

**PRODUKSI PROGRAM *FEATURE* DAKWAH**

**“JEJAK PERUBAHAN : ZAKAT SOLUSI UNTUK UMAT”**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Syarat  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

**Oleh:**

**Maryono**

**1401026072**

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

**SEMARANG**

**2019**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Maryono  
NIM : 1401026082  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/ Konsentrasi : KPI/Televisi Dakwah  
Judul : Produksi Program *Feature* Dakwah "Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat"

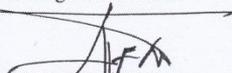
Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

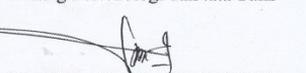
Semarang, 12 Desember 2019

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi

  
H.M. Afandi, M.Ag.  
NIP. 197108301997031003

Bidang Metodologi dan tata Tulis

  
Nur Cahyo Hendro W., S.T, M.Kom.  
NIP. 197312222006041001

SKRIPSI

PRODUKSI PROGRAM *FEATURE* DAKWAH “JEJAK PERUBAHAN; ZAKAT SOLUSI  
UNTUK UMAT”

Disusun Oleh:  
Maryono  
1401026072

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Desember 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

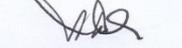
Ketua/Penguji I

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

Sekretaris/Penguji II

  
Nur Cahyo Hendro W., S.T., M.Kom.  
NIP. 19731222 200604 1 001

Penguji III

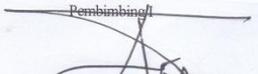
  
Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.  
NIP. 19631017 199203 2 001

Penguji IV

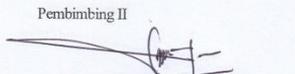
  
Nilnan Nirmala, M.S.I.  
NIP. 19800202 200901 2 003

Mengetahui

Pembimbing I

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

Pembimbing II

  
Nur Cahyo Hendro W., S.T., M.Kom.  
NIP. 19731222 200604 1 001



## PERNYATAAN

Dengan adanya ini saya menyatakan bahwa skripsi adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan guna memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan di lembaga pendidikan lainnya. Skripsi ini juga tidak berisi pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 07 Desember 2019



NIM: 1401026072

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum wr. wb.*

Puji syukur selalu dipanjatkan kepada Allah swt. yang memiliki dan memberi ilmu kepada kita, sehingga atas seizin-Nya skripsi dengan judul “*Produksi Program Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat* ” dapat terselesaikan. Solawat dan salam senantiasa dihaturkan kepada Rasulullah Muhammad saw., semoga syafaat beliau senantiasa tercurahkan untuk para umatnya.

Sebaik-baik tulisan adalah yang bermanfaat bagi pembacanya. Harapannya semoga karya ini bisa bermanfaat untuk semua pihak. Mengingat kebenaran ilmu bukan hal yang mutlak, akan lebih bermanfaat jika tulisan ini nantinya bisa mengantarkan kepada studi yang baru, yang lebih *up to date* dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat khususnya umat Islam.

Penulis bukanlah satu-satunya orang yang berperan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu disampaikan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada:

1. Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen, terima kasih atas kesempatan untuk bisa kuliah di UIN Walisongo Semarang melalui program Beasiswa Mahasintawati, semoga Allah swt. memakmurkan negeri ini, terkhusus Kabupaten Sragen. amin.
2. Rektor UIN Walisongo, Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., terima kasih atas satu kuota yang Bapak berikan.

3. Pembina dan Pengurus yang melancarkan distribusi Beasiswa Mahasintawati angkatan 4, terima kasih atas kerja kerasnya.
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Ilyas Supena, M.Ag., terima kasih atas arahan dan kebijakannya.
5. Ketua Jurusan KPI beserta jajarannya yang tiada henti-hentinya memberi kemudahan, arahan, serta bimbingan.
6. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag. selaku Pembimbing I serta Bapak Nur Cahyo H. W., M.Kom. selaku Pembimbing II yang selalu menginspirasi, terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang Bapak berikan.
7. Seluruh Dosen, Staf, dan Karyawan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah melayani dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Keluargaku tercinta. Doa dan dukungan kalian sangat luar biasa.
9. Keluarga Mahasiswa Sragen UIN Walisongo terima kasih atas ruang dan cinta yang kalian berikan. Sungguh, kalian adalah keluarga yang manis.
10. Walisongo TV, terima kasih telah menjadi guru sekaligus partner dalam belajar dan berorganisasi.
11. Para Punggawa KPI B 2014, kalian adalah teman dan keluarga yang istimewa, terima kasih atas canda dan tawa manis selama ini.
12. Semua pihak yang membantu melancarkan proses produksi *“Program Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”*

Kesempurnaan hanya milik Allah swt. Meskipun skripsi ini tersusun dengan banyak bimbingan dan koreksi dari berbagai pihak, namun kesalahan tidak terlepas dari karya manusia. Ambillah manfaat dari kekurangan, dan mari benahi kekurangan itu agar menjadi kelebihan. *Syukron katsir.*

*Wassalamualaikum wr. wb.*

**Penulis**

**Maryono**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, atas izin Allah swt. akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Seiring dengan doa dan harapan akan manfaat karya ini, Saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, Bapak Sariman dan Ibu Sri Rejeki, semoga rangkaian goresan tinta ini bisa menjadi bukti kerja keras kalian yang tak pernah bisa terbalas.
2. Kakakku Mas Surono dan Mbak Nanik Ulfatul Muthoharoh yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
3. Guru-guruku, teman-temanku, dan para Pembaca.

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

*“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S Ar Ra’d; 11)*

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S Al Baqarah ; 286)*

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*

*(Q.S Al-Insyirah ; 6)*

## ABSTRAK

Maryono (1401026072) “*Produksi Program Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat* ”. Skripsi, Konsentrasi Penyiaran Televisi, UIN Walisongo Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk memproduksi sebuah video “*Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat* ” dan mengetahui kelayakan video tersebut. *Feature* ini berdurasi 21 menit diproduksi dengan sederhana dan minimalis menggunakan alat perekam berupa kamera Canon 600 D.

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga. Zakat adalah ibadah yang berupa harta yang wajib dikeluarkan ketika sudah mencapai nishobnya. Salah satu fungsi dari zakat adalah mampu mensejahterakan umat Islam dan mengurangi kemiskinan. Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di Dunia tentu berpotensi besar dalam mensejahterakan umat dan mengentaskan kemiskinan. Faktanya, Potensi zakat di Indonesia belum didukung oleh pencapaian dalam penghimpunan zakat di lapangan. Hal ini menunjukkan ketimpangan antara potensi dan realitas penghimpunan. Terjadinya Kesenjangan dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran wajib zakat serta minimnya pengetahuan masyarakat menjadi faktor utama rendahnya perolehan dana zakat. Selain itu, sosialisasi tentang zakat di Indonesia masih kurang. Hal itu membuat pemanfaatan potensi zakat yang begitu besar di Indonesia belum optimal. Oleh karena itu, peneliti memproduksi *Program Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat* ” yang nantinya dapat digunakan sebagai media sosialisasi dan penyebarluasan pemahaman tentang zakat.

Tahapan produksi menggunakan teori produksi *Feature* Andi Fahrudin dan teori tahapan produksi video Nugroho. Metode penelitian yang digunakan model *Addie* dikembangkan oleh Dick and Carry dalam bukunya Endang Mulyatiningsiah. Data dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi, wawancara, angket kemudian dianalisis dengan teknik analisis deskriptif prosentase.

Hasil penelitian ini adalah “*Produksi Program Feature Dakwah Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”, yaitu *feature* interpretatif yang menampilkan ide/gagasan tentang pentingnya menunaikan zakat, potensi zakat, dan nishob zakat. Harapannya *Feature* ini digunakan sebagai media dakwah/media sosialisasi di Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Sragen.

**Kata Kunci: Produksi, *Feature*, Zakat**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Pengembangan.....	9
D. Tinjauan Pustaka .....	10
E. Spesifikasi Produk yang diharapkan .....	13
F. Sintematika Penulisan .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
A. Kajian Tentang <i>Feature</i> .....	17
1. Pengertian <i>Feature</i> .....	17

2. Karakteristik <i>Feature</i> .....	18
3. Jenis-Jenis <i>Feature</i> .....	19
4. Membuat/ Memproduksi <i>Feature</i> .....	22
5. Tahapan Dalam Pelaksanaan Produksi .....	26
B. <i>Feature</i> Dakwah.....	28
C. Materi Zakat .....	29
1. Pengertian Zakat.....	29
2. Dasar Hukum Zakat.....	31
3. Harta Yang Wajib dizakati .....	32
<b>BAB III METODE PENGEMBANGAN.....</b>	<b>39</b>
A. Metode Pengembangan.....	39
B. Prosedur Pengembangan.....	42
1. Studi Pendahuluan/ Analisis.....	42
2. Desain Produk .....	53
C. Instrumen Uji Coba Produk .....	70
D. Teknik Analisi Data .....	75
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
A. Pengembangan Produk .....	78
1. Pra produksi .....	78
2. Produksi .....	82
3. Pasca Produksi .....	88
4. Validasi Produk .....	94
B. Implementasi Produk .....	99
C. Evaluasi Produk .....	104

1. Revisi Ahli Media.....	104
2. Revisi Ahli Materi .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>111</b>
A. Kesimpulan .....	111
B. Saran .....	112
1. Saran Pemanfaatan Produk.....	112
2. Saran Diseminasi Produk .....	112
3. Saran Pengembangan Produk Lanjutan.....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Hitungan Zakat Unta.....	32
Tabel 2	Hitungan Zakat Sapi .....	33
Tabel 3	Hitungan Zakat Kuda.....	33
Tabel 4	Hitungan Zakat Kambing.....	34
Tabel 5	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Dikabupaten Sragen .....	46
Tabel 6	Jumlah Penduduk Dalam Kategori Dewasa dan Anak-Anak Berdasarkan Jenis Kelamin Dikabupaten Sragen.....	46
Tabel 7	Jumlah Penduduk Kabupaten Sragen Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 8	Latar Belakang Dan Tujuan Pembuatan Program <i>Feature</i> Dakwah “ <i>Jeja Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat</i> ”.....	49
Tabel 9	Peralatan Produksi.....	60
Tabel 10	Biaya Produksi.....	61
Tabel 11	Organisasi Produksi .....	62
Tabel 12	Naskah Produksi.....	63
Tabel 13	Kebutuhan Gambar/ <i>Shootlist</i> .....	67
Tabel 14	Kisi kisi Ahli Media.....	71
Tabel 15	Kisi kisi Ahli Materi .....	72
Tabel 16	Jumlah Keluarga tiap desa di Kecamatan Karangmalang Tahun 2018.....	74
Tabel 17	Kisi kisi Penonton.....	75

Tabel 18 Skala <i>Likert</i> Pernyataan Positif.....	76
Tabel 19 Konversi Tingkat Pencapaian dengan skala 5 .....	77
Tabel 20 Hambatan Produksi.....	94
Tabel 21 Data Penilaian Ahli Materi .....	95
Tabel 22 Masukan dan Saran Ahli Materi.....	96
Tabel 23 Data Penilaian Ahli Media .....	97
Tabel 24 Masukan dan Saran Ahli Media .....	99
Tabel 25 Hasil Penilaian Angket Responden.....	100
Tabel 25 Respon Penonton.....	103
Tabel 25 Tanggapan Baznas .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Pengembangan <i>Addie</i> .....	40
Gambar 2 TK As-Salam Yasmine.....	83
Gambar 3 <i>Establish</i> Kedung Ombo.....	84
Gambar 4 <i>Establish</i> Gapura Desa Gilirejo.....	84
Gambar 5 <i>Shoot</i> Anak bermain.....	84
Gambar 6 <i>Shoot</i> Kegiatan Belajar Mengajar.....	85
Gambar 7 <i>Close up</i> Interior TK As-Salam Yasmine.....	85
Gambar 8 Subjek Membuat Kaligrafi.....	85
Gambar 9 Wawancara Subjek.....	86
Gambar 10 Subjek Mengajar.....	86
Gambar 11 <i>Establish</i> Kantor Baznas Sragen.....	86
Gambar 12 Shot Kegiatan Penasarupan Zakat.....	87
Gambar 13 Wawancara Narasumber 1.....	87
Gambar 14 Wawancara Narasumber 2.....	87
Gambar 15 Grafis Zakat.....	88
Gambar 16 Penamaan <i>File</i> .....	89
Gambar 17 Penyimpanan File.....	90
Gambar 18 <i>Import File</i> .....	90
Gambar 19 <i>Editing</i> Video.....	92

Gambar 20 <i>Export File</i> .....	92
Gambar 21 Grafik Penilaian Berdasarkan Profesi .....	102
Gambar 22 <i>Lowerthird</i> wawancara Subjek Sebelum direvisi .....	105
Gambar 23 <i>Lowerthird</i> wawancara Baznas Sebelum direvisi.....	106
Gambar 24 <i>Lowerthird</i> Wawancara Subjek Setelah direvisi.....	106
Gambar 25 <i>Lowerthird</i> Wawancara Ketua Baznas Setelah direvisi .	
Gambar 26 Pendapat Ketua Baznas .....	107
Gambar 27 <i>Insert</i> Gambar 1.....	107
Gambar 28 <i>Insert</i> Gambar 2.....	108
Gambar 29 <i>Insert</i> Gambar 3.....	108
Gambar 30 Pendapat Akademisi Terkait Zakat .....	109

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Zakat merupakan bagian dari rukun Islam. Zakat adalah ibadah yang berupa harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim. Salah satu fungsi dari zakat adalah mampu mensejahterakan umat Islam dan mengurangi kemiskinan. (Syahrir 2017; 3). Indonesia sebagai negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia tentu zakat di Indonesia berpotensi besar dalam mensejahterakan umat dan mengentaskan kemiskinan. Mengingat angka kemiskinan di Indonesia masih cukup besar yakni sebanyak 25.95 juta jiwa pada tahun 2018 (sumber: bps.go.id).

Faktanya, potensi zakat di Indonesia belum didukung oleh pencapaian dalam penghimpunan zakat di lapangan. Menurut penelitian Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), potensi zakat nasional pada tahun 2015 mencapai Rp 286 Triliun. Dilihat dari data aktual penghimpunan ZIS nasional oleh OPZ resmi, pada tahun 2016 penghimpunan ZIS baru mencapai sekitar Rp 5 triliun, itu artinya realisasi penghimpunan masih cukup jauh dari potensi. Hal ini menunjukkan ketimpangan antara potensi dan realitas penghimpunan.

Menurut laporan BAZNAS, kesenjangan ini dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran wajib zakat (*muzakki*). Kesadaran pelaksanaan zakat di kalangan Umat Islam masih belum diikuti dengan tingkat pemahaman yang memadai. Minimnya pengetahuan masyarakat

mengenai zakat menjadi faktor utama rendahnya perolehan dana zakat, terlebih sebagian masyarakat hanya memahami zakat fitrah yang dikeluarkan saat bulan Ramadhan saja. (Outlook Zakat Indonesia, 2018: 3-4).

Sejalan dengan fakta diatas, Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama Muhammadiyah Amin mengatakan sosialisasi tentang zakat di Indonesia masih kurang. Hal itu membuat pemanfaatan potensi zakat yang begitu besar di Indonesia sebagai negara dengan penduduk terbesar di dunia belum optimal. Minimnya sosialisasi juga menjadi salah satu faktor kecilnya penunaian zakat (Sumber: [republika.co.id](http://republika.co.id)).

Sosialisasi zakat perlu dilakukan secara masif. Menurut Mantan Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), Didin Hafidhuddin mengatakan bahwa setidaknya ada langkah konkret untuk memaksimalkan potensi zakat di Indonesia. Ia memaparkan, langkah pertama yang harus dilakukan secara bersama-sama untuk memaksimalkan zakat yaitu dengan terus menerus melakukan sosialisasi dan edukasi tentang zakat kepada masyarakat. Menurut Mantan Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), Didin Hafidhuddin, menjelaskan bahwa sosialisasi zakat bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media, seperti surat kabar, televisi, medsos, dan juga khutbah. Menurut dia, jika langkah tersebut dilakukan oleh Baznas dan Lazis maka akan terjadi perubahan yang sangat signifikan. ([republika.co.id](http://republika.co.id)).

Sosialisai zakat kepada masyarakat merupakan bentuk dari dakwah itu sendiri. Berdasarkan fungsinya, sosialisasi dan dakwah memiliki kesamaan yaitu memberikan edukasi kepada masyarakat. Menurut Munir dkk dalam Mazaya (2011: 1) dakwah berfungsi sebagai sarana pemecahan masalah yang terjadi pada umat manusia yang didalamnya berupa edukasi, kritik, dan kontrol sosial. Sedangkan sosialisasi sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. Sutaryo (2004:230) menjelaskan sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem/nilai pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Fatmawati (2009) memperjelas bahwa dakwah dapat dilakukan dengan sosialisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat (*Al- Amr bi Al Ma'aruf*).

Dalam hal ini, dakwah memiliki peranan penting dalam upaya memberikan edukasi tentang zakat kepada masyarakat. Peran tersebut tidak terkhusus pada Baznas dan Lazis saja, akan tetapi semua umat muslim. Meringat bahwa hukum dari pada dakwah merupakan fardhu 'ain. Rasulullah SAW bersabda:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

**“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari) (muslim.or.id)**

**Hadits tersebut mengingatkan kita bahwa sebagai muslim diperintah untuk berdakwah meskipun hanya satu ayat. Artinya perintah dakwah bersifat wajib bagi setiap muslim. Kewajiban tersebut tercermin dalam konsep *amar ma'ruf nahi munkar*, yakni perintah untuk mengajak kebaikan dan menjauhkan dari perilaku kejahatan. (Mazaya: 2011:17)**

Dakwah di era globalisasi menuntut da'i untuk andil dalam perkembangan teknologi informasi. Artinya, da'i harus "*melek*" teknologi untuk menyampaikan ajaran Islam. Jika tidak demikian, ajaran Islam sulit dilibatkan untuk menerapkan globalisasi dalam berbagai kehidupan umat. Akibatnya umat akan jauh dari ajaran agama Islam dan terjadi kekeringan spiritual (Tamamy, 2011; 2)

Di era sekarang ini, pemanfaatan video sebagai sarana dakwah cukup relevan dan fleksibel. Video dapat digunakan untuk berdakwah di mana saja seperti: di *platform* media sosial, di televisi, di sekolah, di majelis taklim dan di tempat-tempat lain. Amin (2009:113) menyampaikan penggunaan media-media komunikasi modern adalah sebuah keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan penyampaian ajaran Islam. Hal ini Fatmawati (2009;177) menegaskan bahwa dakwah di era globalisasi ini merupakan ikhtiar yang sungguh-sungguh untuk "memberikan hidangan" yang benar-benar enak, dan dibutuhkan umat di bungkus dengan kemasan yang menarik sesuai kemajuan dan perkembangan

masyarakat. Dengan kata lain video menjadi salah satu bentuk produk yang digunakan untuk “memberikan hidangan” tersebut.

Banyaknya jenis konten video yang ada dalam televisi, *feature* cukup mewakili untuk mengemas dakwah ketimbang *talkshow*, *news*, sinetron, dan lain-lain. *Feature* tergolong dalam kategori program *softnews*. Itu artinya *Feature* merupakan berita kreatif yang bersifat informatif, inspiratif, edukatif, dan hiburan.

Latief dan Utud (2012: 227) mengatakan, *Feature* bertujuan untuk menghibur dan mendidik melalui eksplorasi elemen manusiawi. *Feature* berfungsi sebagai penjelasan, memberi latar belakang suatu peristiwa, menyentuh perasaan dan mengharukan, menghadirkan informasi dengan menghibur, dan mengungkapkan sesuatu yang belum tersiar. Karena, kekhasan *feature* sesungguhnya terletak pada tiga aspek. Yakni, unsur kreatifitas, informatif, dan menghibur.

*Feature* mempunyai kelebihan tidak memiliki ketergantungan waktu. Hal ini amat berbeda sekali dengan program berita dalam kategori *hardnews*. Suatu berita bisa menjadi tidak menarik apabila sudah “basi”, sedangkan *feature* dapat dinikmati setiap saat (Latief dkk, 2015: 40). Disamping itu, cara pengemasan *feature* menggunakan teknik yang variatif, sehingga menjadikan lebih menarik. Yakni dengan penulisan naskah yang kreatif pemilihan diksinya, intonasi membacanya, dan lebih banyak memiliki varian-

varian gambar yang lebih banyak dan menarik dengan berbagai teknik pengambilan gambar. (Fachruddin, 2012: 227).

*Feature* sebagai sarana dakwah merupakan bagian dari karakteristik *feature* itu sendiri yang setelah dikaji ternyata memiliki kelebihan dan kegunaan dalam berdakwah. Fachruddin, (2012: 227-229) menjelaskan bahwa karakteristik *feature* antara lain; kreativitas, informatif, menghibur, awet, subjektivitas. Maka dari itu, *feature* sebagai sarana dakwah berguna untuk membingkai pesan-pesan dakwah yang berupa video menjadi lebih menarik.

Memanfaatkan video (*feature*) sebagai media dakwah, tentu yang perlu diperhatikan adalah pembuatan video itu sendiri. Membuat video yang bagus tidaklah instan. Pembuatan video harus mempertimbangkan dan menentukan berbagai macam, seperti: jenis video, materi, tujuan pembuatan video, biaya produksi, dan alat produksi, serta yang tak kalah penting adalah menentukan segmentasi penonton. Menurut Nugroho (2014; 101-102) penonton merupakan salah satu faktor yang akan menentukan berhasil atau tidaknya program yang telah dibuat. Penonton sangat diharapkan memberikan umpan balik setelah menonton video tersebut. Umpan balik merupakan suatu masukan yang berharga karena dapat digunakan sebagai bahan pengkajian dalam upaya penyempurnaan. Jadi, Penonton selain sebagai penikmat video juga sebagai tolok ukur menilai kelebihan dan kelemahan video. Sehingga video benar-benar bisa menjadi media dakwah yang efektif dan efisien.

Menentukan segmentasi penonton erat kaitanya dengan pemilihan materi video itu sendiri. Berdasarkan pemaparan di atas, materi video yang dipilih adalah zakat, sehingga pemilihan penonton yang relevan adalah orang yang minim pengetahuan tentang zakat. Untuk itu, Jama'ah Mar'atus Sholihah di Jama'ah Mar'atus Sholikhah Desa Plumbungan Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen menjadi pilihan peneliti untuk dijadikan sebagai penonton sekaligus kelompok uji produk. Secara pemahaman, rata-rata jama'ah mengetahui hukum kewajiban zakat. Tetapi tidak mengetahui tentang *nishob* dari masing-masing zakat, dan lain sebagainya.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, Jama'ah Mar'atus Sholihah belum mendapatkan sosialisasi tentang zakat oleh Baznas. Hal itu sejalan dengan pendapat Ketua Baznas Kabupaten Sragen, ia mengatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan selama ini antara lain; *Pertama*, Pendistribusian naskah khutbah, *kedua*, seminar di dinas-dinas pemerintahan (wawancara). *Ketiga*, melalui media sosial *Instagram* dan *Youtube Chanel*.

Cara tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan belum mampu menyentuh ke berbagai pihak. Naskah khutbah misalnya, hanya menjangkau bapak-bapak saja, sedangkan ibu-ibu belum mendapatkan sosialisasi. Padahal kalau melihat Jumlah Penduduk Kategori Dewasa Di Kabupaten Sragen wanita lebih tinggi dibandingkan laki-laki, serta kaitannya dengan zakat, ibu-ibu merupakan kendali keuangan disebuah keluarga, meskipun kendali

keputusan dipegang oleh suami/bapak, akan tetapi kendali keputusan dalam hal keuangan tetap dipegang oleh ibu. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi kepada ibu-ibu. Kemudian Sosialisasi berupa seminar di dinas dan lembaga pemerintahan yang hanya mencakup Aparatur Sipil Negara (ASN). Dengan kata lain, petani, peternak, pengusaha dan lain-lain belum mendapatkan sosialisasi dengan baik.

Sosialisasi melalui media sosial *Instagram* dan *Youtube Chanel*. Sebenarnya Baznas Kabupaten Sragen memiliki akun *instagram @baznaskabupatensragen* dan *youtube chanel* yaitu Baznas Kabupaten Sragen. Akan tetapi persoalannya adalah pengelolaan media sosial dalam hal pembuatan konten. Baznas Kabupaten Sragen belum mempunyai konten video untuk dijadikan sarana sosialisasi, karena belum mempunyai sumberdaya manusia yang mumpuni dalam pembuatan konten yang berupa video.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul “Produksi Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan : Zakat Solusi Untuk Umat*”. Penelitian ini dimaksudkan untuk membingkai pesan dakwah dalam bentuk video. Tujuannya, video tersebut dapat dijadikan sebagai konten media sosial Baznas Kabupaten Sragen dan dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Harapan besarnya adalah bisa memberikan wawasan dan pengetahuan kepada penonton/mad'u.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang dan jenis penelitian, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana memproduksi Program *Feature* Dakwah “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat”?
2. Bagaimana kelayakan Program *Feature* Dakwah “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat”?

## **C. Tujuan dan Manfaat Pengembangan**

### **1. Tujuan Pengembangan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan bagaimana memproduksi program *feature* dakwah “Jejak Perubahan”
- b. Mengetahui kelayakan produk program *feature* dakwah “Jejak Perubahan” yang nantinya dapat digunakan sebagai alternatif metode dakwah melalui media *televisi*.

### **2. Manfaat Pengembangan**

Manfaat yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini antara lain:

- a. Manfaat teoritik: memberikan informasi yang bermanfaat bagi perkembangan kajian Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada umumnya serta ilmu tentang produksi program *feature* yang bernuansa dakwah khususnya.

b. Manfaat praktik:

1. Sebagai informasi serta praktik metode penelitian dan pengembangan media audio-visual bagi mahasiswa KPI konsentrasi Televisi Dakwah,
2. Produk yang dihasilkan bisa digunakan sebagai sarana untuk berdakwah.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai produksi sebuah karya memang bukan wacana baru dalam studi keilmuan, begitu pula penelitian mengenai *feature* itu sendiri. Berita-berita *feature* banyak di temui dalam setiap media massa. *Feature* menduduki posisi yang juga tak kalah penting dibanding sajian berita lain. Sehingga, penelitian-penelitian terkait produksi program/ berita *feature* di media massa juga telah mengundang perhatian. Walaupun belum begitu banyak orang yang meneliti terkait keberadaan *feature* di media massa berikut hubungannya dengan dakwah dan komunikasi. Untuk melengkapi telaah pustaka dalam skripsi ini, penulis menelaah beberapa penelitian tentang produksi sebuah karya yang lainnya, antara lain sebagai berikut:

*Pertama*, skripsi dengan judul Pengembangan Dakwah melalui Produksi Program Reality Show Pelita Hati oleh Vyki Mazaya, mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, 2011. Vyki meneliti keunggulan dan kelemahan program reality show

“Religi” dan mengembangkan dakwah dengan memproduksi dan menganalisis keunggulan serta kelemahan program reality show “Pelita Hati”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan (research and development) dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program “Realigi” di Trans TV masih memiliki kekurangan dan dijadikan Vyki sebagai masalah yang kemudian dicarikan solusi sebagai potensi. Dari penelitiannya menghasilkan program reality show “Pelita Hati”. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada produk yang dihasilkan, Vyki memproduksi program reality show sedangkan penelitian ini memproduksi berita *Feature*, dan persamaannya sama-sama membuat produk atau karya.

*Kedua*, skripsi yang berjudul “Produksi Film Dokumenter Religi “Bukan Seperti Miskin Tidak Seperti Kaya” oleh Nur Fatimah, mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015. Nur Fatimah Meneliti, memproduksi, menganalisis kebutuhan fungsional dan non fungsional dalam membuat Film Dokumenter Religi “Bukan Seperti Miskin, Tidak Seperti Kaya”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *waterfall* (Air Terjun) dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan dalam membuat Film Dokumenter Religi “Bukan Seperti Miskin, Tidak Seperti Kaya” harus melalui tahap praproduksi, produksi, dan pasca produksi, serta pengujian sistem. Perbedaan

dalam penelitian ini terletak pada produk yang dihasilkan. Nur Fatimah memproduksi film dokumenter religi sedangkan penelitian ini memproduksi program *feature*, dan persamaannya adalah sama-sama membuat produk.

*Ketiga*, skripsi yang berjudul Pengembangan Media Pembelajaran Audio Visual Untuk Pelajaran Pengolahan Makanan Kontinental Mad'u Kelas XI Smk N 3 Klaten oleh Adelia Luri Purwanjani mahasiswi Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan model 4-D. Hasil dari penelitian ini adalah media pembelajaran berupa audio-visual layak dan mampu meningkatkan pemahaman mad'u terkait pengolahan makanan kontinental. Persamaan dengan penelitian ini adalah memproduksi video secara langsung. Perbedaannya, produk yang berupa audio-visual tersebut digunakan sebagai media pembelajaran di instansi pendidikan formal. Sedangkan penelitian ini produk yang dihasilkan digunakan sebagai media dakwah di Majelis Taklim.

*Keempat*, skripsi yang berjudul "Berita *Feature* Sebagai Metode Dakwah (Studi Terhadap Rubrik "Silaturahmi" di *QA Propetic Parenting Magazine*)" oleh Agus Nur Cahyo mahamad'u Fakultas Dakwah Universitas Sunan Kalijaga. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berita *feature* sebagai metode dakwah merupakan bagian dari karakteristik *feature* itu. Karakteristik

*feature* memiliki kelebihan-kelebihan yang dapat dijadikan sebagai metode dakwah. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya. Objek penelitian tersebut adalah *feature* yang berupa tulisan (media cetak) sedangkan objek penelitian ini adalah *feature* yang berupa video. Persamaannya terletak pada kajian fungsi *feature* sebagai sarana dakwah.

*Kelima*, skripsi yang berjudul “Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Zakat Di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang” oleh Sultan Syahrir Mahamad’u Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan pendekatan teologis normatif, filosofis, paedagogis, psikologis, dan sosio kultural. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Islam di Kecamatan Maritengngae, pada umumnya belum memahami makna zakat secara utuh, dan hitungan *nishob* zakat hanya didasarkan pada dugaan mereka sendiri, Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, Sultan Syahrir meneliti masyarakat Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang, sedangkan penelitian ini fokus pada Jama’ah Mar’atus Sholihah Desa Plumbungan Kabupaten Sragen.

## **E. Spesifikasi Produk Yang Diharapkan**

### **1. Berdasarkan Fungsi**

Fungsi dari pada produk ini adalah sebagai media dakwah yang diharapkan mampu memberikan wawasan dan

pengetahuan tentang zakat kepada penontonnya (Jama'ah Mar'atus Sholihah).

2. Berdasarkan Tampilan

Kemasan Program *Feature* Dakwah “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat” dikemas secara spesifik sebagai berikut:

a. Video

Format file	:	MPEG
Kualitas	:	HD 1080p
Resolusi	:	1920x1080
Rasio	:	16:9
Frekuensi gambar	:	30 fps
Durasi	:	21 menit

b. Audio:

Kecepatan bit audio	:	128 kbps
Codec audio	:	AAC

3. Berdasarkan Materi

- a. *Segmen pertama*, berisi tentang narasi kehidupan seorang *mustahiq* zakat dan testimoni terhadap bantuan zakat yang telah diterima. Segmen ini merupakan bentuk pengakuan dan penggambaran dari jejak perubahan yang telah dilakukan oleh BAZNAS yang berupa pemberdayaan, serta penggambaran bahwa menunaikan zakat salah satu upaya melakukan perubahan yang lebih baik.

- b. *Segmen kedua*, berisi tentang argumen BAZNAS tentang potensi zakat yang ada di Indonesia, faktor-faktor yang mempengaruhi minimnya masyarakat yang menunaikan zakat, dan penjelasan mengenai fungsi amil oleh akademisi.
- c. *Segmen ketiga*, berisi tentang kajian zakat serta nishobya, dan ajakan untuk menunaikan zakat.

## **F. Instrumen Pengumpulan Data**

### 1. Teknik Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan potensi/masalah yang harus diteliti, dan guna mengetahui hal-hal dari narasumber yang lebih mendalam. Wawancara merupakan suatu bentuk dialog yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari narasumber (Sugiyono, 2016: 137).

### 2. Teknik Kuisisioner/Angket

Pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner terbuka. (Sugiyono, 2016: 142).

### 3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai penunjang wawancara. Dokumentasi yang dihasilkan berupa foto/video pada saat penelitian (Sugiyono, 2016: 329)

## **G. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini disusun menjadi lima bab yang terdiri dari:

**BAB I**, merupakan bagian pendahuluan berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Pengembangan dan Manfaat Pengembangan, Spesifikasi Produk Yang Diharapkan, Kajian Pustaka, Serta Sistematika Penulisan Skripsi.

**BAB II**, merupakan bagian yang memaparkan lebih jauh tentang teori yang melandasi penelitian ini. Bab ini memuat Landasan Teori.

**BAB III**, merupakan uraian tentang rancangan produk yang berisi tentang Model Pengembangan, Prosedur Pengembangan, Uji Coba Produk, Instrumen Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis Data.

**BAB IV**, merupakan bagian yang berisi uraian tentang Pembahasan dan Hasil Ujicoba Produk, serta Evaluasi Produk.

**BAB V**, merupakan bagian penutup. Bab ini terdiri dari Kesimpulan, Saran Pemanfaatan Produk, Saran Diseminasi Produk, Saran Pengembangan Penelitian Lanjutan

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Tentang *Feature*

##### 1. Pengertian *Feature*

*Feature* adalah berita ringan namun menarik, tidak terikat dengan waktu (*timeless*). *Feature* yaitu berita yang mengangkat *human interest* atau hal-hal yang di anggap menarik, bermanfaat, atau mendatangkan rasa simpati dan perlu diketahui masyarakat luas (Latief dkk, 2015: 40). *Feature* memiliki pengetahuan juga suatu jenis berita yang membahas satu pokok bahasan, satu tema yang diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai kreasi. Kreasi yang dimaksud adalah narasi, wawancara, vox pop, musik, sisipan puisi, bahkan kadang ada sandiwara pendek atau *fragmen* yang dipandu seorang pembawa acara. Pengertian *soft news* pada *feature* bukan pada materinya, melainkan pada segi atau teknik penyajiannya (Fachruddin, 2012: 226-227).

Pada hakikatnya program *features* berbeda dengan program berita. Program *feature* memberikan penekanan yang lebih besar pada fakta-fakta yang unik, fakta-fakta yang mungkin merangsang emosi (menghibur, memunculkan empati, disamping tetap tidak meninggalkan unsur informatifnya) (Fachruddin, 2012: 229).

## 2. Karakteristik Program *Feature*

Menurut Andi Fachruddin (2012: 227-229) Program *feature* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Kreativitas. Berbeda dengan berita (*hardnews*). *Feature* memungkinkan jurnalis menciptakan sebuah cerita. Cerita *feature* dicitrakan sebagai cerminan karya kreatif individu seorang jurnalis.
- b) Informatif. *Feature* bisa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai situasi atau aspek kehidupan yang mungkin diabaikan dalam kemasan informasi berita *hardnews*. *Feature* bisa menjadi alat yang ampuh sebagai pembawa pesan moral tertentu yang ingin disampaikan kepada pemirsa. Seperti nilai-nilai kejujuran, kesetiaan, sikap tulus tanpa pamrih, pengorbanan, kegigihan suatu perjuangan, kebersihan hati, keluhuran budi, pengabdian, dan cinta kasih. *Feature* bisa menggelitik sanubari manusia untuk menciptakan perubahan yang konstruktif.
- c) Menghibur. *Feature* memiliki sifat eksklusif, memiliki cerita berwarna warni untuk menangkap perasaan dan suasana dari sebuah peristiwa. *Feature* sasaran utamanya adalah menghibur pemirsa dan memberikan kepadanya hal-hal yang baru dan segar.
- d) Awet (*timeless*). Berita (*hardnews*) mudah sekali “punah” dimakan waktu, tetapi *feature* bisa ditayangkan kapan saja

bahkan berkali-kali disiarkan pun masih tetap menarik perhatian pemirsa. *Feature* memberikan variasi liputan tanpa tekanan *deadline*, sehingga ia bisa punya waktu cukup untuk mengadakan riset secara cermat dan menulisnya kembali sampai mempunyai mutu yang tertinggi.

- e) Subjektivitas. Beberapa *feature* memungkinkan adanya unsur subjektif. Pembuat *feature* hanya memakai teknik ini apabila tidak ada pilihan lain agar hasilnya enak ditonton.

### 3. Jenis-Jenis *Fatures*

- a) *Feature* Kepribadian

Profil mengungkap riwayat perjalanan hidup seorang tokoh yang menarik. Misalnya, tentang seorang tokoh yang secara dramatic, melalui lika-liku, kemudian mencapai karir yang istimewa dan sukses atau menjadi terkenal karena kepribadian mereka yang penuh warna.

- b) *Feature* Sejarah

Memperingati tanggal-tanggal penting dari peristiwa pening, seperti proklamasi kemerdekaan, pemboman Hiroshima atau pembunuhan jendral-jendral revolusi. *Feature* sejarah juga sering melukiskan *landmark* terkenal (monument/gedung/bangunan) pionir, perubahan dalam komposisi rasial, pola perumahan, makanan, industri, agama, kemakmuran, dan banyak lagi.

c) *Feature* Petualangan

*Feature* petualangan melukiskan pengalaman-pengalaman istimewa dan mencengangkan, mungkin pengalaman seseorang yang selamat dari sebuah kecelakaan pesawat terbang, mendaki gunung, berlayar keliling dunia hingga pengalaman ikut dalam peperangan.

d) *Feature* Musiman

*Program* televisi selalu berusaha menghadirkan yang seluas-luasnya hingga yang mendetail karena kebutuhan informasi yang sangat tinggi termasuk layanan hiburan. Berdasarkan situasi yang berkembang, seorang jurnalis sering ditugaskan untuk membuat *feature* tentang aktivitas musiman yang berdasarkan budaya atau gaya hidup suatu masyarakat. Seperti tentang hari raya, musim liburan, dan musim kemarau. Namun kisah seperti itu sulit diperkirakan, agar tetap menarik jurnalis harus menemukan *angel* yang segar.

e) *Feature* Interpretatif

*Feature* jenis ini mencoba membeikan deskripsi dan penjelasan lebih detail terhadap topik-topik yang diberitakan. *Feature* interpretatif bisa menyajikan sebuah organisasi, aktivitas, tren, atau gagasan tertentu yang sedang menjadi buah bibir dimasyarakat. Contohnya informasi berita menggambarkan aksi terorisme, *feature* interpretatif

bisa mengkaji identitas, taktik, dan tujuan terorisme yang mungkin tidak masuk akal bagi sebagian orang.

f) *Feature* Kiat

*Feature* ini berkisah kepada pemirsa baaimana menuntun, mengajarkan dn melakukan sesuatu hal. Contohnya bagaimana membeli rumah, menemukan pekerjaan, bertanam dikebun, beternak hewan peliharaan, mereparasi mobil atau mempererat tali perkawinan. Dan kisah seperti ini sering kali lebih singkat ketimbang jenis *feature* lain dan lebih sulit dalam penggarapannya.

g) *Feature* Ilmiah

*Feature* ilmiah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan. Seorang produser/jurnalis yang menggarap *feature* ini harus menyukai perkembangan teknologi dan mempelajari ilmu pengetahuan yang sangat teoritis beserta alat bantuanya. *Feature* yang mengisahkan astronot indonesia yang indonesia yang melakukan riset ke bulan merupakan *feature* yang sangat mengasyikan, karena selain menghibur memberikan wawasan yang luas tentang high teknologi yang terus berkembang.

h) *Feature* Perjalanan

*Feature* yang mengajak pemirsa untuk mengenali lebih luas dan jelas tentang suatu kegiatan perjalanan wisata yang dinilai memiliki daya tarik karena objeknya yang

populer, budayanya yang eksotik, masyarakatnya yang bersahabat dan biayanya yang terjangkau.

i) *Feature* Kuliner

*Feature* tentang *makanan* tradisional atau makanan khas apapun yang patut diketahui pemirsa seperti: bentuk teksturnya, kandungan rasa dari beragam masakan bagaimana cara membuatnya, kenikmatan menggugah selera makanan yang disajikan.

j) *Feature* Minat Insani

*Feature* yang *menyentuh* kebiasaan dan kebutuhan hidup manusia sehari-hari beserta makhluk hidup yang berada disekelilingnya. *Feature* ini memberikan informasi, motivasi, merangsang emosional, dan sekaligus kesabaran yang menjadi kelebihan dan kekurangan manusia. Contohnya kisah ketabahan seorang yang mengalami musibah, kesalehan para ulama dalam syiar agama, keuletan para wiraswasta dalam menekuni dunia usaha, hingga sesuatu yang luar biasa dari flora dan fauna.

#### **4. Membuat /Memproduksi *feature***

a. Mencari Ide

Kategori mendapatkan ide :

- 1) Pengalaman diri sendiri. Ide yang ada dalam pikiran manusia ketika melangkahhkan kaki kemana pun akan

menjadi pengalaman yang berharga, karena hanya orang yang berangkutanlah yang mengetahuinya.

- 2) Jaringan atau informan. Kemampuan pancaindera dan observasi. Setiap manusia pasti ada batasnya. Tetapi kekuatan jaringan akan sangat luar biasa dalam menangkap setiap informasi unik, aneh, menimbulkan kejutan dimanapun juga tanpa harus bersusah payah. Dengan demikian, cara kerja seorang jurnalis sangat ditopang oleh keberhasilan menciptakan jaringan dan menjaga hubungan baik dengan informan sebagai sumber informasi yang sangat berharga.
- 3) Menelaah berita rutin. Kemajuan industri media massa menghasilkan beragam cerita melalui informasi-informasi rutin yang setiap hari mengalir bagaikan air terjun tanpa batas dengan kata lain tak terhingga.
- 4) Ide dipinggir jalan. Segala sesuatu yang ditemukan dipinggirjalan bisa membuahkan ide dan kemungkinan tidak diperhatikan oleh orang banyak, maka seorang jurnalis harus peka terhadap apapun yang terlintas dihadapannya.

Setelah mendapatkan ide mulailah menentukan tema. Semua masalah bisa diangkat menjadi *feature*. Mulai dari masalah sosial, personal, politik, ekonomi, budaya, dan lain-lain. Kreativitas pembuatan *feature* berawal dari pemilihan tema.

b. Membuat Perencanaan

Rujukan riset dilakukan untuk membuat kerangka rancangan cetita/proposal, daftar pertanyaan, jadwal rencana peliputan pelaksanaan *shooting*, wawancara, *editing*, *mixing*, dan lain sebagainya.

c. Struktur

Struktur membentuk kerangka *feature* agar alur cerita menjadi jelas dan tersusun dengan baik. Membuat *feature* yang di kejar *deadline*, juga mengutamakan *wishlist* /daftar harapan gambar, narasumber, informasi kegiatan tokoh utama, dan *footage* berita yang telah belalu tetapi memiliki nilai penting.

d. Menyusun Daftar Pertanyaan

*Feature* membutuhkan narasumber sebagai informasi untuk mengembangkan cerita pada program. Tanpa narasumber sebagai sulit mengandalkan data-data saja. Keauratan informasi informasi yang dibuat dalam *feature* engesankan program objektif serta memuluskan alur cerita yang mengalir alami.

e. Menyiapkan *Host* / Presenter Program

Penunjukan host pada setiap program *feature* sangat bebas dan kompetitif.

f. Membuat *Shoot-List*

*Shoot-list* yang berisi perkiraan gambar yang dibutuhkan merupakan penjabaran dari proposal khususnya sinopsis. *shoot-list* ini berisi catatan tentang urutan gambar yang akan kita rekam dengan kamera, seperti, lokasi peristiwa, wawancara main karakter, dan aktifitas keseharian seorang narasumber yang berkaitan dengan program.

g. Menyiapkan Jadwal

Setelah membuat *shoot-list*, begitu banyak lokasi, *angel*, komposisi, janji wawancara, suasana ramai, tenang, cuaca, dan lain sebagainya yang harus dijadwalkan berdasarkan skala prioritas. Patokannya adalah berdasarkan gambar yang paling penting dengan pertimbangan narasumber.

h. Menyiapkan Perlengkapan

Berbekal proposal, struktur, *shootlist*, jadwal *shooting*, surat ijin dan lain sebagainya yang dibutuhkan, mengambil gambar bisa segera dilaksanakan. Adapun untuk perlengkapan *shooting* yang paling penting adalah dimulai dari kamera. Jenis kamera apakah yang akan digunakan, lalu dicek apakah seluruhnya berfungsi dengan baik untuk merekam gambar.

i. Mengambil Gambar

Melakukan take gambar. Gaya peliputannya seperti jurnalis berita pada umumnya mengendalikan cuaca yang bersahabat untuj lighting. Mengambil gambar televisi akan mulus prosesnya bila berdasarkan shoot-list yang telah dijabarkan.

j. Menyusun Gambar dan Menulis Narasi

Alangkah baiknya dalam menyusun gambar setiap jurnalis mendampingi editor dan menulis naskah *feature*nya sendiri. Buatlah naskah berdasarkan tema. Sudut pandang, hasil riset, hasil wawancara, dan suara/bunyi pendukung. (Andi Fachruddin, 2012:234-239)

## 5. Tahapan dalam pelaksanaan Produksi

Pelaksanaan produksi video terutama dalam membuat program televisi memerlukan waktu yang cukup lama dan berliku-liku. Hal ini menyangkut kecermatan atas masalah gambar dan penyusunannya, penataan suara, dan masih banyak aspek-aspek lain yang tidak dapat diabaikan, berikut disampaikan penjelasan berbagai kegiatan yang harus dilaksanakan dalam membuat video.

1) *Preproduction Planning* (Perencanaan Pra Produksi)

Tahapan ini menciptakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang; bermula dari timbulnya gagasan atau lazimnya disebut dengan ide. Berpijak dari gagasan ini,

kemudian mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan sebagai bahan pengembangan gagasan tersebut. Selanjutnya, pembuatan naskah, pembuatan rancangan biaya produksi, pembuatan rancangan peralatan yang dibutuhkan dll.

2) *Set up and Rehearsal*

Tahapan ini merupakan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh tim bersama kerabat kerjanya. Seperti mempersiapkan peralatan produksi, mempersiapkan alat transportasi. dll

3) *Production*

Tahapan ini merupakan pelaksanaan pengubahan bentuk naskh menjadi bentuk auditif dan visual.

4) *Post Production*

Tahapan ini merupakan suatu keja pada tahapan terakhir dari bahan yang telah diproduksi, baik dengan satu maupun beberapa kamera. Kegiatan ii meliputi:

- a) Melakukan menyuntingan suara atau gambar.
- b) Pengisian grafik, baik yang berbentuk tulisan maupun berupa foto dan sebagainya.
- c) Pengisian narasi.
- d) Pengisian ilustrasi musik.

- e) Pengevaluasian program yang dinyatakan sudah selesai, agar diadakan perbaikan, jika ternyata terdapat kekurangan. (Nugroho, 2014; 106-110).

## **B. *Feature* Dakwah**

*Feature* dakwah terdiri dari dua kata *feature* dan dakwah. *Feature* adalah suatu jenis berita yang membahas satu pokok bahasan, satu tema yang diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai kreasi (Fachruddin, 2012: 226), sedangkan dakwah adalah upaya mentransformasikan dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam kepada umat (Fatmawati, 2009; 176). Jadi *feature* dakwah dapat diartikan bahwa upaya mentransformasikan dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam kepada umat dalam bentuk berita yang membahas satu tema yang diungkapkan lewat berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan menarik.

Dilihat dari karakteristiknya, *feature* memiliki kelebihan dan kegunaan dalam berdakwah. Fachruddin, (2012: 227-229) menjelaskan bahwa karakteristik *feature* antara lain; kreativitas, informatif, menghibur, awet, subjektivitas. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa *feature* sangat menunjang untuk dijadikan sebagai sarana dakwah. Adapun Menggunakan *feature* sebagai sarana dakwah tentu perlu memperhatikan dari tujuan dan unsur-unsur dakwah. Menurut Aminuddin Sanwar Tujuan dakwah adalah

menyampaikn ajaran Islam agar manusia menerima, mengerti dan memahami serta mengamalkan ajaran Islam guna memperoleh kesejahteraan dan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat (Aminuddin, 2009:4).

### **C. Materi Zakat**

Zakat dalam hal ini adalah sebagai materi dakwah. Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'I kepada mad'u. materi dakwah diklasifikasikan terdiri dari tiga masalah pokok; pertama masalah keimanan (akidah), yaitu materi yang membahas tentang akidah Islamiyah, kedua masalah syari'ah, yaitu materi yang menyajikan unsur syari'at yang menggambarkan atau memberi informasi yang jelas dibidang hukum yang bersifat wajib, dibolehkan , dianjurkan, dianjurkan supaya tidak dilakukan, dan dilarang. Yang ketiga masalah akhlak, yaitu materi dakwah yang berkaitan dengan masalah tabi'at atau kondisi temperature batin yang mempengaruhi perilaku manusia.

#### **1. Pengertian Zakat**

Dengan demikian, zakat merupakan materi dakwah dalam kategori syari'at. Pengertian zakat menurut bahasa artinya bersih, menurut istilah zakat adalah kadar harta tertentu yang diberikan kepada yang berhak menerimanya, dengan beberapa syarat. (Rasjid, 2016: 192). Menurut Yusuf Qurdawi (1999:34) zakat adalah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Dalam Undang-

Undang Nomor 23 Tahun 2011 pasal 1 ayat 2 tentang Pengelolaan Zakat, dijelaskan bahwa Zakat adalah “*harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan Syari’at Islam*”. (UU. Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat)

Zakat merupakan ajaran pokok dalam Islam, yaitu salah satu rukun Islam urutan ketiga setelah syahadat dan shalat. Zakat memiliki kedudukan yang penting dalam Islam, baik dilihat dari sudut pandang ubudiyah (*hablumminallah*) maupun sudut pandang sosial (*hablumminan-nash*). Secara garis besar zakat dibagi kepada dua yaitu zakat mal (harta) dan zakat fitrah (jiwa) (Suparta, 2010:20). Menurut ma’udi dkk (2004:17) Zakat merupakan ibadah yang memiliki dua sisi. Pada satu sisi zakat merupakan ibadah yang berfungsi sebagai penyucian terhadap harta dan diri pemiliknya, pada sisi lain zakat mengandung makna sosial yang tinggi.

Zakat adalah satu nama yang diberikan untuk harta yang dikeluarkan oleh seorang manusia sebagai hak Allah ta’alah yang diserahkan kepada orang-orang fakir. Dinamakan zakat karena didalamnya terdapat harapan akan adanya keberkahan, kesucian jiwa, dan perkembangan dalam kebaikan.(Sabiq, 2005;1). Secara etimologis, istilah zakat berasal dari kata zaka, berarti pertambahan penyucian dan pujian.secara terminologis zakat

berarti hak yang wajib diambil dari harta yang banyak untuk diberikan kepada kelompok tertentu, yaitu mereka yang berhak mendapatkan sebagian dari harta tersebut. (Shomad, 2012; 10)

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan ketentuan yang berlaku, sebagai penyucian diri dan harta maupun membangun rasa sosial terhadap sesama.

## 2. Dasar Hukum Zakat

Hukum daripada zakat adalah fardlu 'ain. Allah telah memerintah manusia untuk berzakat yang telah tertulis dalam Al-Qur'an :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ

“Dirikanlah *shalat*, tunaikanlah zakat dan ruku'lah bersama dengan orang-orang yang ruku'.” (QS. Al-Baqarah: 43)(Departemen Agama RI, 2012:7)

Perintah zakat yang diturunkan pada periode makkah, sebagaimana yang terdapat pada ayat diatas, baru merupakan anjuran untuk berbuat baik kepada fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan bantuan.

Dilihat dari segi kebahasaan, teks ayat-ayat tentang perintah zakat, sebagian besar dalam bentuk *amr*” perintah dengan menggunakan kata “atau” (tunnaikan) yang bermakna ketetapan, segera, sempurna sampai akhir, kemudahan mengantar zakat itu kepada orang-orang yang membutuhkan. (Rasjid, 2016; 192)

### 3. Harta Yang harus di Zakati

#### a. Binatang ternak

Jenis binatang yang wajib dikeluarkan zakatnya hanya unta, sapi, kerbau, dan kambing. Syarat bagi pemilik binatang yang wajib zakat tersebut adalah:

- 1) Islam
- 2) Merdeka. Seorang hamba tidak wajib berzakat.
- 3) Milik yang sempurna. Sesuatu yang belum sempurna dimiliki tidak wajib dikeluarkan zakatnya.
- 4) Cukup satu nisab
- 5) Sampai 1 tahun lamanya dipunyai
- 6) Digembalakan di rumput yang mubah. Binatang yang diumpun (diambilkan makanannya) tidak wajib dizakati. (Rasjid, 2016; 194)

#### a) Nishob dan zakat unta

Seseorang yang memiliki 5 ekor unta ke atas wajib mengeluarkan zakatnya dengan aturan sebagai berikut:

**Tabel 1. Hitungan Zakat Unta**

Jumlah/Ekor	Zakat	Umur
25-35	1 ekor anak unta betina	1 tahun lebih
36-45	1 ekor anak unta betina	2 tahun lebih
46-60	1 ekor anak unta betina	3 tahun lebih
61-75	1 ekor anak unta betina	4 tahun lebih
76-90	2 ekor anak unta betina	2 tahun lebih
91-120	2 ekor anak unta betina	3 tahun lebih

121-129	3 ekor anak unta betina	2 tahun lebih
---------	-------------------------	---------------

Sumber: Peraturan Menteri Agama NO. 52

### b) Nishab dan zakat sapi

Nishab zakat sapi ialah mulai dari 30 ekor ke atas dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 2. Hitungan Zakat Sapi**

Jumlah	Zakat
30-59	1 ekor sapi betina
60-69	2 ekor sapi jantan
70-79	1 ekor anak sapi betina , 1 ekor anak sapi jantan
80-89	2 ekor anak sapi betina
90-99	3 ekor anak sapi jantan
110-119	2 ekor anak sapi betina, 1 ekor anak sapi jantan
>120	3 ekor anak sapi betina, 3 ekor anak sapi jantan

Sumber: Peraturan Menteri Agama NO. 52

Untuk selanjutnya tiap-tiap 40 ekor sapi atau kerbau zakatnya seekor anak sapi atau kerbau betina yang berumur 2-3 tahun. (Muhammad, 2013, 48-50)

### c) Nishab dan zakat kuda

**Tabel 3. Hitungan Zakat Kuda**

Jumlah	Zakat
30-59	1 ekor anak kuda betina
60-69	2 ekor anak kuda jantan
70-79	1 ekor anak kuda betina, 1 ekor anak kuda jantan
80-89	2 ekor anak kuda betina
90-99	3 ekor anak kuda jantan
100-109	1 ekor anak kuda betina, 2 ekor anak kuda jantan
110-119	2 ekor anak kuda betina, 1 ekor anak kuda jantan
>120	3 ekor anak kuda betina, 3 ekor anak kuda jantan

Sumber: Peraturan Menteri Agama NO. 52

**d) Nishab dan zakat kambing**

Nishab kambing ialah mulai dari 5-9 ekor kambing dan zakatnya adalah 1 ekor kambing Selanjutnya diatur sebagai berikut;

**Tabel 4. Hitungan Zakat Kambing / Domba**

Jumlah/Ekor	Zakat
5-9	1 ekor kambing
10-14	2 ekor kambing
15-19	3 ekor kambing
20-24	4 ekor kambing

Sumber: Peraturan Menteri Agama NO. 52

**b. Emas dan Perak**

Nishab emas adalah 20 *mitsqal* atau sama dengan 93,6 gram, zakatnya 2,5%. Adapun perak nishabnya adalah 200 dirham atau setara dengan 624 gram, zaktanya 2,5% (Rasjid, 2016; 202). Menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014 Bahwa Nishob Zakat Emas Adalah 85 gram zakatnya 2,5%, sedangkan nishob perak adalah 595 gram, zakatnya 2,5 %. Jika emas atau perak telah mencapai atau melebihi dari ukuran nishab dan haul (satu tahun), berkewajibanlah bagi pemiliknya untuk mengeluarkan zakat. Demikian juga jika kepemilikan benda itu berlebih, pemiliknya harus memperhitungkan berapa yang harus dibayarkan. Misalnya, jumlah emas sebanyak 100 gram, maka perhitungannya adalah 2,5% dikalikan dengan 100 gram= 2,5 gram. Jadi, zakatnya bukanlah potongan atau

bagian dari emas tersebut, melainkan nilai uang yang setara dengan jumlah emas yang harus dikeluarkan. Syarat- syarat wajib zakat emas dan perak sebagai berikut:

- a. Milik orang Islam
  - b. Yang memiliki adalah orang yang merdeka
  - c. Milik penuh( dimiliki dan menjadi hak penuh )
  - d. Sampai nishabnya
  - e. Sampai satu tahun disimpan. (Rasjid, 2016; 195)
- c. Makanan hasil bumi

Hasil bumi yang wajib dikeluarkan zakatnya yaitu yang dapat dijadikan makanan pokok seperti: padi, jagung, gandum, dan sebagainya. Sedangkan buah- buahan yang wajib dikeluarkan zakatnya ialah: anggur, dan kurma. Syarat-syarat wajib mengeluarkan zakat hasil bumi sebagai berikut:

1. Islam.
2. Merdeka.
3. Milik sendiri.
4. Sampai nisabnya.
5. Makanan itu ditanam oleh manusia.
6. Makanan itu mengenyangkan dan tahan lama disimpan lama. (Rasjid, 2016; 196)

Tidak disyaratkan setahun memiliki, tetapi wajib dikeluarkan zakatnya pada tiap-tiap menuai/panen. Nishab

hasil bumi yang sudah dibersihkan ialah 5 wasaq/ 300 sa' (kurang lebih 930 liter). (Rasjid, 2016; 204). Menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014 Bahwa Nishob Zakat Pertanian, perkebunan, kehutanan Adalah senilai 653 kg gabah. Zakatnya 10% (sepersepuluh ) jika diairi dengan air hujan, air sungai, siraman air yang tidak dengan pembelian (perongkosan ). Jika diari dengan air yang diperoleh dengan pembelian maka zakatnya 5% (seperdua puluh ).

d. Hasil tambang

Hasil tambang berupa emas dan perak apabila telah sampai memenuhi nishab sebagaimana nishab emas dan perak, maka harus dikeluarkan zakatnya seketika itu juga, tidak perlu menunggu satu tahun. Zakat yang wajib dikeluarkan ialah 2,5% .Barang rikaz itu umumnya berupa emas dan perak atau benda logam lainnya yang berharga. Syarat-syaratnya mengeluarkan zakat rikaz:

1. Orang Islam
2. Orang merdeka
3. Milik Sendiri
7. Sampai nishabnya (Rasjid, 2016; 197)

Tidak perlu persyaratan harus dimiliki selama 1 tahun. Nishab zakat barang tambang dan barang temuan, dengan nishab emas. Menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 52

Tahun 2014 yakni 85 gram untuk emas dan 595 untuk perak. Zakatnya masing-masing 2,5%. (baznas.go.id)

e. Harta perniagaan

Syarat wajibnya zakat perniagaan ialah:

- 1) Yang memiliki orang Islam
  - 2) Milik orang yang merdeka
  - 3) Milik penuh
  - 4) Sampai nishabnya
8. Genap setahun (Rasjid, 2016; 198)

Setiap tahun pedagang harus membuat neraca atau perhitungan harta benda dagangan. Tahun perniagaan di hitung dari mulai berniaga. Yang dihitung bukan hanya labanya saja tetapi seluruh barang yang diperdagangkan itu apabila sudah cukup nishab (85 gram emas) Menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014) maka wajiblah dikeluarkan zakatnya seperti zakat emas yaitu 2,5%. (baznas.go.id)

Harta dagangan yang mencapai jumlah seharga 85 gram emas, wajib dikeluarkan zakatnya sebanyak 2,5% . Kalau sekiranya harga emas 1gram Rp 100, maka barang dagangan yang seharga  $85 \times \text{RP } 100 = \text{RP.8500}$ , wajib dikeluarkan zakatnya 2,5% .

Kewajiban zakat ini juga mencakup barang-barang yang dipersiapkan untuk dijual seperti tanah, bangunan,

mobil, alat-alat penampung air maupun barang-barang dagangan lainnya. Adapun bangunan yang disewakan maka kewajiban zakat ada pada uang sewanya (jika mencapai nishob) dan telah lewat setahun dalam kepemilikan. Demikian pula mobil pribadi maupun mobil yang disewakan tidak ada kewajiban zakat atasnya karena tidak dipersiapkan untuk dijual tetapi untuk digunakan. Akan tetapi jika uang hasil disewakannya mobil tersebut atau uang apapun yang telah mencapai nishob dan telah lewat setahun dalam kepemilikan seseorang maka wajib untuk dikeluarkan zakatnya, baik uang tersebut dipersiapkan untuk nafkah, atau untuk menikah, atau untuk dibelikan perabot rumah, atau untuk dibayarkan hutang maupun untuk selainnya. (Syahrir, 2017; 21-22)

f. Zakat Penghasilan/ Profesi

Zakat Profesi didasarkan pada fakta bahwa para pemerintahan mengatur gaji pegawainya berdasarkan ukurn tahun, meskipun dibayarkan perbulan karena kebutuhan pegawai yang mendesak. Zakat profesi ditujukan pada orang-orang yang memiliki profesi yang berpendapatan tertur setiap bulannya maupun yang tidak teratur seperti: dokter, tukang jahit, advokat, kontaktor dll. Adapun Besaran nishob zakat profesi adalah 85 gram emas. Besar itu sama dengan 20 *misqal* hasil pertanian. (Yusuf Qardawi; 1999, 482).

## **BAB III**

### **METODE PENGEMBANGAN**

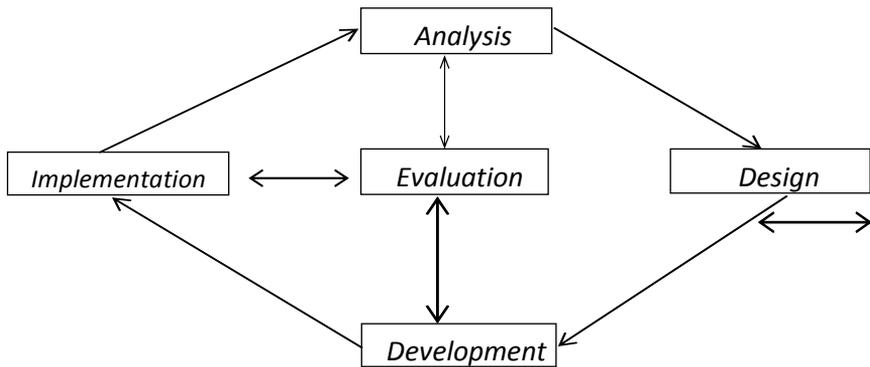
#### **A. Model pengembangan**

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *Research and Development (R and D)* atau disebut juga metode penelitian dan pengembangan. Menurut Sugiono (2010:407), *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji kelayakan produk tersebut. Menurut Menurut Puslitjaknov dalam Adelia (2016:38) Model pengembangan dapat berupa model prosedural, model konseptual, dan model teoritik. Dalam penelitian pengembangan ini digunakan model prosedural karena dianggap cocok dengan tujuan pengembangan yang ingin dicapai yaitu untuk menghasilkan suatu produk dan menguji kelayakan produk yang dihasilkan dimana untuk mencapai tujuan tersebut harus melalui langkah-langkah tertentu yang harus diikuti untuk menghasilkan produk tertentu.

Model prosedural adalah model yang bersifat deskriptif, menunjukkan langkah-langkah yang harus diikuti untuk menghasilkan produk. Pada Penelitian dan pengembangan ini akan menghasilkan produk audio-visual yang membahas tentang zakat. Jenis penelitian ini merupakan *research and development*. Model penelitian dan pengembangan yang digunakan pada penelitian ini ialah model ADDIE yang dikembangkan oleh Dick and Carry. Mulyatiningsih menuliskan, model ADDIE merupakan singkatan dari

*Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluations.* Kelima tahap dalam model ADDIE perlu dilakukan secara sistematis. (Mulyatiningsih, 2016: 183)

Model pengembangan ADDIE dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Pengembangan Addie

a. Analisis (*analysis*)

Tahap ini dilakukan menganalisis masalah yang terjadi dilingkup masyarakat. Analisis dilakukan untuk menentukan materi dan menetapkan tujuan untuk membatasi penelitian. Analisis meliputi: analisis mad'u, analisis kebutuhan, menetapkan tujuan.

b. Perencanaan (*design*)

Kegiatan ini merupakan proses sistematis yang dimulai dari menetapkan tujuan, menentukan materi, dan membuat skrip,

menyiapkan peralatan yang dibutuhkan. Rancangan tersebut masih bersifat konseptual dan akan mendasari proses pengembangan berikutnya.

c. Pengembangan (*development*)

Mengembangkan perangkat produk (materi/bahan dan alat) yang diperlukan dalam pengembangan. Berbasis pada hasil rancangan produk, pada tahap ini mulai dilakukan pembuatan produk (materi/bahan, alat) yang sesuai dengan struktur model rancangan. Membuat instrumen untuk mengukur kinerja produk. Tahap ini meliputi: memproduksi video, uji ahli materi dan ahli media, dan revisi.

d. Implementasi (*implementation*)

Tahap ini memulai menggunakan produk baru dalam pembelajaran. Melihat kembali tujuan-tujuan pengembangan produk, interaksi antar peserta didik serta menanyakan umpan balik awal proses evaluasi. Tahap ini berguna sebagai tahap penyempurnaan produk akhir sampai dikatakan layak dan siap digunakan berdasarkan respon pengguna.

e. Evaluasi (*evaluation*)

Pada tahap evaluasi yaitu melakukan evaluasi terhadap video yang telah digunakan sebagai penyempurnaan dan kevalidan video. Tahap evaluasi meliputi evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Evaluasi formatif dilakukan untuk mengumpulkan data pada setiap tahapan yang digunakan sebagai

penyempurnaan dan kevalidan video. Evaluasi sumatif dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pemahaman mad'u terhadap materi yang telah diajarkan (Mulyatiningsih, 2011: 183-186).

## **B. Prosedur Pengembangan**

### **1. Studi pendahuluan /Analisis**

Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah analisis atau studi pendahuluan. Tujuan tahap analisis adalah untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi. Adapun analisis dalam penelitian ini secara lebih rinci dijabarkan sebagai berikut :

#### **a) Potensi dan Masalah**

Dakwah memiliki peran penting dalam menyebarkan nilai agama di tengah masyarakat. Dakwah berfungsi sebagai sarana pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat, karena dakwah merupakan sarana informasi ajaran Islam yang didalamnya mengandung edukasi, kritik, dan kontrol sosial (Munir, dkk dalam Mazaya, 2011; 1). Permasalahan yang selama ini belum terselesaikan dengan baik adalah kemiskinan. Dilihat dari jumlah penduduk miskin di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 25.95 juta jiwa (sumber: bps.go.id).

Dalam menangani kemiskinan, Islam mempunyai cara tersendiri, yakni mewajibkan umatnya untuk menunaikan zakat. Zakat merupakan bentuk/upaya menyisihkan sebagian

harta untuk kelangsungan hidup umat dan agama. Sayangnya, penunaian zakat di Indonesia belum tergali secara maksimal. Menurut penelitian Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), potensi zakat nasional pada tahun 2015 mencapai Rp 286 Triliun. Dilihat dari data aktual penghimpunan ZIS nasional oleh OPZ resmi, pada tahun 2016 penghimpunan ZIS baru mencapai sekitar Rp 5 triliun, itu artinya realisasi penghimpunan masih cukup jauh dari potensi. Hal ini menunjukkan ketimpangan antara potensi dan realitas penghimpunan. (Outlook Zakat Indonesia, 2018: 3-4).

### **Kurang Pengetahuan**

Menurut laporan BAZNAS, kesenjangan ini dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran wajib zakat (muzakki). Kesadaran pelaksanaan zakat di kalangan Umat Islam masih belum diikuti dengan tingkat pemahaman yang memadai. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai zakat menjadi faktor utama rendahnya perolehan dana zakat, terlebih sebagian masyarakat hanya memahami zakat fitrah yang dikeluarkan saat bulan Ramadhan saja. (Outlook Zakat Indonesia, 2018: 3-4). Sejalan dengan fakta diatas, Ketua Baznas Kabupaten Sragen, Mahmudi mengatakan faktor yang membuat penunaian zakat belum optimal adalah pemahaman tentang zakat masih kurang (Wawancara).

Menindak lanjuti fakta diatas, peneliti melakukan observasi di Majelis Taklim Mar'atus Sholihah Desa Plumbungan Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen. Berdasarkan data yang di peroleh melalui quisioner terbuka menunjukkan bahwa ja'mah mengetahui hukum zakat adalah wajib, akan tetapi sebagian besar belum mengetahui tentang macam harta yang wajib ditunaikan zakatnya. Bukan itu saja, dalam pelaksanaannya masyarakat sering melakukan zakat dengan caranya sendiri. Yaitu dengan mengasihkan kepada *mustahiq* secara langsung dan menggunakan hitungan sesuai keinginannya sendiri. Seperti yang dilakukan Lasmini, ia mengatakan bahwa setiap tahun ia sudah menunaikan zakat hasil panennya dan secara langsung ia kasihkan kepada tetangga yang membutuhkan (wawancara).

Secara prosedur, apa yang dilakukan ibu tersebut bukan tergolong zakat, akan tetapi tergolong dalam sedekah. Karena menurut ketua baznas Kabupaten Sragen zakat harus ditunaikan melalui 'amil. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadinya kesalahpahaman/ketidaktahuan akan zakat dan prosedurnya.

### **Kurang sosialisasi**

Faktor yang kedua adalah kuranya sosialisidan edukasi tentang zakat. Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama Muhammadiyah Amin mengatakan sosialisasi

tentang zakat di Indonesia masih kurang. Hal itu membuat pemanfaatan potensi zakat yang begitu besar di Indonesia sebagai negara dengan penduduk terbesar di dunia belum optimal. Minimnya sosialisasi juga menjadi salah satu faktor kecilnya penunaian zakat (Sumber: [republika.co.id](http://republika.co.id)).

Kurangnya sosialisasi tentang zakat benar adanya, seperti yang terjadi di Baznas Kabupaten Sragen. Adapun sosialisasi yang dilakukan Baznas Kabupaten Sragen selama ini adalah dengan dua cara. *Pertama*, Sosialisasi secara *offline*. Menurut Ketua Baznas Kabupaten Sragen sosialisasi zakat yang dilakukan yakni dengan mengadakan kegiatan seminar yang bekerja sama dengan dinas-dinas pemerintahan, pembuatan naskah khutbah yang di distribusikan ke masjid-masjid. *Kedua*, sosialisasi secara *online*, yaitu melalui media sosial. Baznas mempunyai akun *Instagram* dan *Youtube Chanel*.

Adapun cara diatas memiliki kekurangan masing-masing. *Pertama*, naskah khutbah misalnya, pendengarnya hanyalah laki-laki/suami, sedangkan yang perempuan belum mendapatkan sosialisasi dengan baik. Padahal, kalau dilihat dari jumlah penduduk Kabupaten Sragen berdasarkan jenis kelamin, perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Perempuan sebanyak 452.913 jiwa, sedangkan laki-laki sebanyak 434.976 jiwa. Dalam kategori dewasa, perempuan

sebanyak 357.543 jiwa, sedangkan laki-laki sebanyak 333.902 jiwa. Dengan demikian, demi keseimbangan informasi antara laki-laki dan perempuan hendaknya, perempuan juga mendapatkan sosialisasi dengan baik.

**Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin  
Dikabupaten Sragen**

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	434.976 Jiwa
2	Perempuan	452.913 Jiwa
<b>Total</b>		887, 889 jiwa

Sumber: BPS Kabupaten Sragen

**Tabel 6. Jumlah Penduduk Dalam Kategori Dewasa dan Anak-Anak  
Berdasarkan Jenis Kelamin Dikabupaten Sragen**

No	Kategori	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Dewasa	Laki-laki	333.902 Jiwa
2		Perempuan	357.543 Jiwa
	Anak-anak	Laki-laki	101.074 Jiwa
		Perempuan	95.370 Jiwa
<b>Total</b>			887, 889 jiwa

Sumber: BPS Kabupaten Sragen

**Kedua**, sosialisasi berupa seminar di dinas dan lembaga pemerintahan yang hanya mencakup Aparatur Sipil Negara (ASN). Artinya petani, peternak, pengusaha dan lain-lain belum mendapatkan sosialisasi dengan baik.

**Tabel 7. Jumlah Penduduk Kabupaten Sragen 15 Tahun Keatas Berdasarkan Pekerjaan.**

No	Pekerjaan	Persen
1	Pertanian dan Peternakan	34 %
2	Perdagangan	23 %
3	Industri Pengolahan	18 %
4	Jasa Kemasyarakatan	12 %
5	Lainnya	13 %

Sumber: BPS Kabupaten Sragen

Berdasarkan tabel diatas, petani dan peternak meduduki posisi yang paling banyak. Artinya penduduk Kabupaten Sragen mayoritas berprofesi sebagai petani dan peternak. Oleh karena itu, seharusnya yang lebih di prioritaskan dalam hal sosialisasi tentang zakat adalah petani dan peternak, disusul pedagang, kemudian industri pengolahan. Akan tetapi yang di lakukan oleh Baznas Kabupaten Sragen justru sebaliknya, yakni mengutamakan ASN yang jumlahnya lebih sedikit.

**Ketiga**, melalui media sosial. Baznas Kabupaten Sragen Memiliki media sosial yang berupa akun *instagram* yaitu @baznaskabupatensragen dan *youtube chanel* yaitu Baznas Kabupaten Sragen. Persoalannya terdapat pada pengelolaan media sosialnya, terutama dalam pembuatan konten yang berupa video. Baznas Kabupaten Sragen belum mempunyai konten video untuk sosialisasi, karena belum

mempunyai sumberdaya manusia yang mumpuni dalam pembuatan konten berupa video.

Hal tersebut yang mendorong peneliti untuk membuat video tentang zakat agar mempermudah dalam sosialisasi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Mantan Ketua Umum Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), Didin Hafidhuddin mengatakan bahwa setidaknya ada langkah konkret untuk memaksimalkan potensi zakat di Indonesia. Ia memaparkan, langkah pertama yang harus dilakukan secara bersama-sama untuk memaksimalkan zakat yaitu dengan terus menerus melakukan sosialisasi dan edukasi tentang zakat kepada masyarakat. Menurut dia, hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media, seperti surat kabar, televisi, medsos, dan juga khutbah. Menurut dia, jika langkah tersebut dilakukan oleh Baznas dan Lazis maka akan terjadi perubahan yang sangat signifikan. (Sumber: replublika.co.id).

Menindak lanjuti saran dan solusi yang dikemukakan oleh mantan Ketua Umum Badan Amil Zakat tersebut peneliti ingin membuat produk yang berupa audio-visual. Upaya ini merupakan bentuk usaha menciptakan video yang berbasis dakwah yang memenuhi kebutuhan religius masyarakat indonesia umumnya, dan masyarakat kabupaten

sragen khususnya. Dari keterangan tersebut dapat dapat disimpulkan dalam Tabel 8. berikut ini:

**Tabel 8. Latar Belakang Dan Tujuan Pembuatan Program *Feature Dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”***

Potensi	Masalah	Faktor	Tujuan
Penunaian zakat di Indonesi mampu membantu dan mengurangi kemiskinan. potensi mencapai 256 Triliyun	Penunaian zakat belum maksimal dan masih jauh dari potensi. Zakat yang terkumpul baru mencapai 5 Triliyun.	Minimnya pemahaman	Meningkatkan pemahaman
		Sosialisasi terbatas	Sosialisasi lebih luas
		Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Baznas dan Lazis	Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Baznas dan Lazis

**b) Kajian Produk Yang Sudah Ada**

*Feature* merupakan program televisi yang memiliki rating yang cukup bagus. Artinya program *feature* cukup dinikmati oleh pemirsanya. Melihat indonesia mayoritas muslim, menuntut televisi membuat program bernuansa Islami, terutama Program *feature* yang sekarang sudah merambah pada materi-materi tentang keislaman seperti Khazanah Trans 7, Lentera Islam Net Tv, dll. Berbeda dengan dulu bahwa *feature* hanya mencakup wisata, eksplor flora dan fauna, dll seperti program Jejak Petualang, Panji Sang Penakluk, Laptop Si Unyil dll, memuat materi yang tidak ada kaitannya dengan dunia Islam.

Munculnya program *feature* yang bernuansa Islami menunjukkan perhatian stasion televisi terhadap umat Islam di Indonesia. Program Khazanah Trans 7 merupakan program *feature* yang menarik peneliti untuk membahasnya. Program Khazanah Trans 7 berbeda dengan program televisi yang bernuansa dakwah lainnya. Program Khazanah Trans 7 merupakan program *feature* interpretatif yang selalu membahas dunia keislaman, meliputi; sejarah Islam, akidah Islam, syari'at Islam dll.

Menurut Syarifah Isnaeni dalam kompsiana.com Program Khazanah menggunakan Metode yang lebih menarik dengan menampilkan tayangan yang diselingi gambar-gambar hidup yang informatif. Berbeda dengan stasion televisi yang lain yang menayangkan metode tausyiah dan tanya jawab antar ulama dan pemirsa secara langsung. Meski nilai informasi yang sama, cara penyampaian seperti Khazanah Trans 7 lebih menarik tanpa mengurangi nilai edukasi dan pesan yang disampaikan. (<https://www.kompasiana.com/www.syarifahbms.com/552ba5736ea834ce4b8b456e/kritik-terhadap-tayangan-trans-7> diakses pada 03 Desember 2019 pukul 23.31 WIB)

Terlepas dari keunggulannya, Program Khazanah di Trans 7 kerap kali menyajikan informasi tanpa disertai narasumber yang kompeten. Sehingga, informasi yang

disajikan terkesan diragukan oleh penontonnya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Abdul Wahid dalam liputanislam.com, ia mengatakan bahwa Program Khazanah Trans 7 memang Tidak seperti program siraman rohani Islam seperti *talkshow* yang menitik beratkan pada narasumber, khazanah mengandalkan narator sebagai pembangun utama narasi program acara. Narator ini membacakan skrip yang telah disusun tim produksi melalui intonasi serius dan seringkali disertai dengan berbagai lafadz-lafadz Islami; *insyaallah, na'udzubillah, masyaallah* dan seterusnya. (<http://liputanislam.com/opini/mengkritisi-tayangan-khazanah-trans7/> diakses pada 03 Desember 2019 pukul 00.33 WIB).

Berdasarkan hal diatas, seharusnya Program Khazanah Trans 7 menayangkan informasi/berita tentang agama disertai dengan penerangan informasi dari narasumber yang memenuhi kapasitas keilmuannya, seperti; membahas sejarah Islam disertai pendapat dari sejarawan, membahas tentang tasawuf, ada narasumber dari keilmuan Tasawuf (Akademisi/Dosen/Ulama Tasawuf) dll. Sehingga informasi yang disampaikan benar-benar memiliki berkualitas dan terpercaya.

Dalam hal konten, Program Khazanah seringkali ceroboh, terutama mengulas tentang cara beribadah

masyarakat yang berbeda (Khilafiyah). Tanyangan ini seakan-akan mbingkai ajaran Islam sebagai ajaran yang dijalankan dengan satu cara. Kecerobohan ini seringkali menghasilkan hukum yang kaku. Jika satu tindakan dihukumi sebagai halal, maka diluar itu menjadi haram, sesat, tidak boleh diikuti dan seterusnya. Hal tersebut sempat menimbulkan protes dari berbagai kalangan seperti Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama, Majelis Ulama Indonesia, Front Pembela Islam serta beberapa perwakilan masyarakat lainnya. Akibatnya, Progam Khazanah ditegur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Menurut komisioner KPI Idy Muzayyad mengatakan pelapor keberatan dengan beberapa episode tayangan Khazanah yang dianggap berisi muatan yang bersifat amaliah seperti; ziarah kubur, maulid, tawasul, shalawat badar, dan muatan lainnya. Ia mengungkapkan bahwa pihak Trans 7 mengakui ada beberapa hal yang keliru dalam penayangan beberapa episode Khazanah. Misalnya, narasi yang gambar yang tidak sesuai dan lafadz Al-Qur'an yang tidak tepat. Pihak trans 7 akan melakukan evaluasi untuk memperbaiki dan membenahi tayangan Khazanah tersebut dan akan mengganti episode yang memicu kontroversi dengan episode ralat. (republika.com)

Sebenarnya, Pasal 7 peraturan KPI (Komisi Penyiaran Islam) tentang Standar Program Siaran (SPS) sudah disebutkan bahwa materi agama pada program siaran wajib tidak berisi serangan, penghinaan, pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu, serta menghargai etika hubungan antar umat beragama. Dalam pasal tersebut juga dijelaskan untuk menyajikan muatan berisi perbeaan pandangan atau paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang kompeten dan dapat dipertanggungjawabkan. Berdasarkan pasal tersebut jelas bahwa program Khazanah dalam hal ini melanggar aturan SPS yang telah ditetapkan. Tak heran, jika Program Khazanah mendapatkan teguran oleh KPI. (<https://www.kompasiana.com/www.syarifahbms.com/552ba5736ea834ce4b8b456e/kritik-terhadap-tayangan-trans-7> diakses pada 03 Desember 2019 pukul 23.31 WIB)

## **2. Desain Produk (*Design*)**

Tahap kedua adalah tahap desain atau perencanaan pembuatan *feature*. Tahap ini merupakan perencanaan pembuatan video berdasarkan hasil penelaahan pada tahap analisis. Perencanaan tersebut terdiri dari pembetulan tim produksi, pembagian *jobdesc*, pembuatan jadwal produksi, menentukan alat

produksi menentukan menetapkan biaya produksi dan pembuatan skrip.

Proses produksi *feature* dapat dikatakan sebagai sebuah sistem, artinya antara komponen yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Kegagalan pada salah satu proses akan menyebabkan kesulitan dalam membuat *feature*. Untuk itu, dalam membuat sebuah *feature* diperlukan perencanaan yang matang.

Rancangan yang matang memudahkan kru dalam bekerja, karena dengan bantuan rancangan tersebut mereka mempunyai panduan kerja yang jelas. Rancangan dibuat bertujuan supaya produksi *feature* bisa berjalan efektif dan efisien. Pembuatan *feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” bertujuan untuk mengembangkan strategi dakwah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan multimedia dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Berikut rancangan produksi *feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”:

**a) Materi produksi**

Ditinjau dengan unsur-unsur dakwah, materi produksi termasuk unsur pesan atau materi yang disampaikan dai kepada mad'u. Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini materi yang dipilih dalam *feature* ini adalah zakat. Materi zakat tersebut dibingkai menjadi 3 segmen:

## 1) Segment Pertama

Segment pertama berisikan tentang biografi dan testimoni seorang mustahiq zakat. Ia adalah Jaka Balung. Menurut berita yang dimuat di *solider.co.id* Jaka Balung, dikenal sebagai seniman serba bisa, dari melukis berbasis Ms Word, lukisan kaligrafi, serta olah vokal. Tak hanya itu, bersama komunitasnya, Kelompok Lakon Ngesot Budaya , Jaka Balung tak pelit untuk berbagi ilmu melukis kepada anak-anak panti asuhan yang tak jauh dari tempatnya saat tinggal di Solo.

Melihat fenomena yang kontras, antara kehidupan kota dan desa. Kota yang memiliki sejuta fasilitas pendidikan yang bagus untuk anak-anak, akses pendidikan yang mudah, sedangkan desa yang masih berkuat pada ketiadaan biaya sekolah, jauhnya lokasi sekolah dari tempat tinggal, lalu timbul pertanyaan dalam benak Jaka Balung, mengapa ia tidak berusaha mengadopsi pendidikan kota dengan kearifan lokal sesuai budaya yang dipunyai.

Awal tahun ini Jaka Balung dan tiga temannya merintis berdirinya Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di desanya, Gunung Sono RT 20, Gilirejo, Kecamatan Miri Kabupaten Sragen di bawah Yayasan Pengelola Pendidikan “Yasmine”. Lokasi sekolah yang

dibangunnya berada di rumah sang kakak. Saat mendirikan PAUD, banyak yang mendukung langkah Jaka Balung. Tiga orang guru tak hanya mengajar PAUD, tetapi juga memberdayakan pemuda desa. Tiga guru itu juga diberi honor. Menurut Jaka Balung, dia belajar untuk menghargai kemampuan orang yang sama-sama berjuang. Sedangkan anak-anak yang bersekolah membayar disesuaikan kemampuan para orangtuanya.

Dengan berjalannya waktu, perjuangan jaka balung tersebut diketahui oleh badan amil zakat nasional kabupaten sragen. Dan pada tanggal Agustus 2019 ia mendapatkan bantuan dan suntikan dana untuk keperluan operasional sekolah.

## 2) **Segment Kedua**

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di Dunia. Fakta tersebut menyiratkan bahwa zakat di Indonesia berpotensi besar dan dapat berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan. Mengingat angka kemiskinan di Indonesia masih cukup besar yakni sebanyak 25.95 juta jiwa pada tahun 2018 (sumber: bps.go.id).

Faktanya, potensi zakat di Indonesia belum didukung oleh pencapaian dalam penghimpunan zakat di lapangan. Menurut penelitian Badan Amil Zakat

Nasional (BAZNAS), potensi zakat nasional pada tahun 2015 mencapai Rp 286 Triliun. Dilihat dari data aktual penghimpunan ZIS nasional oleh OPZ resmi, pada tahun 2016 penghimpunan ZIS baru mencapai sekitar Rp 5 triliun, itu artinya realisasi penghimpunan masih cukup jauh dari potensi. Hal ini menunjukkan ketimpangan antara potensi dan realitas penghimpunan.

Menurut laporan BAZNAS, kesenjangan ini dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran wajib zakat (*muzakki*). Kesadaran pelaksanaan zakat di kalangan Umat Islam masih belum diikuti dengan tingkat pemahaman yang memadai. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai zakat menjadi faktor utama rendahnya perolehan dana zakat, terlebih sebagian masyarakat hanya memahami zakat fitrah yang dikeluarkan saat bulan Ramadhan saja. (Outlook Zakat Indonesia, 2018: 3-4).

### **3) Segment Ketiga**

#### **a) Pengertian Zakat**

Zakat merupakan ajaran pokok dalam Islam, yaitu salah satu rukun Islam urutan ketiga setelah syahadat dan shalat. Zakat memiliki kedudukan yang penting dalam Islam, baik dilihat dari sudut pandang *ubudiyah (hablumminallah)* maupun sudut pandang

sosial (*hablumminan-nash*). Secara garis besar zakat dibagi kepada dua yaitu zakat mal (harta) dan zakat fitrah (jiwa) (Saputra, 2010:20). Menurut ma'udi dkk (2004:17) Zakat merupakan ibadah yang memiliki dua sisi. Pada satu sisi zakat merupakan ibadah yang berfungsi sebagai penyucian terhadap harta dan diri pemiliknya, pada sisi lain zakat mengandung makna sosial yang tinggi.

Zakat adalah satu nama yang diberikan untuk harta yang dikeluarkan oleh seorang manusia sebagai hak Allah ta'alah yang diserahkan kepada orang-orang fakir. Dinamakan zakat karena didalamnya terdapat harapan akan adanya keberkahan, kesucian jiwa, dan perkembangan dalam kebaikan.(Sabiq, 2005;1)

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan ketentuan yang berlaku, sebagai penyucian diri dan harta maupun membangun rasa sosial terhadap sesama.

### b) Dasar hukum zakat

Hukum daripada zakat adalah fardlu ‘ain. Allah telah memerintah manusia untuk berzakat yang telah tertulis dalam Al-Qur’an Surat Annisa ayat 77;

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ

“Dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’lah” (QS. An-nisa’: 43)(Departemen Agama RI, 2012:7)

Dilihat dari segi kebahasaan, teks ayat-ayat tentang perintah zakat, sebagian besardalam bentuk *amr*” perintah dengan menggunakan kata “atau” (tunnaikan) yang bermakna ketetapan, segera, sempurnakan sampai akhir, kemudahan mengantar zakat itu kepada orang-orang yang membutuhkan. (Rasjid, 2016; 192)

### b) Sarana produksi

Program *Feature “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat”* merupakan video yang diproduksi khusus oleh produser dan tidak melibatkan rumah produksi manapun, sehingga sarana dan prasarana yang digunakan menyesuaikan kondisi produser. Sarana produksi meliputi seluruh alat dan media yang digunakan untuk membuat Program *Feature “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat”*.

Berikut ini adalah sarana yang digunakan untuk membuat Program *Feature “Jejak Perubahan: Zakat Solusi Untuk Umat”* :

**Tabel 9. Peralatan Produksi**

Jenis Peralatan				Jumlah
Nama	Merek	Tipe	Warna	
<i>Hardware</i>				
Kamera	Canon	600 D	Hitam	1
Pc/ Laptop	Thosiba	Portege 700	Hitam	1
Tripod kamera				1
<i>Clip on</i>	Boya			1
Lighting		100 watt		2
Tripod Linghting				2
<i>Software</i>				
Adobe Premiere	-	Pro cc 2017	-	1
Adobe After efect	-	Pro cc 2017	-	1
Corel Draw	-	x7	-	1
Adobe Audition	-	Pro cc 2017	-	1
Format Factory	-		-	1

**c) Biaya produksi**

Biaya produksi peranan yang penting dalam pembuatan film/video/produk audiovisual lainnya. Daftar

kebutuhan dan pengeluaran sangat diperlukan oleh seorang produser. Tujuannya adalah supaya semua kebutuhan pada saat produksi berlangsung dapat terhitung dan terpenuhi, baik mulai praproduksi, produksi, maupun pascaproduksi, sehingga tidak ada kebutuhan yang tidak dapat dibeli atau dibayar karena kehabisan *budget*. Alokasi pembiayaan perlu dipertimbangkan dengan matang untuk menghindari kurang dana atau pemborosan (Fatimah; 52-53).

Biaya atau pengeluaran yang dibutuhkan untuk memproduksi *Feature “ Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* adalah:

**Tabel 10. Biaya Produksi**

<b>Jenis Biaya</b>		<b>Rincian</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Peralatan</b>	Sewa Kamera	Rp. 100.000 x 3 hari	Rp. 300.000
	Sewa Clip On	Rp. 50.000 x 3 hari	Rp. 150.000
	Sewa Lihgting	Rp. (50.000 x 2) x 3 hari	Rp. 300.000
	Sewa Tripod Kamera	Rp. 50.000 x 3 hari	Rp. 150.000
	Sewa Tripod Lighting	Rp. (50.000 x 2) x 3 hari	Rp. 300.000
<b>Konsumsi</b>		Rp. 600.000	Rp. 600.000
<b>Tranportasi</b>		Rp.	Rp.

		50.000	50.000
<b>Kru</b>	Produser	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Dubber	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Kameraman	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Editor 1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Editor 2	Rp. 100.000	Rp. 100.000
<b>Jumlah</b>			Rp. 2.300.000
<i>Dua Juta Tujuh Ratus Ribu Rupiah</i>			

#### d) Organisasi Produksi

Film merupakan suatu hasil karya kerja sama yang baik dari segenap kru. Berikut ini tugas dan pelaksana atau kru produksi *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”*

**Tabel 11. Organisasi Produksi**

Produser	Maryono	Bertanggung jawab penuh terhadap proses produksi dari perencanaan sampai distribusi
Kameraman	Maryono	Mengambil gambar/ <i>shooting</i> sesuai <i>treatment/screenplay</i> Penulis
Penulis Naskah	Maryono	Menulis naskah berita
Editor	Nur'aini	Merangkai semua unsur

	Fahmi Abdul Ghoni	menjadi Feature “Jejak Perubahan;Zakat Solusi Untuk Umat”
Dubber	Leni	Membantu tugas editor.

#### e) Naskah Produksi

Naskah produksi dapat disebut dengan skrip. Skrip dibuat untuk menjadi pedoman dalam proses produksi.

**Tabel 12. Naskah Produksi**

SEGMENT 1
<p>OV: TK JASMINE ASSALAM/ MERUPAKAN SEKOLAH PENDIDIKAN USIA DINI YANG BERDIRI PADA JANUARI 2019. SEKOLAH BERADA DI DEKAT WADUK KEDUNG OMBO/ TEPATNYA DI DESA GUNUNG SONO/ KELURAHAN GILIREJO/ KECAMATAN MIRI/ KABUPATEN SRAGEN// SEKOLAH INI DIDIRIKAN OLEH SEORANG SENIMAN/ YANG BERNAMA JAKA BALUNG// MELIHAT ADANYA KESENJANGAN DIBIDANG PENDIDIKAN ANTARA DIKOTA DAN DIDESA/ SERTA MINIMNYA AKSES DAN FASILITAS PENDIDIKAN DIDESANYA/ IA TERDORONG UNTUK MENDIRIKAN SEKOLAH UNTUK ANAK-ANAK USIA DIN//</p> <p>WAWANCARA MUSTAHIQ</p> <p>DITENGAH KETERBATASANNYA/ IA TAK PERNAH MENGELUH DAN PATAH SEMANGAT// DEMI MENCERDASKAN ANAK BANGSA DAN TERWUJUDNYA PENDIDIKAN YANG MERATA// IA RELA MENGALOKASIKAN PENDAPATANNYA DARI JUALAN KARIKATUR/ DAN KALIGRAFI/ UNTUK KEBUTUHAN DAN OPERASIONAL</p>

SEKOLAHNYA//

DENGAN BERJALANNYA WAKTU/ PERJUANGAN JAKA BALUNG TEREBUT DIKETAHUI OLEH BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KABUPATEN SRAGEN/ PADA AGUSTUS 2019 IA MENDAPATKAN BANTUAN DAN SUNTIKAN DANA UNTUK KEPERLUAN OPERASIONAL SEKOLAH//

WAWANCARA MUSTAHIQ

JAKA BALUNG SANGAT BERSYUKUR ATAS BANTUAN YANG DITERIMANYA/ DAN IA BERHARAP SEMOGA SEMAKIN BANYAK YANG MENUNAIKAN ZAKAT DAN SEMAKIN BANYAK ORANG YANG TERBANTU//

KISAH JAKA BALUNG TERSEBUT MERUPAKAN WUJUD BAHWA ZAKAT MAMPU MEMBANTU/ DAN MERINGANKAN BEBAN UMAT// ITU ARTINYA/ SEMAKIN BANYAK MASYARAKAT YANG MENUNAIKAN ZAKAT,/SEMAKIN BANYAK MASYARAKAT YANG TERBANTU PULA//

ZAKAT MERUPAKAN RUKUN ISLAM YANG KETIGA/ YANG HUKUMNYA FARDU AIN. ZAKAT MERUPAKAN IBADAH YANG MEMILIKI DUA SISI// PADA SATU SISI ZAKAT MERUPAKAN IBADAH YANG BERFUNGSI SEBAGAI PENYUCIAN TERHADAP HARTA DAN DIRI PEMILIKNYA/ PADA SISI LAIN ZAKAT MENGANDUNG MAKNA SOSIAL YANG TINGGI//

AMBILLAH ZAKAT DARI SEBAGIAN HARTA MEREKA/ DENGAN ZAKAT TERSEBUT ENKKAU MEMBERSIHKAN DAN MENSUCIKAN MEREKA” (QS. AT-TAUBAH: 103)

DARI AYAT TERSEBUT/ ALLAH TELAH MEMERINTAHKAN KEPADA UMATNYA UNTUK MENUNAIKAN ZAKAT// KARENA SESUNGGUHNYA SALAH SATU HIKMAH DARIPADA ZAKAT ADALAH UNTUK MENYELAMATKAN

MANUSIA ITU SENDIRI//

WAWANCARA AKADEMISI:

## SEGMENT 2

INDONESIA SEBAGAI NEGARA DENGAN PENDUDUK MUSLIM TERBESAR DI DUNIA// FAKTA TERSEBUT MENYIRATKAN BAHWA/ POTENSI ZAKAT DI INDONESIA MAMPU MENGURANGI KEMISKINAN// MENINGGAT ANGKA KEMISKINAN PADA TAHUN 2018 MASIH CUKUP BESAR/ YAKNI SEBANYAK 25,95 JUTA JIWA//

MENURUT PENELITIAN BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS)/ POTENSI ZAKAT NASIONAL PADA TAHUN 2015 MENCAPAI RP 286 TRILIUN// DILIHAT DARI DATA PENGHIMPUNAN ZAKAT PADA TAHUN 2016/ BARU MENCAPAI SEKITAR RP 5 TRILIUN/ ITU ARTINYA REALISASI PENGHIMPUNAN MASIH CUKUP JAUH DARI POTENSI// HAL INI MENUNJUKKAN KETIMPANGAN YANG CUKUP TINGGI//

WAWANCARA BAZNAS

MENURUT LAPORAN BAZNAS/ KESENJANGAN INI DIPENGARUHI OLEH RENDAHNYA KESADARAN WAJIB ZAKAT// KESADARAN PELAKSANAAN ZAKAT DI KALANGAN UMAT ISLAM/ BELUM DIKUTI DENGAN TINGKAT PEMAHAMAN YANG MEMADAI// MINIMNYA PENGETAHUAN MASYARAKAT MENGENAI ZAKAT/ MENJADI FAKTOR UTAMA RENDAHNYA PEROLEHAN DANA ZAKAT// TERLEBIH/ SEBAGIAN MASYARAKAT HANYA MEMAHAMI ZAKAT FITRAH YANG DIKELUARKAN SAAT BULAN RAMADHAN SAJA//

WAWANCARA BAZNAS.

SEBAGIAN MASYARAKAT MENUNAIKAN ZAKAT SECARA LANGSUNG./ ARTINYA MEREKA MENUNAIKAN ZAKAT TIDAK MELALUI BADAN/LEMBAGA ‘AMIL ZAKAT// PADAHAL/ BERDASARKAN PROSEDURNYA/ ZAKAT HARUS MELALUI ‘AMIL//

WAWANCARA AKADEMISI.

### SEGMENT 3

SECARA UMUM/ ZAKAT DIBAGI MENJADI DUA/ YAITU ZAKAT FITRAH DAN ZAKAT MALL// ZAKAT FITRAH/ ADALAH ZAKAT YANG WAJIB DIKELUARKAN MUSLIM MENJELANG IDUL FITRI PADA BULAN RAMADHAN// BESAR ZAKAT INI SETARA DENGAN 3,5 LITER (2,5 KILOGRAM) MAKANAN POKOK YANG ADA DI DAERAH BERSANGKUTAN// SEDANGKAN ZAKAT MAL ADALAH ZAKAT KEKAYAAN YANG HARUS DIKELUARKAN DALAM JANGKA SATU TAHUN SEKALI/ YANG SUDAH MEMENUHI NISHAB// MENCAKUP HASIL TERNAK/ EMAS & PERAK/ PERTANIAN (MAKANAN POKOK)/ HARTA PERNIAGAAN/ HASIL KERJA (PROFESI)/ HARTA TEMUAN/ PERTAMBANGAN//

DARI MASING-MASING ZAKAT TERSEBUT MEMILIKI NISHOB DAN KETENTUAN DALAM PENUNAIANNYA;

1. NISHOB ZAKAT EMAS SEBESAR 85 GRAM, ZAKATNYA 2,5 PERSEN, SEDANGKAT NISHOB ZAKAT PERAK ADALAH 595 GRAM, ZAKATNYA 2,5 %
2. NISHOB ZAKAT PERTANIAN ATAU HASIL BUMI IALAH 654 KG, JIKA DIAIRI DENGAN AIR HUJAN, AIR SUNGAI, SIRAMAN AIR YANG TIDAK DENGAN PEMBELIAN ZAKATNYA SEBESAR 10% (SEPERSEPULUH ) JIKA DIARI DENGAN AIR YANNG DIPEROLEH DENGAN PEMBELIAN,

MAKA ZAKATNYA 5% (SEPERDUA PULUH ).

3. ZAKAT HEWAN PETERNAKAN , HEWAN PELIHARAAN YANG WAJIB DIZAKATI ANTARA LAIN, UNTA, SAPI, KUDA, DAN KAMBING.  
ADAPUN NISHOBNYA ANTARA LAIN.  
JIKA MUSLIM MEMILIKI
  - ✓ 25-35 EKOR UNTA ZAKATNYA 1 EKOR UNTA BERUMUR 1 TAHUN
  - ✓ 30-39 EKOR SAPI ZAKATNYA 1 EKOR ANAK SAPI.
  - ✓ 30-39 EKOR KUDA ZAKATNYA 1 EKOR ANAK KUDA.
  - ✓ 5-9 EKOR KAMBING ZAKATNYA 1 EKOR KAMBING.
4. NISHOB DARI PADA PERDAGANGAN DAN ZAKAT PROFESI HITUNGANNYA YAITU SAMA DENGAN NISHOB EMAS YAITU 85 GRAM EMAS.
5. BEGITU PULA ZAKAT HARTA RIKAZ/TEMUAN/PERTAMBANGAN

WAWANCARA AKADEMISI

WAWANCARA BAZNAS

SEKIAN EPISODE JEJAK PERUBAHAN KALI INI// SEMOGA SEMAKIN BANYAK MASYARAKAT YANG MENUNAIKAN ZAKAT DAN SEMAKIN BANYAK ORANG YANG TERBANTU// TERIMAKASIH/ WASSALAMU'ALAIKUM WR.WB//

**Tabel 13. Kebutuhan Gambar/ Shootlist**

No	Pengambilan Gambar
1	TK As-Salam Yasmine
2	<i>Establish</i> Kedung Ombo
3	<i>Establish</i> Gapura Desa Gilirejo
4	<i>Shoot</i> Anak bermain

5	<i>Shoot Kegiatan Belajar Mengajar</i>
6	<i>Close up Interior TK As-Salam Yasmine</i>
7	Subjek Membuat Kaligrafi
8	Wawancara Subjek
9	Subjek Mengajar
10	<i>Establish Kantor Baznas Sragen</i>
11	<i>Shoot Kegiatan Pemasarupan Zakat</i>
12	Wawancara Narasumber 1
13	Wawancara Narasumber 2
14	Info Grafis Zakat dan Nishobnya

### 3. Pengembangan (*Development*)

Pada tahap pengembangan merupakan tahap ke tiga dari ADDIE. Pada tahap ini adalah merealisasikan apa yang sudah disiapkan ditahap perencanaan. Adapun langkah yang dilakukan dalam tahap pengembangan ini adalah sebagai berikut.

#### a. Pra produksi

Pra produksi sebenarnya meliputi tahap analisis dan tahap desain diatas meliputi riset dan segala persiapan sebelum melakukan produksi

#### b. Produksi

Pembuatan video berdasarkan pada skrip dan jadwal yang telah dibuat pada tahap perancangan produk.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan proses pengolahan gambar, audio, narasi, agar menjadi sebuah gambar yang mampu memberikan informasi secara runtut. Adapun pasca produksi meliputi: *editing, dubbing*, dll

d. Validasi/ Pengujian Produk

Setelah video lolos pada tahap perencanaan (design) kemudian video akan divalidasi oleh tim validator ahli. Tim ahli yang dipilih menjadi validator merupakan praktisi-praktisi yang telah berkompeten dibidang-bidang yang terkait. Hasil dari validasi oleh praktisi akan digunakan sebagai perbaikan sebelum video diuji cobakan kepada mad'u.

**4. Implementasi (*Implementation*)**

Setelah video dinyatakan valid dan layak menurut validator ahli maka video dapat di uji cobakan pada mad'u (Jama'ah Maratus Sholihah). Dalam kegiatan ini video diputar di Majelis Taklim Mar'atus Sholihah Desa Plumbungan, Karang Malang Sragen. Tahap ini bertujuan untuk melihat seberapa tinggi peningkatan pemahaman jama'ah terkait materi video.

**5. Tahap evaluasi (*Evaluation*)**

Tahap evaluasi ini dilakukan disetiap tahapannya. Pada tahap desain/perencanaan dievaluasi oleh dosen pembimbing. Selanjutnya pada tahap produksi/pengembangan di evaluasi oleh

tim validato. Kemudian pada tahap implementasi di evaluasi oleh jamaah.

### **C. Instrumen Penilaian Uji Coba Produk**

Menurut Sugiyono (2015: 267) validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang disebut valid yaitu data yang dapat digunakan untuk mengukur objek. Validitas menurut Suharsimi Arikunto (2012: 211) validitas adalah suatu ukuran untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesakhian suatu instrumen. Validasi instrument secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: validitas internal dan validitas eksternal.

#### **1. Pengujian internal**

Validitas internal terdiri atas validitas isi dan validitas konstruk. Validitas isi dan konstruk dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji kelayakkan produk audio visual untuk materi tentang zakat kepada ahli media dan ahli materi. Para ahli yang dipilih disesuaikan dengan bidangnya. Pada penelitian ini ahli yang di pilih adalah ahli media yang mengerti tentang media audio visual, sedangkan ahli materi di pilih sesuai dengan keahlian untuk materi tentang zakat.

Ahli media yang peneliti pilih adalah Agung Cahyono. Peneliti menetapkan beliau sebagai ahli media berdasarkan pekerjaannya. Beliau merupakan seorang akademisi sekaligus

praktisi media. Beliau seorang dosen konsentrasi televisi dakwah di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Ia juga bekerja sebagai *Station Manager* di sebuah televisi lokal semarang yaitu IMTV semarang serta wakil *CEO ketapelnews.com*. Dengan latar belakang tersebut tentunya beliau paham serta mampu memberikan penilaian serta masukan terhadap Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”.

**Tabel 14. Kisi kisi Ahli Media**

<b>No.</b>	<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Butir</b>
1	Penyajian Video	Kualitas Gambar	1,2,3,4
		Kualitas Suara	11,12,13,14,15
		Pemilihan <i>Font</i>	8,9,10
		Kualitas desain	5,6,7
2	Kemanfaatan	Mempermudah memahami materi	16
		Memberikan fokus perhatian	17, 18, 19

Ahli materi yang peneliti pilih adalah Prof. DR. Ahmad Rafiq, MH. Peneliti menetapkan beliau sebagai ahli materi berdasarkan pekerjaannya. Beliau merupakan seorang akademisi sekaligus praktisi zakat. Beliau seorang dosen Ilmu Fiqih dan guru besar Hukum Islam di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. beliau juga

pernah bekerja sebagai Ketua UPZ (Unit Pengumpulan Zakat) Masjid Agung Jawa Tengah. Dengan latar belakang tersebut tentunya beliau paham serta mampu memberikan penilaian serta masukan terhadap materi zakat Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”.

**Tabel 15. Kisi kisi Ahli Materi**

No.	Aspek	Indikator	Butir
1	Kualitas materi	Kelengkapan materi	1,2,4,5
		Kedalaman materi	3
2	Kemanfaatan materi	Peningkatan pengetahuan	7, 8
		Memotivasi	6

## 2. Pengujian external

Validitas eksternal dilakukan setelah validasi internal selesai yaitu dengan menguji kelayakkan produk media audio visual untuk materi tentang zakat secara eksternal. Pengujian external ini merupakan tahapan implementasi. Artinya, video yang sudah jadi, diimplementasikan/ digunakan sebagai media dakwah. Video yang sudah jadi di pertontonkan kepada *mad'u* untuk dimintai pendapat mengenai video tersebut agar pembuat video mengetahui kelayakan video tersebut.

Peneliti memilih Jama'ah Mar'atus Sholihah Desa Plumbungan Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen sebagai penonton. Peneliti memilih jama'ah tersebut dikarenakan beberapa hal. *Pertama*, dilihat dari sosialisasi yang dilakukan

Baznas Kabupaten Sragen selama ini belum menyentuh para ibu-ibu/istri. Padahal kalau melihat jumlah penduduk Kabupaten Sragen berdasarkan tabel 5 perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Seharusnya sosialisasi yang dilakukan lebih memprioritaskan perempuan.

*Kedua*, kaitannya dengan zakat, ibu memiliki peran penting dalam hal Zakat berkaitan dengan harta. Tidak dapat dipungkiri bahwa pengelolaan harta dalam sebuah rumah tangga dipegang oleh ibu. Sehingga yang mempunyai keputusan atas harta/uang akan digunakan atau tidak adalah ibu. Menurut Rahmah dalam Astutik (2018;37-38) seorang ibu memiliki peran yang sangat penting dalam rumah tangganya, terutama dalam mengatur atau mengelola keuangan keluarga. Iklima dalam Rini (2019;36-37) menyampaikan bahwa ibu memiliki beberapa fungsi dalam keluarga. Salah satu fungsi tersebut adalah fungsi ekonomi, yaitu ibu sebagai penopang kehidupan keluarga (mencari nafkah), dan pengelola keuangan keluarga. Bukan itu saja, Rini menegaskan meskipun kepala keluarga adalah laki-laki/suami, akan tetapi, dalam hal pengambilan keputusan suami dan istri sebetulnya seimbang. (Rini, 2019; 94) tak heran, jika dalam hal pengambilan keputusan sering bertolak belakang antara suami dan istri.

Dengan demikian, demi keseimbangan informasi yang diterima antara laki-laki (Suami) dan perempuan (Istri) dan demi selarasnya tujuan untuk menunaikan zakat dalam keluarga.

Peneliti memilih ibu-ibu sebagai penonton/*mad'u*, sedangkan bapak-bapak seharusnya sudah mendapatkan informasi tentang zakat melalui khutbah jum'at.

*Ketiga*, Jama'ah Mar'atus Sholihah terletak di Desa Plumbungan Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen. Berdasarkan jumlah keluarga sekecamatan Karangmalang, Desa Plumbungan memiliki jumlah keluarga paling banyak dibandingkan dengan desa yang lain yakni sebanyak 3.740 keluarga. 249 keluarga tergolong keluarga prasejahtera. Dan sisanya tergolong keluarga sejahtera. Dengan demikian, ada indikasi bahwa terdapat banyak muzakki di Jama'ah tersebut. Jumlah keluarga perdesa se-Kecamatan Karangmalang bisa dilihat tabel dibawah ini.

**Tabel 16. Jumlah Keluarga tiap desa di Kecamatan Karangmalang Tahun 2018**

No	Desa	Jumlah Keluarga
1	Kedung Waduk	1.874
2	Jurangjero	2.155
3	Saradan	890
4	Plosokerep	1.408
5	Guworejo	1.550
6	Puro	3.416
7	Mojorejo	1.797
8	Pelemgadung	2.330
9	Plumbungan	3.740
10	Kroyo	3.176
<b>Jumlah</b>		12.517

**Tabel 17. Kisi kisi Penonton**

No.	Aspek	Indikator	Butir
1	Penyajian video	Kualitas gambar	12, 13
		Kualitas suara	14, 15
2	Kemanfaatan video	Mempermudah memahami materi	8
		Memberikan fokus perhatian	9, 10, 11
3	Kemanfaatan materi	Menambah pengetahuan	1, 2, 3, 5, 6,7
		Memotivasi	4

#### **D. Teknik Analisis Data**

Teknik analisa data merupakan suatu langkah setelah data terkumpul (Arikunto, 2013 : 273). Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber setelah melakukan penelitian dengan wawancara, angket, dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis wawancara dan angket adalah teknik analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif persentase yang di dapat dari angket yang telah diisi dan hasil wawancara yang telah dilakukan. Data yang diperoleh berasal dari guru dan siswa sebagai responden. Hasil penilaian angket pada produk dihitung dengan rumus deskripsi persentase.

Angket validasi pada ahli media dan ahli materi menggunakan skala *Likert*. Skala *likert*, yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang suatu kejadian. Dalam penelitian ini indikator-indikator pada setiap aspek yang dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau penilaian yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai tabel 18 berikut:

**Tabel 18 . Skala *Likert* Pernyataan Positif (Arikunto, 2010)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Cukup (C)	3
Kurang Baik (KB)	2
Sangat Kurang (SK)	1

Hasil dari validasi ahli media dan ahli materi dapat dihitung tingkat pencapaiannya. Rumus yang digunakan untuk menghitung presentase sebagai berikut:

$$Presentase \% = \frac{\text{Jumlah nilai yang dicapai (Na)}}{\text{Jumlah nilai maksimum (Nx)}} \times 100\%$$

Sebagai ketentuan dalam memberikan makna dan pengambilan keputusan, maka digunakan ketentuan dijelaskan pada tabel 19 berikut:

**Tabel 19. Konversi Tingkat Pencapaian dengan skala 5  
(Akbar, 2013 : 42)**

<b>Persentase</b>	<b>Kategori</b>	<b>Keterangan</b>
81%-100%	Sangat Layak	Dapat digunakan tanpa revisi
61% - 80%	Layak	Dapat digunakan namun perlu direvisi
41% - 60%	Kurang Layak	Disarankan tidak dipergunakan karena perlu revisi besar
21% - 40%	Tidak Layak	Tidak boleh depergunakan
0% - 20%	Sangat Tidak Layak	Tidak boleh dipergunakan

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pengembangan (*Development*)**

Pada tahap pengembangan merupakan tahap ke tiga dari ADDIE. Pada tahap ini adalah merealisasikan apa yang sudah disiapkan ditahap perencanaan. Adapun langkah yang dilakukan dalam tahap pengembangan ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Pra Produksi**

Praproduksi merupakan tahap paling penting dalam sebuah produksi video, yaitu merupakan semua tahapan persiapan yang sebelum sebuah produksi dimulai. Semakin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi itu sendiri. (Fahrudin, 2014; 10 Dalam merencanakan produksi Program *Feature* Dakwa “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”. meliputi sebagai berikut:

##### a) Menemukan ide

Ide Program *Feature* Dakwa “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” muncul berdasarkan keresahan peneliti terkait dengan kemiskinan yang terjadi di Indonesia serta minimnya, yang menunaikan zakat. Bukan itu saja, peneliti juga menyayangkan adanya program televisi yang bernuansa Islami, tetapi tidak mematuhi aturan Standar Program Siaran yang telah ditetapkan oleh

KPI. Program televisi yang dimaksud adalah Khazanah Trans 7.

Program Khazanah Trans 7 merupakan program siaran televisi yang selalu membahas tentang materi agama Islam. Dalam hal konten, Program Khazanah seringkali ceroboh, terutama mengulas tentang cara beribadah masyarakat yang berbeda (Khilafiyah). Tanyangan ini seakan-akan membingkai ajaran Islam sebagai ajaran yang dijalankan dengan satu cara. Seperti; edisi 19 Mei 2013 yang membahas sholawat, edisi april 2013 membahas tentang istighosah. dan edisi 31 oktober membahas tentang syiah bukan Islam. Hal tersebut sempat menimbulkan protes dari berbagai kalangan seperti Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama, Majelis Ulama Indonesia, Front Pembela Islam serta beberapa perwakilan masyarakat lainnya. Akibatnya, Progam Khazanah ditegur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). (liputanislam.com)

Selain itu, Program Khazabah Trans 7 seringkali menayangkan materi agama tidak disertai dengan narasumber yang kompeten. Padahal berdasarkan Pasal 7 peraturan KPI (Komisi Penyiaran Islam) tentang Standar Program Siaran (SPS) tahun 2012 sudah disebutkan bahwa materi agama pada program siaran wajib tidak

berisi serangan, penghinaan, pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu, serta menghargai etika hubungan antar umat beragama. Dalam pasal tersebut juga dijelaskan bahwa dalam menyajikan muatan berisi perbeaan pandangan atau paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang kompeten dan dapat dipertanggungjawabkan (kpi.go.id) . Berdasarkan pasal tersebut jelas bahwa program Khazanah dalam hal ini melanggar aturan SPS yang telah ditetapkan. Tak heran, jika Program Khazanah mendapatkan teguran oleh KPI.

Berdasarkan kategori ide menurut Fachruddin, Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” tergolong dalam pencarian ide berdasarkan pengalaman diri sendiri, jaringan informan, dan penela’ah berita. Pengalaman diri sendiri, ide yang memang muncul dari peneliti sendiri.

Jaringan informan, merupakan bentuk ide dari orang lain. Dalam hal ini, merupakan ide pendukung yang mendorong peneliti untuk memproduksi Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” yaitu keresahan orang-orang sekitar terkait dengan Program Khazanah Trans 7 yang sempat ditegur oleh KPI

terkait kecerobohan dalam penyangan materi yang bersifat khilafiyah.

Penelaahan berita, merupakan ide yang berasal dari berita. Dalam hal ini meliputi; adanya pemberitahuan mengenai teguran KPI terhadap Program Khazanah Trans 7 yang dimuat di [republika.co.id](http://republika.co.id) serta berita terkait Kurangnya sosialisasi tentang zakat yang dimuat di [republika.co.id](http://republika.co.id).

b) Membuat Perencanaan

Membuat perencanaan dalam hal ini adalah menentukan sudut pandang, menentukan narasumber, membuat skrip, menetapkan biaya produksi, peralatan produksi, dll. Dalam merencanakan tersebut perlu adanya ketelitian dan kematangan agar pelaksanaan produksi dapat berjalan dengan lancar.

Terdapat kendala dalam proses perencanaan produksi Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”; *Pertama*, yaitu dalam penetapan objek (*mustahiq*) yang akan diekspos. mulanya penetapan tersebut berdasarkan rekomendasi dari Baznas Sragen adalah Bapak Tugimin, yaitu salah seorang *mustahiq* yang menerima zakat produktif (permodalan) akan usaha kripik pisanginya. Bapak Tugimin ini dianggap sudah berhasil dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi,

setelah ditelusuri lebih lanjut keberhasilan Pak Tugimin bukan karena usaha keripik tersebut, akan tetapi karena usaha ayam, dan usaha keripik tersebut sudah tutup. Karena tidak sesuai harapan, maka kemudian peneliti mencari objek lain, sesuai rekomendasi dari Baznas Sragen yaitu Mas Jaka Murtanto.

Dari kendala diatas, dapat digarisbawahi bahwa riset dan survei merupakan proses yang sangat penting sebelum menetapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang akan dibuat. Fachrudin (2014; 242) menegaskan bahwa riset merupakan kunci keberhasilan sebuah program acara.

## **2. Produksi**

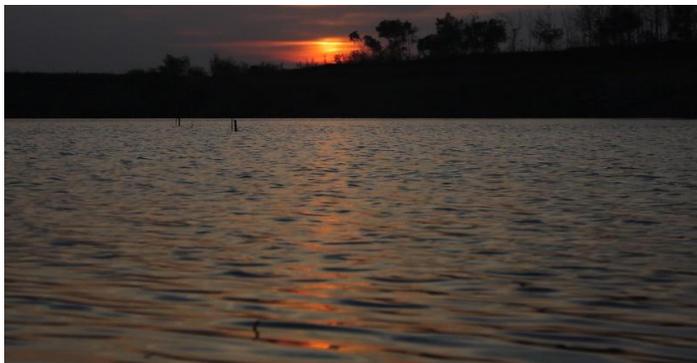
Produksi adalah pelaksanaan perubahan bentuk naskah menjadi bentuk auditif dan visual. (Nugroho, 2014; 108). Proses produksi video (*feature*) dapat dikatakan sebagai sebuah sistem, artinya antara komponen yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Kegagalan pada salah satu proses akan menyebabkan kesulitan dalam membuat video yang enak ditonton dan memiliki kesinambungan alur yang utuh. Untuk itu, dalam membuat sebuah *feature* diperlukan perencanaan yang matang.

Rancangan yang matang memudahkan kru dalam bekerja, karena dengan bantuan rancangan tersebut mereka mempunyai bayangan dan panduan kerja yang jelas. Hal ini bisa mengefektifkan tugas kru dan mengefisienkan waktu produksi.

Produksi *Program Feature Dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* berdasarkan pada skrip dan jadwal yang telah dibuat pada tahap perancangan produk. Setelah selesai pengambilan gambar lalu dilakukan proses editing untuk menyempurnakan video. Setelah proses editing video selesai dilakukan langkah selanjutnya adalah melakukan penilaian dan evaluasi terhadap video yang sudah jadi. Adapun pengambilan gambar berdasarkan *shootlist* secara singkat peneliti paparkan sebagai berikut:



**Gambar 2. TK As-Salam Yasmine**



**Gambar 3. Establish Kedung Ombo**



**Gambar 4. Establish Gapura Desa Gilirejo**



**Gambar 5. Shoot Anak bermain**



**Gambar 6. Shoot Kegiatan Belajar Mengajar**



**Gambar 7. Close up Interior TK As-Salam Yasmine**



**Gambar 8. Subjek Membuat Kaligrafi**



**Gambar 9. Wawancara Subjek**



**Gambar 10. Subjek Mengajar**



**Gambar 11. Establish Kantor Baznas Sragen**



**Gambar 12. Shoot Kegiatan Pemasaruran Zakat**



**Gambar 13. Wawancara Narasumber 1**



**Gambar 14. Wawancara Narasumber 2**



**Gambar 15. Grafis Zakat**

Dalam proses pengambilan gambar sedikit mengalami kendala terkait cuaca. Cuaca yang awalnya cerah, seketika berubah menjadi mendung dan hujan lebat. Hal tersebut mengakibatkan pengambilan gambar kurang bagus dari segi pencahayaan dan suara. Sehingga proses pengambilan video tertunda selama kurang lebih 3 jam. Dalam mengatasi permasalahan seperti ini, pelaksana produksi harus mampu mengambil inisiatif secara cepat dan tepat.

### **3. Pasca Produksi**

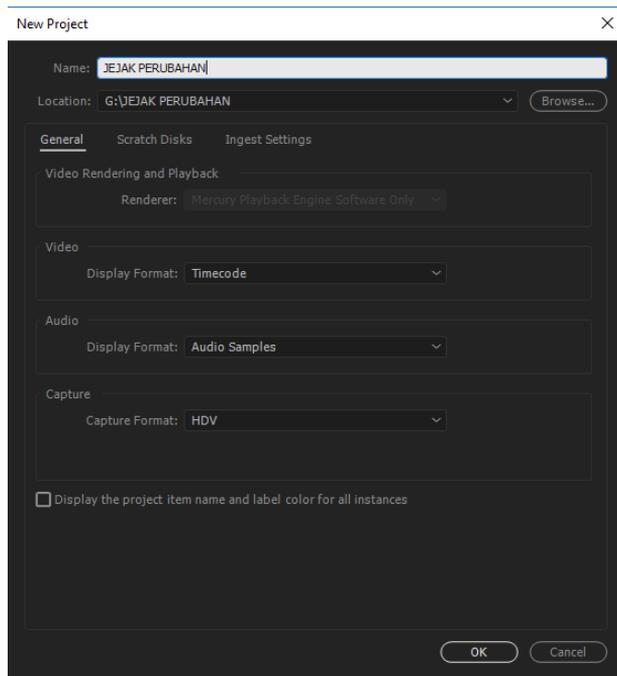
Pasca Produksi (*Post Produccion*) merupakan suatu kerja pada tahapan terakhir dari bahan yang telah diproduksi. Pasca produksi meliputi: penyuntingan gambar dan suara, pengisian grafik, pengisian narasi, pengisian ilustrasi musik, pengevaluasian program (Nugroho, 2014; 110).

#### *a) Editing*

Proses *editing* Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” Menggunakan

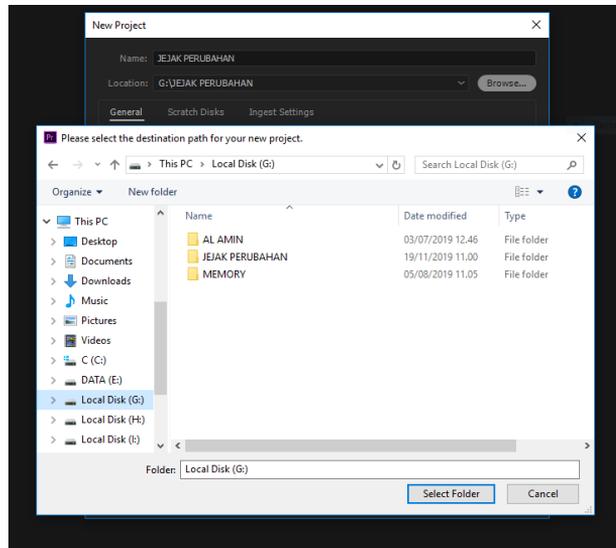
aplikasi *Adobe Premiere Pro CC 2017*. Adapun proses *editing* Secara singkat sebagai berikut:

- 1) Buka Aplikasi *Adobe Premiere Pro CC 2017*.
- 2) Pilih *New Project*
- 3) Tulis Nama File seperti gambar dibawah ini:



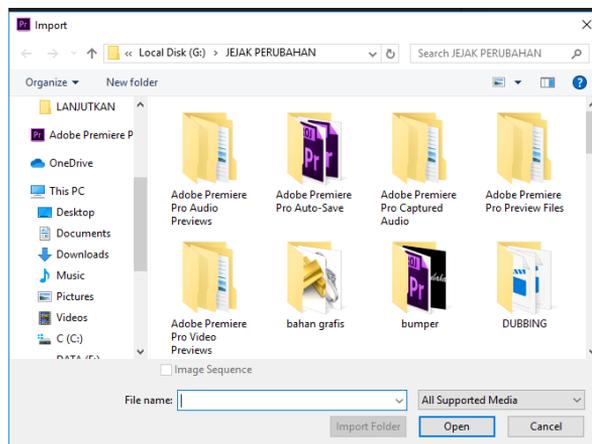
**Gambar 16. Penamaan File**

- 4) Klik *Browser*, Untuk menentukan penyimpanan *file* tersebut.



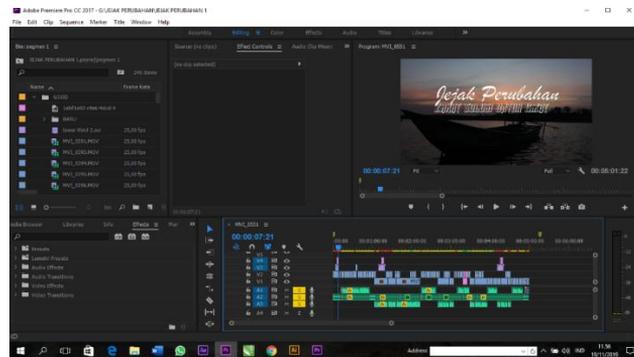
**Gambar 17. Penyimpanan File**

- 5) Kemudian, memasukkan segala data yang perlu diedit. Dengan cara klik *File-Import*-pilih data (video, audio, gambar) yang akan dimasukkan.



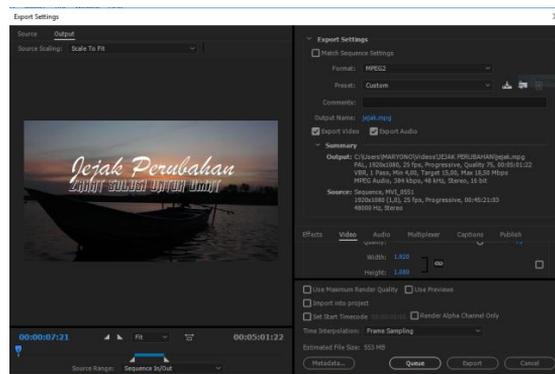
**Gambar 18. Import File**

- 6) Urutkan gambar sesuai dengan alur cerita/informasi. Dengan memotong dan memberikan transisi gambar. Adapun beberapa transisi yang digunakan, antara lain; *cut*, yaitu perpindahan langsung secara tegas dari satu *shoot* ke *shoot* berikutnya, *dissolve*, yaitu perpindahan *shoot* secara berangsur-angsur, *shoot* pertama hilang secara perlahan menuju *shoot* berikutnya. *Fade in*, suatu *shoot* secara perlahan muncul kegelapan, dari redup makin lama akan menjadi terang (Nugroho, 2014; 221-224).
- 7) Memberikan efek, adapun beberapa efek yang digunakan antara lain: *Warp Stabilizer* yaitu mensabilkan gambar apabila gambar terlalu goyang. *Adaptive de noiser*, yaitu mengurangi *noise* dalam suara/audio. *Chromakey/ colorkey*, memotong /menghilangkan *background* dan dimasukkan kedalam latar belakang lain. (Nugroho, 2014;225)
- 8) Kemudian, memasukkan narasi *dubbing* dan *soundtrack*, Atur volume narasi dan volume *soundtrack*.



**Gambar 19. Editing Video**

- 9) Jika proses penataan gambar, musik, dan narasi sudah selesai, maka tahap selanjutnya adalah *export* video sesuai perencanaan pada spesifikasi produk. Video *Feature* “*Jejak Perubahan Zakat Solusi Untuk Umat*” di *Export* dengan format MPEG2 dengan skala 16:9 ukuran 1920:1080 kualitas *Full HD*.



**Gambar 20. Export File**

## b) Dubbing

*Dubing* / Rekaman suara adalah suatu usaha/ kegiatan menangkap dan mendokumentasikan informasi

yang berupa suara (Nugroho,2014;196). Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” Menggunakan aplikasi *recorder* yang terdapat di aplikasi android. Adapun *dubber*-nya adalah Leni. Ia merupakan mantan penyiar MBS FM.

c) *Desain Grafis*

Desain grafis dalam pembuatan video merupakan bagian dari proses *editing*. Akan tetapi *editing* pada bagian gambar seperti pembuatan *lowerthird*, Pembuatan *Bumper*, dan pembuatan info grafis pendukung narasi. Adapun pembuatan *lowerthird* menggunakan aplikasi *After Effect Pro CC 2017*, pembuatan *Bumper* menggunakan *Aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2017*, dan pembuatan info grafis pendukung menggunakan aplikasi *Power Point 2016*.

Dalam proses pasca produksi sedikit memiliki hambatan yang bersifat teknis. Hambatan tersebut berupa salah satu editor Jejak perubahan zakat solusi untuk umat mendadak sakit, sehingga perlu adanya editor baru yang memback up agar proses editing dapat berjalan dengan lancar.

Adapun hambatan pra produksi hingga pasca produksi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 20. Hambatan produksi**

No	Hambatan	Solusi
1	Objek <i>Mustahiq</i> Tidak sesuai dengan tujuan	Ganti Objek <i>Mustahiq</i>
2	Cuaca Hujan	Menunggu hujan reda
3	Editor Sakit	Ganti editor

#### 4. Validasi

Video yang telah diproduksi sebagai produk awal, selanjutnya dilakukan uji kelayakan media sebagai media dakwah. Data hasil validasi dan revisi digunakan untuk mengetahui ketersesuaian media video dengan kebutuhan berdasarkan pemikiran rasional, dan belum merupakan fakta di lapangan. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dari aspek materi dan uji validitas dari aspek media. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui dan mengevaluasi instrumen dan video yang diproduksi sesuai dengan tujuan. Berikut hasil validasi oleh para ahli:

##### a. Deskripsi data oleh ahli materi

Validator yang pertama adalah ahli materi, yaitu Dosen ilmu fiqh UIN Walisongo Semarang yaitu Prof. Dr. Ahmad Rafiq. M.A. Validitas data mencakup aspek kualitas materi dan aspek kemanfaatan materi. Setelah dilakukan uji validasi oleh ahli materi juga menghasilkan data deskriptif berupa masukan dan saran terhadap program *feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk*

*Umat* . Data masukan dan saran dapat dilihat pada table 21.

**Tabel 21**  
**Penilaian Program *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* oleh Ahli Materi**

NO	EVALUASI MATERI	SS	S	KS	TS	STS
	Nilai	5	4	3	2	1
<b>Aspek Kualitas Materi</b>						
1	Materi zakat sudah lengkap			✓		
2	Materi di dalam tayangan sudah sesuai dengan ajaran agama Islam		✓			
3	Materi sudah mendalam			✓		
4	Pemilihan diksi dalam narasi		✓			
5	Pemilihan narasumber sudah tepat		✓			
<b>Aspek Kemanfaatan Materi</b>						
6	Materi menginspirasi		✓			
7	Membantu memahami materi		✓			
8	Menambah pengetahuan		✓			
			<b>24</b>	<b>6</b>		
<b>Jumlah skor</b>		<b>30</b>				
<b>Jumlah maksimum</b>		<b>40</b>				

Terdapat 2 Indikator dalam aspek ahli materi. Indikator tersebut yakni kualitas materi dan kemanfaatan materi, jumlah skor keseluruhan adalah 30, dengan rata-rata skor 4. Berdasarkan presentase uji kelayakan aplikasi dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase} &= \frac{\text{Skor Total}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \\
 &= \frac{30}{40} \times 100\% \\
 &= 75\%.
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil diatas, menurut kriteria kelayakan menurut akbar (2013) jumlah ini menunjukkan bahwa Program *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* Layak dengan revisi. Adapun revisi tersebut seperti yang tertera pada tabel 22 dibawah ini.

**Tabel 22. Masukan dan Saran Ahli Materi**

Nama Validator	Masukan dan Saran
Prof. Dr. H. Ahmad Rafiq. M.H	Perlu ditambahi materi tentang; <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zakat secara istilah dan penerapannya di era kontemporer</li> <li>2. Perlu diperkaya dengan filosofi zakat, “diambil dari orang kaya diberikan kepada mustahiq”</li> <li>3. Empat fungsi Amil Zakat;               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menjamin terlaksananya zakat. Karena naluri manusia itu bakhil.</li> <li>✓ Menjaga “Air muka mustahiq”, karena tidak bertemu langsung dengan muzakki.</li> <li>✓ Mengontrol agar mustahiq tidak menerima dari banyak muzakki</li> <li>✓ Menyeleksi dalam distribusi zakat yang produktif. (zakat mal)</li> </ul> </li> </ol>

#### **b. Deskripsi data oleh ahli media**

Data validasi dari ahli media diperoleh dengan cara memberikan media video beserta kisi-kisi instrumen dan

instrumen penilaian. Ahli media kemudian memberikan penilaian, saran/ masukan terhadap video tersebut dengan cara mengisi angket yang telah disediakan. Setelah ahli materi melakukan penilaian, maka akan diketahui kelemahan dan kekurangan yang terdapat pada media video tersebut untuk kemudian direvisi.

Validator yang kedua adalah ahli media, yakni dosen konsentrasi televisi UIN Walisongo Semarang yaitu bapak Agung Cahyono. Validitas data mencakup aspek tampilan video dan manfaat video. Setelah dilakukan uji validasi oleh ahli media juga menghasilkan data deskriptif berupa masukan dan saran terhadap Program *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*. Data penilaian oleh Ahli media dapat dilihat pada tabel 23 dan data masukan dan saran dapat dilihat pada table 24 dibawah ini:

**Tabel 23. Data Penilaian Ahli Media**

NO	KRITERIA PENILAIAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Aspek Tampilan</b>						
1	Gambar menarik		✓			
2	Gambar jelas/ tidak kabur		✓			
3	Pengambilan gambar variatif		✓			
4	Teknik pengambilan gambar bagus		✓			
5	<i>Bumper</i> bagus		✓			
6	<i>Lowerthird</i>		✓			
7	Kombinasi warna menarik		✓			

8	Teks mudah di baca		✓		
9	Teks membantu memperjelas gambar	✓			
10	Pemilihan font bagus	✓			
11	Suara narasi terdengar dengan jelas	✓			
12	Intonasi suara bagus	✓			
13	Musik pengiring terdengar dengan jelas	✓			
14	Musik pengiring bagus	✓			
15	Seimbang antara suara dan musik	✓			
<b>Aspek Manfaat</b>					
16	Gambar memperjelas materi	✓			
17	Font menambah daya Tarik	✓			
18	Musik pengiring menambah daya Tarik	✓			
19	Gambar menambah daya tarik	✓			
		72	3		
<b>Jumlah Skor</b>		<b>75</b>			
<b>Jumlah maksimum</b>		<b>95</b>			

Terdapat 2 Indikator dalam aspek ahli media. Indikator tersebut yakni file aplikasi dan pengoprasian aplikasi. File aplikasi memperoleh rata-rata 5 yang termasuk dalam kategori sangat layak dan pengoprasian aplikasi memperoleh rata-rata 4.25 yang termasuk dalam kategori layak uji. Berdasarkan tabel 20 diperoleh jumlah skor 27, dengan rata-rata skor 4,5. Berdasarkan presentase uji kelayakan aplikasi dengan rumus:

$$\text{Presentase} = \frac{\text{Skor Total} \times 100\%}{\text{Skor Maksimal}}$$

$$= \frac{75 \times 100\%}{95}$$

$$= 78,9\%$$

= 78,9 % dengan kategori layak.

Berdasarkan hasil diatas, menurut kriteria kelayakan menurut akbar (2013) jumlah ini menunjukkan bahwa Program *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat* layak untuk digunakan.

**Tabel 24. Masukan dan Saran Ahli Media**

Nama Validator	Masukan dan Saran
Agung Cahyono	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ganti Warna Pada <i>Lower Third</i> agar tulisan kelihatan lebih jelas</li> <li>2. Tambah <i>insert</i> saat wawancara berlangsung, agar tidak monoton.</li> </ol>

Berdasarkan penilaian kelayakan yang terdapat pada tabel diatas ahli media menyatakan bahwa Program *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* layak digunakan. namun ada beberapa catatan dari para ahli pada produk tersebut yaitu ganti warna pada *lower third* agar tulisan kelihatan lebih jelas dan tambah *insert* saat wawancara berlangsung, agar tidak monoton.

### **B. Implementasi (*Implementation*)**

Setelah video dinyatakan valid dan layak menurut validator ahli maka video dapat di uji cobakan pada mad'u (Jama'ah Maratus

Sholihah). Dalam kegiatan ini video diputar di Majelis Taklim Mar'atus Sholihah Desa Plumbungan, Karang Malang Sragen. Tahap ini bertujuan untuk melihat seberapa tinggi peningkatan pemahaman jama'ah terkait materi video.

Uji pengguna akhir dilakukan secara tertutup oleh Jama'ah Mar'atus Sholihah yang berjumlah 20 orang diambil secara random dari berbagai dusun. Data yang diperoleh dari penilaian produk oleh jama'ah berupa isian angket sebanyak 15 butir pernyataan dengan 5 pilihan jawaban pernyataan. Aspek penilaian yang diberikan kepada Jama'ah Mar'atus Sholihah yaitu aspek kemanfaatan materi dan aspek kemanfaatan. Jama'ah juga diminta untuk mengisi kolom masukan dan saran untuk pengembangan produk selanjutnya. Hasil yang didapatkan dari masukan dan saran cukup sedikit, karna Program *Feature "Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat"* diuji cobakan kepada jama'ah, video ini telah melalui tahap validasi oleh para ahli. Data hasil responden dapat dilihat pada tabel 25.

**Tabel 25. Hasil Penilaian Angket Responden**

<b>Nama</b>		<b>Skor</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Kategori</b>
Puji Rahayu	Ibu Rumah Tangga	61	81,3 %	Sangat Layak
Siti Lestari	Ibu Rumah Tangga	60	80 %	Layak
Tri Susilowati	Petani	57	76 %	Layak
Sri Murtini	Wiraswasta	60	80 %	Layak
Ny. Surono	Ibu Rumah Tangga	63	84 %	Sangat Layak
Sriyatun	Petani	55	73,3 %	Layak

Arum	Pedagang	58	77,3 %	Layak
Suparni	Petani	57	76 %	Sangat Layak
Ismiyatun	Guru	70	93,3 %	Layak
Sri Suwarni	Ibu Rumah Tangga	65	86,6 %	Sangat Layak
Lastinah	Petani	69	92 %	Sangat Layak
Sutarmi	Petani	53	70,6 %	Sangat Layak
Wartini	Petani	62	82,6 %	Layak
Suginem	Ibu Rumah Tangga	52	69,3 %	Sangat Layak
Endang S.	Guru	59	78,6 %	Layak
Mariyem	Ibu Rumah Tangga	61	81,3 %	Layak
Wilda	Wiraswasta	60	80 %	Layak
Yayuk	Buruh Pabrik	54	72 %	Layak
Warsini	Wiraswasta	56	74,6 %	Layak
Astutik	Guru	58	77,3 %	Layak
<b>Rata-Rata</b>		<b>61</b>	<b>79,3 %</b>	<b>Layak</b>

Berdasarkan tabel diatas dalam penilaian angket responden Terdapat 2 aspek penilaian responden. Aspek tersebut yakni aspek kemanfaatan materi dan aspek kemanfaatan. Dari keseluruhan Aspek yang terdapat pada Program *Feature Dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* memperoleh rata rata nilai 79,3% yang termasuk dalam kategori layak, artinya Program *Feature Dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* layak untuk digunakan/dipublikasikan.



**Gambar 21. Grafik penilaian berdasarkan profesi**

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa rata-rata penilaian dari Jama'ah Mar'atus Sholihah yang berprofesi sebagai petani adalah 79,2 %, ibu rumah tangga adalah 80,4 %, wiraswasta/pedagang adalah 78 %, dan Guru/karyawan adalah 80,3 persen. Hal tersebut menandakan bahwa Program *feature* dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat” layak untuk dikonsumsi berbagai kalangan profesi. Adapun Respon dari pada penonton dapat dilihat pada tabel 25 berikut ini:

**Tabel 26. Respon Penonton**

<b>Nama</b>	<b>Tanggapan</b>
Puji Rahayu	Mudah dipahami, dan semakin menambah wawasan tentang zakat
Siti Lestari	Bagus, menarik, mudah dipahami
Tri Susilowati	Bagus, dan makin paham tentang zakat
Sri Murtini	Bagus sekali, dan Menambah pengetahuan.
Ny. Surono	Bagus filmnya
Sriyatun	Sebagai sarana pembelajaran yang memudahkan dan memahami
Arum	Bagus, menarik, enak ditonton
Suparni	Memudahkan dalam memahami zakat
Ismiyatun	Keseluruhan isinya bagus, tetapi alangkah lebih baik, gambar tentang kekurangan fisik dihilangkan
Sri Suwarni	Bagus dan menarik
Lastinah	Apik, jadi paham apa itu zakat
Wartini	Mendidik dan bermanfaat sekali
Endang S.	Video menarik, mudah dipahami, memotivasi untuk melaksanakan zakat
Mariyem	Durasi terlalu panjang, Materi mudah dipahami

**Tabel 27. Tanggapan dan masukan dari Baznas Kab. Sragen.**

<b>Penonton</b>	<b>Tanggapan dan masukan</b>
<b>Basnas Kabupaten Sragen</b>	<p>Bagus, Menggunakan media visual untuk sosialisasi bisa dijadikan salah satu cara untuk menarik audience agar bisa lebih memperhatikan dan mengerti apa isi materi yang disampaikan.</p> <p>Dengan adanya tayangan salah satu penerima zakat bisa menunjukkan bahwa zakat bisa digunakan untuk memberdayakan <i>mustahiq</i>.</p> <p>.</p>

Dari tabel 25 dan tabel 26 menunjukkan bahwa rata-rata penonton merespon positif terhadap Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan Zakat Solusi Untuk Umat*”. akan tetapi juga ada beberapa masukan dari penonton dan baznas, antara lain; durasi terlalu panjang, hapus gambar kekurangan fisik, penambahan keterangan terkait pemberian modal kepada *mustahiq*. Dilihat dari aspek kemanfaatan materi, rata-rata jawaban dari penonton setuju akan materi mudah dipahami dan materi menambah wawasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengetahuan baru yang diterima oleh penonton.

### **C. Evaluasi (*Evaluation*)**

Tahap evaluasi ini dilakukan disetiap tahapannya. Pada tahap desain/perencanaan. Selanjutnya pada tahap produksi/pengembangan di evaluasi oleh tim validator. Kemudian pada tahap implementasi di evaluasi oleh jama'ah.

#### **1. Revisi ahli media**

Untuk meningkatkan kualitas dari video yang diproduksi, ahli media memberikan beberapa masukan mengenai hal-hal yang perlu diperbaiki dalam *Feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”. Berikut revisi yang dilakukan sesuai saran ahli media:

##### **a) Merubah warna *lowerthird***

*Lowerthird* adalah grafis yang digunakan sebagai papan nama seorang narasumber. *Lowerthird* dalam *Feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” ini

dinilai kurang jelas karena perpaduan warna yang kurang tepat. Adapun perpaduan warnanya yaitu gradasi hijau muda dengan hijau tua dan warna tulisan berwarna putih. Hal itu, menurut ahli media dianggap kurang begitu jelas. Sehingga perlu diganti warna yang lebih jelas.

*Lowerthird* dalam *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* ini terdapat pada tiga tempat: *Pertama*, pada narasumber 1 yaitu seroang mustahiq zakat yang bernama Jaka Murtanto/Jaka Balung. *Kedua*, pada narasumber 2 yaitu Ketua Baznas Kabupaten Sragen yang bernama Drs. Mahmudi, M.Ag. *Ketiga*, Seorang akademisi bidang keilmuan hukum Islam yang bernama Prof. DR. Ahmad Rafiq, M.H. Adapun revisi *Lowerthird* dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 22.** *Lowerthird* wawancara Subjek Sebelum di revisi



**Gambar 23. Lowerthird wawancara Baznas Sebelum di revisi**



**Gambar 24. Lowerthird Wawancara Subjek Setelah di revisi**



**Gambar 25. Lowerthird Wawancara Ketua Baznas Setelah di revisi**

**b) Menambahkan/menyisipkan gambar pada pendapat Ketua Baznas.**

Dalam *Feature* “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*”. Terdapat *statement* dari Ketua Baznas Kabupaten Sragen yang berdurasi lumayan panjang. Hal itu menurut Ahli media dianggap *monoton*, dan mengakibatkan kejenuhan ketika ditonton. Oleh karena itu, perlu adanya *insert* gambar yang cukup. Adapun revisi terkait hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 26. Pendapat Ketua Baznas**



**Gambar 27. Insert Gambar 1**



**Gambar 28. Insert Gambar 2**



**Gambar 29. Insert Gambar 3**

## 2. Revisi ahli materi

Materi yang terdapat pada *Feature “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* dianggap kurang mendalam, sehingga Perlu adanya penambahan materi tentang:

- a) Zakat secara bahasa, istilah dan penerapannya di era kontemporer.
- b) Perlu diperkaya dengan filosofi zakat, “diambil dari orang kaya diberikan kepada *mustahiq* (Penerima zakat)”
- c) Empat fungsi amil;

- 1) Menjamin terlaksananya zakat. Karena naluri manusia itu bakhil.
- 2) Menjaga “Air muka mustahiq”, karena tidak bertemu langsung dengan muzakki.
- 3) Mengontrol agar mustahiq tidak menerima dari banyak muzakki
- 4) Menyeleksi dalam distribusi zakat yang produktif.  
(zakat mal)



**Gambar 30. Pendapat Akademisi  
Terkait Zakat(penambahan Materi)**

Adapun penambahan materi diatas sudah peneliti lakukan dengan bentuk wawancara dengan narasumber. Adapun narasumber tersebut adalah ahli materi itu sendiri, yakni Prof. Dr. Ahmad Rafiq, M.A. beliau merupakan seorang akademisi dan sekaligus praktisi zakat di UPZ Masjid Agung Jawa Tengah. Penambahan materi yang terdapat video tersebut berupa

penjelasan secara verbal dan diberi beberapa *insert* gambar agar tidak terkesan membosankan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” dibuat melalui 4 tahapan; pra produksim produksi, pasca produksi, evaluasi. Ada beberapa hambatan dalam proses pembuatannya. *Pertama*, penggantian objek narasumber pertama. *Kedua*, cuaca tidak mendukung dalam proses pengambilan gambar. *Ketiga*, editor mendadak sakit. Dalam mengatasi kendala tersebut, produse dalam hal ini peneliti harus mempunyai kecepatan dan ketepatan dalam mengambil keputusan.
2. Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” dinyatakan layak oleh ahli media yaitu bapak Agung Cahyono dengan nilai kelayakan 90%, dan oleh ahli materi yaitu bapak Prof. DR. Ahmad Rafiq, M.A dengan nilai kelayakan 75%. Serta, penilaian penonton yakni Jama’ah Mar’atus Sholihah dengan rata nilai kelayakan 79,3%. Penilaian dari ketiga pihak tersebut dapat disimpulkan bahwa Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” Layak untuk dipublikasikan sebagai media dakwah umumnya, khususnya untuk media sosialisasi oleh Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Sragen.
3. Kelayakan tersebut masih ada beberapa hal yang perlu untuk direvisi seperti pengantian warna *lowerthird* dan penambahan

*insert* gambar pada saat wawancara serta penambahan materi tentang fungsi amil zakat. Hasil dari revisi tersebut menjadikan durasi video yang semula 15 menit menjadi 21 menit dengan pembagian 7 menit disetiap segmennya.

## **B. Saran**

### **1. Saran pemanfaatan produk**

Berdasarkan tujuan pembuatannya, Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” dapat digunakan sebagai media dakwah oleh para da’i umunya, khususnya untuk media sosialisai tentang zakat oleh Badan Amil zakat Nasional Kabupaten Sragen. Harapannya dengan menyebarkan Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” kepada masyarakat, semakin banyak masyarakat yang mengetahui tentang zakat.

### **2. Saran Diseminasi Produk**

Peneliti membuat Program *Feature* Dakwah “*Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat*” merupakan upaya menyediakan konten yang berbasis dakwah. Adapun konten tersebut peneliti serahkan kepada Baznas Kabupaten Sragen agar dapat dijadikan sebagai sarana untuk sosialisasi, serta dapat dijadikan sebagai konten akun *Instagram*, dan *Youtube Chanel* Baznas Kabupaten Sragen.

### **3. Saran Pengembangan media lanjutan**

Berdasarkan keterangan Ahli memang Program *Feature Dakwah “Jejak Perubahan; Zakat Solusi Untuk Umat”* dikatakan layak. Akan tetapi tetap perlu adanya pengembangan lebih lanjut agar produk lebih baik. Dalam pengembangan lanjutan dapat dilakukan penambahan materi mengenai zakat produktif serta kaitannya zakat dengan rasa pelit yang dimiliki setiap manusia secara komprehensif, Agar zakat ini benar-benar mampu menyentuh dan menyadarkan para *muzakki* untuk selalu menunaikan zakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Sa'dun. 2013. *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Arifin, Anwar (2011), *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Departemen Agama RI.2003. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.
- Fahrudin, Andi (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, Jakarta: Kencana.
- Mulyatiningsih, Endang (2013). *Metode Penelitian Terapan*. Bandung : Alfabeta.
- Muhammad, Ali (2013). *Ensiklopedia Rukun Islam Jilid 4*. PT. Borobudur Inspira Nusantara.
- Munir, M., Wahyu Illahi (2006), *Manajemen Dakwah*, Jakarta, Kencana.
- Nugroho, Sarwo (2014). *Teknik Dasar Videografi*, Yogyakarta: CV, Penerbit Andi.
- Puspitorini, Ira (2019) . *Buku Pintar Pemberdayaan Wanita di Wilayah Pedesaan*, Temanggung, Penerbit Desa Pustaka Indonesia.
- Sanwar, Aminuddin (2009). *Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Semarang: Gunung Jati.
- Shomad, Abd (2012). *Hukum Islam*, Jakarta; Kencana

- Sugiono (2010). *Research And Development*, Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT Alfabeta.
- Syaikh as-sayyid sabiq, (2005) *Panduan Zakat Menurut Al-Qur''an dan Assunnah*. Bogor.
- Rasjid, H. Sulaiman (2016). *Fiqh Islam*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Rusman Latief dan Yusiatie Utud (2012), *Siaran Televisi Non Drama*, Jakarta, Prena Media Group.
- Yusuf Qardawi, (1999), *Hukum Zakat*, Bogor: Litera Antar Nusa
- Suparta, Mundzier (2010), *Pendidikan Agama Islam fiqhi cet.I*;semarang: PT.Karya Toha Putra,
- Masdhar f. Mas'udi dkk (2004) *Reinterpretasi Pendayagunaan ZIS Menuju Efektifitas Pemanfaatan Zakat,Infak,Shadakah*, Jakarta: Piramedia;
- Fatimah, Nur (2015). *Produksi Film Religi "Bukan Seperti Miskin Tidak Seperti Kaya"*. Semarang: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
- Fatmawati (2009). *Paradigma baru Mengemas Dakwah Melalui media Televisi. ISSN: 1978 1261 , Vol 3 (2), Juli-Desember.*
- Mazaya, Viky (2011). *Pengembangan Media Dakwah Melalui Progrm Realty Show "Pelita Hati"*, Semarang: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Walisongo.
- Purwanjani, Adelia Luri (2016), *Pengembangan Media Pembelajaran Audio Visual Untuk Pelajaran Pengolahan Makanan Kontinental*

*Mad'u Kelas XI SMK N 3 Klaten*, Jurusan Pendidikan Teknik Boga Dan Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.

Syahrir, Sultan (2017), *Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Zakat Di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar.

Tamamy, Ahmad (2011). *Program Dakwah Islam Di Televisi Komunitas Palmerah*. Jakarta : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Syarif Hidayatullah.

Outlook Zakat Indonesia 2018, Jakarta: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.

Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tentang Tatacara Zakat an Hitungan Zakat.

<https://bps.go.id> (Diakses Pada Tanggal 7 Desember 2019 pukul 14.27 WIB).

<https://muslim.or.id/6409-sampaikan-ilmu-dariku-walau-satu-ayat.html> (Diakses Pada Tanggal 21 Maret 2019 pukul 19.30 WIB).

<https://kemenang.go.id> (Diakses Pada Tanggal 7 Desember 2019 pukul 14.27 WIB).

<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/18/02/02/p3hegk335-dirjen-bimas-islam-sosialisasi-zakat-masih-kurang> (Diakses Pada Tanggal 9 Desember 2019 pukul 23.47 WIB)

(<https://www.kompasiana.com/www.syarifahbms.com/552ba5736ea834ce4b8b456e/kritik-terhadap-tayangan-trans-7> diakses pada 03 Desember 2019 pukul 23.31 WIB)

(<http://liputanislam.com/opini/mengkritisi-tayangan-khazanah-trans7/>  
diakses pada 03 Desember 2019 pukul 00.33 WIB).

(<https://www.kompasiana.com/www.syarifahbms.com/552ba5736ea834ce4b8b456e/kritik-terhadap-tayangan-trans-7> diakses pada 03  
Desember 2019 pukul 23.31 WIB)

## LAMPIRAN



**Wawancara Baznas**



**Riset di Majelis Taklim Mar'atus Sholihah desa Plumbungan  
Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen**

## Surat Ijin Riset Ke Majelis Taklim Mar'atus Shalihah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185

Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Nomor : B-2552 /Un.10.4/K/PP.00.9/9/2019

Semarang, 30 September, 2019

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.  
Pengurus Majelis Taklim Mar'atus Sholihah  
di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan  
bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

N a m a : Maryono  
NIM : 1401026072  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Lokasi Penelitian : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Judul Skripsi : Produksi Program *Feature* Dakwah "Jejak Perubahan; Zakat Solusi Umat"

Bermaksud melakukan riset penggalan data di Majelis Taklim Mar'atus Sholihah Desa Plumbungan, Kecamatan Karangmalang, Kabupaten Sragen. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Tembusan Yth. :  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

# Surat Ijin Riset Ke Pemerintah Desa Plumbungan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Nomor : B-2522 /Un.10.4/K/PP.00.9/1/2019

Semarang, 30 September, 2019

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.  
Pemerintah Desa Plumbungan, Kec. Karangmalang, Kab. Sragen.  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Maryono  
NIM : 1401026072  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Lokasi Penelitian : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Judul Skripsi : Produksi Program *Feature* Dakwah "Jejak Perubahan; Zakat Solusi Umat"

Bermaksud melakukan riset penggalan data di Desa Plumbungan, Kecamatan Karangmalang, Kabupaten Sragen. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

An. Dekan,  
Kebag. Tata Usaha



Tembusan Yth. :

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

## Penilaian Ahli Media

### ANGKET AHLI MEDIA

NAMA : Agung Cahyond

JABATAN : STATION MANAGER IMTV channel 50 UHF / Wakil CEO ketapel baru

NO	KRITERIA PENILAIAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Aspek Tampilan</b>						
1	Gambar menarik		✓			
2	Gambar jelas/ tidak kabur		✓			
3	Pengambilan gambar variatif		✓			
4	Teknik pengambilan gambar bagus		✓			
5	Bumper bagus		✓			
6	Lowerthird		✓			
7	Kombinasi warna menarik		✓			
8	Teks mudah di baca			✓		
9	Teks membantu memperjelas gambar		✓			
10	Pemilihan font bagus		✓	✓		
11	Suara narasi terdengar dengan jelas		✓			
12	Intonasi suara bagus		✓			
13	Musik pengiring terdengar dengan jelas		✓			
14	Musik pengiring bagus		✓			
15	Seimbang antara suara dan musik		✓			
<b>Aspek Manfaat</b>						
16	Gambar memperjelas materi		✓			
17	Font menambah daya Tarik		✓			
18	Musik pengiring menambah daya Tarik		✓			
19	Gambar menambah daya tarik		✓			
Jumlah						

\*) input :

1). Tikel deco ( warna untuk judul / nama ) coba dipilih yang tidak membayang. sehingga judul / nama dapat terbaca dengan jelas.

2) wawancara dengan narasumber dapat diinsert video suasana / kegratan lain. sehingga tidak terkesan monoton karena wawancara / interview yang lama.

Ahli Media



Agung Wahyono

## Penilaian Ahli Materi

ANGKET AHLI MATERI

NAMA : AHMAD ROTIQ  
 JABATAN : GB Hukuman Islam

NO	EVALUASI MATERI	SS	S	KS	TS	STS
<b>Aspek Kualitas Materi</b>						
1	Materi zakat sudah lengkap			✓		
2	Materi di dalam tayangan sudah sesuai dengan ajaran agama Islam		✓			
3	Materi sudah mendalam			✓		
4	Pemilihan diksi dalam narasi		✓			
5	Pemilihan narasumber sudah tepat		✓			
<b>Aspek Kualitas Materi</b>						
6	Materi menginspirasi		✓			
7	Membantu memahami materi		✓			
8	Menambah pengetahuan		✓			

Catatan evaluasi:

Pertlu ditambah materinya

1. Zakat sbr belaka istilah, dan penerapannya di Era kontemporer.

2. Perlu diperkaya dengan filosofi zakat, diambil dr orang kaya diberikan pd mustahik.

3. 4 Fungsi Amil: 1. Menjamin terlaksananya zakat, kon rukun manna balaqil, 2/ Menyaga "air muka" mustahik, kon tidak karna berhadapan dg muzakki,

3/ Mengontrol spy mustahik tidak menerima dr banyak muzakki, 4/ menyelenggarakan distribusi zakat ds pro-duktif (zakat mal).

Ahli Materi

- [Signature]  
Ahmad Rotiq

## Penilaian Ahli Materi

### Angket

#### IDENTITAS DIRI

1. Nama : Endang Susilawati.....
2. Usia : 31 tahun.....
3. Alamat : Pelumbungan.....
4. Pekerjaan : Guru.....

#### PETUNJUK

Kami bermaksud meminta bantuan kepada Anda dengan cara mengisi dua macam skala. Mohon anda membaca petunjuk-petunjuk dibawah ini :

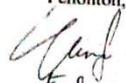
- 1) Dalam skala-skala ini terdapat sejumlah pertanyaan. Setelah membaca dengan seksama Anda diminta memilih salah satu 5 pilihan tanggapan yang tersedia dengan memberi tanda conteng (✓) pada pilihan yang disediakan, yaitu :
  - SS : Bila Anda Sangat Setuju dengan pernyataan
  - S : Bila Anda Setuju dengan pernyataan
  - KS : Bila Anda Kurang Setuju dengan pernyataan
  - TS : Bila Anda Tidak Setuju dengan pernyataan
  - STS : Bila Anda Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan
- 2) Pilihlah alternatif tanggapan yang benar-benar sesuai dengan keadaan/kenyataan diri Anda, bukan dengan apa yang seharusnya.
- 3) Seumpama ada pernyataan yang secara kenyataan Anda belum mengalaminya, Anda dapat membayangkan bila suatu saat Anda mengalaminya dan memperkirakan reaksi Anda terhadap hal tersebut.
- 4) Dalam menjawab skala ini Anda tidak perlu takut salah, karena semua jawaban dapat diterima.
- 5) Kerahasiaan identitas dan jawaban Anda akan kami jamin.
- 6) Kesungguhan dan kejujuran Anda sangat menentukan kualitas hasil penelitian ini. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

No	Kriteria Penilaian	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Aspek kemanfaatan materi</b>						
1	Materi di dalam tayangan sudah sesuai dengan ajaran agama Islam		✓			
2	Materi di dalam tayangan mudah dipahami		✓			
3	Video di dalam tayangan ini dapat membantu pemirsa dalam memahami materi			✓		
4	Membangkitkan motivasi		✓			
5	Manfaat untuk menambah wawasan		✓			
6	Materi dakwah lebih menarik		✓			
7	Informasi yang disampaikan lengkap		✓			
<b>Aspek kemanfaatan video</b>						
8	Gambar memperjelas materi		✓			
9	Font menambah daya Tarik		✓			
10	Musik pengiring menambah daya Tarik		✓			
11	Gambar menambah daya tarik		✓			
<b>Aspek penyajian video</b>						
12	Gambar menarik		✓			
13	Gambar jelas/ tidak kabur		✓			
14	Suara jelas/materi tersampaikan dengan baik		✓			
15	Intonasi bagus		✓			

Komentar/saran:

Video ini sangat menarik, mulai awal & paham  
dan menarik untuk menonton sangat

Penonton,

  
Erlang Surowati

## BIODATA DIRI



Nama : Maryono  
NIM : 1401026072  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Konsentrasi : Televisi Dakwah  
Alamat : Dusun Jirak RT 24/ RW 7, Poleng,  
Gesi, Sragen.  
No. HP. : 082 143 136 633  
Riwayat Pendidikan :  
SD Negeri Slendro 2 Lulus Tahun 2007  
SMP Negeri 2 Tanon Lulus Tahun 2010  
SMK Negeri 1 Mondokan