PENERAPAN STRATEGI DAKWAH MAJELIS ULAMA INDONESIA JAWA TENGAH MELALUI PROGRAM ULAMA MENYAPA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Disusun Oleh :
Karishma Putri Aqibah
1801026088

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

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 proposal skripsi saudara :

Nama	:	Karishma Putri Aqibah
NIM	:	1801026088
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi	:	KPI/Televisi Dakwah
Judul	:	Penerapan Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah Melalui Program Ulama Menyapa

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 23 Juni 2025
Dosen Pembimbing,

Mustofa Hilmi, M.S.Sos.
NIP. 199202202019031010

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

Skripsi yang berjudul :

PENERAPAN STRATEGI DAKWAH MAJELIS ULAMA INDONESIA JAWA TENGAH MELALUI PROGRAM ULAMA MENYAPA

Disusun Oleh :

Karishma Putri Aqibah
1801026088

Telah diujikan di depan dewan penguji
pada tanggal 23 Juni 2025 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji :

Ketua Sidang	**Sekretaris Sidang**
Dr. Abdul Ghoni, M.Ag.	Nahnu Robid Jiwandono, M.Pd
NIP. 197707092005011003	NIP. 199007262020121002
Penguji I	**Penguji II**
Maya Rini Handayani, M.Kom.	Silvia Riskha Fabriar M.S.I
NIP. 197605052011012007	NIP. 198802292019032013

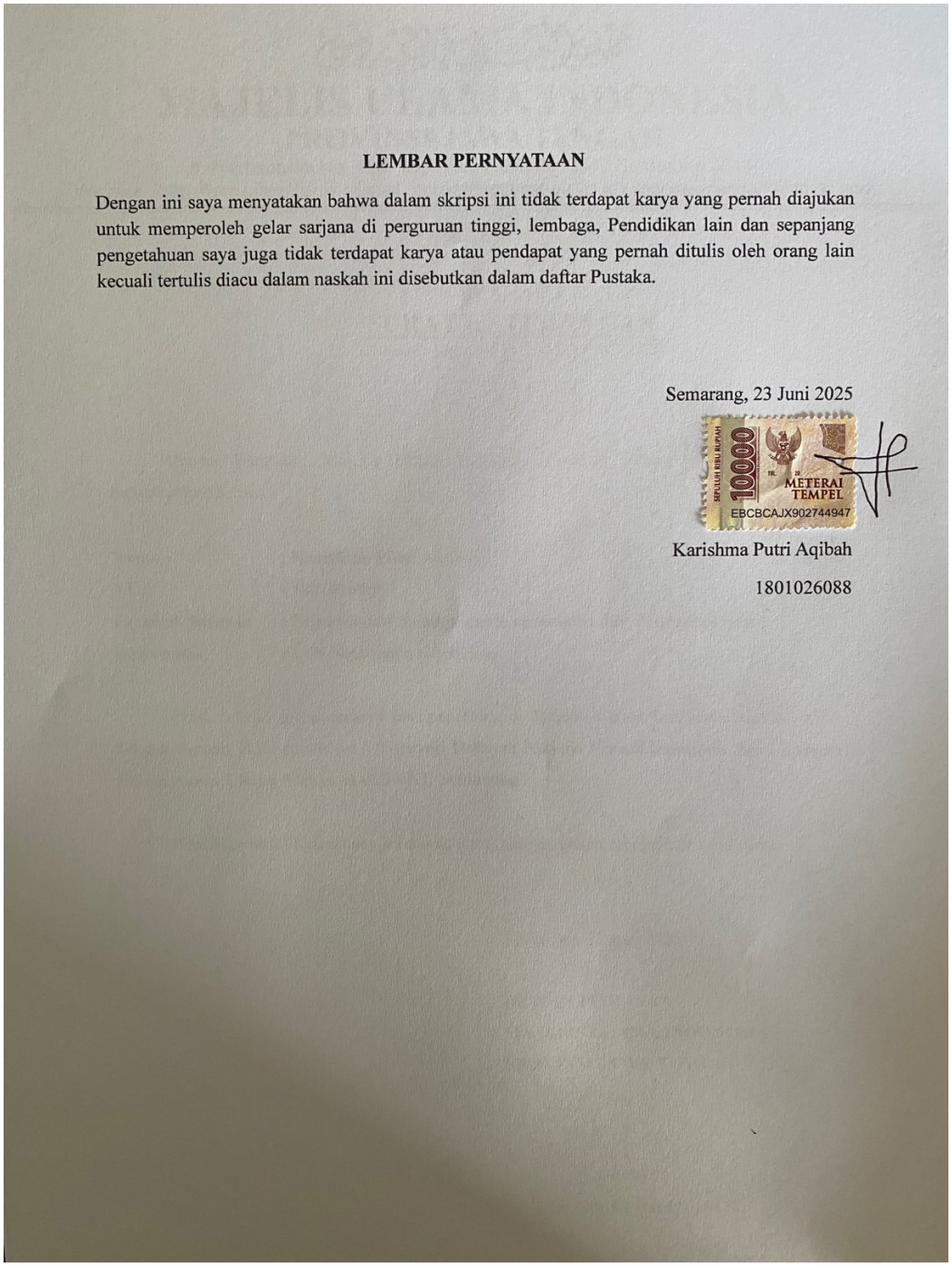
Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Mustofa Hilmi, M.Sos.
NIP. 199202202019031010

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 30 Juni 2025

Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag.
NIP. 197203171998031003

LEMBAR PERNYATAAN



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi, lembaga, Pendidikan lain dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain kecuali tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar Pustaka.

Semarang, 23 Juni 2025

Karishma Putri Aqibah

1801026088

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur penulis aturkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa penerangan bagi kehidupan.

Berbagai halangan dan rintangan dalam penulisan skripsi ini. Alhamdulillah penulis telah lewati. Penelitian ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi penelitian ini penulis buat dengan penuh perjuangan yang membutuhkan waktu, tenaga dan pikiran.

Tanpa adanya pihak yang membantu, skripsi dengan judul "Penerapan Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah Melalui Program Ulama Menyapa" tidak dapat diselesaikan. Berbagai dorongan, bantuan dan semangat dari berbagai pihak, baik dalam bentuk spiritual maupun material. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Asep Dadang, M.Ag selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan seluruh staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Abdul Ghoni, M.Ag selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Nilnan Ni'mah, M.S.I selaku wali dosen penulis.
6. Mustofa Hilmi, M.Sos selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran serta perhatian dalam membimbing, menuntun dan memberikan motivasi peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan bimbingan, arahan dan batuan selama penulis menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
8. Seluruh keluarga besar MUI Jawa Tengah, utamanya Bapak Syamsul Huda selaku Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi dan Bapak Sukirman Wibowo yang sudah mengizinkan peneliti untuk melaksanakan penelitian dan membantu dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh Keluarga Besar TVKU Semarang yang sudah mengizinkan peneliti untuk melaksanakan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
10. Orang tua tercinta, Bapak Muh Aqib dan Ibu Istikhanah yang selalu mendoakan, memberi semangat, dukungan dan bantuan secara materi maupun non materi kepada peneliti. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang hebat dan senantiasa memberi kepedulian kepada peneliti.
11. Keluarga besar Mahmud *Family* yang senantiasa mendidik, memberikan bimbingan, dorongan, dan doa dengan tulus kepada peneliti.
12. Teman-teman Putri Kayangan, Yovita, Aufa, Nava, Ratu, Iklima, Indah, Milea, Selvi, Sarah, Nisa, dan Risma. Serta sahabat peneliti Hoshi dan Mingyu yang selalu menemani, mendukung, dan menjadi tempat ternyaman bagi peneliti.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa dicantumkan satu persatu dalam skripsi ini. Peneliti berharap bantuan, kepedulian, dan doa tetap ada guna merakit impian di masa mendatang.

Peneliti mengucapkan terima kasih dan tidak bisa memberikan apapun kecuali doa yang tulus. Peneliti berharap skripsi ini bisa menambah wawasan sebagai salah satu referensi ilmu media dakwah Islam meskipun masih terdapat ketidaksempurnaan di dalamnya.

PERSEMBAHAN

Dengan seluruh kerendahan hati, peneliti persembahkan skripsi ini kepada pihak yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada peneliti:

1. Untuk orang tua tercinta, Bapak Muh Aqib dan Ibu Istikhanah yang sudah memberikan doa dan dukungan kepada peneliti.
2. Untuk Almamater Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, terutama Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sudah menjadi tempat bagi peneliti guna menimba ilmu dan pengalaman berharga.
3. Untuk teman-teman peneliti yang setia menemani, memberi semangat dan dukungan kepada peneliti.

MOTTO

"Dan bertawakallah kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pemelihara." (Q.S Al Ahzab:3)

ABSTRAK

Karishma Putri Aqibah (1801026088) "Penerapan Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah Melalui Program Ulama Menyapa" Skripsi, Program Strata 1 (S-1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penelitian ini membahas penerapan strategi dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah melalui program *Ulama Menyapa* di TVKU Semarang. Program ini dinilai berhasil menyampaikan dakwah Islam yang moderat, relevan dengan isu-isu sosial seperti toleransi dan radikalisasi, serta mampu menjangkau masyarakat secara luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah dirancang dengan baik melalui pemilihan tema yang sesuai kebutuhan masyarakat dan didukung format talk show yang interaktif. Program ini mendapatkan respon positif dari masyarakat, meskipun dihadapkan pada tantangan perkembangan media digital yang pesat. Oleh karena itu, disarankan agar MUI Jawa Tengah dan TVKU Semarang dapat terus memperbaiki kualitas program dan memperluas jangkauan dakwah ke platform digital untuk menarik audiens yang lebih muda. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai dakwah media dan pengembangan strategi dakwah yang adaptif.

Kata kunci: Strategi Dakwah, MUI Jawa Tengah, dan Ulama Menyapa.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
BAB I **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 4
D. Tinjauan Pustaka 5
E. Metode Penelitian 8
BAB II **18**
A. Dakwah 18
B. Strategi Dakwah 23
C. Media Dakwah 28
D. Televisi 32
BAB III **36**
A. Profil Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah 36
B. Profil TVKU Semarang 41
C. Program Ulama Menyapa 42
D. Tema Kajian Ulama Menyapa 45
BAB IV **47**
A. Perumusan Strategi Dakwah MUI Jawa Tengah 47
B. Implementasi Strategi Dakwah 55
C. Pembahasan Temuan Penelitian 56
BAB V **59**
A. Kesimpulan 59
B. Saran 60
DAFTAR PUSTAKA **61**

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama rahmatan lil'alamin memiliki misi untuk menyebarkan nilai kebaikan dan kedamaian kepada seluruh umat manusia. Salah satu cara utama dalam menyampaikan ajaran Islam tersebut adalah melalui aktivitas dakwah. Dakwah dan Islam merupakan dua hal yang saling berkaitan erat. Dalam konteks pengembangan masyarakat Islam, dakwah berperan penting sebagai media pembinaan individu dan masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik. Melalui strategi dakwah yang efektif dan adaptif dengan perkembangan teknologi, seperti penggunaan media sosial, dakwah dapat menjangkau khalayak lebih luas dan memperkuat peran Islam dalam kehidupan sosial Alfiana et al. (2024).

Seperti yang dijelaskan dalam Alquran surat Ali Imron ayat 104:

هُمُ وَأُوْلَٰٓئِكَ ٱلْمُنكَرِۚ عَنِ وَيَنْهَوْنَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ ٱلْخَيْرِ إِلَى يَدْعُونَ أُمَّةٌ مِّنكُمْ وَلْتَكُن ٱلْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hedaklah di antara di antara kamu ada segolongan orang yang meyeru kepada kebajikan, meyuruh (berbuat) yang maruf dan mecegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (Dapartemen Agama RI, 2010).

Dakwah sebagai bagian ajaran Islam yang memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. Di tengah dinamika kehidupan sosial modern, tantangan dakwah menjadi semakin kompleks, terutama dengan hadirnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang melahirkan era digital. Informasi keagamaan yang tersebar di media digital tidak semuanya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maupun syar'i, sehingga sering kali menimbulkan mispersepsi dan bahkan memicu radikalisme dalam beragama. Dalam konteks ini, dakwah dituntut untuk bersifat adaptif, komunikatif, dan kontekstual agar pesan-pesan Islam dapat tersampaikan secara efektif kepada seluruh lapisan masyarakat. Fenomena ini menjadi perhatian serius bagi institusi-institusi dakwah, termasuk Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Di tengah kondisi tersebut, para da'i dan lembaga keagamaan memiliki peran penting dalam merancang strategi dakwah yang mampu menjawab kebutuhan dan tantangan zaman. Dakwah yang bersifat terbuka, toleran, dan penuh hikmah sangat dibutuhkan untuk menjaga kerukunan antarumat beragama serta menghindarkan umat dari pemahaman agama yang sempit dan ekstrem. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana dakwah Islam dilaksanakan dalam berbagai bentuk dan media, serta bagaimana strategi yang digunakan agar dakwah tetap relevan dan berdampak positif di tengah masyarakat.

Televisi merupakan salah satu media massa yang sangat populer di kalangan masyarakat. Televisi memiliki kelebihan tidak sekedar audio, namun juga visual. Dakwah melalui media televisi akan mampu mencapai jarak komunikan yang jauh dan tersebar. Namun seiring berjalannya waktu dakwah melalui media televisi mengalami pergeseran karena masyarakat mulai beralih ke platfrom digital seperti youtube, tiktok, instagram dan lain sebagainya. Mulai dari yang nyata sampai ke dunia maya.

Di era media baru seperti saat ini dakwah melalui media televisi menjadi sebuah tantangan untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran media baru. Salah satu problem utama adalah komersialisasi media, di mana tayangan dakwah harus bersaing dengan program hiburan yang lebih menarik minat penonton secara umum. Akibatnya, program dakwah seringkali ditempatkan pada jam-jam tidak strategis contohnya pada waktu subuh yang memungkinkan sasaran dakwah masih tidur, berdurasi singkat, atau kurang mendapatkan dukungan produksi yang memadai.

Jawa Tengah, sebagai salah satu provinsi dengan populasi Muslim terbesar di Indonesia, memiliki keragaman sosial, budaya, dan pemahaman keagamaan yang cukup kompleks. Dengan realitas tersebut, MUI Jawa Tengah berusaha menggunakan media sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat, memperkuat paham keagamaan yang moderat, dan menghadapi tantangan-tantangan globalisasi serta ekstremisme yang semakin berkembang.

Sebagaimana tertulis dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1985 tentang Organisasi Kemasyarakatan dan diperkuat oleh Peraturan Pemerintah

Nomor 151 Tahun 2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan Ormas. Melalui peraturan tersebut, MUI berkewajiban menyebarkan dakwah yang menjaga kerukunan, dan mengedukasi masyarakat sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945. Dalam konteks ini, Program Ulama Menyapa di TVKU Semarang menjadi salah satu strategi dakwah MUI Jawa Tengah yang memanfaatkan media televisi sebagai sarana efektif untuk menyampaikan pesan keislaman yang moderat, damai, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Kegiatan ini tidak hanya relevan secara sosial, tetapi juga penting secara akademik untuk mengkaji sejauh mana strategi dakwah tersebut berjalan efektif, sesuai peraturan, dan berdampak positif bagi umat.

Strategi dakwah merupakan keseluruhan langkah yang dirancang secara sistematis guna mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Strategi dakwah bukan sekadar metode penyampaian, melainkan juga mencakup perencanaan, pemilihan media, isi pesan, dan evaluasi dakwah. Dalam hal ini, program Ulama Menyapa menjadi studi menarik karena menggabungkan strategi dakwah dengan pendekatan media massa, khususnya televisi lokal yang masih memiliki daya jangkau kuat di kalangan masyarakat urban dan semi-urban (Arifin, 2011).

Melalui acara Ulama Menyapa yang disiarkan di TVKU Semarang adalah salah satu program dakwah yang diprakarsai oleh MUI Jawa Tengah untuk menjangkau umat Islam di wilayah tersebut. Acara ini tidak hanya mengandalkan ceramah agama, tetapi juga berupaya untuk membangun interaksi langsung antara ulama dan masyarakat, serta menjawab permasalahan keagamaan yang ada. Di sisi lain, TVKU sebagai media lokal memiliki peran strategis dalam memberikan akses informasi yang relevan bagi masyarakat Jawa Tengah, khususnya mengenai isu-isu agama yang mendalam dan kontemporer. untuk menyampaikan pesan keagamaan, menjawab persoalan umat, serta membangun pemahaman Islam yang moderat dan damai.

Namun demikian, keberhasilan strategi dakwah tidak cukup hanya dilihat dari keberlangsungan program, tetapi juga dari aspek evaluasi dan dampaknya terhadap pemahaman keagamaan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut yang mendalam mengenai bagaimana MUI Jawa

Tengah merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi dakwah melalui program Ulama Menyapa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas program dakwah berbasis media dalam membumikan Islam yang moderat dan kontekstual di tengah masyarakat modern.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan, peneliti memandang perlunya dilaksanakan suatu kajian penelitian yang berjudul *"Penerapan Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah melalui Program Ulama Menyapa"*. Penelitian ini tidak hanya dilandasi oleh kepentingan akademik semata sebagai bagian dari pengembangan keilmuan dalam studi komunikasi dan dakwah, tetapi juga didasarkan pada kebutuhan nyata untuk memahami bagaimana lembaga keagamaan memanfaatkan media massa dalam menjalankan fungsi dakwahnya secara strategis dan kontekstual.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penulis adalah bagaimana penerapan strategi dakwah Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah melalui program Ulama Menyapa?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menjelaskan secara mendalam mengenai bagaimana strategi dakwah diterapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah dalam Program Ulama Menyapa. Fokus penelitian ini adalah untuk menguraikan bentuk, tahapan, serta pelaksanaan strategi dakwah yang dijalankan, termasuk bagaimana pendekatan dan metode dakwah dikemas melalui media penyiaran agar pesan-pesan keislaman dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat luas, khususnya dalam konteks dakwah Islam yang moderat dan kontekstual.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini ditujukan agar dapat memberikan pandangan konseptual mengenai strategi dakwah dalam bidang *boardcasting* atau penyiaran televisi dan memberikan campur tangan khasanah ilmu dalam bidang studi komunikasi penyiaran khususnya televisi.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengelola televisi atau lembaga penyelenggara siaran televisi dan dapat bermanfaat bagi pelajar khususnya mahasiswa komunikasi untuk menambah wawasan pengetahuan. Serta dapat menjadi referensi bagi para peneliti untuk mengembangkan penelitian terkait.

D. Tinjauan Pustaka

Penulis menggunakan hasil penelitian terdahulu dalam skripsi ini adalah sebagai bahan referensi terhadap penelitian yang sudah ada. Hal ini ditujukan agar dapat memperkaya teori dalam mengkaji penelitian baik mengenai kelebihan maupun kekurangan, sekaligus sebagai bahan komparatif terhadap kajian terdahulu. Maka peneliti akan memaparkan beberapa penelitian yang sudah ada:

Pertama, skripsi dengan judul "Strategi Program Nabawi TV Sebagai Media Dakwah" oleh Abyan Naufal (2018). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan metode observasi, metode wawancara dan juga studi pustaka. Pada penelitian ini menggunakan teori strategi program yang diungkapkan oleh Morissan melalui empat tahapan yaitu: proses perencanaan program, proses produksi dan pembelian program (akuisisi), proses pembuatan program dan pengawasan atau hasil akhir program. Selain ditayangkan di televisi program pada Nabawi TV disiarkan juga dalam 4 platform yang dimiliki yakni: live streaming melalui youtube, facebook dan website. Hasil dari penelitian ini Persamaan dari penelitian peneliti dengan skripsi Abyan Naufal yaitu terletak pada jenis penelitian

menggunakan kualitatif. Teknik analisis yang digunakan peneliti dan Abyan Naufal juga sama yaitu analisis deskriptif. Dari kedua penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang strategi dakwah. Perbedaan hanya terletak pada fokus penelitian, dimana fokus penelitian ini pada Strategi Dakwah MUI Jawa Tengah dalam Acara Ulama Menyepa di TVKU Semarang sedangkan Abyan Naufal menggunakan fokus penelitian pada Program Nabawi TV.

Kedua, skripsi yang berjudul "Manajemen Penyiaran Program Mimbar Islam di Ratih TV Kebumen" oleh Aimatun Nadhifah (2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa manajemen yang dilakukan oleh Ratih TV Kebumen telah dilaksankaan namun masih kurang berhasil. Hasil dari outputnya yang baik dan dapat dipertahankan eksistensinya sejak Ratih TV didirikan. Namun, dalam pelaksanaan manajemennya kurang maksimal, seperti pada proses perencanaan yang dilakukan yaitu kurangnya koordinasi mengenai ketepatan jadwal siaran Mimbar Islam, antara jadwal siaran yang kosong di Ratih TV tidak tepat dengan Kementerian Agama yaitu pukul 16.00-17.00 WIB sedangkan pada jam tersebut Kementerian Agama masih dalam jam kerja. Akibatnya, jadwal molor bahkan program yang seharusnya ditayangkan secara langsung karena kendala tersebut ditayangkan secara typing. Persamaan penelitian peneliti dengan Aimatun Nadhifah yaitu keduanya meneliti tentang program acara dakwah di televisi. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitian dimana peneliti akan meneliti tentang Strategi Dakwah MUI Jawa Tengah Dalam Acara Ulama Menyapa di TVKU Semarang, sedangkan Aimatun Nadhifah meneliti tentang Manajemen Penyiaran Program Acara Mimbar Islam di Ratih TV Kebumen.

Ketiga, skripsi dengan judul "Strategi Dakwah RRI Pro 4 Semarang Melalui Program Wayang" oleh Irma Rusyda Arifa (2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitiannya, peneliti megambil kesimpulan yaitu strategi yang dilakukan oleh Pro 4 Semarang dalam Program Wayang untuk menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan beberapa strategi, yaitu melakukan pemetaan dakwah,

menentukan metode dakwah dan melakukan evaluasi program Wayang. Persamaan penelitian peneliti dengan Irma Rusyda Arifa yaitu meneliti tentang strategi dakwah dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian di mana peneliti meneliti strategi dakwah dalam program acara Ulama Menyapa sedangkan Irma Rusyda Arifa meneliti tentang RRI Pro 4 Semarang Melalui Program Wayang.

Keempat, skripsi dengan judul "Efektivitas Dakwah Melalui Televisi Kabel Terhadap Peningkatan Pemahaman Agama di Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja" oleh Bayu Budiono (2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulan fakta yang ada. Hasil penelitian dari skripsi ini yaitu siaran Rodja TV yang disediakan oleh televisi kabel Beta belum bisa dikatakan efektif karena kebanyakan pelanggan televisi kabel Beta belum mengetahui adanya siaran Rodja TV, tetapi pelanggan lebih banyak menyaksikan siaran dakwah melalui chanel konvensional pada program acara dakwah tertentu. Persamaan dalam penelitian ini yaitu keduanya menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada fokus penelitian dimana peneliti akan membahas Strategi Dakwah Program Acara Ulama Menyapa di TVKU Semarang, sedangkan Bayu Budiono membahas tentang Efektivitas Dakwah Melalui Televisi Kabel Terhadap Peningkatan Pemahaman Agama di Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja.

Kelima, Skripsi berjudul "Strategi Dakwah Dalam Program Acara Talkshow Ramadhan (Tuman) Top Up Iman Simpang 5 TV 2019" oleh Lathifatul Mun'imah (2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif**.** Hasil dari Penelitian tersebut menemukan bahwa strategi dakwah dalam program "Tuman: Top Up Iman" yang tayang pada tahun 2019 di Simpang 5 TV lebih diarahkan kepada generasi muda, dengan cara menyajikan tema-tema menarik dan bervariasi di setiap episode. Tema yang diangkat antara lain seperti keutamaan bulan Ramadhan**,** nuzulul Qur'an, hingga halal bihalal.

Adapun persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini terletak pada objek yang dikaji, yakni sama-sama membahas strategi dakwah dalam sebuah program televisi. Sementara perbedaannya, penelitian Mun'imah lebih terfokus pada strategi dakwah dalam kurun waktu tertentu, sedangkan penelitian ini mengamati strategi dakwah secara lebih menyeluruh dan berkelanjutan.

Penelitian ini didukung oleh sejumlah kajian terdahulu yang relevan. Abyan Naufal (2018) meneliti strategi program Nabawi TV menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada perencanaan hingga evaluasi program dakwah, serupa dalam pendekatan namun berbeda objek. Aimatun Nadhifah (2020) mengkaji manajemen penyiaran Mimbar Islam di Ratih TV yang menunjukkan kurangnya efektivitas koordinasi penayangan, dengan persamaan pada objek dakwah televisi. Irma Rusyda Arifa (2020) meneliti strategi dakwah RRI Pro 4 melalui program wayang yang menekankan pada pemetaan dan metode dakwah, sejalan dengan fokus strategi. Bayu Budiono (2020) menyoroti efektivitas siaran dakwah di TV kabel, namun ditemukan kurang maksimal karena minimnya jangkauan audiens, berbeda dari fokus penelitian ini yang tidak hanya menyoroti efektivitas. Sementara itu, Lathifatul Mun'imah (2020) membahas strategi dakwah dalam program Ramadhan "Tuman" di Simpang 5 TV dengan pendekatan untuk generasi muda, mirip dalam format program namun terbatas pada momen tertentu. Seluruh penelitian tersebut memperkaya referensi dan menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki posisi yang unik dalam menganalisis strategi dakwah MUI Jawa Tengah secara menyeluruh melalui program *Ulama Menyapa* di TVKU Semarang.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Maksud dari penelitian kualitatif ini adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif ini dapat menunjukkan pada

penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, juga tentang fungsionalisasi pergerakan-pergerakan sosial atau hubungan kekerabatan (Corbin, 2003).

Metode pengkajian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya (Widi, 2010). Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan dedukatif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan melakukan logika ilmiah (Azwar, 1998).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi dakwah yang diterapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah dalam Program Ulama Menyapa. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan realitas sosial secara kontekstual dan holistik, khususnya dalam bidang komunikasi dakwah. Seperti dijelaskan oleh Moleong (2019), metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara menyeluruh dari perspektif partisipan, bukan sekadar mengukur aspek yang dapat dikalkulasi secara statistik. Dalam hal ini, peneliti berupaya menggali makna dan praktik dakwah yang dilakukan melalui media televisi dengan menelusuri proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi program dakwah tersebut.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, seperti Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah dan Pimpinan Redaksi TVKU Semarang. Selain itu, peneliti juga menggunakan dokumentasi dan observasi untuk memperkuat data. Analisis data dilakukan dengan

tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan seperti yang dikemukakan Miles dan Huberman (1994). Reduksi data melibatkan pemilihan informasi penting dari hasil wawancara dan dokumentasi, sementara penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang runtut dan logis. Langkah akhir adalah menarik kesimpulan guna menjawab rumusan masalah dan memahami strategi dakwah MUI secara utuh dalam konteks penyiaran televisi lokal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menghasilkan temuan yang relevan dan mendalam sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif.

2. Definisi Konseptual

Batasan ruang lingkup penelitian ini, peneliti hanya fokus pada strategi dakwah MUI Jawa Tengah dalam program acara Ulama Menyapa di TVKU Semarang. Maka dari itu dibutuhkan penjelasan dan penegasan terhadap istilah-istilah yang penulis gunakan.

Strategi dakwah adalah suatu rencana terstruktur yang disusun oleh da'i atau lembaga dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam, dengan mempertimbangkan unsur-unsur komunikasi seperti pesan, media, audiens, dan tujuan dakwah. Strategi dalam komunikasi dakwah mencakup cara terbaik untuk menyampaikan pesan dakwah agar diterima dengan baik oleh sasaran, melalui pendekatan yang tepat sesuai dengan kondisi sosial dan budaya audiens (Effendy, 2003).

Dalam konteks penelitian ini, strategi dakwah merujuk pada cara dan perencanaan MUI Jawa Tengah dalam merancang, menyampaikan, dan mengelola pesan-pesan keislaman melalui program Ulama Menyapa di TVKU Semarang. Untuk mencapai tujuan dakwah maka ada beberapa strategi dakwah yang dapat dilakukan antara lain yaitu: pemetaan dakwah, bentuk dakwah, langkah-langkah atau strategi pelaksanaan dakwah dan evaluasi kegiatan dakwah (Saerozi, 2013).

Dalam melakukan kegiatan dakwah, salah satu hal yang paling penting untuk diketahui yaitu mengenai mad'u dan gaya berbicara

yang tepat. Hal ini diperlukan agar ketika berdakwah seorang da'i tidak salah dalam memposisikan dirinya, maupun diri mad'u yang dihadapinya. Acara Ulama Menyapa merupakan program acara islami yang ditayangkan di TVKU Semarang maka dengan strategi dakwah yang tepat maka dakwah akan lebih mudah diterima oleh mad'u.

3. Sumber dan Jenis Data

Menurut Lofland yang dikutip oleh Moleong menjelaskan sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data utama yang diperoleh langsung dari lapangan. Peneliti mendapatkan data ini melalui wawancara dan observasi secara langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dalam program dakwah, khususnya pengurus bidang dakwah dan tim kreatif MUI Jawa Tengah. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait strategi dakwah yang diterapkan, sementara observasi digunakan untuk melihat langsung proses pelaksanaan program Ulama Menyapa. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami secara nyata bagaimana strategi dakwah dijalankan oleh MUI Jawa Tengah melalui media televisi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi dan memperkuat temuan dari data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan. Salah satunya berasal dari pihak produksi program Ulama Menyapa. Selain itu, peneliti juga menggunakan literatur seperti buku, artikel jurnal ilmiah, dan referensi dari internet. Semua sumber ini dipilih karena berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Data sekunder ini memberikan konteks dan dukungan teoritis atas temuan lapangan. Dengan demikian, data sekunder

berperan penting dalam memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh.

4. Teknik Pegumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti memperoleh informasi atau data melalui wawancara mendalam dengan orang-orang yang mempunyai keterkaitan dengan lembaga itu, meneliti dokumen-dokumen atau peninggalan yang ada dan mengobservasi keberadaannya sekarang. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk interaksi komunikasi yang dilakukan secara langsung antara dua pihak, yaitu penanya (pewawancara) dan narasumber (terwawancara), yang bertujuan untuk menggali informasi tertentu. Dalam konteks penelitian kualitatif, wawancara dipahami sebagai alat penting untuk memperoleh data secara mendalam dari individu yang dianggap memahami permasalahan yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan secara langsung dan memperoleh jawaban yang bersifat reflektif, kontekstual, serta kaya makna (Salama et al., 2022).

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur. Artinya, sebelum proses wawancara dilakukan, peneliti telah menyusun daftar pertanyaan secara sistematis berdasarkan fokus penelitian yang telah ditentukan. Pertanyaan tersebut disusun dalam bentuk pedoman wawancara yang membantu peneliti untuk tetap berada pada jalur pembahasan utama, meskipun dalam praktiknya wawancara tetap dilakukan secara fleksibel dan terbuka terhadap informasi tambahan yang muncul.

Proses wawancara dilakukan secara bertahap, dimulai dari pengenalan topik, penjelasan tujuan wawancara, hingga pengajuan pertanyaan sesuai dengan daftar yang telah disiapkan. Setiap

pertanyaan disampaikan satu per satu secara berurutan, agar informan dapat memahami dengan baik dan memberikan jawaban yang jelas. Pendekatan ini digunakan untuk menjaga konsistensi dalam pengumpulan data dan memastikan bahwa semua aspek penting dalam penelitian dapat terjawab.

Pemilihan informan dilakukan dengan memilih pihak yang dianggap memiliki pemahaman mendalam dan pengalaman langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai dua narasumber. Pertama, Bapak Syamsul Huda yang menjabat sebagai Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah, karena posisinya memungkinkan beliau mengetahui secara menyeluruh proses dakwah dalam program *Ulama Menyapa*. Kedua, Bapak Trias Widyo Herminto selaku Kepala Produksi TVKU Semarang, yang memiliki tanggung jawab dalam aspek teknis dan penyiaran program dakwah tersebut.

Dengan demikian, wawancara dalam penelitian ini bukan hanya berfungsi sebagai metode pengumpulan data, tetapi juga sebagai sarana untuk menggali perspektif, pengalaman, serta pandangan narasumber terhadap strategi dakwah yang dijalankan. Informasi yang diperoleh melalui wawancara ini kemudian dianalisis dan dibandingkan dengan teori-teori yang relevan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

b. Observasi

Dalam proses pengumpulan data, peneliti melaksanakan kegiatan observasi dengan menggunakan dua pendekatan, yakni observasi daring (*online*) dan luring (*offline*). Observasi daring dilakukan dengan menelusuri dan mencermati konten program *Ulama Menyapa* yang telah ditayangkan melalui kanal resmi YouTube TVKU Semarang serta media sosial lainnya yang dikelola oleh pihak TVKU. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan

fasilitas *live streaming* yang tersedia di situs resmi TVKU Semarang untuk menonton dan merekam dinamika penyiaran secara langsung guna memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual mengenai format, penyajian, serta respons audiens terhadap program tersebut.

Sementara itu, observasi luring dilakukan dengan mengunjungi langsung studio TVKU Semarang sebagai lokasi produksi program *Ulama Menyapa*. Melalui kegiatan ini, peneliti dapat mengamati secara langsung proses produksi, interaksi antar kru dan narasumber, serta teknis pelaksanaan siaran. Metode observasi ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data empiris dan informasi mendalam mengenai pelaksanaan strategi dakwah melalui media televisi, khususnya dalam konteks program *Ulama Menyapa*. Observasi, baik daring maupun luring, berfungsi sebagai instrumen untuk mendukung validitas data dan memperkaya temuan dalam penelitian kualitatif ini (Sugiyono, 2010).

c. Dokumetasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelusuri dan mempelajari berbagai sumber tertulis maupun visual yang relevan dengan objek penelitian. Dokumentasi mencakup pengumpulan informasi dari berbagai jenis dokumen seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda kegiatan, serta bentuk data lainnya yang dapat memberikan gambaran faktual mengenai fenomena yang diteliti (Adi, 2004).

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data pendukung mengenai pelaksanaan strategi dakwah dalam program *Ulama Menyapa* di TVKU Semarang. Data yang dikumpulkan berupa dokumen tertulis seperti naskah siaran, materi tema dakwah, jadwal tayang, serta laporan kegiatan Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa

Tengah. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi dalam bentuk foto, cuplikan video siaran, serta arsip digital yang tersedia melalui media sosial dan kanal YouTube TVKU Semarang.

Melalui dokumentasi ini, peneliti dapat memverifikasi data hasil wawancara dan observasi, sekaligus memperoleh bukti yang bersifat konkret mengenai bagaimana strategi dakwah dijalankan secara sistematis dalam program tersebut. Teknik ini sangat berguna dalam pendekatan kualitatif karena memungkinkan peneliti melihat pola, struktur, serta dinamika program dakwah yang tidak selalu dapat terungkap melalui wawancara lisan.

Dengan demikian, dokumentasi dalam penelitian ini berperan sebagai sumber data sekunder yang memperkaya dan melengkapi informasi utama dari hasil wawancara, sekaligus memperkuat validitas data yang diperoleh dari lapangan.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif artinya data yang diperoleh kemudian disusun dan digambarkan apa adanya. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat dengan menggambarkan keadaan atau status fenomena.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai di lapangan. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia

dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 2005).

Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti diharapkan mampu menyajikan hasil penelitian secara lengkap, jelas, dan sesuai dengan fakta yang ditemukan. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap data yang diperoleh. Hasil yang disusun pun diharapkan bisa memberikan gambaran yang utuh tentang objek yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan pengetahuan. Khususnya dalam bidang dakwah dan komunikasi.

6. Validasi Data

Dalam penelitian kualitatif, validitas atau keabsahan data menjadi aspek utama yang menentukan akurasi serta kredibilitas hasil temuan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan strategi triangulasi sebagai teknik utama dalam menjamin keabsahan data, sebagaimana dikemukakan oleh Moleong (2017), bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber dan teknik yang berbeda untuk mengkonfirmasi konsistensi informasi yang diperoleh dari lapangan.

Penelitian ini menggunakan dua jenis triangulasi, yaitu: triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai pihak internal yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan program dakwah. Dalam konteks penelitian ini, narasumber yang digunakan meliputi:

1) Pengurus Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah, sebagai pihak yang merancang strategi penyiaran dakwah.
2) Tim pelaksana program "Ulama Menyapa" di TVKU Semarang, yang bertanggung jawab terhadap aspek teknis produksi dan penyiaran konten.

Perbedaan posisi dan peran dari kedua narasumber ini memunginkan peneliti untuk melakukan konfirmasi silang, sehingga informasi yang diperoleh tidak hanya bersifat sepihak, tetapi dibangun dari sudut pandang yang saling melengkapi.

b. Triangulasi Teknik

Selain membandingkan narasumber, peneliti juga menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk menjamin keabsahan informasi. Teknik yang digunakan meliputi:

1) Wawancara terhadap pengurus MUI dan tim produksi program,
2) Dokumentasi berupa arsip internal MUI dan rekaman tayangan program.

Melalui teknik ini, data dari wawancara dikonfirmasi ulang melalui dokumen tertulis, sehingga apabila terdapat perbedaan dalam penyampaian informasi, peneliti dapat melakukan klarifikasi untuk memperoleh gambaran yang utuh dan objektif mengenai penerapan strategi dakwah.

BAB II
DAKWAH, STRATEGI DAKWAH, DAN MEDIA DAKWAH

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis dakwah merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata (da'a, yad'u, da'watan) yang berarti seruan, panggilan atau do'a. Secara terminologi dakwah memiliki arti memanggil, menyeru, meneguhkan atau membela suatu perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, memohon maupun berdo'a. Dari segi bahasa "Dakwah" artinya panggilan, seruan atau ajakan. *Dakwah merupakan usaha untuk mengajak manusia ke jalan Allah yang dilakukan secara terencana, profesional, dan sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits, demi membawa manusia menuju kehidupan yang baik secara individu maupun kolektif* (Faizah, 2020).

Dakwah*, yang secara harfiah berarti mengajak atau menyeru, merupakan upaya menyebarkan ajaran agama untuk memperbaiki akhlak, membangun kesadaran spiritual, dan meningkatkan kualitas kehidupan individu serta masyarakat* (Ansori, 2024). Menurut Prof. Toha Jahja Oemar MA mendefinisikan bahwa dakwah adalah suatu ajakan kepada manusia dengan mengajarkan kebaikan menurut perintah Allah, untuk menjadi baik di dunia maupun di akhirat (Hasanuddin, 1996).

Dakwah juga merupakan proses memberikan motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran Islam). Menurut Syeikh Ali Mahfudz berpendapat dakwah adalah motivasi manusia untuk kebaikan, memerintahkan manusia untuk bertindak sesuai kebenaran dan melarang tindakan yang berdampak negatif pada individu dan banyak orang, sehingga mereka memiliki kebahagiaan di dunia dan akhirat (Muhidin, 2002).

2. Unsur-unsur Dakwah

1) *Da'i* (Subjek Dakwah)

Dalam konteks dakwah Islam, da'i merupakan unsur sentral sebagai penyampai pesan keagamaan kepada masyarakat. Perannya tidak hanya sebatas sebagai komunikator verbal, tetapi juga mencakup fungsi sebagai pendidik, pembimbing spiritual, motivator, hingga agen

perubahan sosial.

2) Da'i sebagai Komunikator Dakwah

Tahir, Cangra, dan Arianto (2021) menegaskan bahwa dalam sistem komunikasi dakwah, da'i menjadi elemen kunci yang menentukan efektivitas penyampaian pesan dakwah, terutama pada komunitas mualaf. Da'i berperan sebagai: a) Pembimbing atau pembina, yang membina akidah dan ibadah mad'u. b) Penyuluh agama, yang mengedukasi nilai-nilai Islam c) Problem solver, yang menjadi solusi atas permasalahan keagamaan masyarakat.

Keberhasilan da'i dalam komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh kredibilitasnya, yang mencakup keterampilan komunikasi, pengetahuan agama, sikap, dan kemampuan beradaptasi dengan budaya masyarakat.

3) Da'i sebagai Teladan dan Pemotivasi Umat

Penelitian oleh Metasari dan Hendra (2022) mengungkapkan bahwa peran da'i di tengah masyarakat lebih dari sekadar penceramah. Seorang da'i harus menjadi suri teladan dalam perbuatan, bukan hanya dalam ucapan. Dalam pelaksanaan dakwah kepada masyarakat Jorong Landai, da'i bertindak dengan: a) Memberi pemahaman melalui tindakan nyata (seperti mengajak shalat berjamaah), b) Menjadi panutan dalam akhlak, c) Menggunakan pendekatan yang bijak dan sabar dalam menyampaikan pesan.

Ini menunjukkan bahwa da'i yang sukses adalah mereka yang sinkron antara lisan dan perbuatannya.

4) Da'i sebagai Fasilitator Moderasi Beragama

Menurut Mardhiah et al. (2024), da'i juga memiliki peran strategis dalam mempromosikan nilai-nilai moderasi beragama. Da'i bukan hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga menjadi: a) Fasilitator harmoni sosial, dengan menanamkan semangat toleransi dan anti-kekerasan, b)Agen penyatu umat, di tengah perbedaan pandangan dan mazhab.

Melalui pelatihan dan penguatan peran, da'i diarahkan untuk memiliki pandangan Islam yang moderat, yang mampu menjaga keseimbangan antara keberagaman dan kesatuan umat.

5) *Mad'u* (Objek Dakwah)

Unsur dakwah berikutnya adalah mad'u, yakni pihak yang menjadi target dari aktivitas dakwah, yaitu manusia sebagai penerima pesan dakwah. Mad'u dapat berupa individu maupun kelompok, baik yang telah memeluk Islam maupun yang belum, atau secara umum dapat dipahami sebagai masyarakat luas dalam konteks kebersamaan sosial. Menurut firman Allah Q.S Saba': 28

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinnya:"Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada seluruh manusia sebagai pembawa kabar gembira dan sebagai sebuah peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui. (QS. Saba': 28)

6) *MaddatutDa'wah* (Materi Dakwah)

Maddah atau materi dakwah merujuk pada konten atau isi pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Sumber utama materi ini berasal dari Al-Qur'an dan Hadis, mencakup aspek-aspek utama dalam ajaran Islam seperti akidah, syariat, muamalah, dan akhlak**,** serta ditunjang oleh berbagai disiplin ilmu keislaman yang relevan. Penyampaian materi dakwah harus disesuaikan dengan metode, media, dan tema dakwah yang digunakan agar pesan dapat diterima secara efektif. Dengan demikian, *"Materi dakwah merupakan representasi dari ajaran Islam itu sendiri, yang disampaikan melalui berbagai media untuk mencapai tujuan dakwah"*

(Marini, 2021).

Pada hakikatnya, pesan dakwah merupakan inti dari ajaran Islam yang mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

a) Pesan tentang Akidah, meliputi keyakinan kepada Allah SWT, kitab-kitab-Nya, para rasul-Nya, hari kiamat, serta takdir (Qadha dan Qadar).
b) Pesan tentang Syariah, mencakup ajaran tentang bersuci (thaharah), pelaksanaan salat, zakat, puasa, ibadah haji, serta tata aturan dalam hubungan sosial (mu'amalah).
c) Pesan tentang Akhlak, yang mencakup etika berperilaku terhadap Allah SWT serta terhadap sesama makhluk-Nya.

7) *Wasilatut Da'wah* (Media Dakwah)

Dalam dakwah Islam, media atau wasilah dakwah merupakan unsur strategis dalam menyampaikan ajaran Islam kepada mad'u. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, media dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah lisan secara langsung, melainkan telah berkembang ke berbagai bentuk komunikasi modern yang mampu menjangkau masyarakat luas dengan lebih cepat dan efektif.

Menurut Surizkika (2024), wasilah dakwah adalah sarana yang mendekatkan manusia kepada tujuan dakwah. Pemahaman yang baik terhadap media dakwah menjadi penting karena dapat memengaruhi efektivitas dan efisiensi dalam menyampaikan pesan keislaman.

Wasilah da'wah merupakan sarana yang mendekatkan manusia kepada tujuan dakwah. Dalam era revolusi informasi dan komunikasi saat ini, penggunaan media modern memberikan peluang besar bagi para dai untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif (Surizkika, 2024).

8) *Thariqatut Da'wah* (Metode Dakwah)

Thariqatut Da'wah atau metode dakwah adalah cara atau pendekatan yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Metode ini sangat penting agar dakwah efektif, tidak menimbulkan penolakan, serta mampu mengubah sikap dan perilaku audiens ke arah yang lebih baik. Menurut Rubiyah dan Ade Masturi, ada tiga cara dalam berdakwah yaitu:

a) Metode *Bil Lisan* (Dengan Lisan)

Penyampaian pesan secara langsung melalui ceramah, khutbah, diskusi, atau pengajian.

b) Metode *Bil Hal* (Dengan Perbuatan)

Dakwah melalui contoh perilaku yang baik dan teladan nyata dalam kehidupan sehari-hari.

c) Metode *Bil Qaalam*

Dakwah bi al-qalam adalah kegiatan dakwah melalui tulisan di buku,

surat kabar, majalah, jurnal, intenet, artikel dan sebagainya.

3. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah secara fundamental adalah untuk mengajak manusia menuju kebaikan dan menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan individu maupun sosial. Dakwah bukan sekadar menyampaikan informasi agama, melainkan sebuah usaha sistematis untuk membentuk akhlak, memperbaiki perilaku, dan mengubah pola pikir masyarakat agar sesuai dengan tuntunan syariat Islam.

Dalam pandangan Mardhiah et al. (2024), dakwah merupakan instrumen strategis dalam membangun masyarakat Islam yang moderat, yang tidak hanya memahami agama secara tekstual, tetapi juga mampu mengamalkan ajaran Islam dalam konteks sosial yang damai, toleran, dan inklusif.

Da'i adalah juru dakwah yang mengajak orang lain secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku ke arah kondisi yang baik atau lebih baik sejalan dengan syariat Al-Qur'an dan Sunnah (Mardhiah et al., 2024).

Sementara itu, dalam konteks lokal dan aplikatif, Metasari dan Hendra (2022) mengemukakan bahwa tujuan dakwah mencakup pembinaan spiritual masyarakat dan peningkatan kesadaran terhadap kewajiban agama, seperti shalat berjamaah. Dakwah dalam bentuk seperti ini bertujuan menggerakkan umat Islam untuk mengamalkan ajaran Islam secara nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Peran da'i dalam meningkatkan motivasi masyarakat bertujuan sebagai pembimbing, petunjuk, suri tauladan, dan pemberi nasihat kepada masyarakat dalam memahami nilai-nilai agama (Metasari & Hendra, 2022).

Dalam studi Tahir, Cangra, dan Arianto (2021), tujuan dakwah juga mencakup pembinaan komunitas, khususnya dalam konteks mualaf yang membutuhkan pendampingan intensif untuk memperkuat pemahaman dan keimanan mereka terhadap ajaran Islam.

Da'i sebagai pembina, penyuluh, dan pemecah masalah (problem solver) berperan penting dalam menanamkan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat, khususnya komunitas mualaf (Tahir et al., 2021).

B. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan komponen penting dalam aktivitas dakwah Islam. Dalam konteks ini, strategi diartikan sebagai perencanaan terarah dan sistematis yang mencakup pendekatan, metode, media, dan pelaksanaan, guna mengoptimalkan pencapaian tujuan dakwah. Strategi yang tepat memungkinkan dakwah menjadi lebih efektif, efisien, dan mampu menghadapi tantangan zaman yang terus berkembang.

Strategi adalah rencana yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk mencapai tujuan dakwah tertentu (A. Aziz, 2004). Strategi dakwah perlu disesuaikan secara tepat yaitu dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman, meningkatkan kekuatan dan peluang, karena strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya sebelum suatu strategi dapat didefinisikan, tujuan yang jelas harus ditetapkan agar keberhasilannya dapat diukur. Strategi dakwah berarti taktik, yaitu seni menentukan rancangan bangunan untuk sebuah perjuangan dalam pelaksanaan dakwah (Hafinuddin, 1998).

Strategi dakwah adalah kegiatan yang digunakan pada tahap perencanaan. Strategi dakwah meliputi penentuan metode dakwah, penentuan pesan-pesan dakwah (materi), pemilihan media dakwah dan juga permasalahan bagaimana agar dakwah harus dilaksanakan. Menurut Abu Zahra strategi dakwah Islam adalah perencanaan rasional, pelaksanaan kegiatan dakwah Islam untuk yang mencakup semua aspek kehidupan (Aripudin & Sambas, 2007).

Dengan kata lain strategi dakwah adalah kegiatan komunikatif yang bertujuan untuk mengkomunikasikan Islam kepada masyarakat agar masyarakat dapat memahami ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Ghazali, 1997).

Strategi dakwah sangat bermanfaat dalam kegiatan dakwah dan harus dipersiapkan oleh seorang da'i atu juru bicara, karena dengan menggunakan strategi dakwah, pelaksanaan dakwah akan lebih terarah dan membantu keberhasilan dakwah.

Menurut Nasution (2021), strategi dakwah adalah siasat atau manuver dalam menghadapi objek dakwah, dengan memperhatikan situasi dan kondisi

tertentu, agar pesan dakwah dapat diterima dan menghasilkan perubahan yang diharapkan pada mad'u. Strategi ini mencakup tiga pendekatan utama **yaitu:** tilawah (penyampaian wahyu), tazkiyah (penyucian jiwa), dan ta'lim (pengajaran sistematis) yang bersumber dari Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 129, Ali Imran: 164, dan Al-Jumu'ah: 2.

Strategi dakwah adalah kegiatan yang digunakan pada tahap perencanaan. Strategi dakwah meliputi penentuan metode dakwah, penentuan pesan-pesan dakwah (materi), pemilihan media dakwah dan juga permasalahan bagaimana agar dakwah harus dilaksanakan. Menurut Abu Zahra strategi dakwah Islam adalah perencanaan rasional, pelaksanaan kegiatan dakwah Islam untuk yang mencakup semua aspek kehidupan (Aripudin & Sambas, 2007). Dengan kata lain strategi dakwah adalah kegiatan komunikatif yang bertujuan untuk mengkomunikasikan Islam kepada masyarakat agar masyarakat dapat memahami ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Ghazali, 1997).

Zaman (2025) dalam penelitiannya terhadap kiai muda Nahdlatul Ulama di Jepara, menekankan bahwa strategi dakwah juga harus responsif terhadap kondisi sosial masyarakat. Strategi dakwah yang diterapkan mencakup:

a. Strategi sentimental: Menyentuh sisi emosional dan spiritual mad'u, sering dilakukan dalam forum pengajian umum.
b. Strategi rasional: Mengedepankan pendekatan logika dan intelektual, diterapkan melalui majelis taklim dan pendidikan formal.
c. Strategi indrawi: Menggunakan pendekatan praktik langsung, seperti dalam lingkungan pondok pesantren dan media audio-visual.

Dalam menghadapi tantangan era digital, pendekatan strategi dakwah juga mengalami transformasi. Surbakti et al. (2023) menekankan pentingnya membangun koneksi dengan generasi milenial melalui media sosial dan konten kreatif yang relevan. Strategi dakwah digital yang efektif mencakup:

a. Memahami minat dan kebutuhan generasi digital.
b. Menggunakan bahasa yang akrab dan mudah dipahami.
c. Menyajikan konten menarik seperti video inspiratif, infografis, dan podcast.
d. Mengembangkan interaksi dua arah melalui komentar, polling, dan

Q&A.

e. Mendorong partisipasi aktif dalam kampanye dakwah digital. strategi dakwah harus dirancang tidak hanya sebagai aktivitas menyampaikan pesan agama, tetapi juga sebagai upaya komunikasi yang adaptif, kontekstual, dan transformatif. Da'i dituntut untuk menyusun strategi yang sesuai dengan karakteristik mad'u, serta memanfaatkan berbagai media, baik konvensional maupun digital, agar dakwah tetap hidup dan relevan dalam kehidupan masyarakat modern.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa konsep strategi dakwah merupakan perpaduan antara rencana, metode dan taktik untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan pemikiran-pemikiran secara matang baik secara teknis maupun strategis. Itulah yang harus dilakukan oleh seorang da'i.

Keberhasilan dakwah diperlukan beberapa faktor penunjang di antaranya yaitu strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah tepat pada sasaran. Strategi dalam berdakwah memerhatikan beberapa azas dakwah yaitu:

a. Azas Filosofis

   Berisi tentang masalah-masalah yang erta hubungannya dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai dalam kegiatan dakwah (Zuhdi, 2016).

b. Azas Kemampuan dan Keahlian Da'i

   Membahas tentang masalah yang berkaitan dengan kemampuan dai yang pembahasannya menyangkut kemampuan professional dai sebagai subjek dakwah (Syukir, 1983).

c. Azas Sosiologis

   Berisi tentang masalah yang berkaitan dengan situasi kondisi mad'u. Seperti contohnya politik Masyarakat setempat, sosiokultural mad'u dan lain-lain (Syukir, 1983).

d. Azas Psikologis

   Berhubungan erat dengan kondisi kejiawaan manusia. Tujuannya yaitu agar seorang da'i mampu memahami karakter dari mad'u sehingga dakwah dapat diterima dengan mudah.

2. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Dikutip dari Moh. Ali Aziz, Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai ketentuan-ketentuan dakwah atau rencana-rencana yang telah dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Menurut Al-Bayanuni strategi dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

c. Strategi Sentimental *(Al-Manjah Al-'athifi)*

Strategi sentimental adalah strategi dakwah yang menitikberatkan pada aspek perasaan dan batin mad'u (M. A. Aziz, 2012). Memberikan nasihat yang mengesankan, memanggil dengan penuh kelembutan serta memberikan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada mad'u merupakan salah satu metode yang dikembangkan. Strategi ini sesuai untuk kaum masyarakat marjinal, anak-anak yang masih awam, para mualaf dan lain sebagainya. Strategi ini dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW saat menghadapi kaum musyrik di Mekkah.

d. Strategi Rasional *(Al-Manjah Al-'aqli)*

Strategi rasional memfokuskan pada aspek akal dan pikiran. Mad'u dituntut untuk berfikir, merenung dan mengambil pelajaran dari pesan dakwah yang tersampaikan. Beberapa metode dari strategi rasional di antaranya yaitu penggunaan hukum logika, diskusi atau pengambilan contoh dan bukti dari sejarah. Strategi rasional diterapkan Nabi Muhammad SAW dalam menghadapi argumentasi kaum yahudi yang terkenal dengan kecerdikannya. Saat ini, kita menghadapi orang-orang yang menyimpang dari ajaran Islam (A. Aziz, 2004).

c. Strategi Indrawi *(Al-Manjah Al-Hissi)*

Strategi indrawi biasa disebut dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Strategi indrawi adalah rangkaian dari beberapa meode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil dari penelitian. Pada zaman Nabi Muhammad strategi ini digunakan untuk mempraktikan Islam yang disaksikan olah sahabat Rosul. Sahabat Rosul dapat melihat langsung mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan dan menyaksikan malaikat Jibril dalam bentuk manusia (M. A. Aziz, 2004).

3. Unsur-Unsur Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah bagian penting dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat. Dalam pandangan para ahli seperti Arifin (2003), Thoha (2005), dan Basit (2020), strategi tidak cukup hanya dipahami sebagai cara teknis untuk berdakwah, melainkan harus dipandang sebagai pendekatan yang menyeluruh dan saling terkait antara berbagai unsur. Unsur-unsur ini harus dirancang secara sistematis agar pelaksanaan dakwah bisa lebih efektif, terarah, serta sesuai dengan kondisi sosial dan kebutuhan umat saat ini.

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal yang krusial dalam merumuskan strategi dakwah. Tahap ini mencakup proses analisis terhadap kondisi objektif medan dakwah, pemetaan berbagai tantangan yang dihadapi, serta perumusan tujuan yang hendak dicapai. Perencanaan dalam strategi dakwah harus didasarkan pada kajian empirik terhadap kondisi sosial dan keagamaan masyarakat. Hal ini penting agar kegiatan dakwah tidak bersifat reaktif, melainkan proaktif dan responsif terhadap realitas (Abdul Basit, 2020).

b. Tujuan Dakwah

Setiap strategi dakwah harus memiliki tujuan yang jelas, terukur, dan realistis. Tujuan ini mencakup dimensi spiritual (seperti peningkatan iman dan taqwa), sosial (penguatan ukhuwah), dan intelektual (peningkatan literasi keislaman). Tujuan dakwah idealnya tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan, tetapi juga transformasi perilaku dan nilai dalam kehidupan Masyarakat (Thoha, 2005).

Tujuan yang spesifik memungkinkan da'i untuk mengukur keberhasilan dakwah secara objektif, baik melalui survei persepsi, perubahan perilaku keagamaan, maupun peningkatan partisipasi dalam kegiatan keislaman.

c. Penentuan Materi Dakwah

Materi dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi sosial yang berkembang di tengah masyarakat. Penyesuaian ini bertujuan agar pesan dakwah relevan dan mudah diterima berbagai kalangan karena materi

atau isi dakwah merupakan ruh dari seluruh proses dakwah. Materi dakwah sebaiknya tidak hanya bersifat dogmatis, tetapi juga edukatif, solutif, dan aplikatif. Tema-tema dakwah yang kontekstual seperti moderasi beragama, toleransi, anti-radikalisme, pemberdayaan ekonomi syariah, dan etika sosial menjadi sangat relevan dalam menjawab problematika masyarakat modern (Arifin, 2003).

d. Pemilihan Metode dan Media

Pemilihan metode dan media menjadi penentu daya jangkau dan efektivitas pesan dakwah. Metode dakwah bisa berupa ceramah, diskusi, dialog interaktif, pengajian, maupun pendekatan kultural. Sementara media dakwah bisa melalui radio, televisi, media cetak, hingga media sosial dan platform digital. Perkembangan teknologi informasi menuntut da'i untuk mengadaptasi pendekatan dakwah melalui platform digital yang lebih interaktif dan fleksibel. Dakwah melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini menjadi alternatif strategis dalam menjangkau generasi milenial dan Gen Z (Nasution, 2019).

e. Evaluasi

Evaluasi adalah proses reflektif terhadap pelaksanaan dakwah. Evaluasi dilakukan untuk menilai pencapaian tujuan, efektivitas metode, dan respons mad'u terhadap materi dakwah. Rohmat (2021) menekankan pentingnya evaluasi sebagai mekanisme pembelajaran dan pengembangan strategi yang lebih efektif di masa depan.

Evaluasi dakwah dapat bersifat kualitatif (misalnya melalui wawancara atau observasi) maupun kuantitatif (melalui survei dan statistik partisipasi). Tanpa evaluasi, kegiatan dakwah cenderung stagnan dan kehilangan arah.

C. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan (Asmuni, 1983)

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat

fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, *film, video,* kaset, *slide,* dan sebagainya. Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u.

2. Fungsi dan Peran Media Dalam Dakwah

Media memiliki peranan penting dalam aktivitas dakwah, terutama dalam era modern yang ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi. Secara umum, media berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dakwah dari komunikator (dai) kepada komunikan (masyarakat). Fungsi ini membuat pesan-pesan keislaman dapat tersampaikan lebih cepat, luas, dan menarik bagi berbagai lapisan masyarakat (Arifin, 1993).

Selain sebagai penyampai pesan, media juga berperan sebagai penguat dakwah. Pesan-pesan keagamaan yang disampaikan dapat diulang, ditegaskan kembali, atau disampaikan dalam berbagai bentuk seperti tulisan, audio, dan video, sehingga memperkuat pemahaman umat. Hal ini mendukung fungsi edukatif media, yakni membantu masyarakat memahami ajaran Islam secara lebih utuh dan komunikatif (Hamzah, 2011).

Media juga berfungsi sebagai agen transformasi sosial. Dakwah melalui media tidak hanya menyampaikan nilai-nilai agama, tetapi juga membentuk opini publik dan mengajak masyarakat melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Dalam hal ini, media bisa menjadi sarana untuk melawan ekstremisme, menyuarakan toleransi, serta mempromosikan gaya hidup Islami yang damai dan kontekstual (al-Qaradawi, 2004).

Keunggulan lain dari media dakwah adalah kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan lintas wilayah. Pesan-pesan keislaman kini dapat dinikmati bukan hanya secara langsung di masjid atau majelis taklim, tetapi juga melalui televisi, YouTube, dan media sosial. Tayangan seperti *Ulama Menyapa* di TVKU Semarang menjadi contoh bagaimana media lokal bisa menjangkau publik yang lebih luas melalui platform digital.

Dengan demikian, media dakwah memiliki peran strategis tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi, penguatan nilai, dan transformasi sosial. Untuk itu, pemanfaatan media dalam dakwah harus dilakukan secara terencana, profesional, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat modern.

3. Jenis-Jenis Media Dakwah

Media dakwah merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam dari seorang da'i kepada mad'u. Dalam praktiknya, media dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga menjadi unsur strategis dalam menyebarluaskan nilai-nilai keislaman secara efektif, luas, dan relevan dengan konteks zaman. Penggunaan media yang tepat dapat memperkuat pesan dakwah, membangun kesadaran keagamaan, dan menjembatani kesenjangan antara ajaran Islam dan realitas sosial masyarakat. Para pakar komunikasi dan dakwah membagi media dakwah ke dalam beberapa kategori utama. Masing-masing jenis memiliki kelebihan dan kekurangan, serta peran tersendiri dalam strategi penyampaian dakwah.

a. Media Dakwah

Media lisan adalah media yang menggunakan ucapan langsung sebagai sarana utama penyampaian dakwah. Jenis ini termasuk yang paling klasik dan telah digunakan sejak zaman Rasulullah SAW. Bentuknya bisa berupa ceramah, khutbah, pengajian, diskusi keagamaan, maupun dakwah melalui dialog informal. Kelebihan dari media lisan adalah adanya hubungan emosional langsung antara da'i dan mad'u. Selain itu, interaksi dua arah juga memungkinkan da'i menjawab pertanyaan langsung dari audiens. Namun, media ini memiliki keterbatasan dari sisi jangkauan dan waktu, karena hanya bisa menjangkau audiens yang hadir secara fisik (Arifin, 2003)

b. Media Tulisan

Media tulisan atau cetak mencakup berbagai bentuk informasi dakwah yang disajikan dalam bentuk teks, seperti buku, majalah Islami, buletin masjid, pamflet dakwah, artikel di surat kabar, atau tulisan daring (online). Keunggulan media ini adalah sifatnya yang dapat dibaca berulang kali, sehingga memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memahami

isi dakwah secara lebih mendalam. Selain itu, materi dakwah tertulis dapat terdokumentasi dan dijadikan referensi jangka panjang. Namun demikian, media tulisan menuntut kemampuan baca-tulis dan tidak selalu menarik bagi generasi muda yang lebih menyukai konten visual atau interaktif (Nasution, 2019).

c. Media Elektronik (Audio-Visual)

Media elektronik mencakup sarana penyampaian dakwah melalui perangkat modern seperti radio, televisi, dan rekaman audio-video. Ceramah agama yang disiarkan di radio atau televisi menjadi salah satu contoh nyata dari penggunaan media ini dalam kegiatan dakwah massa. Kelebihan dari media ini adalah daya jangkaunya yang sangat luas. Dakwah bisa diterima oleh ribuan bahkan jutaan orang secara bersamaan tanpa batasan geografis. Media audio-visual juga membuat pesan dakwah lebih menarik dan mudah dipahami, karena memadukan unsur suara dan gambar (Rohmat, 2021).

d. Media Digital dan Media Sosial

Media digital adalah bentuk media dakwah yang memanfaatkan internet dan platform digital, seperti *YouTube, Instagram, TikTok*, *podcast*, aplikasi *mobile* dakwah, hingga situs web keislaman. Media ini berkembang pesat dan menjadi pilihan utama dalam dakwah era milenial.

Keunggulan dakwah digital terletak pada kecepatan fleksibilitas, dan jangkauan global. Selain itu, audiens bisa berinteraksi langsung melalui komentar atau pesan pribadi. Namun, tantangan dari media ini adalah potensi penyebaran informasi yang belum tervalidasi dan bahaya konten provokatif (Nasution, 2019)

e. Media Nonverbal (Simbolik dan Keteladanan)

Media dakwah tidak selalu disampaikan dalam bentuk kata-kata. Keteladanan perilaku, gaya hidup Islami, cara berpakaian, dan cara bersosialisasi juga merupakan bentuk media dakwah nonverbal. Misalnya, seorang guru yang jujur dan berakhlak baik dapat menjadi bentuk dakwah yang lebih kuat daripada kata-kata.

Kelebihan dari media ini adalah daya pengaruhnya yang mendalam. Masyarakat cenderung meniru tindakan nyata dibanding hanya mendengar teori. Namun, media ini bersifat tidak langsung dan membutuhkan waktu

lama untuk memberi dampak yang luas (Arifin, 2003).

Setiap jenis media dakwah memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Dalam praktiknya, seorang da'i atau lembaga dakwah harus mampu memilih dan mengombinasikan berbagai media sesuai dengan karakteristik mad'u, tujuan dakwah, serta kondisi sosial yang dihadapi. Di era digital ini, perpaduan antara media tradisional dan media modern menjadi strategi dakwah yang paling relevan dan efektif. Yang terpenting adalah bagaimana pesan dakwah dapat diterima, dipahami, dan diamalkan oleh masyarakat secara utuh dan berkelanjutan.

D. Televisi

1. Pengertian Televisi

   Televisi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu tele yang berarti jauh dan visi (videre) yang berarti penglihatan, hal ini dikemukakan oleh J. B. Wahyudi. Dalam bahasa Inggris televisi diartikan sebagai melihat jauh. Akan tetapi, melihat jauh diartikan sebagai gambar dan suara yang dihasilkan oleh televisi diproduksi di suatu tempat sehingga dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat (Arif, Samsinas, 2017). Televisi merupakan bentuk dari perpaduan dari audio dari segi siaran (boardcast) sedangkan video dari segi geraknya (moving image). Televisi adalah salah satu media massa yang dapat digunakan sebagai sarana informasi dapat didengar maupun dilihat melalui indera pendengar dan penglihatan.

2. Fungsi Televisi

   Beragam jenis media massa di antaranya surat kabar, radio, televisi bahkan internet tidak hanya berfungsi sebagai pemberi informasi. Berikut ini beberapa fungsi dari media massa menurut Effendy yaitu (Effendy, 1993):

   a. Memberikan Informasi (to inform)

      Dari sekian banyaknya fungsi media massa yang pertama yaitu memberikan informasi kepada masyarakat. Masyarakat yang menonton televisi akan mengetahui berbagai berita yang sedang ramai diperbincangkan misalnya isu politik, perekonomian negara dan lain sebagainya.

b. Memberikan pendidikan (to educate)

Fungsi yang kedua dari media massa yaitu mendidik. Fungsi mendidik artinya media massa memberika berbagai pengetahuan yang bersifat komprehensif dan mendidik. Pengetahuan tidak hanya berupa berita saja, melainkan berbagai informasi dan pengetahuan yang telah dipilih.

c. Memberikan hiburan (to entertain)

Selain memberikan informasi dan mendidik, media massa juga memberikan hiburan kepada masyarakat untuk menyeimbangi berita-berita berat. Program hiburan dari media massa televisi biasanya berupa reality show, musik, stand up comedy dan lain sebagainya.

d. Mempengaruhi (to influence)

Media massa menjadi peran penting bagi kehidupan bermasyarakat. Fungsi mempengaruhi secara tersirat terkandung dalam berita, sedangkan secara tersurat terdapat dalam tajuk, artikel, opini yang dapat mempengaruhi pikiran masyarakat.

3. Jenis-Jenis Stasiun Televisi

Jenis-jenis televisi dibagi menjadi beberapa jenis yaitu (Zoebazary, 2010):

a. Televisi Digital

Televisi digital merupakan salah satu jenis televisi yang menggunakan perubahan sinyal digital dan sistem tekanan untuk memancarkan sinyal video, audio dan data ke pesawat televisi. Sistem televisi digital yang ada di antaranya adalah DVB (Eropa, Indonesia, Malaysia dan lain sebaginya), ATSC (Amerika, Korea Selatan dan lain sebagainya), ISDB (Jepang, Brazil).

b. Televisi Analog

Jenis televisi ini merupakan televisi yang bertanda informasi gambar dengan menambahkan variasi pada voltase dan frekuensi dari sinyal. Sistem televisi analog yang digunakan antara lain NTSC (Amerika, Jepang, Korea), PAL (Eropa, Indonesia dan sebagainya), SECAM (Perancis).

c. Televisi Berlangganan

Televisi berlangganan merupakan jenis televisi yang menggunakan satelit. Pesawat pnerima dilengkapi dengan alat 30 dekoder yang

berfungsi sebagai penerima sinyal dari satelit dan dilaksanakan dengan sistem sewa.

d. Televisi Lokal Televisi lokal yaitu stasiun televisi dengan wilayah siaran terkecil mencakup kota atau kabupaten. Televisi lokal hanya dapat menjangkau suatu daerah yaitu maksimum dalam satu propinsi maupun kota dengan kemampuan pancar 20 kilowatt (Kwh) (Morissan, 2008).

e. Televisi Komunitas Stasiun televisi komunitas merupakan televisi yang didirikan oleh sekelompok komunitas yang bersifat independen dan tidak komersial, daya pancar rendah, jangkauannya terbatas serta untuk kepentingan komunitas saja.

4. Televisi Sebagai Media Dakwah

Media merupakan sarana untuk melaksanakan suatu kegiatan, biasanya diartikan sebagai media perantara. Sedangkan media dakwah yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u melalui televisi, film, video dan lainnya.

Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu pemanfaatan teknologi modern, sehingga aktivitas dakwah mampu mencapai sasaran dan tujuan yang maksimal (Arif, Samsinas, 2017). Dakwah melalui televisi akan lebih mudah untuk mencapai jangkauan dakwah serta lebih menghemat waktu. Materi dakwah yang disampaikan akan lebih mudah sampai ke sasaran dakwah dan lebih cepat serta efisien dalam mencapai tujuan dakwah.

Media televisi dalam menyiarkan ajaran Islam tentunya harus mempunyai strategi yang khusus agar pesan dakwah dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya yaitu memiliki gaya siaran. Menurut Aep Kusnawan, seorang da'i yang tampil di televisi harus memperhatikan gaya siaran di televisi antara lain yaitu:

a. Seorang da'i harus mempu menyesuaikan diri di depan kamera serta peralatan lain seperti pencahayaan yang tersorot ke wajah seorang da'i.

b. Da'i yang tampil di depan kamera sebaiknya tidak menggunakan naskah.

c. Mubaligh selain harus bisa mengendalikan suara, tidak kalah penting dengan bahasa tubuh, baik itu ekspresi wajah maupun gerak-gerik lainnya.
d. Da'i harus mampu menampilkan pribadi yang menyenangkan, suara yang menarik serta raut wajah yang serasi (Zaini, 2015).

BAB III
GAMBARAN UMUM TENTANG STRATEGI DAKWAH PROGRAM *ULAMA MENYAPA* DAN PAPARAN DATA PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian, yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengahdan Program Ulama Menyapa yang disiarkan di TVKU Semarang. Pemaparan data yang diperoleh dari wawancara dengan informan kunci juga akan dijelaskan untuk mendukung analisis.

A. Profil Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah

Sebagian besar penduduk Jawa Tengah memeluk agama Islam. Umat yang secara mayoritas ini akan menjadi kekuatan secara potensial bagi suksesnya pembangunan di negara kita. Pembangunan yang bersifat menyeluruh baik lahiriah maupun batiniah yang hakekatnya ditujukan kearah pembangunan manusia Indonesia seluruhnya.

Sudah semenjak dahulu, umat Islam senantiasa menganggap bahwa ulama adalah pemimpin mereka dan ulama adalah pewaris para Nabi. Oleh karenanya, maka pendapat-pendapat para ulama, fatwa, serta petunjuk-petunjuk, bahkan sikapnya selalu diikuti dan ditaati oleh umat Islam dengan segala keikhlasannya, bukan saja mengenai masalah ukhrawi, tetapi juga masalah duniawi.

Peranan ulama sebagai pemimpin masyarakat yang tidak formal, besar sekali pengaruhnya terhadap keberhasilan pembangunan yang sedang dilaksanakan pemerintah. Apabila antara ulama dan pemimpin pemerintahan (umaro) sudah sepaham dalam menyampaikan cita-cita pemerintah kepada masyarakat, maka masyarakat akan mudah menerima dan melaksanakannya.

Titik pertemuan antara ulama dan umaro' seperti inilah yang mendorong terbentuknya organisasi Majelis Ulama di Jawa Tengah sebagai realisasi dari keinginan kedua belah pihak, dimana majelis ulama ini mempunyai dua fungsi yaitu:

1. Sebagai majelis penterjemah pemerintah dalam menyampaikan pikiran- pikiran dan saran-saran yang berhubungan dengan masalah-masalah pembangunan masyarakat.

2. Sebagai majelis yang memberikan saran-saran kepada pemerintah untuk lebih memantapkan dan melancarkan pelaksanaan program pembangunan.

Oleh karena itu, maka pada tanggal 27 Februari 1975 dibentuklah Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah yang pada awal berdirinya masih menempati masjid Baiturahman, Semarang. Hal ini karena kota semarang merupakan ibu kota Jawa tengah yang terletak pada $6^{O}50$ LS dan $109^{O}50$ – $110^{O}30$ BT. Luas 37.366,858 H.a. Elevasi Topografi merupakan wilayah berupa pantai, dataran dan perbukitan mulai 0,75 m hingga 359 m yang tertinggi. Berpenduduk + 1,3 juta dengan tingkat sosial ekonomi dan budaya yang cukup heterogen serta terbagi atas 16 wilayah kecamatan. Tepatnya MUI Jawa Tengah didirikan di jalan Pandanaran No. 126 Semarang.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah merupakan bagian dari struktur organisasi MUI secara nasional yang memiliki tanggung jawab besar dalam membimbing, membina, serta mengarahkan umat Islam di wilayah Provinsi Jawa Tengah, baik dalam aspek keagamaan, sosial, maupun kebangsaan. Sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 151 Tahun 2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan Organisasi Kemasyarakatan, MUI sebagai lembaga keagamaan non-pemerintah memiliki posisi strategis dalam menjembatani kepentingan umat Islam dengan pemerintah, serta sebagai rujukan utama dalam persoalan keagamaan (Kementerian Agama RI, 2015).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang mewadahi ulama, zu'ama, dan cendikiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. (MUI, 2020). Secara fungsi, MUI Jawa Tengah tidak hanya bertugas mengeluarkan fatwa keagamaan, tetapi juga melaksanakan dakwah Islam dalam bentuk yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman. Dalam peranannya, MUI hadir sebagai pengawal moral dan nilai keislaman yang rahmatan lil 'alamin, dengan turut aktif dalam menangkal paham radikalisme serta membina moderasi beragama di tengah masyarakat multikultural. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyuluhan agama, penerbitan

media dakwah, penyelenggaraan pelatihan dai, hingga pemanfaatan media massa dan digital sebagai sarana penyebaran dakwah (Muchlas, 2020).

Sebagai organisasi yang dilahirkan oleh para ulama, zuama dan cendekiawan muslim serta tumbuh berkembang di kalangan umat Islam, Majelis Ulama Indonesia adalah gerakan masyarakat. Dalam hal ini, Majelis Ulama Indonesia tidak berbeda dengan organisasi-organisasi kemasyarakatan lain di kalangan umat Islam, yang memiliki keberadaan otonom dan menjunjung tinggi semangat kemandirian. Semangat ini ditampilkan dalam kemandirian dalam arti tidak tergantung dan terpengaruh kepada pihak-pihak lain di luar dirinya dalam mengeluarkan pandangan, pikiran, sikap dan mengambil keputusan atas nama organisasi. Dalam kaitan dengan organisasi-organisasi kemasyarakatan di kalangan umat Islam, Majelis Ulama Indonesia tidak bermaksud dan tidak dimaksudkan untuk menjadi organisasi supra-struktur yang membawahi organisasi-organisasi kemasyarakatan tersebut, dan apalagi memposisikan dirinya sebagai wadah tunggal yang mewakili kemajemukan dan keragaman umat Islam. Majelis Ulama Indonesia, sesuai niat kelahirannya, adalah wadah silaturrahmi ulama, zuama dan cendekiawan Muslim dari berbagai kelompok di kalangan umat Islam.

Kemandirian Majelis Ulama Indonesia tidak berarti menghalanginya untuk menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak-pihak lain baik dari dalam negeri maupun luar negeri, selama dijalankan atas dasar saling menghargai posisi masing-masing serta tidak menyimpang dari visi, misi dan fungsi Majelis Ulama Indonesia. Hubungan dan kerjasama itu menunjukkan kesadaran Majelis Ulama Indonesia bahwa organisasi ini hidup dalam tatanan kehidupan bangsa yang sangat beragam, dan menjadi bagian utuh dari tatanan tersebut yang harus hidup berdampingan dan bekerjasama antarkomponen bangsa untuk kebaikan dan kemajuan bangsa. Sikap Majelis Ulama Indonesia ini menjadi salah satu ikhtiar mewujudkan Islam sebagai rahmatan lil alamin (Rahmat bagi Seluruh Alam).

Sebagai lembaga independen yang berbasis keulamaan, MUI Jawa Tengah memikul amanah besar dalam menjaga kemurnian ajaran Islam, mengawal moralitas publik, serta mengembangkan dakwah Islam yang inklusif

dan moderat. Oleh karena itu, MUI tidak hanya menjadi lembaga fatwa, tetapi juga memainkan peran strategis dalam bidang pendidikan, sosial, dan komunikasi keagamaan. MUI juga diharapkan menjadi mediator antara umat Islam dan pemerintah serta menjadi sumber rujukan keagamaan bagi masyarakat luas (Sauri, 2018).

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, struktur organisasi MUI Jawa Tengah dibentuk secara hierarkis dan sistematis agar mampu menjawab tantangan zaman. Struktur ini mencakup berbagai komisi atau bidang yang menangani isu-isu spesifik. Beberapa komisi penting antara lain:

a. Komisi Fatwa, bertugas merumuskan dan menetapkan fatwa keagamaan sebagai pedoman umat dalam berbagai persoalan kontemporer.
b. Komisi Dakwah, bertanggung jawab dalam merancang strategi dakwah yang efektif sesuai dengan konteks sosial masyarakat Jawa Tengah.
c. Komisi Informasi dan Komunikasi, memegang peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah dan keislaman melalui berbagai media massa, termasuk televisi, radio, dan platform digital.
d. Komisi Ukhuwah Islamiyah dan Kerukunan Antar Umat Beragama, yang memiliki mandat untuk membina toleransi dan menjalin hubungan harmonis antara umat Islam dan pemeluk agama lain.
e. Komisi lain seperti Komisi Pendidikan dan Kaderisasi Ulama**,** Komisi Hukum dan Perundang-undangan, dan Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat, turut memperkuat peran MUI dalam sektor pendidikan, hukum, dan sosial ekonomi.

Masing-masing komisi dijalankan oleh para profesional, ulama, dan akademisi yang memiliki kompetensi di bidangnya. Kegiatan mereka juga dikordinasikan langsung oleh Dewan Pimpinan MUI Jawa Tengah agar terintegrasi secara kelembagaan. Dalam pelaksanaannya, MUI senantiasa Islam, media lokal, organisasi masyarakat, dan tokoh-tokoh agama untuk mengoptimalkan jangkauan programnya. Salah satu contohnya adalah kolaborasi dengan TVKU Semarang melalui program *Ulama Menyapa*, yang menjadi media penyiaran dakwah moderat kepada masyarakat luas.

Dengan mengusung visi sebagai *khadimul ummah* (pelayan umat) dan *shadiqul hukumah* (mitra pemerintah), MUI Jawa Tengah berupaya menjalankan perannya secara adil, netral, dan solutif terhadap persoalan keumatan. Komitmen ini dilakukan dalam rangka mewujudkan masyarakat Jawa Tengah yang religius, toleran, dan damai dalam bingkai kebhinekaan.

Sebagai lembaga keagamaan yang memiliki peran strategis dalam pembinaan umat dan penyampaian dakwah Islam moderat di wilayah Jawa Tengah, Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah memiliki susunan kepengurusan yang tersusun secara hierarkis dan fungsional. Struktur organisasi ini terdiri dari beberapa komisi yang masing-masing memiliki tanggung jawab tertentu dalam pelaksanaan tugas-tugas kelembagaan, termasuk dalam bidang informasi dan komunikasi keislaman. Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah memiliki struktur organisasi yang sistematis guna mendukung pelaksanaan visi dan misi dakwah, khususnya melalui program-program strategis seperti *Ulama Menyapa*.

Berdasarkan dokumen resmi Surat Keputusan Dewan Pimpinan MUI Jawa Tengah (2021), susunan pengurus inti terdiri dari:

1. Ketua Umum

   Dr. KH. Ahmad Darodji, M.Si.

   Bertanggung jawab atas pengambilan kebijakan strategis serta koordinasi antar komisi. Beliau memimpin arah dan haluan umum organisasi dalam menjalankan visi dan misi MUI Jawa Tengah.
2. Sekretaris Umum

   Drs. KH. Muhyiddin, M.Ag.

   Memiliki peran sebagai pelaksana administratif utama. Tugas utamanya adalah memastikan seluruh program dan kegiatan lembaga berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan secara sistematis dan efisien.
3. Komisi-Komisi

   MUI Jawa Tengah memiliki sejumlah komisi yang bertanggung jawab menjalankan fungsi teknis sesuai bidang masing-masing. Salah satu komisi yang sangat berperan dalam strategi dakwah media adalah:

Komisi Informasi dan Komunikasi

Ketua : H. Isdiyanto Isman, S.I.P.

Sekretaris : Syamsul Huda, S.Sos., M.Si.

Memiliki peran penting dalam mengelola kegiatan dakwah berbasis media. Komisi ini menjadi garda terdepan dalam memanfaatkan media massa dan teknologi digital sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keagamaan. Selain itu, komisi ini juga bertanggung jawab menyelenggarakan program *Ulama Menyapa*, yang merupakan wujud nyata dari dakwah MUI Jawa Tengah melalui media elektronik dengan pendekatan yang terencana dan profesional.

B. Profil TVKU Semarang

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro (disingkat: TVKU) merupakan stasiun televisi lokal yang berdiri dan mengudara di Kota Semarang, Jawa Tengah. Dengan berbekal Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah No. 483/116/2003 tanggal 13 September 2003 dan diperbaharui dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah 483/12A/2005 tertanggal 8 Februari 2005, TVKU secara resmi dapat mengudara dengan menempati frekuensi awal pada posisi 21 dan 23 UHF. Di bulan November 2008, TVKU telah memperoleh IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran.

Pada tahun 2010, mendapat ijin dari MENKOMINFO lewat Nomor:15/KEP/M.KOMINFO/03/2010 tentang ijin penyelenggaran penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta Jasa Penyiaran Televisi PT. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro dengan jangkauan daerah penyiaran meliputi wilayah propinsi Jawa Tengah.

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya kebutuhan masyarakat, TVKU mulai memosisikan diri sebagai stasiun televisi lokal Semarang, dari sebelumnya televisi komunitas yang terbatas di kalangan kampus saja. Kanal frekuensi pun ditingkatkan menjadi 49 UHF sehingga lebih stabil dan jernih. Didukung dengan teknisi yang berpengalaman, menjadikan TVKU sebagai televisi lokal satu-satunya di Semarang yang didirikan oleh kelompok mahasiswa kampus. TVKU saat ini berjaringan dengan media lokal terbesar dan pertama di Jawa Tengah, Suara Merdeka Network mulai tahun

2011 bekerjasama dengan TVKU untuk menyiarkan berbagai konten lokal yang disiapkan oleh Suara Merdeka sebagai wadah aspirasi pembaca harian itu dan masyarakat Jawa Tengah. Hingga 2016, TVKU bersiaran pada pukul 04.30-24.00 WIB.

Pada Januari 2017, TVKU mulai bekerjasama dengan Masjid Agung Jawa Tengah hingga pada akhirnya, pemancar TVKU berpindah ke Menara Asmaul Husna Masjid Agung Jawa Tengah. Sejak tahun 2017, TVKU Semarang juga dapat disaksikan melalui televisi digital DVB-T2.

C. Program Ulama Menyapa di TVKU Semarang

Program Ulama Menyapa merupakan program acara dakwah yang berisikan materi tentang nilai-nilai keagaaman dengan format TalkShow secara live di studio TVKU Semarang. Narasumber dari program acara ini berasal dari MUI (Majeilis Ulama Indoneisia) Jawa Tengah. Berawal dari pembahasaan ulama- ulama yang ingin memberikan dakwah kepada masyarakat dengan itu TVKU Semarang memberikan wadah untuk melaksanakan niat baik tersebut maka terbentuklah kerjasama antara MUI Jawa Tengah dan TVKU berupa Program Ulama Menyapa. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Syamsul Huda selaku Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah.

> "Program Ulama Menyapa ini berawal dari kebutuhan untuk menyampaikan pesan dakwah yang lebih langsung dan mudah diterima oleh masyarakat, terutama di Jawa Tengah. Kita tahu, di era sekarang, banyak sekali informasi yang beredar, baik yang benar maupun yang salah. Maka, MUI merasa perlu untuk ikut andil dalam memberikan pemahaman agama yang moderat dan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan adanya program ini, kita berharap bisa menjangkau audiens yang lebih luas, terutama melalui media lokal seperti TVKU yang mudah diakses oleh masyarakat" (Wawancara, 13 Juni 2025).

Program Ulama Menyapa bertujuan untuk memperkenalkan Islam yang moderat kepada masyarakat Jawa Tengah dengan cara yang lebih mudah dipahami. Program ini juga berfokus pada pembahasan isu-isu keagamaan yang relevan, seperti toleransi beragama, moderasi dalam beragama, radikalisasi, dan ekonomi syariah.

> "Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat pemahaman umat Islam di Jawa Tengah terhadap ajaran Islam yang moderat dan damai. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan solusi terhadap masalah-masalah keagamaan yang sering menjadi perdebatan atau kebingungan di masyarakat. Kami ingin memastikan bahwa setiap tema yang diangkat bisa

memberikan pencerahan dan membantu umat Islam untuk lebih memahami Islam dengan cara yang penuh kasih sayang dan toleransi" (Wawancara Bapak Syamsul Huda pada 13 Juni 2025).

Program Ulama Menyapa mulai ditayangkan pada bulan September 2018 pada hari Jumat. Awalnya Program Ulama Menyapa tayang setiap hari Jumat, namun dengan kesepakatan bersama antar seluruh pihak, ketika 2020 program ini diubah jadwal tayangnya menjadi setiap hari Senin dan sampai sekarang masih disiarkan secara *live streaming* di kanal TVKU pada pukul 16.00-17.00 WIB dan dapat disaksikan juga pada *YouTube* @tvkulivestreaming. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Trias Widyo Herminto selaku Kepala Produksi TVKU Semarang.

"Program Ulama Menyapa adalah program siaran televisi yang selalu disiarkan setiap hari Senin pukul 16.00-17.00 yang menampilkan narasumber dari MUI Jawa Tengah yang menyampaikan pesan-pesan keislaman dan isu-isu aktual kepada masyarakat. Program ini merupakan hasil kerja sama antara MUI Jawa Tengah dan TVKU Semarang sebagai bentuk sinergi dalam mendukung dakwah melalui media televisi" (Wawancara, 16 Juni 2025)

Konsep dari program Ulama Menyapa ini sendiri adalah program talkshow yang terdiri dari narasumber dan *host*. Produksi Ulama Menyapa ini biasanya dipandu oleh *host* yang membuka sekaligus memancing pertanyaan kepada narasumber tersebut, yang kemudian akan dijawab oleh narasumber dan seterusnya. Biasanya, terdapat beberapa audieins yang dapat bertanya melalui kolom komentar pada siaran *live streaming* YouTube.

"Kami tidak ingin dakwah hanya bersifat satu arah atau ceramah formal. Maka kami sengaja memilih format dialog, agar penyampaiannya tetap ringan dan tidak terkesan formal agar bisa lebih mudah dipahami" (Wawancara Bapak Syamsul Huda pada 13 Juni 2025).

Pemilihan materi dakwah menjadi faktor keberhasilan dakwah. Materi atau pesan yang disampaikan dalam program Ulama Menyapa disesuaikan dalam setiap episode *Ulama Menyapa* dengan isu-isu keagamaan yang sedang berkembang di masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Syamsul Huda selaku Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah

"Kami selalu memilih tema yang relevan dengan kehidupan sehari- hari masyarakat. Misalnya, tema-tema yang berhubungan dengan toleransi, ekonomi syariah, atau dengan tema-tema peristiwa misalnya tahun baru islam, kemudian tentang Idul Adha yang memang menjadi topik hangat dan banyak dibicarakan. Selain itu, kami juga memastikan bahwa setiap topik yang diangkat tidak hanya menarik, tetapi juga bisa memberikan pemahaman yang jelas dan mudah diterima oleh audiens dari berbagai kalangan" (Wawancara, 13 Juni 2025)

Dalam menentukan narasumber dan tema yang akan disampaikan yaitu berasal dari pihak MUI, sementara TVKU Semarang menyediakan tempat dan tim produksi untuk memproduksi program Ulama Menyapa. Sehingga untuk *host* hanya diberikan tema saja, dan harus menyusun pertanyaan sendiri. Hal ini membuat *host* mendapatkan kebebasan untuk menyusun pertanyaan mereka sendiri, dan dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan tema yang telah diberikan.

"Kerja sama kami dengan TVKU berjalan sangat baik. Dari MUI, kami memberikan materi dakwah, memilih tema, dan menentukan narasumber. TVKU kemudian bertanggung jawab untuk segala hal yang berhubungan dengan teknis penyiaran, mulai dari pengaturan jadwal hingga kualitas siaran. Kami berkolaborasi secara erat untuk memastikan program ini dapat disiarkan dengan baik dan diterima oleh audiens." (Wawancara Bapak Syamsul Huda pada 13 Juni 2025).

Program ini secara konsisten menampilkan konten-konten keagamaan yang disampaikan oleh para ulama dan cendekiawan Muslim Jawa Tengah, sehingga mampu menjadi alternatif sumber rujukan keagamaan yang terpercaya di tengah derasnya arus informasi digital yang sering kali tidak terverifikasi.

Narasumber yang diundang dalam program ini tidak hanya ulama yang berkompeten, tetapi juga mereka yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menjelaskan ajaran Islam secara sederhana dan mudah dimengerti oleh audiens.

"Memilih narasumber itu sangat penting. Kami memastikan bahwa yang diundang bukan hanya ulama yang paham agama, tapi juga mampu berbicara dengan cara yang mudah dimengerti masyarakat. Jadi, tidak cukup hanya pintar secara keilmuan, tapi juga harus bisa menjelaskan dengan jelas dan sederhana. Selain itu, kami juga memilih narasumber yang punya latar belakang yang jelas dan terpercaya, supaya apa yang mereka sampaikan bisa diterima dengan baik oleh penonton" (Wawancara Bapak Syamsul Huda pada 13 Juni 2025).

Selain dari sisi pesan dan pendekatan komunikasi, keberhasilan pelaksanaan dakwah dalam program ini juga ditunjang oleh penggunaan teknologi audio-visual yang optimal. Kualitas gambar, tata cahaya, dan kejernihan suara menjadi perhatian penting dalam produksi program ini. Trias Widyo Herminto, Kepala Produksi TVKU Semarang, menyatakan bahwa:

"Dari sisi teknis produksi, kami berupaya menghadirkan kualitas audio-visual yang baik, mulai dari pencahayaan, suara, hingga tata kamera. Kami menyadari bahwa tampilan visual yang menarik dan audio yang jernih sangat mempengaruhi kenyamanan penonton dalam menyimak isi dakwah. Maka dari itu, setiap sesi rekaman atau siaran langsung kami persiapkan dengan matang,

termasuk gladi dan pengecekan peralatan sebelum tayang" (Wawancara pada 16 Juni 2025).

Evaluasi terhadap program *Ulama Menyapa* dilakukan secara berkala oleh MUI Jawa Tengah sebagai upaya untuk mengetahui sejauh mana efektivitas program dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Syamsul Huda, M.Si. selaku Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah, evaluasi dilakukan setiap selesai tayang, baik melalui umpan balik dari pemirsa di media sosial maupun diskusi internal bersama tim produksi dari TVKU Semarang.

"Setiap akhir episode, kami selalu melakukan evaluasi, baik melalui feedback dari audiens yang bisa disampaikan langsung lewat media sosial, maupun diskusi internal dengan tim TVKU. Kami juga mengumpulkan data tentang seberapa banyak audiens yang menonton dan berapa banyak interaksi yang terjadi selama acara berlangsung. Ini semua membantu kami untuk melihat apakah program ini sudah mencapai tujuan dakwah yang diinginkan atau belum" (Wawancara Bapak Syamsul Huda pada 13 Juni 2025).

D. Tema Kajian Ulama Menyapa

Hadirnya program Ulama Menyapa yaitu sebagai wadah untuk berdakwah para ulama selain itu juga sebagai tempat untuk memberikan pengetahuan tentang agama dan menjawab terkait isu-isu yang hangat di perbincangkan di kalangan masyarakat Semarang. Memilih tema yang relevan dapat membantu menarik perhatian audieins, menginspirasi diskusi yang bermakna, dan memberikan solusi atau pandangan yang berharga tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Menentukan tema juga merupakan salah satu bentuk dari strategi dakwah yang dilakukan MUI Jawa Tengah supaya menarik audiens untuk menonton acara Ulama Menyapa. Berikut adalah tema dari episode Ulama Menyapa yang tayang di tiga bulan terakhir April, Mei, dan Juni beserta narasumber dan tanggal penanyangan.

Tabel 1. Tema Kajian Program Ulama Menyapa

TEMA	NARASUMBER	TANGGAL TAYANG	JUMLAH VIEWERS YOUTUBE
Halal Bihalal Membangun Tema Membangun Nasionalisme	Prof. Dr. KH Ahmad Rofiq, MA.	14 April 2025	41 penonton

Posisi Ulama Perempuan dalam Perjuangan Islam	Dr. KH. Multazam Achmad, MA.	21 April 2025	159 penonton
Masjid Sumber Utama Kekuatan Islam	Ir. KH Khammad Maksum, Al-Hafidz	28 April 2025	189 penonton
Kontribusi Pendidikan Keluarga dalam Membangun Moral Bangsa	KH. Drs. Eman Sulaeman, MH.	5 Mei 2025	66 penonton
Optimalisasi Dakwah Bilhal Di Rumah Mualaf	KH. Dr. Anashom, M.Hum	26 Mei 2025	130 penonton
Masjid Agung Jawa Tengah dan Masjid Agung Semarang Sebagai Percontohan Pelaksanaan Ibadah Kurban Sesuai Syariah	KH. Ir. Khammad Maksum, Al-Hafidz KH. Drs. Muhyiddin, M.Ag.	2 Juni 2025	117 penonton
Percepatan Sertifikasi Tanah	KH. Drs. Ahyani, MSI Wahyu Setyoko, S.SiT, MH	9 Juni 2025	81 penonton
Mempertahankan Semangat Ukhuwah Paska Ibadah Haji	Prof. Dr. KH Imam Yahya, M.Ag.	16 Juni 2025	30 penonton

Sumber: YouTube TVKU LIVE STREAMING diakses pada 21 Juni 2025

BAB IV
ANALISIS DATA PENERAPAN STRATEGI DAKWAH MELALUI PROGRAM *ULAMA MENYAPA* DI TVKU SEMARANG

Kegiatan dakwah tidak akan berhasil tanpa adanya sebuah strategi yang jelas. Strategi merupakan sebuah rencana yang memuat serangkaian kegiatan dalam sebuah lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi dapat berhasil apabila dari sebuah lembaga maupun organisasi dapat mengupayakannya secara efektif maupun secara efisien. Dengan adanya strategi yang tepat dapat mempermudah untuk mencapai tujuan yang tepat bagi suatu lembaga maupun organisasi. Oleh karena itu, strategi harus dirumuskan secara jelas agar tujuan dapat tercapai secara maksimal.

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu bagaimana MUI Jawa Tengah menerapkan strategi dakwah melalui program *Ulama Menyapa* di TVKU Semarang. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan Bapak Syamsul Huda (Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah) dan Bapak Trias Widyo Herminto (Kepala Produksi TVKU Semarang) memberikan gambaran mengenai tahapan perencanaan, implementasi, serta evaluasi dari program ini. Peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan memadukan teori-teori komunikasi dakwah dan pengelolaan media untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

A. Perumusan Strategi Dakwah MUI Jawa Tengah

Strategi dakwah dalam program ini dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama, yaitu: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ketiga aspek ini merupakan bagian penting dalam kerangka strategi dakwah yang menekankan pentingnya pendekatan sistematis dan terpadu dalam menyampaikan ajaran Islam secara kontekstual (Arifin, 2003).

1. Perencanaan Dakwah

   Perencanaan merupakan salah satu aspek penting dalam strategi dakwah, karena menentukan arah, isi, dan bentuk penyampaian pesan keagamaan kepada masyarakat. Dalam konteks dakwah media, perencanaan tidak hanya sekadar menyusun materi, tetapi juga melibatkan pemilihan

tema, format, serta pendekatan komunikasi yang tepat sesuai dengan kondisi audiens. Strategi dakwah harus dimulai dari proses perencanaan yang matang, agar kegiatan dakwah berjalan sesuai dengan tujuan dan mampu menjawab kebutuhan umat secara aktual (Arifin, 2003).

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui wawancara dengan Bapak Syamsul Huda, selaku Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah, mengungkap bahwa proses perencanaan program *Ulama Menyapa* dilakukan dengan pendekatan yang sistematis dan kontekstual. Salah satu langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi berbagai isu sosial-keagamaan yang sedang berkembang di masyarakat. Isu-isu tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menentukan tema dakwah yang akan disampaikan melalui media televisi dan digital.

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh MUI tidak bersifat mekanis atau administratif semata, melainkan mencerminkan pemahaman yang mendalam terhadap realitas masyarakat. Materi dakwah yang disusun tidak hanya menekankan aspek normatif-teologis, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosiologis, psikologis, dan budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Lebih lanjut, tema-tema yang dipilih tidak hanya diambil dari doktrin keagamaan, tetapi juga dari dinamika sosial dan momen-momen penting dalam kehidupan umat Islam. Dengan demikian, program *Ulama Menyapa* tidak hanya hadir sebagai pengingat nilai-nilai keislaman, tetapi juga sebagai media edukasi publik yang mampu menjawab persoalan-persoalan kontemporer umat. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan dakwah yang efektif harus bersandar pada realitas sosial masyarakat dan diarahkan untuk menyelesaikan problematika yang mereka hadapi (Basit, 2020).

Prinsip kontekstual materi dakwah ini penting, mengingat masyarakat kini menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, mulai dari disinformasi keagamaan, polarisasi identitas, hingga penurunan literasi agama. Oleh karena itu, proses perencanaan dakwah yang dilakukan oleh MUI Jateng menjadi bentuk respon terhadap realitas tersebut. Dakwah tidak cukup hanya mentransmisikan ajaran, tetapi juga harus bisa menjadi solusi atas problem sosial dengan pendekatan yang komunikatif dan membumi.

Dalam praktiknya, penyusunan materi dan tema dakwah dilakukan secara periodik. Menurut informasi dari narasumber, perencanaan tema dilakukan setiap satu bulan sekali. Pada tahap ini, tim dari MUI Jawa Tengah menentukan tema-tema yang akan diangkat dalam setiap episode. Proses kolaboratif ini penting untuk menjamin bahwa konten dakwah yang disampaikan sesuai dengan standar penyiaran televisi dan dapat diterima oleh khalayak umum. Hal ini menandakan bahwa MUI telah mengadopsi pendekatan komunikasi dakwah yang dialogis dan berbasis kebutuhan audiens (Azizy, 2004).

Selain pemilihan tema, perencanaan juga mencakup penunjukan narasumber yang akan mengisi acara. Narasumber dipilih berdasarkan kompetensi, kemampuan komunikasi publik, dan pengalaman dalam menyampaikan materi dakwah secara terbuka dan toleran. Ini penting karena figur ulama dalam program dakwah tidak hanya sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai representasi otoritas keagamaan yang dapat membangun kepercayaan publik. Menurut teori komunikasi dakwah, keberhasilan pesan dakwah sangat bergantung pada kredibilitas dai dan relevansi pesan yang disampaikan (Alwi Shihab, 1998).

Perlu ditegaskan bahwa pendekatan yang digunakan oleh MUI dalam perencanaan program *Ulama Menyapa* mencerminkan bentuk dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai proses monologis yang hanya menekankan isi, tetapi sebagai proses komunikasi sosial yang memperhatikan siapa yang menjadi audiens, media yang digunakan, dan waktu penyampaian yang tepat. Dalam konteks ini, perencanaan menjadi instrumen penting untuk menjembatani antara ajaran Islam yang bersifat tetap (tsawabit) dengan realitas masyarakat yang terus beruba.

Sebagai contoh, ketika isu intoleransi atau penyebaran ujaran kebencian menguat di ruang digital, program *Ulama Menyapa* hadir dengan tema seputar moderasi beragama, etika bermedia sosial, dan pentingnya menjaga ukhuwah islamiyah. Ini menunjukkan bahwa perencanaan dakwah diarahkan untuk memberikan respon terhadap fenomena aktual dan menjawab keresahan umat. Dengan demikian, strategi yang digunakan tidak hanya berfungsi menyampaikan nilai agama, tetapi juga sebagai bagian dari

manajemen krisis sosial keagamaan.

Penyesuaian tema dengan dinamika aktual juga berdampak positif pada tingkat keterlibatan audiens. Dalam wawancara lanjutan, narasumber menyebutkan bahwa respons dari masyarakat terhadap tema-tema aktual cenderung lebih tinggi, baik dari sisi jumlah penonton maupun interaksi di media sosial. Artinya, perencanaan yang berbasis realitas sosial terbukti lebih efektif dalam membangun keterlibatan publik. Ini memperkuat argumen bahwa perencanaan dakwah tidak dapat dilepaskan dari prinsip komunikasi partisipatif dan pendekatan budaya (cultural approach).

Keseluruhan praktik ini menunjukkan bahwa MUI Jawa Tengah telah memosisikan dakwah sebagai bagian dari aktivitas sosial yang dinamis. Perencanaan tidak hanya dilakukan untuk memenuhi jadwal program, melainkan sebagai proses strategis untuk merespons kebutuhan umat. Oleh karena itu, strategi perencanaan dakwah yang dilakukan dalam program *Ulama Menyapa* dapat digolongkan sebagai bentuk dakwah kontekstual (contextual preaching), yakni dakwah yang mempertimbangkan situasi sosial, budaya, dan psikologis masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman.

Dengan pendekatan semacam ini, MUI tidak hanya menjaga otoritas keagamaannya, tetapi juga mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif. Hal ini mencerminkan implementasi prinsip dakwah Islam rahmatan lil ‘alamin—dakwah yang mengedepankan kebijaksanaan, keberpihakan kepada kemaslahatan, serta keterbukaan terhadap perubahan sosial. Sebagaimana dinyatakan oleh Al-Qur’an dalam QS. An-Nahl: 125, dakwah yang baik adalah dakwah yang disampaikan dengan hikmah, mau‘izhah hasanah (nasihat yang baik), dan dialog yang santun.

2. Pelaksanaan Dakwah

Pelaksanaan program *Ulama Menyapa* oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah menunjukkan pola kerja dakwah yang terencana namun tetap fleksibel terhadap dinamika yang berkembang. Program ini dirancang untuk merespons kebutuhan masyarakat dalam memahami ajaran Islam melalui media massa, khususnya televisi dan platform digital. Dalam pelaksanaannya, kegiatan dakwah ini menggabungkan pengelolaan yang baik, cara penyampaian yang mudah

dipahami, dan pemanfaatan media masa secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tim produksi dan perwakilan MUI Jawa Tengah, pelaksanaan program dilandasi oleh koordinasi yang intensif antara Komisi Informasi dan Komunikasi (Infokom) MUI dengan pihak redaksi TVKU Semarang. Koordinasi ini dilakukan secara rutin guna memastikan bahwa tema yang akan disampaikan benar-benar relevan dengan kondisi sosial-keagamaan masyarakat. Setiap minggunya, tim dakwah MUI menyusun agenda siaran, mulai dari pemilihan tema, penyesuaian isu aktual, hingga penunjukan narasumber dari kalangan ulama yang telah dibekali materi tematik sesuai kebutuhan dakwah.

Format siaran menggunakan pendekatan dialogis, di mana setiap sesi dipandu oleh seorang *host* yang berperan sebagai fasilitator dialog dakwah dengan narasumber. Format ini dipilih bukan tanpa alasan.

Model dakwah yang komunikatif dan dialogis ini sejalan dengan teori komunikasi dakwah yang dikemukakan oleh Azizy (2004). Dalam kerangka tersebut, efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh pendekatan komunikatif, yaitu kemampuan dai menyampaikan pesan dengan cara yang terbuka, inklusif. Komunikasi dakwah tidak hanya dilihat dari sisi isi pesan, tetapi juga dari bagaimana pesan tersebut disampaikan dalam konteks sosial yang sesuai.

Salah satu bentuk adaptasi pelaksanaan dakwah dalam program ini terlihat dari cara penyampaian bahasa yang digunakan oleh para narasumber. Mereka secara sadar menghindari penggunaan istilah keagamaan yang terlalu teknis dan sulit dimengerti oleh masyarakat awam. Bahasa dakwah sengaja disederhanakan agar pesan yang disampaikan tidak hanya dapat dipahami, tetapi juga dapat dirasakan relevansinya dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menyatakan bahwa keberhasilan dakwah sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam berbicara menggunakan bahasa umat dan menyentuh pengalaman hidup mereka (Alwi Shihab, 1998).

Lebih lanjut, pelaksanaan dakwah dalam program *Ulama Menyapa* juga menunjukkan keberhasilan dalam mengaitkan pesan-pesan keagamaan dengan persoalan sosial kontemporer. Berdasarkan observasi langsung terhadap beberapa episode tayangan, narasumber mampu mengangkat

tema-tema dakwah yang berkaitan dengan fenomena kekinian seperti etika bermedia sosial, pentingnya menjaga harmoni sosial menjelang pemilu, hingga cara menghadapi penyebaran paham ekstrem di ruang digital. Penyampaian materi tidak semata bersifat normatif, tetapi dikemas secara aplikatif dan kontekstual, dengan tetap merujuk pada dalil-dalil Al- Qur'an dan hadis.

Pendekatan ini memperlihatkan bahwa dakwah yang dilakukan tidak terjebak pada penyampaian doktrin secara kaku, melainkan disampaikan dengan pendekatan yang relevan dengan kehidupan sosial. Dengan kata lain, program ini menggabungkan otoritas keagamaan yang dimiliki oleh para ulama dengan teknik penyampaian yang mengikuti perkembangan zaman. Strategi semacam ini dianggap penting oleh para pakar dakwah, hal yang menekankan pentingnya dakwah berbasis realitas sosial sebagai sarana pemecahan masalah umat, bukan sekadar transmisi ajaran (Basit, 2020).

Program *Ulama Menyapa* tidak hanya ditayangkan secara langsung melalui saluran televisi lokal (TVKU Semarang), tetapi juga disebarkan ulang melalui berbagai platform digital seperti YouTube dan Instagram. Hal ini memperluas jangkauan dakwah dan memungkinkan masyarakat dari berbagai usia serta latar belakang wilayah turut mengakses tayangan ini.

Trias Widyo Herminto, Kepala Produksi TVKU Semarang, menyatakan bahwa strategi distribusi lintas kanal ini menjadi bagian dari upaya menjangkau masyarakat digital yang kini semakin dominan. Ia menekankan pentingnya kehadiran dakwah di ruang-ruang digital agar pesan Islam dapat diterima dengan cara yang fleksibel dan sesuai preferensi konsumsi media masyarakat masa kini (Wawancara, 16 Juni 2025). Pernyataan tersebut menguatkan bahwa pelaksanaan program ini telah disesuaikan dengan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat modern.

Integrasi antara televisi dan media sosial sebagai saluran dakwah memberikan peluang besar bagi perluasan pengaruh dakwah yang bersifat lokal menuju jangkauan nasional, bahkan global. Di era digital, dakwah tidak lagi terbatas oleh ruang geografis. Konten yang telah direkam dan diedit dapat dengan mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Hal ini mencerminkan adaptasi MUI Jawa Tengah terhadap transformasi media dan

perilaku masyarakat dalam mengakses informasi keagamaan.

Dari keseluruhan pelaksanaan program *Ulama Menyapa*, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang dijalankan tidak hanya didasarkan pada prinsip keislaman yang normatif, tetapi juga dikuatkan oleh pendekatan praktis yang komunikatif, adaptif, dan relevan. Keberhasilan pelaksanaan dakwah ini ditunjukkan melalui proses penyusunan materi yang kontekstual, metode penyampaian yang partisipatif, penggunaan bahasa yang inklusif, serta pemanfaatan media yang variatif dan berbasis teknologi.

Pendekatan yang demikian tidak hanya mencerminkan strategi dakwah yang modern, tetapi juga mewujudkan semangat dakwah Islam sebagai rahmatan lil ‘alamin. Dakwah yang mengedepankan hikmah yang dilakukan dengan cara yang tepat, dalam konteks sosial yang nyata, dan menyentuh hati masyarakat. Program *Ulama Menyapa* menjadi contoh konkret bagaimana lembaga keagamaan dapat memanfaatkan media massa untuk menyampaikan pesan Islam yang mencerahkan, mendidik, dan membangun harmoni sosial.

3. Evaluasi

Evaluasi terhadap program *Ulama Menyapa* merupakan bagian penting dalam memastikan efektivitas dakwah yang disampaikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris Komisi Informasi dan Komunikasi MUI Jawa Tengah, Evaluasi program dilakukan secara rutin oleh tim internal MUI setiap selesai penayangan episode. Evaluasi ini menjadi ruang koordinasi untuk meninjau efektivitas materi dakwah, performa narasumber, serta respons audiens yang diterima melalui berbagai saluran.

Melalui evaluasi tersebut, tim dapat melakukan penyempurnaan pada aspek teknis maupun substansi dakwah, sehingga setiap episode berikutnya dapat disajikan dengan kualitas yang lebih baik dan sesuai dengan dinamika sosial yang berkembang. Evaluasi ini bertujuan untuk merefleksikan pelaksanaan program, mengidentifikasi kendala yang muncul, dan menyusun langkah perbaikan ke depan.

Evaluasi yang dilakukan meliputi tiga aspek utama: isi dakwah, respons audiens, dan kendala dari narasumber ataupun host. Dari sisi isi

dakwah, tim mengevaluasi apakah tema yang diangkat sudah sesuai dengan kebutuhan umat, serta apakah materi disampaikan secara jelas, argumentatif, dan tidak menimbulkan kontroversi. Di sisi lain, respons pemirsa juga menjadi indikator penting, baik yang diperoleh melalui komentar langsung di media sosial maupun melalui masukan dari mitra-mitra MUI di daerah.

Salah satu temuan penting dari evaluasi tersebut adalah perlunya peningkatan keterlibatan audiens secara interaktif. Hal ini memungkinkan publik tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga aktif menyampaikan pertanyaan atau saran kepada narasumber.

Tindak lanjut lainnya adalah pengembangan tema dakwah yang lebih variatif, sesuai perkembangan isu-isu kontemporer. Misalnya, pada saat terjadi bencana alam atau konflik sosial, tema dakwah akan disesuaikan agar bersifat solutif dan relevan. Ini sejalan dengan gagasan Nurcholish Madjid (2000) bahwa dakwah seharusnya hadir sebagai bagian dari solusi, bukan sekadar pengulangan tema, sehingga mampu menjawab realitas umat secara kontekstual.

Dalam hal produksi media, pihak TVKU juga turut melakukan evaluasi terhadap format dan teknis penyiaran. Mereka mencatat bahwa durasi yang terlalu panjang dapat mengurangi minat pemirsa, terutama di media digital. Oleh karena itu, beberapa sesi dakwah kemudian dipotong menjadi konten pendek berdurasi 3–5 menit untuk disebarkan secara viral di media sosial. Langkah ini terbukti mampu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens secara signifikan.

Evaluasi dan tindak lanjut tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah MUI Jawa Tengah tidak bersifat statis, melainkan terus beradaptasi dan berkembang. Pendekatan ini mencerminkan model dakwah partisipatif, yang melibatkan umpan balik dari masyarakat sebagai dasar pembaruan metode dan isi dakwah.

Dengan demikian, evaluasi dan tindak lanjut dalam program *Ulama Menyapa* tidak hanya berfungsi sebagai proses kontrol, tetapi juga sebagai sarana peningkatan mutu dakwah secara berkelanjutan dan berorientasi pada kebermanfaatan sosial.

B. Implementasi Strategi Dakwah

Langkah selanjutnya setelah melakukan perumusan strategi dakwah yaitu menentukan implementasi dari strategi dakwah. Implementasi merupakan kegiatan pelaksanaan atau penerapan dari perumusan strategi. Dalam melaksanakan implementasi dari perumusan strategi, program Ulama Menyapa melakukan serangkaian kegiatan mulai dari penentuan tema atau meteri dakwah, penentuan narasumber dan presenter serta menentukan sasaran dakwah. Dari hasil wawancara dengan pihak MUI Jawa Tengah dengan TVKU Semarang, pengimplementasian program Ulama Menyapa yaitu ditayangkan secara live dan distreamingkan langsung melalui channel Youtube TVKU Semarang, dan berbentuk dialog.

1. Disiarkan secara *live*

   Televisi merupakan media audio visual artinya yaitu selain kita dapat melihat kita juga bisa mendengarnya. Untuk tampil di media televisi tentunya kita harus bisa menguasai panggung. Selain harus tampil anggun, bahasa yang lemah lembut dan tidak membosankan juga harus diperhatikan dalam berdakwah. Dengan demikian sasaran dakwah tidak merasa bosan dan dapat dengan mudah memahami isi dari pesan dakwah yang disampaikan.

   Media sosial saat ini digunakan masyarakat sebagai penyebaran informasi. Seperti program Ulama Menyapa yang memanfaatkan media Youtube sebagai media kedua dalam menyampaikan pesan dakwah. selain disiarkan secara langsung Ulama Menyapa juga dapat ditonton pada channel Youtube TVKU Semarang. Program Ulama Menyapa yang sudah ada sejak tahun 2018, masyarakat sudah paham dengan program acara Ulama Menyapa. Hal ini diharapkan agar program Ulama Menyapa dapat diterima oleh masyarakat luas tidak hanya untuk masyarakat Jawa Tengah dan sekitarnya.

2. Berbentuk talk show

   Metode dakwah yang digunakan oleh program Ulama Menyapa berupa penyampaian pesan dakwah atau permasalahan-permasalahan masyarakat secara dialog atau talk show. Program Ulama Menyapa disajikan dalam bentuk semi formal dengan berbincang-bincang antara narasumber dan presenter. Perbincangan dibuat semenarik mungkin dengan

memberikan sedikit candaan agar penonton tidak merasa bosan saat menonton acara Ulama Menyapa. Dalam hal ini narasumber menyiapkan materi dakwah yang temanya telah ditentukan oleh MUI Jawa Tengah. Kemudian narasumber menyampaikan materi dakwah secara berdialog dan dipandu oleh presenter.

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, strategi dakwah yang diterapkan oleh MUI Provinsi Jawa Tengah melalui program *Ulama Menyapa* menunjukkan adanya kesesuaian dengan teori-teori strategi dakwah dan komunikasi Islam yang dikemukakan oleh para ahli. Strategi tersebut tidak hanya bersifat teknis, melainkan melibatkan pendekatan yang sistematis dan terstruktur mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

1. Perencanaan Strategis dan Kontekstual

   Temuan pada tahap perencanaan menunjukkan bahwa MUI Jawa Tengah berupaya untuk menyusun materi dakwah yang tidak hanya bernuansa teologis, tetapi juga kontekstual. Perencanaan ini dilakukan dengan mempertimbangkan isu-isu sosial dan kebutuhan aktual masyarakat, seperti toleransi, radikalisme, dan etika bermedia.

   Hal ini sejalan dengan pendapat Arifin (2003) yang menyatakan bahwa strategi dakwah yang efektif harus didasarkan pada kebutuhan masyarakat dan disusun melalui pendekatan rasional dan kontekstual. Dengan demikian, perencanaan yang dilakukan MUI telah mencerminkan prinsip dakwah yang tidak bersifat doktrinal semata, tetapi juga responsif terhadap problematika umat.

2. Pelaksanaan Dakwah Berbasis Media dan Dialog

   Pada tahap pelaksanaan, penggunaan media televisi dan digital oleh MUI merupakan bentuk aktualisasi dakwah modern. Media menjadi sarana strategis dalam menyampaikan pesan Islam secara luas, efisien, dan berdaya jangkau tinggi. Penggunaan format talk show interaktif dalam *Ulama Menyapa* memperlihatkan pendekatan dakwah yang komunikatif, di mana narasumber berperan sebagai pemberi penjelasan, dan host sebagai fasilitator pemahaman.

   Hal ini memperkuat pandangan yang dikemukakan oleh Azizy

(2004), bahwa dalam konteks komunikasi dakwah, hubungan dua arah antara dai dan mad'u sangat penting agar pesan dapat tersampaikan secara efektif. Di samping itu, pendekatan dialogis dalam dakwah juga dianggap lebih efektif untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat yang majemuk dan kritis secara intelektual.

Program ini juga memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah. Ini sesuai dengan pendapat Qamaruddin (2016) yang menyebut bahwa integrasi antara media konvensional dan digital merupakan keniscayaan dalam strategi dakwah kontemporer. Oleh karena itu, pelaksanaan dakwah oleh MUI telah memenuhi ciri dakwah multikanal yang inklusif dan relevan dengan perkembangan zaman.

3. Evaluasi Dinamis dan Peningkatan Kualitas Dakwah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MUI Jawa Tengah secara rutin melakukan evaluasi terhadap program *Ulama Menyapa*, baik dari aspek konten, respons publik, maupun teknis produksi. Tindak lanjut dari hasil evaluasi juga terlihat konkret, seperti penguatan kapasitas dai dalam bidang komunikasi publik dan pengembangan konten berdurasi pendek untuk media sosial.

Strategi ini menunjukkan adanya proses pembelajaran dan adaptasi yang terus-menerus, yang sesuai dengan prinsip evaluasi dakwah menurut Thoha (2005). Ia menekankan bahwa strategi dakwah yang baik harus menyertakan komponen monitoring dan evaluasi agar dapat dikembangkan secara berkelanjutan dan tidak stagnan pada metode yang sama.

Lebih lanjut lagi, program *Ulama Menyapa* telah berhasil menjawab tantangan dakwah di era digital, yakni bagaimana membumikan pesan-pesan keislaman dengan tetap menjaga esensi ajaran dan sekaligus mampu diterima oleh masyarakat yang heterogen. Ini mencerminkan paradigma dakwah Islam yang inklusif, sebagaimana diusung oleh pemikiran dakwah moderat ala Nurcholish Madjid dan Gus Dur, yaitu dakwah yang menyejukkan, merangkul perbedaan, serta menumbuhkan kesadaran kebangsaan.

Dengan demikian temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang dilaksanakan oleh MUI Jawa Tengah melalui program *Ulama Menyapa* telah berjalan secara sistematik, adaptif, dan komunikatif.

Ketiganya mencerminkan strategi dakwah yang tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga memperhatikan medium, pendekatan, dan respon masyarakat sebagai bagian integral dari keberhasilan dakwah.

Bab ini telah menguraikan secara menyeluruh hasil penelitian mengenai strategi dakwah Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Tengah melalui program *Ulama Menyapa*. Dari hasil penelitian lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan berjalan secara terencana, terstruktur, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Pada tahap perencanaan, MUI Jawa Tengah secara aktif merespons isu-isu aktual di masyarakat dan merancang tema dakwah yang kontekstual serta sesuai kebutuhan umat. Perencanaan ini melibatkan identifikasi masalah, pemilihan narasumber, serta penyesuaian materi agar mudah dipahami oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda.

Dalam pelaksanaan, program *Ulama Menyapa* menggunakan pendekatan dakwah dialogis dengan format talk show interaktif, yang disiarkan melalui televisi dan diperluas melalui media sosial. Pelaksanaan dakwah ini memperlihatkan kematangan strategi dalam menyampaikan pesan Islam secara santun, komunikatif, dan relevan dengan realitas sosial keagamaan masyarakat saat ini.

Sementara itu, pada tahap evaluasi dan tindak lanjut, MUI tidak hanya melakukan penilaian internal secara berkala, tetapi juga aktif menindaklanjuti masukan publik dengan pengembangan metode dakwah dan peningkatan kualitas penyampaian. Evaluasi tersebut mencerminkan upaya berkelanjutan untuk menyempurnakan bentuk dakwah media agar tetap efektif dan mampu membina umat dalam bingkai Islam rahmatan lil ‘alamin.

Secara keseluruhan, strategi dakwah dalam program *Ulama Menyapa* menunjukkan penerapan nilai-nilai dakwah yang inklusif, komunikatif, dan progresif. Dengan menggabungkan kekuatan pesan keagamaan dan media modern, MUI Jawa Tengah telah berhasil menjalankan misi dakwahnya secara adaptif dan kontekstual, sebagaimana ditekankan dalam berbagai teori dakwah kontemporer.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai bagaimana penerapan strategi dakwah yang dijalankan oleh MUI Jawa Tengah melalui program *Ulama Menyapa*, serta sejauh mana efektivitasnya dalam menjawab tantangan dakwah di era media modern. Berdasarkan hasil penelitian lapangan, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan oleh MUI bersifat sistematis, komunikatif, dan adaptif terhadap dinamika Masyarakat. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil menerapkan strategi dakwah yang moderat dengan cukup baik, meskipun masih terdapat tantangan dan ruang untuk perbaikan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, beberapa kesimpulan utama yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Pertama, pada tahap perencanaan, MUI Jawa Tengah secara aktif merespons isu-isu sosial dan keagamaan dengan menyusun materi dakwah yang kontekstual dan berbasis kebutuhan umat. Proses ini dilakukan melalui koordinasi antara tim dakwah dan pihak redaksi TVKU, dengan menentukan tema-tema yang relevan serta memilih narasumber yang kompeten.

Kedua, dalam pelaksanaan, program ini mengadopsi pendekatan dialogis dengan gaya komunikasi dua arah. Narasumber menyampaikan pesan keislaman dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, terutama oleh generasi muda. Penyampaian dilakukan melalui televisi dan diperluas melalui media digital, sehingga jangkauan dakwah menjadi lebih luas dan inklusif.

Ketiga, pada tahap evaluasi, MUI secara rutin melakukan refleksi internal setelah setiap penayangan episode. Evaluasi ini mencakup peninjauan terhadap materi, efektivitas penyampaian, dan respons publik, yang kemudian menjadi dasar dalam menyusun strategi dakwah berikutnya agar tetap relevan dan berkualitas.

Secara keseluruhan, strategi dakwah dalam program *Ulama Menyapa* menunjukkan upaya yang terencana, profesional, dan kontekstual dalam menyampaikan ajaran Islam rahmatan lil ‘alamin melalui media massa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi MUI Jawa Tengah dan TVKU Semarang

   Diharapkan agar program *Ulama Menyapa* dapat terus mempertahankan kualitas dan relevansi temanya, serta memperluas jangkauan audiens dengan memanfaatkan platform digital, seperti YouTube dan media sosial, yang semakin banyak digunakan oleh generasi muda. Penyesuaian format acara yang lebih dinamis dan menarik juga bisa menjadi alternatif untuk menarik lebih banyak audiens muda.

2. Bagi Peneliti atau Mahasiswa yang Ingin Melakukan Penelitian Serupa

   Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi dakwah melalui media massa, khususnya televisi. Peneliti berikutnya dapat menggali lebih dalam mengenai pengaruh media digital terhadap keberhasilan program dakwah televisi atau menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi efektivitas dakwah melalui media.

3. Bagi Pengelola Media Dakwah

   Program dakwah yang melibatkan media massa seperti televisi perlu terus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan strategi dakwah dengan tren digital yang ada, agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memastikan pesan dakwah sampai kepada mereka dengan cara yang lebih efisien dan tepat sasaran.

   Dengan demikian, keberhasilan *Ulama Menyapa* dalam mencapai tujuan dakwah yang moderat sudah terbukti, namun masih terdapat beberapa aspek yang bisa diperbaiki untuk meningkatkan dampaknya di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiana, N., Qarni, A., & Siregar, H. (2024). Strategi komunikasi dakwah dalam memperkuat kesadaran beragama generasi muda melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1).

Ansori, M. (2024). Dakwah dan perubahan sosial: Studi komunikasi agama dalam membangun kesadaran umat. *Jurnal Komunikasi Islam dan Masyarakat*, 3(1).

Arif, Samsinas, dkk. (2017). Televisi Sebagai Media Dakwah. *Al-Misbah Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi,* 2(13).

Corbin, J. (2003). *Dasar-dasar penelitian kualitatif: Tata langkah dan teknik-teknik teoritisasi data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Faizah, I. (2020). Dakwah dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Holistic Al-Hadits*, 4(1),

Hasanuddin. (1996). *Hukum dakwah: Tinjauan aspek hukum dalam berdakwah di Indonesia*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.

Hidayat, A. Y., & Holilah, L. (2025). Peran Televisi dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman pada Masyarakat. *Harmoni : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *3*(2),

Lestari, C. A., & Khatibah. (2024). Strategi Komunikasi Salam TV dalam Menyiarkan Program Kisah Teladan kepada Para Khalayak. *JDK: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *9*(1).

Marini, D. (2021). Materi dakwah dalam perspektif komunikasi Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2).

Mardhiah, I., Effendi, M. R., Sa'dullah, & Ihsana, F. F. (2024). Penguatan peran da'i dalam pengembangan program moderasi beragama. *Satwika: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2).

Metasari, N., & Hendra, T. (2022). Peran da'i dalam meningkatkan motivasi masyarakat di Jorong Landai Kecamatan Harau Kabupaten 50 Kota. *Koloni: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(4).

Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran.* Pranadamedia Grup.

Muhidin, A. (2002). *Dakwah dalam perspektif Al-Qur'an*. Bandung: Pustaka Setia.

Nasution, R. (2021). Prinsip dan strategi dalam dakwah Islam. *An-Nahdhah: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Keagamaan*, 4(1).

Putri, M. A., Rahmatullah, M. N., Afsharina, N. F. N., & Suryandari, M. (2023). Strategi Program Acara Dakwah untuk Meningkatkan Eksistensi di Media Televisi. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, *4*(4). https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i4.567

Saerozi, M. (2013). Strategi dakwah dalam menghadapi tantangan globalisasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(2).

Saidah, Ilmi, N. N., & Putri, I. M. (2025). Evaluasi Program Dakwah dalam Perspektif Manajemen Dakwah: Kajian Teoritis terhadap Indikator, Prosedur, dan Faktor Penghambat. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat*, *4*(1).

Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam.* Al-Iklas.

Suprayogo, & Tobroni, I. (2001). *Metodologi Penelitian.* Remaja Rosdakarya.

Surachman, N. H., Tebba, S., & Satria, A. (2024). Strategi Program Acara Dakwah Brtv Di Era Perkembangan Industri Tv Digital. *Journal of Islamic Studies*, *2*(1).

Surbakti, M. F. A., Mutiawati, & Ritonga, H. J. (2023). Membangun koneksi dengan generasi milenial: Strategi dakwah yang efektif dalam era digital. *Al-DYAS: Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2).

Syahputra, I. (2013). *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotaiment dalam Industri Televisi.* PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tahir, A., Cangra, H., & Arianto. (2021). Da'i sebagai komunikator: Peranan dan kredibilitas dalam menyampaikan pesan dakwah pada komunitas mualaf di kawasan pegunungan Karomba. *Jurnal Pekommas*, 6(1).

Widi, A. (2010). *Metodologi penelitian sosial*. Yogyakarta: UII Press.

Zaman, W. K. (2025). Strategi dakwah di era digital pada tokoh agama. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1).

Zoebazary, I. (2010). *Kamus Istilah Televisi dan Film.* Gramedia Pustaka Utama.

Zuhdi, A. (2016). *Dakwah Sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depannya.* Alfabeta.