari UIN Walisongo khususnya dari dakwah. Kira-kira sejak 2015.10. Pernah. Sering malahan mbak. 2 atau 3 tahunan tapi sekarang kadang-kadang.11. Iya tentu pernah mbak. Kira-kira sudah 3 tahunan tapi sekarang di pondok jadi tidak menonton mbak.12. Pernah tapi gak sering13. Pernah. Sebelum desi masuk AKSI saya sudah menonton14. Saya pernah menonton sampai saat ini.15. Nonton tapi tidak terlalu sering. Kalau ada waktu mbak.16. Pernah mbak. Sebelum Desi juga sudah pernah nonton berarti tahun 201417. Dulu pas 2 tahun atau 1 tahunan sering mbak. Semester awal kan masih sering dirumah jadi bapak menyarankan untuk menonton program tersebut. Sekarang tidak menonton dikarenakan di program khusus18. Iya saya sering menonton
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none"> 19. Pernah setiap sahur dan terakhir tahun lalu. Sekarang saya di Ma'had 20. Pernah menonton beberapa kali. Tidak rutin. Terakhir 2016. 21. Pernah. Lebih dari satu kali. Kadang-kadang 22. Pernah. Sejak pertama 2013-sekarang 23. Pernah 24. Pernah menonton. Sudah beberapa tahun. 25. Pernah. Sejak tahun 2013 26. Sering menonton mbak. Dari waktu kuliah karnaa saya di fakultas dakwah dan komunikasi. 27. Sering. Sejak ada pemilihan finalis di kampus UIN Walisongo Semarang yaitu tahun 2015 28. Pernah, 3 tahunan mungkin. Sebelumnya juga sudah. 29. Hampir setiap kalau sahur. Mungkin dari 2014-2016 30. Pernah. Sejak pertama kali ada AKSI 2013. 31. Pernah. Selama bulan puasa. 32. Pernah mbak.
3.	<p>Apa alasan anda menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simple, ingin belajar seperti dia 2. Pada saat bulan Ramdhan dan waktunya itu sahur 3. Untuk mendukung teman saya agar juara

		<ol style="list-style-type: none">4. Dikarenakan saya suka sekali konten bahasanya.5. Bermanfaat untuk kita khususnya materi keagamaan juga bisa buat bekal untuk kehidupan kita. Penyampaian materinya jelas dan banyak sekali da'ia da'iah menyampaikan apa yang ada di Al-Qur'an dan Hadist.6. Mendidik, menambah wawasan baik dari pengetahuan dan tata cara-cara berdakwah.7. Pertama acara dakwah, menarik dan karakter finalisnya unik-unik.8. Sangat bagus acaranya dan banyak materi-materi yang bagus untuk agama-agama kita.9. Ada finalis dari mahasiswa UIN Walisongo Semarang.10. Menurut saya acaranya menarik.11. Dari program AKSI kita bisa lihat bahwa anak-anak seumuran kita punya bakat-bakat terpendam dan dari tayangan AKSI itu kita bisa tahu bagaimana cara kita bisa percaya diri dihadapan orang lain.12. Mendapatkan siraham rohani.
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none">13. Memberikan pembelajaran untuk menambah pengetahuan kita.14. Selain kita mendapatkan hiburan tapi kita juga mendapatkan ilmu agama.15. Pesertanya berkualitas, dewan juriya berkualitas termasuk programnya juga yang berkualitas.16. Pastinya program itu tentang dakwah dan jurusannya juga berkualitas dengan dakwa.17. Dulu program itu memang suatu hal yang segar karna masih sedikit program-program kompetisi seperti itu dan saya nonton tvnya juga sama keluarga.18. Sangat mendidik19. Untuk memotivasi saya dan untuk mengetahui tentang dakwah. Baik dari segi pengemasannya mataerinya serta sampai dengan penyampaiannya.20. Ingin melihat bagaimana cara berdakwah calon-calon finalis, ada peserta dari UIN jadi ingin melihat dan tentunya mendapatkan ilmu agama.21. Programnya Dakwah jadi nyambung dengan jurusan saya yang di Fakultas Dakwah mbak.
--	--	--

		<p>22. Ya ingin termotivasi agar bisa menjadi sosok di AKSI mbak. Yang pintar ceramah.</p> <p>23. Program tersebut mengkaji tentang kajian-kajian Islam dan untuk mengisi waktu sahur saya mbak.</p> <p>24. Karena disitu menampilkan para finalis tentang bagaimana cara-cara berdakwah</p> <p>25. Iseng-iseng terus setelah mengetahui acara itu berdakwah saya tertarik untuk mendengarkan dakwahnya dari para finalis.</p> <p>26. Mengisi waktu sahur dan menambah pengetahuan agama.</p> <p>27. Program AKSI itu edukatif dan berdakwahnya itu dikemas dengan baik.</p> <p>28. Untuk menambah ilmu khususnya ilmu agama</p> <p>29. Programnya edukatif</p> <p>30. Karena saya juga kuliah dibidang dakwah juga jadi itu pembelajaran yang sangat besar untuk saya</p> <p>31. Untuk reverensi saya sendiri karena saya kuliah di Fakultas dakwah</p> <p>32. Karena sedikit tertarik</p>
4.	Menurut anda, apakah program siran dakwah AKSI Indosiar menyajikan	<p>1. Iya materi-materinya terbaru.</p> <p>2. Untuk masalah materi itu relatif mbak. Ada yang biasa</p>

	<p>mater-materi yang baru?</p>	<p>sampai terbaru tergantung yang menyampaikan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Ya sepertinya iya terbaru materinya. 4. Menurut saya materinya tidak baru tapi kajiannya yang baru. 5. Iya menyajikan materi-materi yang terbaru. Sesuai fenomena sekarang. 6. Iya materinya semakin luas. 7. Tidak menyajikan materi yang baru. Solanya sama saja seperti yang dulu matterinya. 8. Jelas materinya terbaru. 9. Iya terbaru mbak. 10. Ada yang lama dan ada juga yang baru. 11. Iya selalu ganti 12. Menyajikan materi yang baru. 13. Fleksibel (sesuai perkembangan zaman). 14. Iya terbaru materinya mbak. 15. Iya program AKSI menyajika materi-materi yang baru. 16. Materinya iya baru tapi bobotnya kurang. 17. Iya materinya baru. 18. Lumayan terbaru mulai dari tema, pengemasan mulai dari tahun ke tahun itu baru. 19. Selama saya melihat beberapa ada mengulas sejarah tahun lalu dan ada
--	--------------------------------	---

		<p>beberapa yang mengemas lebih baik jadi lebih baru.</p> <p>20. Iya karena dari peserta sangat berpotensi. Karna di UIN Walisongo juga pernah ada seleksinya.</p> <p>21. Pada intinya mengajak tidak terbaru.</p> <p>22. Iya setiap harinya ada yang terbaru.</p> <p>23. Iya karna itu kan ajangnya perlombaan juga tentunya materi yang disampaikan sesuai sekarang.</p> <p>24. Iya materinya terbaru.</p> <p>25. Kalau materinya sudah lama tapi dimodifikasi menjadi hal yang baru.</p> <p>26. Tema sudah lama tapi pebawaannya kekinian</p> <p>27. Iya terbaru.</p> <p>28. Terbaru.</p> <p>29. Iya mbak.</p> <p>30. Iya materi-materinya terbaru. Karena disampaikan materi tentang isu-isu dan juga terkait masalah-masalah di negara ini.</p> <p>31. Selalu menyajikan materi terbaru.</p> <p>32. Iya</p>
5.	Apakah materi yang disampaikan dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar berkualitas	<p>1. Menurut saya ya lumayan berkualitas. Memang sudah di tentukan tema-temanya dan enaklah untuk</p>

	<p>bagi penonton?</p>	<p>masyarakat.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pasti berkualitas. Terbukti kalau mereka sudah masuk tv pasti sudah di evaluasi. Tidak asal-asalan kalau di tv. 3. Sangat berkualitas. Menambah pengetahuan. 4. Berkualitas sekali. Saya bisa menelaah materi yang ringan tetapi dalam maknanya dan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist. 5. Sangat berkualitas. 6. Masalah berkualitas tergantung dari Da'i Da'iahnya. 7. Sedang-sedang saja. 8. Ya sangat berkualitas. 9. Berkualitas khususnya agama. 10. Lumayan berkualitas. 11. Tentu berkualitas. Kalau sudah ditayangkan di tv tentunya sudah bagus mbak. 12. Berkualitas. 13. Berkualitas. 14. Sangat berkualitas. 15. Berkualitas. 16. Sudah cukup berkualitas. 17. Layak ditonton (bisa dikatakan berkualitas) 18. Sangat berkualitas. Karena dari masing-masing peserta tidak sama. 19. Berkualitas.
--	-----------------------	--

		<p>20. Berkualitas. Bukan saja menghibur tapi ilmu-ilmu yang kita serap juga banyak.</p> <p>21. Berkualitas.</p> <p>22. Sangat berkualitas.</p> <p>23. Penyampaian berkualitas baik dari dasar dan waktunya terbatas.</p> <p>24. Berkualitas.</p> <p>25. Secara umum kurang berkualitas karena itu hanya sebuah kompetisi dan pesan dakwahnya kurang.</p> <p>26. Berkualitas.</p> <p>27. Cukup berkualitas.</p> <p>28. Sangat berkualitas.</p> <p>29. Sangat berkualitas.</p> <p>30. Berkualitas. Itu kan sudah dipilih dan diseleksi juri-juri di daerah-daerah. Karena di yang dipilih pastikan sudah berkompeten dan yang punya argumen-argumen dengan dasar-dasar yang jelas.</p> <p>31. Karena penontonnya majemuk jadi menyesuaikan materi.</p> <p>32. Berkualitas.</p>
6.	Apakah anda faham terhadap isi materi program siaran dakwah AKSI Indosiar?	<p>1. Lumayan-lumayan.</p> <p>2. Relatif tergantung yang menyampaikan.</p> <p>3. Sedikit faham, kalau temanya menarik ya ditonton sampai</p>

		<p>selesai.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Faham tapi terkadang ada ayat yang belum bisa saya jangkau.5. Faham. Karena mereka menyampaikannya dengan bahasa yang dapat dipahami dan merakyat. Jadi mudah dipahami.6. Ada yang faham ada yang yang tidak (relatif dari da'i da'iahnya).7. Tergantung yang membawakan.8. Tidak semuanya (relatif).9. Faham.10. Faham.11. Relatif tidak semuanya.12. Faham.13. Faham.14. Sebagian ada yang faham sebagian ada yang tidak.15. Faham.16. Insyaallah saya pribadi faham.17. Faham mbak.18. Faham. Cuma kadang-kadang ada yang membawakan dengan bahasa mereka jadi itu yang kurang faham.19. Relatif yang menyampaikan.20. Faham.21. Relatif. Saya suka kalau berdakwah itu diawali dengan cerita-cerita terlebih
--	--	--

		<p>dahulu.</p> <p>22. Faham.</p> <p>23. Tergantung (relatif) mbak.</p> <p>24. Insyallah faham mbak.</p> <p>25. Relatif.</p> <p>26. Faham.</p> <p>27. Faham. Karena setiap peserta menyampaikannya dengan padat dan jelas.</p> <p>28. Cukup faham apabila kita memperhatikan.</p> <p>29. Sebagian ada yang faham sebagian ada yang tidak faham (mungkin ilmu saya kurang).</p> <p>30. 80% faham.</p> <p>31. Insyallah faham.</p> <p>32. Sebagian dapat saya fahami (tergantung isi yang disampaikan).</p>
7.	<p>Dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar pada tahun 2013 -2016 ada dua sistematika penilaian bagi finalis. Pertama penilaian dari dewan juri (komentar) dan yang kedua melalui polling sms menurut anda apakah hal tersebut sudah tepat? Dan bagaimana solusinya?</p>	<p>1. Kurang tepat. Lewat dewan juri saja.</p> <p>2. Belum tepat, seharusnya dari program tv juga tidak mempertimbangkan banget dari sms karena inikan tujuannya dakwah kalau memang untuk dakwah ya suddah harus dari kualitas dakwahnya itu. Banyak kejadian kualitasnya bagus sekali taoi dikalahkan dengan yang namanya sms, jadi kayak-kayak itu bukan untuk berdakwah tetapi untuk mencari penghasilan yang</p>

		<p>sebesar-besarnya. Maka dari itu memanfaatkan komunitas terbesar. Jadi kasihanlah yang mereka mempunyai kualitas besar tapi tidak mempunyai komunitas terbesar. Maka seharusnya dewan juri juga lembaga tv itu harus bekerjasama harus saling berkomunikasi dengan baik mengenai keseluruhan program tersebut.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Sudah bagus. Asalkan polling sms sering ditampilkan. Agar tidak ada kecurangan.4. Tepat. Karena bagaimanapun acara yang kembali untuk kita.5. Lebih efektif dari dewan juri. Karena dari dewan juri lebih objektif . kalau dari polling sms itu kayak akeh-akehan duit.6. Sudah tepat, karena yang melihat kan tidak dewan juri tapi juga masyarakat luas.7. Lebih baik dari dewan juri. Karena dewan juri lebih berkompeten dan tidak memihak. Sedangkan kalau sms bisa saja monopoli.8. Lebih tepat dari dewan juri. Kalau sms yang banyak yang menang tidak yang bagus yang menang.9. Kurang tepat. Tepatnya
--	--	---

		<p>dewan juri saja. Kalau sms itu tidak efektif dan politik.</p> <ol style="list-style-type: none">10. Cukup dewan juri saja yang sudah berkompeten.11. Fiktif-fiktif (50%, 50%)12. Tidak tepat. Lebih tepatnya dewan juri. Apabila penilaiannya menggunakan sms itu kan bisa saja sogokan dengan cara dibelikan pulsa. Intinya sms kurang tepat.13. Tepatnya dari dewan juri, karena mempunyai pengalaman dan lebih mengetahui sedangkan kalau sms yang punya banyak link banyak yang menang.14. Sudah tepat. Karena dari dewan juri itu dari pihak yang menyelenggarakan. Selanjutnya kalau dari sms itu dari pihak luar. Akan tetapi persentasinya yang lebih banyak menitik beratkan pada dewan juri.15. Dewan juri tepat tapi sms juga sudah tepat, dikarenakan masyarakat juga ingin menilai.16. Langsung dewan juri. Lebih tahu kredibilitas dan kapabilitas dari da'i da'iah.17. Belum tepat. Tepatnya dewan juri dan dengan
--	--	---

		<p>menggunkan medi seperti twitter (<i>one con one foot</i>). Jurinya lebih baiknya tetap.</p> <ol style="list-style-type: none">18. Polling sms tidak tepat. Apabila keluarganya banyak dan kaya pasti akan menang. Solusinya dari dewan juri saja.19. Sudah tepat. Tapi seharusnya polling sms tidak mempengaruhi.20. Sudah tepat. Karena masyarakat juga bisa menilai akan tetapi harus lebih besar dari dewan juri karena penonton hanya dari suka atau mungkin ada keterkaitan.21. Sms di era yang serba modern biasanya ada heker-heker jadi 50%, 50%.22. Lebih tepatnya dari dewan juri.23. Lebih tepatnya dewan juri. Tentunya dewan juri yang dipilih juga yang berkompeten.24. Kurang tepat. Lebih tepatnya dewan juri.25. Alangkah lebih baiknya itu dari dewan juri. Sms itu tidak memungkinkan. Sms yang banyak belum tentu yang bagus.26. Belum tepat. Sms ada unsur nepotisme persaudaraan
--	--	---

		<p>sedangkan klaw dewan juri itu objektif.</p> <p>27. Sms itu tidak adil. Yang paling banyak menang dan belum tentu kualitasnya bagus.</p> <p>28. Belum tepat. Terkadang setiap daerah kalau pemerintah kota mensupport banget dan ada dananya itu pasti menang.</p> <p>29. Sudah tepat. Dewan juri lebih kompeten dalam bidangnya dan kalau melalui sms finalis itu kan akan kembalikan kepada masyarakat lagi pada saat terjun di masyarakat.</p> <p>30. Tepatnya dewan juri menilai langsung.</p> <p>31. Lebih tepatnya dari dewan juri. Dewan juri kan yang kebih berkompeten. Kalau sms Cuma dari penggemar-penggemar doang.</p> <p>32. Dewan juri lebih tepat.</p>
8.	Apakah sosok/figure dewan juri dalam program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat? Apa alasannya?	<p>1. Ya relatif. Dan ustadz wijayanto itu udah bagus serta idola saya.</p> <p>2. Dilihat dari latarbelakang beliau sudah terbukti berkualitas dalam berdakwah dan khususnya di media yaitu tv. Beliau sudah mempunyai pengalaman yang banyak.</p> <p>3. Semuanya saya kira sudah</p>

		<p>profesional sih mbak.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Pantas. Minimal juri harus sudah punya jam terbang yang sangat banyak.5. Sudah tepat. Beliau adalh orang-orang hebat. Orang yang ahli dalam bidang dakwah dan dalam kehidupan sehari-hari yang saya tahu beliau-beliau itu juga disegani.6. Sudah tepat. Cukup terkenal.7. Sudah tepat. Beliau-beliau sudah berkompeten dan beliau-beliau sudah berdakwah sampai mana-mana.8. Sangat tepat. Beliau sudah berpengalaman dalam berdakwah di Indonesia.9. Sudah tepat, karena beliau pengetahuannya sudah mumpuni.10. Sudah tepat, karena memiliki jam terbang yang tinggi.11. Sudah tepat, sudah berkompeten seperti mama Dedeh sudah berkompeten.12. Sudah tepat. Yang profesional.13. Sudah tepat. Mama Dedeh sudah punya program sendiri.14. Sudah tepat, beliau-beliau sudah berpengetahuan
--	--	---

		<p>dalam bidang dakwah.</p> <ol style="list-style-type: none">15. Sudah tepat.16. Sudah sangat tepat malah.17. Sudah tepat.18. Sudah tepat. Mama Dedeh kadang suka ceplas-ceplos.19. Sudah tepat.20. Sudah tepat. Sudah berpengalaman.21. Sudah tepat.22. Sudah, karena beliau mempunyai ilmu agama islamnya sudah mumpuni.23. Sudah tepat. Ustadz Wijayanto dosen di salah satu kampus.24. Sudah tepat. Mereka sudah berkecimpung dalam dakwah sudah lama.25. Dalam dunia kompetisi sudah cocok. Tapi saran saya mending kiyai-kiyai besar atau ulama –ulama besar dalam masyarakat yang cocok.26. Sudah tepat. Pertama beliau pengalaman dan kedua sudah lama berkecimpung dalam dunia dakwah.27. Sudah tepat.28. Sudah tepat.29. Sudah tepat.30. Sudah tepat, karena setiap dewan juri itu kan pasti sudah mempunyai kompeten baik dari cara
--	--	--

		<p>berdakwahnya.</p> <p>31. Sudah tepat. Sudah terjun langsung di dunia dakwah sudah lama.</p> <p>32. Sudah tepat. Pengalaman merekasudah banyak dalam berdakwah.</p>
9.	Apakah pemilihan host untuk program siaran dakwah AKSI Indosiar sudah tepat?	<p>1. Kurang tepat, seharusnya host dalam program dakwah, hostnya juga harus mengetahuilah sedikit tentang agama.</p> <p>2. Kalau dilihat dari pakaiannya hostnya sudah bagus. Itu menunjukkan cerminann dari sikap ketika jadi host sebagai tontonan untuk AKSI Indosiar. Selain itu masalah penyampaian juga bagus dalam merangkai kata-kata.</p> <p>3. Kalau untuk hostnya sudah tepat. Host itu kan yang penting bisa mengikuti sebuah jalannya acara.</p> <p>4. Tepat. Bisa formal dan bisa komedi jadi acaranya tidak garing dan tidak tegang.</p> <p>5. Sudah tepat, Irfan Hakim orangnya baik (saya sudah pernah menjumpai sendiri) dan Rina Nose sebelumnya tidak memakai hijab setelah beberapa mengisi acara di AKSI sekarang dalam kesehariannya dia memakai</p>

		<p>hijab. Itu salah satu bentuk dari dakwah.</p> <ol style="list-style-type: none">6. Sudah tepat, bisa komedi jadi biar acaranya tidak monoton.7. Tepat. Mereka lucu dan bisa meramaikan acara. Kalau monoton itu membosankan.8. Yang tepat untuk program AKSI yaitu Irfan, Rina Nose dan Abdel. Kalau Ramzi pantas didangdut.9. Sudah tepat, karena Rina Nose dulunya belum berhijab sekarang sudah.10. Kurang tepat. Alasan saya mereka dari komedian.11. Sudah tepat, yang penting tahu acara dan mereka bisa humor agar menarik penonton.12. Sudah tepat. Rina Nose dan Ramzi komedinya harus dikurangi.13. Sudah tepat. Sudah berpengalaman dalam bidangnya.14. Sudah tepat.15. Kurang tepat itu kan program religi. Hostnya seharusnya yang lebih tau agama maksudnya lebih dalam atau yang mengetahui tentang berdakwah.16. Selagi masih bisa mengikuti acara menurut saya sudah
--	--	--

		<p>tepat.</p> <ol style="list-style-type: none">17. Tidak tepat. Mereka pecicilan. Jadi diganti aja.18. Sangat tepat.19. Sudah tepat. Irfan Hakim sudah baik.20. Sudah tepat. Cuma kebanyakan kalau 4 orang.21. Sudah tepat. Mereka betul-betul pandai dalam membawakan sebuah acara tidak harus da'i.22. Masih kurang tepat. Mereka dari kalangan artis. Pengetahuan agamanya kurang.23. Kurang tepat. Itu kan lomba dakwah tetapi malah banyak komedinya.24. Sudah tepat. Pakaiannya sopan.25. Sudah tepat. Host hanya memimpin jalannya acara.26. Sudah tepat, karena mereka sudah pengalamn dan bisa membawakan suasana dan bisa improfisasi.27. Sudah tepat, mereka bisa menempatkan posisi disaat serius dan komedi.28. Dulu pada waktu pertama belum tepat lama kelamaan sudah tepat.29. Sudah tepat.30. Kalau menurut saya sudah tepat. Disaat serius ya serius
--	--	--

		<p>waktunya bercanda ya bercanda.</p> <p>31. Tepat. Komunikasi dengan penonton aktif tidak sepaneng.</p> <p>32. Tepat. Bisa membawa suasana dan enjoy.</p>
10.	Apakah anda menyukai program siaran dakwah AKSI Indosiar?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lumayan suka. 2. Suka mbak. 3. Iya saya menyukai program tersebut. 4. Menyukai walaupun tidak bisa menonton setiap waktu. 5. Saya suka. 6. Suka. 7. Biasa mbak. Sedang-sedang saja. 8. Iya jelas menyukai 9. Iya bisa dikatakan menyukai. 10. Lumayan. 11. Menyukai. 12. Suka. 13. Suka mbak. 14. Iya suka. 15. Suka. 16. Suka. 17. Sudah tidak suka. Gak ada yang terbaru. 18. Sangat suka. 19. Suka. 20. Suka. 21. Saya suka mbak. 22. Iya saya suka. 23. Suka karena menyampaikan materi-materi dakwah. 24. Suka.

		<p>25. Cukup suka.</p> <p>26. Suka.</p> <p>27. Suka.</p> <p>28. Suka.</p> <p>29. Iya saya suka.</p> <p>30. Suka.</p> <p>31. Suka.</p> <p>32. Suka.</p>
11.	Apakah program siaran dakwah AKSI Indosiar menarik untuk ditonton? Apa alasannya?	<p>1. Menarik, saya ingin bisa cara-cara untuk berdakwah dan menghadapi audien-audien. Biar saya bisa.</p> <p>2. Menarik untuk ditonton.</p> <p>3. Sangat menarik. <i>Nice</i>. Alasannya tayangnya sahur, bulan Ramadhan dan melihat itukan bisa juga dapat pahala.</p> <p>4. Menarik, karena konten isinya saya menyukainya.</p> <p>5. Sangat menarik. Isinya tentang materi keagamaan.</p> <p>6. Menarik untuk ditonton.</p> <p>7. Menarik. Isinya tentang keagamaan.</p> <p>8. Menarik, karena itu sebagian dari pengetahuan.</p> <p>9. Menarik, menambah wawasan.</p> <p>10. Menarik, karena yang datang/ finalis adalah orang-orang yang mengikuti seleksi.</p> <p>11. Sangat menarik, sesuai hobi saya untuk menonton yang seperti itu.</p> <p>12. Menarik, alsannya</p>

		<p>mendapatkan pengetahuan.</p> <ol style="list-style-type: none">13. Sangat menarik, pertama dari segi agama terutama selanjutnya memberi pengalaman dan menambah wawasan.14. Iya menarik, mendapatkan ilmu spiritual.15. Menarik, sekarang tv itu kan pasti setiap rumah itu kan ada itu salah satu media buat kita mengetahui tentang agama dan ada hiburannya juga.16. Menarik, karena cenderungnya itu kan mahasiswa jadi itulah alasannya say lebih suka untuk menonton.17. Sudah tidak tertarik, karena gak pernah nonton paling gitu aja.18. Sangat menarik, kualitasnya bagus kalau program yang lain itu dramatisir.19. Menarik. Menambah wawasan agama dan bikin kita senang saja (sahur).20. Menarik, saya sebagai mahasiswa UIN Walisongo Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang konsentrasinya tv jadi sangat membantu saya tentang cara-cara berdakwah didepan umum.
--	--	---

		<ol style="list-style-type: none">21. Menarik, menyajikan dakwah-dakwah apalagi kalau diAKSI itu finalisnya kan pemuda-pemuda dan Inti dari kejayaan negara itu kan ditangan pemudanya.22. Menarik. Melihat kondisi pada zaman modern terkhusus pada pemuda sekarang kan banyak pergaulan bebas contohnya saja dikampung saya sendiri masih anak sekolah itu pergaulan mereka tidak dikontrol oleh orangtua mereka. Dengan adanya kegiatan itu sangat berguna khususnya orang tua dalam mendidik anak dan menasehati keluarganya agar keluarganya bisa terkkendali dan bisa menjalani hidup dengan syariat Islam.23. Menarik. Disitu ada pembelajaran tentang ilmu agama.24. Menarik, karena acaranya juga bagus isi kontennya juga bagus.25. Iya menarik. Dari pada nganggur tidak ada tontonan sambil sahur.26. Menarik, ada hiburannya dan unik.27. Iya menarik selain edukatif
--	--	--

		<p>juga menghibur.</p> <p>28. Menarik karena itu sebagai tuntunan kita menambah wawasan dan agama Islam.</p> <p>29. Sangat menarik. Memberikan banyak pelajaran bagi kita terutama dalam bidang agama.</p> <p>30. Menarik. Berbeda dengan yang lainnya. dakwah tidak hanya dimasjid saja tetapi bisa lewat tv.</p> <p>31. Sangat menarik. Program dari AKSI menyajikan lebih fres.</p> <p>32. Menarik. Menambah pengetahuan dan bisa mengambil pelajaran.</p>
12.	Menurut anda baik atau tidakkah apabila berdakwah itu dikemas dalam bentuk kompetisi?	<p>1. Kurang efektif.</p> <p>2. Saya pribadi kalau hanya sebagai latihan itu tidak masalah tapi nanti efek sampingnya kalau dikemas dalam bentuk kompetisi kurang maksimal akan menimbulkan kurangnya keberkahan dalam ilmu itu sendiri.</p> <p>3. Ya,baik. Menambah wawasan buat da'i da'iah untuk tetap menampilkan yang terbaru dan terbaik.</p> <p>4. Baik, karena kompetisi. Ada Da'i, Tartil Qur'an dan Hafidz Qur'an.</p> <p>5. Dikemas dalam bentuk</p>

		<p>kompetisi itu baik karna itu fastabiqul khoirat.</p> <ol style="list-style-type: none">6. Sudah tepat, karena berdakwah tidak di Masjid tapi dengan adanya kompetisi lebih banyak yang tertarik.7. Kurang baik walaupun itu kelihatannya berlomba-lomba dalam kebaikan.8. Ya tidak ada salahnya yang penting didalamnya ada materi-materi tentang Islam.9. Kurang tepat, karena setiap muslim diharuskan untuk berdakwah.10. Baik.11. Kalau niatnya untuk mengasah kemampuan, bakat itu tidak apa-apa.12. Baik. Melatih keahlian dan menambah wawasan.13. Tidak apa-apa karena itu fastabiqul khoirat.14. Kurang sepakat. Dapat memberikan sekat atau membatasi.15. Baik. Pertama itu adalah perjuangan dalam menyiarkan agama dan kegigihan seseorang untuk menunjukkan agamanya.16. Setuju, dengan acara tersebut apabila dari da'i da'iah ada yang belum bisa untuk siaran di tv atau radio mempunyai keinginan yang
--	--	--

		<p>lebih baik lagi.</p> <ol style="list-style-type: none">17. Tidak apa-apa.18. Kurang suka. Ibaratnya berdakwah itu kan mencari ridho Allah, menyebarkan agama Islam jadi kurang setuju.19. Tepat namun ada tetapinya karena setiap orang diwajibkan untuk berdakwah.20. Baik, karena dari situ kita mengasah keahlian diri supaya kita terpacu untuk sepaerti mereka.21. Tidak apa-apa selama bisa menyampaikan materi dakwah untuk mad'unya kalau seperti cara itu saja bisa kenapa tidak.22. Baik.23. Kalau kompetisi berarti hanya ajang berdakwah saja tidak berdakwah secara sesungguhnya.24. Baik. Karena itu bisa meningkatkan pengetahuan.25. Kalau nilai-nilai dakwah saya kurang setuju tapi kalau dikompetisikan ya tidak apa-apa.26. Kurang setuju, karena setiap muslim diwajibkan untuk berdakwah dan tidak harus berkompetisi serta merebutkan hadiah. Sebab
--	--	--

		<p>berlomba-lomba dalam kebaikan bisa dirumah ataupun dimanasaja dan tidak harus terkenal juga tidak memikirkan finansial saja.</p> <p>27. Lebih baik berkompetisi dalam kebaikan dari pada berkompetisi dalam kejelekan jadi menurut saya baik-baik saja.</p> <p>28. Baik. Salah satu bentuk dari fastabiqul khoiroh.</p> <p>29. Boleh-boleh saja.</p> <p>30. Bisa baik yaitu melahirkan da'irah yang profesional kemudian ketika diterjunkan dimasyarakat mempunyai keilmuan-keilmuan yang matang.</p> <p>31. Tidak baik. Dakwah itu kewajiban setiap muslim.</p> <p>32. Baik. Untuk mengasah <i>skill</i>.</p>
13.	<p>Apa segi positif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar?</p>	<p>1. Untuk menemukan jiwa-jiwa muda, untuk mesyarkan agama Islam dan untuk tuntutan anak-anak muda.</p> <p>2. Untuk masyarakat. Orang tua biasanya termotivasi ingin mempunyai anak yang seperti itu. Selanjutnya untuk mengetuk pintu hati orang yang merasa berdosa.</p> <p>3. Menambah wawasan agama.</p> <p>4. Konten isi dan daya tarik.</p> <p>5. Materinya mudah difahami,</p>

		<p>panggungnya didesain dengan baik dan da'iidahnyacantik-cantik, hehehehe.</p> <ol style="list-style-type: none">6. Banyak orang yang berminat berdakwah dalam kompetisi.7. Menambah wawasan.8. Jelas termasuk dari syiar Islam.9. Bisa diambil hikmahnya.10. Dapat memicu generasi muda bahwa berdakwah melalui media tv mendapatkan dampak yang luar biasa. Bahwa ceramah itu mudah, selain itu dapat menyalurkan bakat dan bisa mempengaruhi banyak orang kalau ceramah melalui media tv.11. Kita bisa mengamati, meniru dan mengambil hikmah.12. Memiliki pengetahuan yang baru tentang keagamaan.13. Memberikan siraman rohani agar kita lebih ingat lagi kepada Allah.14. Mendapatkan ilmu yang lebih, jadi kita memperbaiki perilaku kita.15. Mendapatkan tambahan agama.16. Terkandung nasehat-nasehat islam dan khasanah keilmuan.
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none"> 17. Masyarakat bisa tahu kalau berdakwah itu tidak mudah, jadi lebih menghargai da'i. 18. Memotivasi kita berdakwah yang baik itu seperti apa baik dari segi materi berdakwah atsupun cara penyampaiannya. 19. Banyak materi agamanya. 20. Menambah wawasan tentang agama Islam dan cara-cara berdakwah. 21. Mendapatkan ilmu tentang hal-hal yang baru. 22. Dari siaran AKSI itu kalangan mahasiswa atau remaja bisa termotivasi untuk lebih memahami ajaran-ajaran islam melalui dakwah atau ceramah. 23. Bisa meningkatkan pengetahuan penonton. 24. Bisa merekod dari da'i da'iah di Indonesia. 25. Ada pesan-pesan dakwahnya walaupun sedikit. 26. Menghibur dan mengingatkan kita kepada Allah dan larangannya. 27. Edukatif. Materinya dan penyampaiannya padat jelas dan tidak ribet. 28. Dapat mengambil dan menambah ilmu. 29. Penonton mendapatkan
--	--	---

		<p>banyak ilmu agama.</p> <p>30. Bisa menjadi salah satu media berdakwah bagi pihak Indosiar sendiri dan media-media yang lain untuk bisa mencontoh bahwasanya media itu tidak hanya digunakan untuk di ekspos hal firal dan hal-hal yang tidak benar saja tapi hal-hal yang berkaitan dengan agamapun bisa dijadikan sebuah program.</p> <p>31. Menambah wawasan, mendapatkan siraman rohani pada saat Ramadhan dan waktu kita lebih bermanfaat.</p> <p>32. Bisa menjadi contoh bagi yang lain dan sebagai acuan mereka untuk mengingatkan kemampuan berdakwahnya.</p>
14.	Apa segi negatif dari program siaran dakwah AKSI Indosiar?	<p>1. Kurang sesuai dengan apa yang dihasilkan peserta. Bagus akan tetapi polling smsnya rendah atau kurang ya akan tersingkirkan.</p> <p>2. Masalah sistematika penilaian banyak yang tidak puad dengan seperti itu.</p> <p>3. Guyonannya harus dikurangi.</p> <p>4. Tidak semua orang menyukai dakwah jadi kemungkinan banyak orang-orang yang tidak suka dengan acara</p>

		<p>tersebut.</p> <ol style="list-style-type: none">5. Terlalu banyak guyonan.6. Tidak ada.7. Polling sms ditiadakan saja.8. Tidak ada.9. Seperti sms kurang tepat dan komedinya harus dikurangi.10. Kelihatannya glamor. (Penampilan da'i da'iahnya).11. Hampir tiddak ada. Nilai omersialnya dihilangkan saja dan niat kompetisinya juga dihilangkan. Murni mengasah bakat saja.12. Tidak ada. Tapi sms kurang tepat.13. Penilaian sms tidak adil.14. Tidak ada.15. Masalah agama tidak usah dibuat guyonan.16. Tidak ada.17. Sms sudah tujuan utama (komersial) dan jangan ada komersialisasilah.18. Yang dijadikan kompetisi terus hasil kompetisi tidak ada feedback kayak hilang ditelan bumi.19. Kurang tahu. Karena saya kurang tahu seluk beluk yang ada didalamnya.20. Kalau mereka sudah terkenal biasanyakan lebih ke dakwahtaiment.
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none">21. AKSI seharusnya tidak hanya ditayangkan pada saat sahur saja karena setelah sahur terkadang orang-orang ada yang tidur dan ada yang fokus pada tilawahnya masing-masing.22. Terkadang kalau sudah diselain komedi malah komentarnya kemana-mana dan malah membuang-buang waktu.23. Guyonan yang seharusnya tidak harus muncul jurinya malah mengikuti.24. Belum ada.25. Niat dari peserta tujuannya materi atau ketenaran bukan lillahita'ala.26. Hanya merebutkan sebuah kemenangan dan mendapatkan uang untuk menjadi orang terkenal.27. Hiburannya lebih banyak jadi harus dikurangi disela-sela komentar.28. Kalau masalah di stasiun tv kalau sudah jadi artis jadi kalau sudah keluar biasa. Jadi harus pintar-pinternya <i>manage</i> . sudah keluarpun harus tetep berdakwah.29. Komedi dikurangi.30. Ada pendukung dan idolanya tidak juara
--	--	---

		<p>kemudian marah-marah melontarkan hal-hal yang tidak baik (misalnya Indosiar tidak fer).</p> <p>31. Tidak ada.</p> <p>32. Waktunya waktu sahur.</p>
15.	<p>Bagaimana solusi/pembaharuan menurut anda terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar kedepannya?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap maju saja, tetap diadakan tahun per tahun kalau bisa tetap berjalan terus. 2. Pemilik TV (karena semua sistem tidak akan berjalan) dan KPI tudak hanya memberikan dukungan tapi juga memantau. 3. Agar dalam memilih peserta-pesertanya lebih selektif dan lebih baik lagi dari sebelumnya. 4. Tidak ada pembaharuan akan tetapi lebih diprogres lagi. 5. Guyonannya dikurangi. 6. Kedepannya lebih diperbanyak lagi ke luar negeri. 7. Polling smsnya dihilangkan saja. 8. Mudah-mudahan lebih ditingkatkan tidak hanya asia tapi dunia. 9. Sebaiknya penilaian murni dari dewan juri. 10. Pengemasannya jangan glamor, settingan panggung,penonton. Lebih baik nuansa alami saja tidak usah menggunakan banyak

		<p>penonton dan sistematika penilaiannya dirubah saja.</p> <ol style="list-style-type: none">11. Sudah bagus ada karantinanya juga, yang harus diperbaiki sistematika penilaiannya 50% 50% (fiktif-fiktif).12. Kedepannya ditingkatkan lagu dan harus lebih berkualitas.13. Sesi penilaian dari dewan juri saja.14. Antara dewan juri 1 dengan dewan juri 2 jangan terlalu banyak candaan.15. Guyonannya dikurangi.16. Audisi lebih bisa diketatkan.17. Pengemasannya harus segar, hostnya harus diganti dan audisinya lebih ditingkatkan lagi.18. Jangan hanya dangdut yang dikedepankan akan tetapi dakwah di TV juga harus dikedepankan.19. Mendekati mad'u dengan perbuatan tidak harus dengan lisan.20. Dikembangkan supaya kita mengetahui cara orang muslim berdakwah yang dari luar negeri.21. Yang penting masih positif.22. Prosedurnya lebih ditingkatkan lagi dari
--	--	---

		<p>tahun-tahun sebelumnya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 23. Hostnya lebih dikurangi komedinya. 24. Lebih dipertahankan. Jangan sampai terhapuskan. 25. Penilaiannya dari dewan juri saja. 26. Sistematika penilaiannya dewan juri saja, agar objektif. 27. Lebih kepada sistem penilaiannya harus dari dewan juri saja tapi kalau ada peserta favorit itu tidak apa-apa. 28. Lebih meningkatkan kualitas termasuk isinya. 29. Lebih diperluas lagi jangkauannya. 30. Ditingkatkan lagi, kuotanya ditambah. Mungkin masih banyak yang ingin mengikuti tapi belum kesampaian. Bisa dimanage waktunya audisi kurang lebih 2 bulan sebelum puasa. 31. Dikembangkan lebih mendunia. 32. Disiarkan Sore hari sekitar jam 4 sambil menunggu buka.
16.	Apakah anda pro atau kontra terhadap program siaran dakwah AKSI Indosiar? Dan bentuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pro, ya saya nonton dan kalau bisa ada peserta saya suka ya saya kirim sms aja. 2. Pro, mendukung dan

	<p>tindakan apa yang anda lakukan jika anda pro atau kontra terhadap program tersebut?</p>	<p>menonton juga.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pro, setidaknya tau sedikit tentang agama. 4. Pro, mengajak teman dan keluarganya untuk menonton akan tetapi kalautidak bisa ya saya tidak memaksa. 5. Pro, saya pernah mengikuti program siaran dakwah AKSI Indosiar pada tahun 2015. 6. Pro, menyempatkan untuk menonton pada waktu sahur. 7. Pro, dengan mengajak teman dan keluarga untuk menonton. 8. Jelas pro, jelas menonton tapi kalau ada yang bagus. 9. Pro, mengajak keluarga dan saudara untuk menonton. 10. Pro, menontonnya dan mempublikasikan. 11. Pro, menyukai, mengamati dan mengikuti perkembangan AKSI. 12. Pro, menontonnya setiap hari dan diaplikasikan. 13. Pro, mengaplikasikan dalam kegiatan sehari-sehari. 14. Pro, ilmu-ilmu yang saya serap memberikan saya lebih baik. 15. Pro, nonton pasti dan kalau ada kesempatan dan bisa ya saya sms. 16. Pro, dakwahnya ke sosial media.
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none">17. Pro, apresiasi bahwa dakwah bil lisan harus diketengahkan tapi juga yang 100%kan program dakwah itu yang belum baik.18. Pro, sering menonton dan mengikuti group facebook. Biasanya komen-komen.19. Pro, sempat mengikuti program tersebut tapi belum bisa.20. Pro, menonton.21. Pro, sering menonton.22. Pro, selalu menonton setiap sahur.23. Pro, program tersebut adalah kegiatan yang baik. Saya sering melihat isi-isi . kalau mencari materi yang pas saya melihat youtube.24. Pro, menonton dan mengamalkan dari penyampaian.25. Pro, mendukung dan menonton.26. Pro, mengajak teman-teman untuk menonton.27. Pro, materi yang didapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.28. Pro, menonton dan terkadang melihat dari youtube.29. Pro, sering menonton acara tersebut.
--	--	---

		<p>30. Pro, karena saya menyukai hal-hal yang positif, harus menontonnya dan mengajak teman.</p> <p>31. Termasuk pro, menonton setiap sahur.</p> <p>32. Pro, sesempat mungkin menonton dan mendukung.</p>
17.	Apabila anda mendapatkan pengetahuan dari menonton program siaran dakwah AKSI Indosiar, apakah anda pernah mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari?	<p>1. Iya pernah mengaplikasikan pas ketika saya diminta untuk kultum disebuah majlis ya memang saya sampaikan apa yang ada sesuai dengan di AKSI tersebut.</p> <p>2. Pernah,soalnya ada keirian. Masak itu bisa saya tidak bisa.</p> <p>3. Pernah, tapi tidak semuanya.</p> <p>4. Pernah diaplikasikan kalau saya mendengarkan.</p> <p>5. Iya pernah mengaplikasikannya.</p> <p>6. Pernah, walaupun tidak harus koar-koar tapi melalui teman-teman.</p> <p>7. Iya pernah mengaplikasikannya.</p> <p>8. Jelas pernah.</p> <p>9. Iya pernah mengaplikasikannya.</p> <p>10. Sering terutama kalau saya mengetahui istilah-istilah baru pasti saya aplikasikannya.</p> <p>11. Tetap diaplikasikan tapi tidak persis semuanya.</p> <p>12. Kadang-kadang.</p>

		<ol style="list-style-type: none">13. Iya pernah.14. Iya pernah dan insyaAllah akan selalu bekerlanjutan dan lebih baik.15. Iya pernah.16. Pastiya pernah.17. Ketika ada ilmu baru insyaAllah akan diaplikasikan.18. Alhamdulillah karena saya beberapa kali mengisi di majlis ta'lim jadi saya juga belajar dari situ ketika mereka dikasih batasan waktu saya berusaha menyampaikan lebih berkualitas hampir sama yang mereka lakukan dan lebih tepat waktu ketika menyampaikan di majlis.19. Pernah. Seperti zakat fitrah, puasa dan sedekah.20. Pernah, buat status tapi dari ceramah.21. InsyaAllah pernah, karena manusia setelah mendengarkan faham tapi nanti setelah beberapa hari lupa dan tidak mengamalkannya.22. Pernah.23. Dari isi dakwah tentunya ya pernah.24. InsyaAllah ada yang saya aplikasikan (sedikit-sedikit).
--	--	--

		<p>25. Mungkin secara tidak sengaja ya saya pernah mengaplikasikannya.</p> <p>26. Iya pernah, tapi tidak sepenuhnya. Karena tidak luput dari kelalaian dan saya berusaha memperbaiki dari kekurangan saya.</p> <p>27. Iya kurang lebih saya pernah mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p>28. Kalaupun itu memungkinkan serta kita bisa dan bagus ya saya lakukan.</p> <p>29. Pernah.</p> <p>30. 50% bisa mengaplikasikannya kaena saya juga kan dibidang dakwah.</p> <p>31. InsyaAllah diaplikasikan. Misalnya menghargai orang lain dan menghormati orang tua.</p> <p>32. Iya pernah mengaplikasikannya.</p>
--	--	--

Lampiran 3

DOKUMENTASI



Wawancara dengan mahasiswa MD



Wawancara dengan mahasiswa KPI



Wawancara dengan mahasiswa KPI

Lampiran 4

**DOKUMENTASI
DEWAN JURI AKADEMI SAHUR INDONESIA**



Lampiran 5

DOKUMENTASI



Host Akademi Sahur Indonesia



Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
yang pernah mengikuti Program AKSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Susi Susanti

NIM : 131211113

TTL : Pati, 01 November 1995

Alamat : Dukuh Ngepoh RT03/RW 04
Kepohkencono, Pucakwangi, Pati.

e-mail : santisusi49@gmail.com

No. HP : 085326856561

Pendidikan :

1. MI Nahjatul Faizin
2. MTS Matholi'ul Huda
3. MA Matholi'ul Huda
4. UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi