

**RESPON MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO
SEMARANG TERHADAP TAYANGAN *DAKWAHTAINMENT*
"MARI KITA SAHUR" TRANS TV**



SKRIPSI

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

Oleh:

Muhimmatun Nasikhah

131211127

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**

NOTA PEMBIMBING

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

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan melakukan perbaikan
sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas naman mahasiswa:

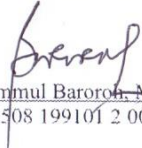
Nama : Muhimmatun Nasikhah
NIM : 131211127
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi: Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Televisi
Judul : RESPON MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG
TERHADAP TAYANGAN *DAKWAHTAINMENT* "MARI
KITA SAHUR" TRANS TV

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya
mohon untuk segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

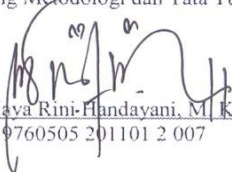
Bidang Substansi Materi


DR. Hj. Ummul Baroroh, M. Ag
NIP 19660508 199101 2 001

Semarang, 11 Desember 2017

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis


Hj. Maya Rini-Hidayani, M. Kom
NIP 19760505 201101 2 007

PENGESAHAN

SKRIPSI

RESPON MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN
WALISONGO SEMARANG TERHADAP TAYANGAN
"DAKWAHTAINMENT" "MARI KITA SAHUR" TRANS TV

Disusun Oleh:
Muhimmatun Nasikhah
131211127

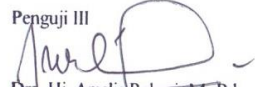
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 9 Januari 2018 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji:

Ketua/Penguji I


H. M. Anand, M. Ag.
NIP. 197108301997031003


Penguji III


Dra. Hj. Anglia Rahmi, M. Pd.
NIP. 196602091993032003

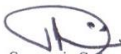
Pembimbing I


DR. Hj. Ummul Baroroh, M. Ag.
NIP. 196605081991012001

Sekretaris/Penguji II


Hj. Maya Rini Handayani, M. Kom
NIP. 197605052011012007

Penguji IV


Saerozi, S. Ag., M. Pd.
NIP. 197106051998031004

Mengetahui

Pembimbing II


Hj. Maya Rini Handayani, M. Kom
NIP. 197605052011012007

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 18 Januari 2018


Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag.
NIP. 196107272000031001

PERNYATAAN

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

Semarang, 06 November 2017



**METERAI
TEMPEL**
TGL. 20
F4KEF041306519
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Muhimmatun Nasikhah
NIM. 131211127

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi-Nya Tuhan semesta alam, atas segala nikmat dan karunia serta petunjuknya yang diberikan kepada penulis. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya kepada jalan kebenaran.

Alhamdulillah skripsi yang berjudul “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap Tayangan *Dakwahtainment* “Mari Kita Sahur” Trans TV” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh derajat Sarjana Sosial (S. Sos) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang telah selesai. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. DR. H. Muhibbin, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. DR. H. Awaludin Pimay, Lc, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. DR. Hj. Siti Sholihati, M.A. dan Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom., selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan seluruh staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. DR. Hj. Ummul Baroroh, M. Ag, selaku dosen pembimbing I yang membimbing, mencurahkan ilmu, dan memberikan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Hj. Maya Rini Handayani, M. Kom, selaku dosen wali studi dan dosen pembimbing II yang selalu membimbing dan memberi pencerah dalam menyusun skripsi ini serta sebagai Ibu dengan tulus hati dan kasih sayangnya membimbing perkuliahan ini sampai selesai.
6. Segenap dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas transformasi ilmu yang telah diberikan. Semoga dapat bermanfaat bagi agama, nusa, dan bangsa.
7. Segenap staf pegawai/karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas pelayanan yang telah diberikan.
8. Kedua orang tua yang sangat penulis sayangi dan cintai, Bapak Abdul Hadi dan Ibu Rusikhat, yang senantiasa memberikan dorongan semangat berupa moral dan materiel. Serta kepada kakak-kakak dan adikku yang selalu memotivasi untuk menyelesaikan skripsi penulis.
9. Teman-teman KPI D 2013 seperjuangan yang selalu saling memotivasi dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.

Terimakasih atas jasa-jasa mereka, penulis hanya mampu memberikan do'a semoga semua amal kebaikan dan amal ibadah mereka senantiasa diterima oleh Allah SWT, mendapatkan pahala dan keselamatan serta kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Saya sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan dan

kekurangan, oleh karena itu menulis mengharapkan saran dan kritik atas kesalahan-kesalahan dalam penulisan ini, dan saya ucapkan terimakasih.

Semarang, 06 November 2017

Penulis

Muhimmatun Nasikhah

PERSEMBAHAN

Sebagai tanda terimakasihku, kupersembahkan skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupanku baik susah maupun senang.

1. Kedua orang tuaku tersayang Bapak Abdul Hadi dan Ibu Rusikhat yang selalu mendukung dan mencurahkan kasih sayang serta mendo'akanku. Ridhamu adalah semangat hidupku.
2. Ketiga kakak-kakakku tersayang Nihayatur Rofiah, Ahmad Muqtasidin, Lukman Hadi, Roikhahtul Miskiyah, dan adikku tersayang Hilal Anwari.
3. Kakak-kakak iparku Arofiq, Zaimatul Vitri, dan Safiul Umam.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu memberi warna disetiap hari-hariku dan saling mengisi kekurangan maupun kelebihan Susi Susanti, Himatul Aliyah, Lilis Fauziah, dan Ki Dwi Andriyana.
5. Teman-teman KPI D 2013 seperjuangan.
6. Teman-teman kos Bu Toifur yang selalu mendorong dan memberi semangat.
7. Serta seluruh keluargaku tercinta, semoga selalu berada dalam pelukan kasih sayang Allah SWT. Amin...

MOTTO

أَشْتَرُوا بِغَايَةِ اللَّهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَصَدُّوا عَن سَبِيلِهِ ۗ إِنَّهُمْ سَاءَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩﴾

"Mereka menukarkan ayat-ayat Allah dengan harga yang sedikit, lalu mereka menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Sesungguhnya Amat buruklah apa yang mereka kerjakan itu."

(Q.S. At-Taubah: 9)

ABSTRAK

Nama: Muhimmatun Nasikhah 131211127, Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap Tayangan *Dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV

Program "Mari Kita Sahur" Trans TV adalah salah satu program di bulan Ramadan yang tayang pada pukul 02.30-04.00 WIB. Tayangan ini segmen dakwahnya hanya seperempat dari durasi acara, waktu selebihnya digunakan untuk hiburan. Program Ramadan yang seharusnya memperbanyak aspek religiusnya, tetapi dalam program ini lebih mementingkan aspek hiburannya. Dari hal tersebut timbul pro dan kontra dari khalayak. Pro dan kontra itulah yang penulis ingin teliti dengan mengambil subjek penelitian yaitu Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang. Penulis mengambil rumusan masalah "Bagaimana respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV?". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis *Miles and Huberman* yakni analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif yang berlangsung terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang dari segi afektif terhadap tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV adalah positif, menurut mahasiswa tayangan ini cukup memberikan sebuah informasi dan pengetahuan dari segmen dakwah yang ditayangkan. Dalam segmen dakwah seorang *da'i* memaparkan ceramah yang mudah diserap oleh *mad'u*. Respon dari segi kognitif terhadap tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV adalah negatif, Menurut mahasiswa tayangan *dakwahtainment* yang layak menurut mahasiswa adalah tayangan yang dakwahnya tidak memberikan materi yang multi tafsir serta antara dakwah dan hiburannya seimbang. Respon dari segi konatif terhadap tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV adalah negatif, ilmu yang didapat dari tayangan tersebut cenderung tidak diaplikasikan karena minimnya durasi dakwah yang disiarkan.

Kata kunci: Respon, *dakwahtainment*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Metodologi Penelitian.....	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	13
2. Definisi Konseptual.....	13
3. Sumber dan Jenis Data	16
4. Teknik Penentuan Informan	17
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data.....	20
G. Sitematika Penulisan Skripsi	23
BAB II: RESPON MAHASISWA DAN TAYANGAN	
DAKWAHTAINMEN PERSPEKTIF TEORITIS	26
A. Respon.....	26
1. Teori S-O-R	26
2. Pengertian Respon	28

3. Macam-macam Respon.....	30
4. Faktor-faktor Terbentuknya Respon.....	32
5. Teori Perbedaan Individu (<i>Individual Differences Theory</i>)	32
B. Televisi.....	34
1. Pengertian Tayangan.....	34
C. Televisi sebagai Media Dakwah.....	36
1. Fungsi Televisi.....	36
2. Kelebihan dan Kekurangan Televisi sebagai Dakwah.....	38
D. <i>Dakwahtainment</i>	39
1. Dakwah	39
2. <i>Entertainment</i>	44
3. Pengertian <i>Dakwahtainment</i>	45

**BAB III : RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN
DAKWAHTAINMEN MARI KITA SAHUR TRANS TV
..... 48**

A. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.....	48
1. Daftar Informan	49
B. Profil Trans TV	50
1. Sejarah Trans TV	50
2. Visi dan Misi Trans TV	53
3. Manajemen Trans TV	53
C. Program "Mari Kita Sahur" Trans TV.....	55
1. Profil Program.....	55
2. Deskripsi Program	58
D. Pengumpulan Data	69

BAB IV : ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN <i>DAKWAHTAINMENT</i> MARI KITA SAHUR TRANS TV	105
A. Reduksi Data	105
B. Penyajian Data.....	114
C. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.....	125
1. Respon Kognitif	127
2. Respon Afektif	129
3. Respon Konatif.....	134
BAB V : PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	139
C. Penutup.....	140

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
BIODATA**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Angkatan 2013.....	49
Tabel 2.	Daftar Informan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang.....	49
Tabel 3.	Pengumpulan Data Hasil Wawancara	69
Tabel 4.	Pengetahuan Mahasiswa Tentang Pengertian <i>Dakwahtainment</i>	114
Tabel 5.	Pendapat Mahasiswa Mengenai Pengertian <i>Dakwahtainment</i>	115
Tabel 6.	Persentase Mahasiswa Terhadap Kesadaran dan Menonton	155
Tabel 7.	Pendapat Mahasiswa Tentang Tayangan Mari Kita Sahur	116
Tabel 8.	Pengamatan Mahasiswa Terhadap Program Mari Kita Sahur	116
Tabel 9.	Informasi Atau Pengetahuan dalam Tayangan Mari Kita Sahur	117
Tabel 10.	Pendapat Terhadap Materi di Program Mari Kita Sahur .	118
Tabel 11.	Pendapat Pada Sumber Materi di Program Mari Kita	118
Tabel 12.	Persetujuan Terhadap Tayangan Mari Kita Sahur	119
Tabel 13.	Pendapat Mahasiswa Mengenai Tayangan <i>Dakwahtainment</i>	120

Tabel 14.	Pendapat Tentang Dakwah dan Humor Program Mari Kita Sahur	121
Tabel 15.	Respon Mahasiswa Terhadap Segmen yang Disukai	121
Tabel 16.	Respon Setelah Menonton Tayangan Mari Kita Sahur	122
Tabel 17.	Pendapat Tentang Pengaruh Tayangan Mari Kita Sahur	123
Tabel 18.	Persetujuan Melanjutkan Menonton Tayangan Mari Kita Sahur	124
Tabel 19.	Respon Tentang Penerapan Pengetahuan di Program Mari Kita Sahur	124
Tabel 20.	Kisi-kisi Pertanyaan	125
Tabel 21.	Jawaban Mahasiswa Terhadap Tayangan Mari Kisa Sahur Trans TV	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Proses Teknik Analisis Interaktif Miles <i>and</i> Huberman	21
Gambar 2.	Unsur-unsur terbentuknya Respon	27
Gambar 3.	Logo Trans TV Tahun 2001	51
Gambar 3.	Logo Trans TV Tahun 2013	53
Gambar 4.	Struktur Manajemen Trans TV	54
Gambar 5.	Struktur Kepala Devisi Trans TV	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media massa yang mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia. Meski lahir paling belakang dibanding media massa cetak dan radio, media televisi yang paling banyak diakses oleh masyarakat dimana pun di dunia ini (Badjuri, 2010: 11). Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak terlepas dengan media televisi. Kemajuan teknologi komunikasi berupa televisi mempunyai dampak luar biasa dalam proses perubahan sosial manusia. Melihat atau menonton televisi sudah merupakan budaya, jumlah stasiun televisi yang banyak mulai dari televisi swasta nasional sampai televisi *local*. Munculnya tayangan dalam media televisi yang dikemas dan dikonstruksi sedemikian rupa memberikan kontribusi pada pemirsanya mulai yang negatif sampai yang positif (Hantanto, 2007: 1).

Kehadiran televisi telah membuat industri media sebagai ruang baru untuk mendapatkan keuntungan. Untuk dapat bertahan (dan mendapatkan keuntungan), maka industri media sangat dipengaruhi oleh dominasi pasar. Industri media harus melihat kecenderungan pasar dalam menciptakan program-program yang akan ditawarkan kepada pemirsanya. Semakin dekat dengan kepentingan pasar yang ditandai dengan *rating*, maka akan semakin banyak iklan yang mengikutinya. Hal ini berarti semakin banyak keuntungan yang

diperoleh. Di tengah persaingan yang ketat, industri media dituntut harus mampu untuk merasa dekat dengan pemirsa. Industri media diharapkan mampu memenuhi segala kebutuhan kehidupan masyarakat, salah satunya adalah kebutuhan tentang agama (Saefuloh, 2009: 255-269).

Dari hal tersebut, banyak program di televisi yang menyajikan program yang mengikutsertakan unsur agama. Program tersebut lebih cenderung pada tayangan dakwah yang dikemas secara ringan dan memadukan pendidikan islami dengan hiburan/*entertainment* atau yang dikenal dengan istilah *dakwahtainment* (Sofjan, 2013:58). Menurut Idy Muzayyad, anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengatakan:

"Dakwahtainment di televisi saat ini lebih banyak memasukan unsur komedi, bukan pada unsur agama yang mengakibatkan biasanya program *dakwahtainment* "(Wati, 2014: 5).

Dakwah *Entertainment* selalu hadir setiap kali datang bulan Ramadan. Fenomena ini menjawab kebutuhan relasi komoditas, yakni peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap siraman rohani saat bulan Ramadan. Kebutuhan ini disadari oleh pengelola stasiun televisi yang jika dipenuhi dapat menaikkan jumlah penonton, kemudian meningkatkan *rating*, dan iklan. Acara yang disajikan selama Ramadan cenderung seragam. Satu model program “religijs” yang memiliki rating tinggi. Seperti acara "OVJ Sahur Lagi" Trans7 dan "Ini Sahur" NET TV, namun program-program yang ditayangkan pada umumnya belum layak dikategorikan sebagai program yang

berkualitas. Simbol-simbol agama berupa pakaian (sorban dan jilbab) atau ritual (ucapan salam dan adegan doa) dihadirkan tanpa konteks yang mendukung pesan moral (bincangmedia.wordpress.com, 22.22, 16/02/2017).

Sebagai salah satu metode dakwah yang cukup strategis, *dakwahtainment* sangat membantu dalam proses pembangunan spiritual sebagian kalangan masyarakat. Fenomena ini diharapkan akan membawa dampak positif bagi perkembangan dunia Islam. Namun, jika ditilik dari misi sesungguhnya dari gaya dakwah televisi ini tentu dihadapkan pada suatu dilemma. Tujuan dakwah yang religius ternyata dalam realisasinya dominan dengan muatan materialistis semata yang dikhawatirkan akan berdampak pada kemunduran dakwah itu sendiri. Kondisi yang demikian jika berlangsung terlalu lama akan berdampak pada nihilisasi peran masyarakat sebagai *mad'u* yang seharusnya terbangun kekuatan spiritualnya namun pada kenyataannya hanya berperan sebagai penonton yang suatu acara hiburan dan tidak menampakkan indikasi keberhasilan misi religius dari acara *dakwahtainment*. Ironisnya *dakwahtainment* hanya memberi banyak keuntungan financial yang diraup oleh pihak manajemen dari stasiun televisi belaka. Sebuah ironi ketika agama dijadikan alat mencapai tujuan capital (Laili, 2013: 129).

Eksistensi acara pengajian televisi sebagai wajah dari kolaborasi antara dakwah dengan kemajuan teknologi merupakan angin segar bagi perkembangan dunia penyiaran Islam itu sendiri.

Namun kemajuan ini tidak begitu saja mengakhiri perjuangan dakwah Islam begitu saja, karena beriring dengan maraknya dakwah di televisi ternyata menuai berbagai pro dan kontra terhadap eksistensi acara tersebut yang tengah muncul dipersepsi masyarakat. *Dakwahtainment* sebagai suatu istilah yang lazim digunakan untuk memberi identitas pada bentuk metode dakwah di televisi dimana metode dakwah dikemas dalam bentuk hiburan yang diselingi dengan acara seperti humor, drama, nyanyian maupun informasi yang ringan. Program agama yang dikemas dengan hiburan ini tidak disadari oleh umat Islam sendiri. Sebagian besar umat Islam terpengaruh dengan simbol-simbol agama yang cenderung terlihat religius. Semuanya telah melekat dalam arena industri karena pengelola televisi berlomba-lomba mengagamiskan program yang diproduksinya. Penggunaan simbol agama Islam di televisi seakan bertujuan untuk mengambil keuntungan. Fenomena tayangan *dakwahtainment* yang dilakukan oleh media massa selama bulan Ramadan, tanpa disadari menyebabkan degradasi spiritualitas. Melihat agama bukan lagi ditempatkan pada kedudukannya. Agama justru digunakan sebagai sarana meraup profit sebanyak-banyaknya.

Salah satu program televisi *dakwahtainment* pada bulan Ramadan adalah “Mari Kita Sahur” di Trans TV pada tahun 2016. Program ini adalah pertunjukan musik secara langsung (*live*), komedi situasi, kuis interaktif, *talkshow*, *game show* dan siraman rohani atau dakwah. Program "Mari Kita Sahur" dipandu dan diisi oleh beberapa

artis, Ustad Maulana, Ustadz Syam, dan Oki Setiyana Dewi sebagai penceramah. Program ini tayang pada pukul 02.30 WIB setiap harinya pada bulan Ramadan. Dalam tayangan tersebut durasi dakwahnya hanya seperempat dari durasi acara karena lebih mengutamakan konsep hiburannya. Dengan diperbanyaknya hiburan dalam tayangan tersebut, maka rating yang didapat akan semakin tinggi, kemudian banyak iklan yang mengikutinya. Hal ini cenderung bertujuan untuk mencapai *rating* yang tinggi dan mencari keuntungan lebih banyak.

Sejak adanya acara ini, muncul pro kontra di masyarakat. Masyarakat yang pro menyatakan, acara ini sangat menghibur di waktu sahur dan yang kontra menyatakan, acara ini tidak menghibur, tidak mendidik, tidak bermutu, dan banyak tanggapan miring. Ancaman dari program *dakwahtainment* ketika kemasan dari metode dakwah dan *entertainment* ini kerap mengundang persepsi masyarakat yang tanpa disadari mengkerdikan nilai-nilai agama Islam. Satu contoh dapat dilihat pada suatu kesempatan dimana seorang *da'i* muncul menyampaikan tausiyah hanya beberapa menit ditengah-tengah tayangan berdurasi lebih dari satu jam. Sisa waktunya diisi oleh selebritis, penyanyi, pelawak, presenter, pesulap, phipnotis, dan penghibur lainnya dengan pelampiran yang glamour serta jauh dari nilai-nilai Islam yang menjadi muatan dari pesan dakwah yang disampaikan. MUI (Majelis Ulama Indonesia) menilai tayangan "Mari Kita Sahur" tidak terlalu memiliki kepedulian nilai-nilai beragama dan kurang memiliki kesadaran untuk menghadirkan tayangan Ramadan

yang mengedukasi masyarakat. Media penyiaran seharusnya memberikan informasi-informasi yang cerdas dan mendidik masyarakat luas, sebagaimana telah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI Tahun 2012 (tabloidbintang.com, 11.05, 13/08/2017).

Timbul dari permasalahan di atas, penulis meneliti respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* " Mari Kita Sahur" Trans TV. Menurut penulis mahasiswa mampu dan sesuai untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Mahasiswa merupakan salah satu generasi muda yang diharapkan dapat memberikan tanggapan atau argumen, ide, dan sebagai *agent of change* (agen perubahan) khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Mahasiswa sudah menggeluti ilmu-ilmu dakwah dan komunikasi yang sudah dibekali teori maupun praktek diharapkan dapat menilai dan memberi pendapat pada tayangan *dakwahtainment* di televisi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komukasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam ruang lingkup Ilmu Dakwah dan Komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan bahan pengembangan bagi penelitian yang memiliki tema serupa.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian, penulis mencari literatur-literatur seperti skripsi, jurnal, buku, menjelajahi, dan menelusuri situs-situs internet untuk mengumpulkan data-data. Hasil dari pencarian, penulis menemukan skripsi, buku, dan jurnal yang mendukung dalam penelitian ini :

Pertama, skripsi yang berjudul *Respon Mahasiswa Dakwah terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwokerto* yang ditulis oleh Teguh Nurrohman pada tahun 2015 mahasiswa dari IAIN Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana

respon mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto terhadap siaran radio komunitas STAR FM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang mendeskripsikan data-data yang didapatkan dari beberapa proses pengumpulan data yang peneliti lakukan, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa respon mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto terhadap program siaran radio komunitas STAR FM menghasilkan dua jenis respon, yaitu respon positif dan respon negatif. Respon positif yaitu didapat dari beberapa pendapat yang didalamnya berisi dukungan untuk siaran radio STAR FM, sedangkan respon negatif menunjukkan penolakan terhadap siaran radio komunitas STAR FM. Keberadaan radio komunitas STAR FM direspon positif oleh semua mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto karena mendukung dari teori yang disampaikan saat perkuliahan, sebagai media praktek, dan mengasah keterampilan dalam bidang *Broadcasting*.

Kedua skripsi yang ditulis oleh mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang bernama Sulistiani Nurhasanah pada tahun 2014 yang berjudul "*Komodifikasi Agama Islam dalam Iklan Televisi Nasional*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab dan bentuk terjadinya komodifikasi agama dalam iklan televisi nasional. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

komodifikasi agama Islam terjadi karena adanya globalisasi dan modernisasi. Globalisasi itu terutama melalui media elektronik, seperti: radio dan televisi. Penelitian ini mengambil tujuh contoh iklan televisi, yaitu, *Larutan* penyegar *Cap Kaki Tiga*, *Cap Badak* dari *Sinde*, *Telkomsel Ibadah*, *Telkomsel Genggam Internet*, kosmetik *Wardah*, *Sariayu Martha Tilaar Hijab Hair Care*, dan *Sunslin Clean and Fresh*. Dari tujuh iklan tersebut, penulis menemukan empat bentuk komodifikasi Islam yang berupa simbol agama Islam dalam iklan televisi. Meliputi model dalam iklan, pakaian yang digunakan oleh model, latar belakang atau *background*, dan kata-kata yang diucapkan dalam iklan tersebut.

Ketiga skripsi yang berjudul *Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo terhadap Dakwahtainment di Televisi (Program Siaran "Islam Itu Indah" di Trans TV)* yang ditulis oleh Jamilatul Jauharoh Umminur mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tahun 2015. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara terstruktur untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap program siaran "Islam Itu Indah" di Trans TV. Hasil penelitian menunjukkan dari 10 informan sebagian besar menanggapi bahwa program siaran "Islam Itu Indah" di Trans TV menarik karena cara penyampaian ustadz Maulana tergolong unik dan diselingi dengan candaan serta mempunyai sisi *entertainment* sehingga menarik untuk ditonton.

Keempat, tulisan yang berjudul *Pemasaran Moralitas: Naik, Jatuh, dan Pemebentukan Ulang Cap-Merk A'a Gym* oleh James B. Hoesterey. Tulisan ini dimuat dalam buku *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online : Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer* (Fealy dan White, 2012: 89-102). Hoesterey melakukan penelitian selama dua tahun di pesantren Aa Gym. Dalam tulisan ini, Hoesterey mengharapkan strategi Aa Gym dalam membangun kembali *branding* dirinya setelah namanya "ambruk" dan dijauhi penggemarnya karena berpogami. Aa Gym adalah pesohor dakwah yang juga memiliki perusahaan televisi (MQTV), penerbitan (MQS) dan MQ, yang disebut terakhir merupakan layanan *self help* (bagaimana menolong diri sendiri). Di sini menjadi jelas bahwa pemasaran sebagai teknik dakwah keagamaan yang menyatukan suatu perusahaan yang bersifat keagamaan. Hoesterey menunjukkan bagaimana Aa Gym menggunakan strategi-strategi pemasaran, seperti pembuatan cap-merk (*branding*), pemosisian (*positioning*), dan perbedaan dari yang lain (*differentiation*), untuk mengubah dirinya menjadi penceramah selebriti, untuk memberikan legitimasi kepada yang mengklaimnya atas otoritas keagamaan, serta untuk berusaha mengambil kembali otoritas tersebut setelah kehormatannya di publik jatuh.

Tulisan di atas berhubungan dengan tulisan Greg Fealy yang berjudul *Mengkonsusi Islam: Agama yang dijadikan jualan dan kesalehan yang diidam-idamkan di Indonesia* (Fealy dan White, 2012:

15-37). Menurutnya, meningkatnya komodifikasi Islam sebagian besar disebabkan oleh perubahan-perubahan sosio-ekonomi, teknologi, dan kebudayaan yang terjadi pada dekade sekarang ini. Hal itu juga tidak lepas dari gelombang arus globalisasi dan modernisasi pada saat yang sama. Oleh karena itu ada dorongan untuk mencari kepastian moral, pengayaan spiritual dan identitas yang saleh. Artinya, kosekuensi dari berbagai sebab komodifikasi Islam telah tercatat dapat memperkuat bentuk Islam yang sangat pribadi. Lembaga dan tokoh-tokoh yang mapan menjadi kurang berpengaruh. Fealy juga mengatakan bahwa sifat dasar pasar Islam pada umumnya rasional dan pluralistik.

Kelima penelitian (jurnal) Aris Saefulloh (2009), yaitu “*Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan*“. Dalam penelitiannya, Aris Saefullah menggunakan metode *library research*. *Library research* adalah metode untuk memperoleh data dari buku-buku yang ada kaitannya dengan permasalahan. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis dengan metode *indeksikalitas*, yaitu keterkaitan makna kata, perilaku dan lainnya pada konteksnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui komodifikasi industri media di balik ayat Tuhan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *dakwahtainment*, pesan dakwah, dan juru dakwah dijadikan sebagai komoditi dan bagian dari produk populer. Ini merupakan perwujudan dari metode dan media kreatif bagi dakwah itu sendiri atas industri media dengan melihat kebutuhan dan kepentingan pasar yang

didasarkan atas momen tertentu. Apabila dilihat dari perspektif kritis, maka tampak adanya ayat Tuhan sebagai representasi atas agama, menjadi materi, dan muatan atas terciptanya industri media. Ayat-ayat Tuhan telah dimanfaatkan dalam sebuah industri media yang menghasilkan sebuah keuntungan. Presentase keuntungan lebih pada media dan pemirsa hanya mendapatkan kepuasan batin disamping pengetahuan religi yang didapatkan.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang penulis teliti dengan lima tinjauan pustaka di atas, yaitu pada penelitian pertama dan ketiga terletak pada subjek yang diteliti adalah mahasiswa dari Perguruan Tinggi dan penelitian tentang respon atau tanggapan. Untuk penelitian kedua, keempat, dan kelima pada bagian fokus yang membahas komodifikasi agama, sedangkan perbedaannya terletak pada lokus penelitian yang pertama pada radio komunitas STAR FM, kedua iklan televisi, keempat bisnis Aa Gym, dan kelima yaitu pada ayat Tuhan (Al-Qur'an). Penelitian ini membahas tentang Respon Mahasiswa Terhadap Komodifikasi Agama di Tayangan *Dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang). Dari penelusuran penulis belum terdapat penelitian sebelumnya yang sama dengan penelitian yang penulis teliti.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yaitu berdasarkan pada data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka, dan tergolong dalam perspektif yang artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu agar diperoleh data yang lebih valid dan menyeluruh (Rakhmat, 2005: 25). Menurut Bogdan dan Tailor metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis (Meleong, 2010: 4).

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis, akurat, fakta, dan karakteristik mengenai populasi atau bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi (Azwar, 2007: 7).

2. Definisi konseptual

Agar tidak terjadi salah faham dalam pembahasan, maka perlu diberikan batasan pengertian dalam judul penelitian. Hal ini sebagai usaha memperjelas ruang lingkup penelitian. Menurut Effendy respon adalah *feedback* atau umpan balik yang diberikan komunikator kepada komunikan. Komunikan dalam hal ini adalah media massa menyampaikan pesan kepada komunikan

yaitu khalayak yang menimbulkan efek dan ada umpan balik dari khalayak. Umpan balik atau efek yang terjadi pada khalayak setelah mengkonsumsi media massa itulah yang disebut sebagai respon.

Respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Suatu tanggapan, sikap, dan reaksi terhadap stimulus atau rangsangan yang diterima oleh komunikan dari komunikator, dalam hal ini tanggapan yang diberikan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV. Berbicara tentang respon, berbicara pula tentang efek media massa yang meliputi:

- a) Respon Kognitif, adalah efek secara pengetahuan, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Meliputi indikator:
 - 1) Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang *dakwahtainment*.
 - 2) Mahasiswa mengerti pengertian tentang *dakwahtainment*.
 - 3) Mahasiswa tahu tentang tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV.
 - 4) Mahasiswa menonton program acara "Mari Kita Sahur" Trans TV.
 - 5) Mahasiswa mengamati program acara "Mari Kita Sahur" Trans TV.

- 6) Mahasiswa mendapatkan informasi atau pengetahuan dari program acara "Mari Kita Sahur" Trans TV.
 - 7) Pendapat mahasiswa tentang materi yang diberikan kepada *mad'u*.
 - 8) Pendapat mahasiswa tentang kejelasan sumber materi yang diberikan.
- b) Respon Afektif, merupakan perasaan yang timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Meliputi indikator:
- 1) Suasana emosional (menerima atau tidak) tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV.
 - 2) Suasana emosional (menerima atau tidak) metode yang diberikan oleh pihak penyelenggara.
 - 3) Kecenderungan mahasiswa dalam memilih segmen yang disukai (hiburan/*entertainment* atau ceramah/dakwah).
 - 4) Pendapat mahasiswa setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV.
 - 5) Pendapat mahasiswa tentang pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV.
- c) Respon konatif, merupakan suatu sikap nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan. Meliputi indikator:
- 1) Mahasiswa tetap melanjutkan menonton atau meninggalkan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV.

- 2) Perilaku mahasiswa setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV.

3. Sumber dan jenis data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data merupakan subyek yang memberi data penelitian yang dibutuhkan. Sumber data bisa berupa manusia, benda situasi dan keadaan atau dokumen. Dalam penelitian ini sumber data terdiri dari dua bagian yaitu :

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh objek penelitian perseorangan, berkelompok, dan organisasi (Ruslan, 2006: 29). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Di sini penulis mengambil informan atau orang yang akan diwawancarai dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2013 dari semua jurusan diantaranya yaitu, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Alasan penulis memilih informan dari angkatan 2013 adalah karena angkatan tersebut dianggap matang dan telah melalui masa adaptasi di kampus, sehingga dapat diasumsikan dalam

merespon mahasiswa bisa lebih rasional. Informan sudah tidak dipengaruhi oleh hal-hal seperti latar belakang pendidikan.

Mahasiswa angkatan 2013 sekarang menduduki semester delapan mayoritas sudah mengambil semua mata kuliah dengan jumlah Sistem Kredit Semester (SKS) yang sudah ditentukan oleh jurusan masing-masing. Mahasiswa sudah dibekali teori, pengetahuan, praktek, dan pengalaman yang bisa menjadi dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan.

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, perbankan dan keuangan (Ruslan, 2006: 30). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku, majalah, jurnal, hasil penelitian, internet, *youtube*, dan karya-karya lain yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

4. Teknik penentuan informan

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan diambil berdasarkan pada tujuan tertentu (tujuan penelitian). Pertimbangan tertentu ini misalnya dipilih

orang yang memiliki wewenang sehingga bisa menjadi pintu untuk menggali informasi lebih luas. *Purposive sampling* tidak terkait pada jumlah tertentu sebagaimana sampel yang lain, tetapi berdasarkan pada subjek yang dirasa paling berkompeten dalam memberikan data penelitian (Yahya, 2010: 97). Dalam menentukan pengambilan informan, penulis memilih seseorang informan yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a) Mahasiswa yang menyaksikan tayangan "Mari Kita Sahur" Trans TV dan memahami isi tayangan tersebut, sehingga respon yang diberikan bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya.
- b) Mahasiswa yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- c) Mahasiswa yang mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi.
- d) Mahasiswa yang pada mulanya tergolong cukup asing dengan penulis sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber (Sugiono, 2014: 400).

5. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, penulis sekaligus berfungsi sebagai instrumen utama yang terjun ke lapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan data melalui wawancara dan

dokumentasi, dan lebih rinci teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Wawancara

Wawancara yaitu cara penggalian data melalui dialog antara penulis dengan informan. Metode wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, penulis perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiono, 2014: 320). Di sini peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tentang komodifikasi agama di tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Trans TV.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2014: 329). Dokumen atau data ini digunakan sebagai data tambahan dan pendukung. Dalam hal ini penulis menggunakan dokumen yang penting guna mengetahui data

operasional lembaga yang telah disusun sehingga data yang penulis kumpulkan menjadi jelas dan terarah. Seperti foto, rekaman suara, dan data dari Kasubag Fakultas Dakwah dan Komunikasi berupa jumlah dan data mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo angkatan 2013.

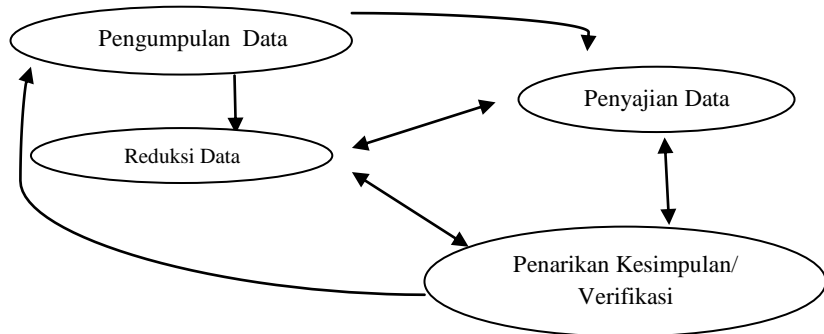
6. Teknik analisis data

Menurut Bodgan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan wawancara, dan bahan-bahan lain. Hal tersebut bertujuan agar data mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2014: 334).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode model analisis interaktif Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (Sugiyono, 2014: 337) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan

kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar.

Gambar 1. Proses Teknik Analisis Interaktif Miles and Huberman (Sugiyono, 2014: 338)



Berikut ini akan dipaparkan masing-masing proses secara selintas:

a) Tahap pengumpulan data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan sejak awal. Proses pengumpulan data sebagaimana diungkap di muka harus melibatkan sisi aktor (informan), hasil wawancara, dan dokumentasi.

b) Tahap reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

Seperti telah dikemukakan, makin lama penulis di lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks, dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang hal yang tidak perlu. Hasil data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

c) Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram*, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data yang terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Dari penyajian data, maka akan memudahkan penulis untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahaminya tersebut.

d) Penarikan kesimpulan/verifikasi

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penyajian data. Pada penelitian kualitatif, tahap penarikan kesimpulan mempunyai dua arti. Arti yang pertama, penarikan kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, arti yang kedua

penarikan kesimpulan tidak menjawab rumusan masalah. Kesimpulan awal yang dikemukakan dapat bersifat sementara jika masih mengalami perubahan saat pengumpulan data berikutnya dan dapat bersifat kredibel jika sudah didukung bukti yang valid dan konsisten.

Kesimpulan hasil penelitian yang diambil dari hasil reduksi dan penyajian data adalah merupakan kesimpulan sementara. Kesimpulan bersifat sementara ini dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti kuat lain pada saat proses verifikasi data di lapangan. Langkah verifikasi yang dilakukan penulis masih tetap bersifat terbuka untuk menerima masukan data, meskipun data tersebut adalah data yang tergolong tidak bermakna. Pada tahap ini penulis menentukan antara data yang mempunyai makna dengan data yang tidak diperlukan atau tidak bermakna. Data yang dapat diproses dalam analisis lebih lanjut seperti data yang absah, berbobot, dan kuat. (Sugiyono, 2014: 337-344).

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini diawali dengan halaman judul, nota pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, deklarasi, abstraksi, kata pengantar, dan daftar isi.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan

pustaka, hipotesis, metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual dan operasional, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reabilitas data, analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II RESPON MAHASISWA DAN TAYANGAN DAKWAHTAINMEN PERSPEKTIF TEORITIS

Bab ini berisi memaparkan hipotesis dan kerangka teori berisi teori tentang definisi teori S-O-R respon, macam-macam respon, faktor-faktor terbentuknya respon, teori perbedaan individu, definisi tayangan, definisi dakwah, unsur-unsur dakwah, tujuan dakwah, dasar hukum dakwah, dan pengertian *entertainment*, pengertian *dakwahtainment*, dan katarteristik *dakwahtainment*.

BAB III RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN DAKWAHTAINMEN MARI KITA SAHUR TRANS TV

Bab ini meliputi gambaran umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, profil Trans TV, dan program Mari Kita Sahur Trans TV.

BAB IV ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN DAKWAHTAINMEN MARI KITA SAHUR TRANS TV

Bab ini berisi tentang analisis respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan Mari Kita Sahur Trans TV.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran, dan penutup yang merupakan perbaikan dari penulis yang berkaitan dengan penelitian

BAB II
RESPON MAHASISWA DAN TAYANGAN *DAKWAHTAINMEN*
PERSPEKTIF TEORITIS

A. Respon

1. Teori S-O-R

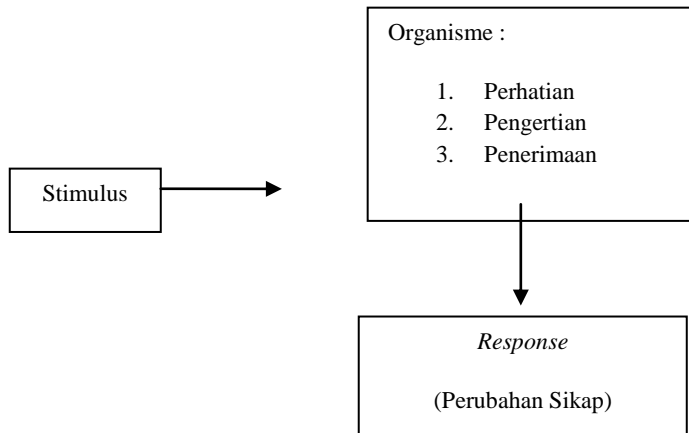
Teori S-O-R sebagai singkatan *Stimulus-Organism-Response*, yang semula berasal dari Psikologi, yang muncul antara tahun 1930 dan 1940. Kalau menjadi juga teori komunikasi, hal ini dikarenakan objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori stimulus respon beranggapan bahwa media massa memiliki efek langsung yang dapat mempengaruhi individu sebagai *audience* (penonton/ pendengar).

Teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah: pesan (*stimulus*, S), komunikan (*organism*, O), dan efek (*response*, R).

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek "*how*" bukan "*what*" dan "*why*". Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses perubahan sikap tanpa pak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang

menerpa benar-benar melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley.

Gambar 2. Unsur-Unsur Terbentuknya Respon



Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap tergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengelolanya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2000: 254-256).

2. Pengertian respon

Berdasarkan teori S-O-R di atas, dapat dipahami bahwa dari teori tersebut membentuk sebuah respon. Respon berasal dari kata *response*, yang berarti jawaban, menjawab, balasan atau tanggapan (*reaction*). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi atau jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi (Depdiknas, 2002: 585). Ada beberapa pengertian respon menurut para ahli, yaitu:

- a) Menurut Poerwadarminta, "respon" diartikan sebagai tanggapan, reaksi, dan jawaban." Respon akan muncul dari penerimaan pesan setelah sebelumnya terjadi serangkaian komunikasi. Sedangkan bagi Ahmad Subandi, "mengemukakan respon dengan istilah umpan balik (*feed back*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi" (Poerwadarminta, 1999: 43).
- b) Menurut Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa "respon adalah suatu kegiatan dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu perangsang juga dapat disebut respon" (Rakhmat, 2005: 17).
- c) Menurut Effendy respon adalah *feedback* atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator. Setelah

komunikator dalam hal ini adalah media massa menyampaikan pesan kepada komunikannya yaitu khlayak yang menimbulkan efek yang ditimbulkan dan ada umpan balik dari khalayak. Umpan balik atau efek yang terjadi pada khalayak setelah mengkonsumsi media massa itulah yang disebut sebagai respon (Effendy, 1992: 41).

Dari beberapa pengertian di atas menurut penulis respon adalah suatu reaksi atau tanggapan seseorang terhadap stimulus atau rangsangan yang muncul, dimana biasanya stimulus tersebut berpengaruh terhadap diri seseorang. Kemudian muncul suatu reaksi yang beraneka ragam baik sebatas pengetahuan atau pendapat, perasaan, maupun sikap atau perilaku.

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti penulis, yaitu mengenai respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* "Mari Kita Sahur" Tras TV. Berdasarkan permasalahan tersebut, dalam menyusun skala psikologi penulis menggunakan skala yaitu format respon. Format respon merupakan berbagai macam stimulus dalam skala psikologi dapat direspon dalam berbagai bentuk perilaku seperti menjawab dengan kata-kata, memilih jawaban yang disediakan, dan sebagainya. Format respon terbagi menjadi dua macam yaitu:

- a) Respon negatif yaitu respon yang menentang atau menegasikan isi pertanyaan.

- b) Respon positif yaitu respon yang mendukung atau afirmatif terhadap isi pertanyaan.

Dalam format respon memiliki kaidah penulisan aitem, beberapa diantara kaidah penting dalam penulisan yang perlu diperhatikan dan diikuti oleh penulis aitem, adalah:

- a) Gunakan kata dan kalimat yang sederhana, jelas, dan mudah dimengerti.
- b) Tulis aitem yang tidak menimbulkan penafsiran ganda.
- c) Jangan menulis aitem yang langsung berkaitan dengan atribut yang diukur.
- d) Perhatikan indikator perilaku apa yang hendak diungkap.
- e) Cobalah menguji pilihan-pilihan jawaban yang telah ditulis.
- f) Isi aitem tidak boleh mengandung *social desirability* yang tinggi (Azwar, 2015: 44).

3. Macam-macam respon

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Steve M. Chaf macam-macam respon dibagi menjadi tiga bagian:

- a) Kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai

sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.

- b) Afektif, yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khalayak terhadap sesuatu
- c) Konatif, yaitu respon yang berhubungan dengan dorongan dan perilaku nyata khalayak, yaitu yang meliputi tindakan atau kebiasaan (Rahkmat, 1999: 118).

Respon khalayak terhadap media massa yang terbentuk terus menerus dan dalam jumlah besar, lama-kelamaan akan membentuk sebuah opini publik. Sikap, opini, dan perilaku merupakan aspek psikologis yang penting yang menyangkut efek komunikasi sosial (Effendy, 1992: 41).

Melalui saluran komunikasi yaitu media yang berisi pesan dari komunikator kepada komunikan, saluran komunikasi dalam hal ini adalah media massa. Sikap dapat terpengaruh oleh media massa, yaitu antara pikiran dan perasaan dapat ditunjukkan dalam bentuk suatu tindakan atau perlakuan secara fisik. Inilah yang disebut dengan efek komunikasi massa kognitif, afektif, dan konatif atau *behavioral*. Dari berbagai studi terhadap pengaruh dalam komunikasi, dapat diketahui bahwa komunikasi massa cenderung mempengaruhi pengetahuan dan tingkat kesadaran

seseorang. Komunikasi antar pribadi cenderung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Rakhmat, 1999: 240).

4. Faktor-faktor terbentuknya respon

- a) Faktor internal, yaitu faktor yang ada dalam diri individu. Manusia itu terdiri dari dua unsur, yaitu jasmani dan rohani. Maka seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap suatu stimulus tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja maka akan melahirkan hasil tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan orang yang lain. Unsur jasmani atau psikologis meliputi keberadaan, keutuhan, dan cara bekerjanya alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani dan psikologis yang meliputi keberadaan, perasaan (*feeling*), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.
- b) Faktor eksternal, yaitu faktor yang ada pada lingkungan (faktor psikis). Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau orang menyebutnya dengan faktor stimulus. Menurut Bimo Walgito "Faktor psikis berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai indera" (Walgito, 1996: 55).

5. Teori perbedaan individu (*individual differences theory*)

Nama teori yang diketengahkan oleh Melvin De Fleur ini lengkapnya adalah "*Individual Differences Theory of Mass*

Communication Effect". Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika individu-individu tersebut diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu.

Anggapan dasar teori ini adalah bahwa manusia sangat bervariasi dalam organisasi psikologinya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula. Dari lingkungan yang dipelajarinya itu, manusia akan menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain.

Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak perorangan anggota khalayak. Oleh karena itu terdapat perbedaan individual pada setiap anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu (Effendy, 2000: 205).

B. Televisi

1. Pengertian tayangan

Konteks tayangan yang dimaksud di sini adalah tayangan di televisi, jadi dapat diartikan kata tayangan yang lebih spesifik. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* kata tayangan memiliki arti, sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan), pertunjukan (film dan sebagainya); persembahan.

Televisi adalah sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel dan ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektrik dan mengkorvesinya kembali ke dalam cahaya dan suara. Sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi melalui kabel dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya dan bunyi. Proses ini menghasilkan gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar. Jadi tayangan televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum. Informasi yang ditayangkan baik terbuka maupun tertutup berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Depdiknas, 2003).

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiaran (*broadcast*) dan video dari segi gambar Bergeraknya (*moving image*). Para pemirsa menangkap siaran televisi karena ada

prinsip-prinsip radio yang mentransmisikan dan melihat gambar-gambar yang bergerak dan hidup karena unsur-unsur film yang memvisualisasikannya. Media massa televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang berlangsung satu arah. Komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikannya bersifat heterogen (Fatmawati, 2009: 170-171). Secara intitusional, stasiun televisi dapat dibedakan dari karakter utamanya, yaitu intens fungsional yang dimilikinya. Dikenal dua tipe orientasi penyiaran, yaitu:

a) Televisi Publik (*Public Television*)

Televisi publik memiliki beberapa fungsi, *pertama* sebagai televisi pendidikan (*educational television*) yang difungsikan sebagai pendukung langsung untuk proses pendidikan seperti pengajaran/intruksional. Tipe stasiun televisi ini dapat dijabarkan sebagai subtansi pelatih/instruktur yang mengajar warga masyarakat untuk mencapai tingkat kemahiran teknis yang dapat digunakan dalam kehidupan sosialnya. *Kedua* televisi publik yang berfungsi sebagai institusi, yang menjelaskan fungsi pendidikan sosial. Stasiun televisi ini dimaksud sebagai pengajaran dari lembaga masyarakat yang berupaya mendidik warga masyarakat agar lebih mengapresiasi kehidupan.

b) Televisi Komersial (*Commercial Television*)

Televisi komersial (*commercial television*) mengembangkan fungsi hiburan dan jurnalisme. Stasiun ini hadir dengan menjual informasi fiktional dan faktual. Kehadiran televisi komersial sendiri merupakan industri yang memiliki sifat ekonomi (*economical traits*) dan pendukung mekanisme ekonomi pasar (Fatmawati, 2009: 171).

C. Televisi Sebagai Media Dakwah

Media televisi di Indonesia terus berkembang baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Keadaan ini dapat memberi kontribusi positif bagi masyarakat terutama yang tinggal di wilayah terpencil. Tayangan televisi yang bermuatan pendidikan dapat dijadikan alternatif untuk mendapatkan pengetahuan atau pendidikan.

Siaran televisi bukan sekedar tontonan, tetapi juga merupakan suatu kenyataan yang sering diuji secara ideologis dan normatif. Oleh karena itu pengelola televisi tidak hanya memberi tontonan tetapi juga harus memperhitungkan ideologi dan norma yang dianut sebagian besar orang dalam masyarakat (Fatmawati, 2009: 173).

1. Fungsi televisi

- a) Fungsi penerangan (*the information function*) televisi yang memuat fungsi penerangan harus mencakup dua faktor yaitu faktor *immediacy* yaitu langsung dan dekat, faktor yang kedua *realism* yaitu kenyataan.

- b) Fungsi pendidikan (*the education function*) sesuai dengan makna pendidikan yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak.
- c) Fungsi hiburan (*the entertainment function*) sebagian besar alokasi waktu mas siaran diisi oleh acara-acara hiburan, melalui gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan dan dapat dinikmati oleh khalaya (Fatmawati, 2009: 174).

Tiga fungsi di atas harus dicermati dan dimanfaatkan oleh insan yang berkecimpung di pengembangan dakwah Islam, karena kecenderungan televisi menyita waktu, waktu yang terpakai untuk menonton televisi jauh lebih banyak dibandingkan dengan kegiatan penyerapan pengetahuan dan nilai-nilai lainnya. Keadaan ini harus dapat dimanfaatkan oleh praktisi dakwah untuk mengemas acara dakwah yang lebih menarik, solutif, dan komunikatif. Dakwah melalui televisi harus memuat pembaharuan dalam kemasannya, setidaknya menyangkut empat hal pokok yaitu, pembaharuan konsep dakwah, pemerluasan dan penguatan jaringan/ kerjasama. Lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan skunder untuk mendanai program dakwah, dan meningkatkan kualitas dan kuantitas *da'i* dan *dai'ah*, khususnya yang sudah populer di media televisi (Fatmawati, 2009: 175).

2. Kelebihan dan kekurangan televisi sebagai media dakwah

Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan teknologi *modern* dalam aktifitas dakwah. Dengan pemanfaatan televisi ini, diharapkan pesan-pesan dakwah dapat mencapai sasaran secara lebih optimal, baik kualitatif maupun kuantitatif. Dakwah melalui televisi banyak memperoleh kelebihan dibandingkan dengan media dakwah lainnya, diantaranya:

- a) Dakwah melalui media televisi dapat disampaikan kepada masyarakat melalui suara dan gambar.
- b) Dari segi mad'u televisi dapat menjangkau jutaan pemirsa di seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sehingga lebih efektif dan efisien.
- c) Efek kultural televisi lebih besar dibandingkan media lain, khususnya bagi pembentukan perilaku prososial dan anti sosial anak-anak (Alfandi, 2005: 46).

Meskipun kelebihan-kelebihan televisi menonjol bukan berarti televisi paling baik sebagai media dakwah, karena televisi memiliki beberapa kekurangan diantaranya:

- a) Siaran televisi hanya dapat sekali didengar dan dilihat.
- b) Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran.
- c) Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.

- d) Kadang-kadang masyarakat dalam menonton hanya sebagai pelepas lelah, sehingga selain program hiburan masyarakat/penonton tidak senang (Alfandi, 2005: 47).

D. Dakwahtainment

1. Dakwah

a) Pengertian Dakwah

Kata dakwah diambil dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang secara bahasa memiliki makna mengajak, menyeru atau memanggil. Pengertian dakwah menurut istilah adalah sebagai berikut:

- 1) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
- 2) Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- 3) Menurut Prof. Dr, Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar (Saputra, 2011: 1-2).

Dari beberapa pengertian dakwah di atas, menurut penulis pada prinsipnya dakwah merupakan upaya sebuah usaha baik perkataan maupun perbuatan. Dalam bentuk mengajak manusia untuk menerima Islam, mengamalkan, dan berpegang teguh terhadap prinsip-prinsipnya untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

b) **Unsur-unsur dakwah**

1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Kata *da'i* secara umum sering disebut dengan kata *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan bahwa *mubaligh* sebagai penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhutbah), dan sebagainya. Pada dasarnya semua pribadi Muslim itu berperan secara otomatis sebagai *mubaligh* atau dalam bahasa komunikasi dikenal sebagai komunikator. Dapat diartikan bahwa secara umum setiap Muslim atau Muslimat yang mukalaf (dewasa) adalah sebagai *da'i*.

2) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah seluruh umat manusia yang menerima pesan-pesan dakwah. Kegiatan dakwah dapat dilakukan secara individu maupun kelompok. Hakikat objek/penerima dakwah adalah seluruh dimensi

problematika hidup objek/penerima dakwah baik yang berhubungan dengan akidah, ibadah, akhlaq, muamalah, dan pendidikan.

3) *Maddah* Dakwah (Materi Dakwah)

Maddah adalah pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber Al-Qur'an dan hadis. Seorang yang terlibat dalam dakwah atau yang mengajak orang lain untuk beriman, berdoa, atau untuk berkehidupan Islam (Saerozi, 2013: 37).

4) *Wasilah* (Media dakwah)

Wasilah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Ya'qub (1981) membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak (Saerozi, 2013: 39).

5) *Thariqah* (Metode)

Metode berasal dari bahasa Latin *methodus* yang berarti cara. Dalam bahasa Yunani, *methodus* berarti cara atau jalan. Secara istilah metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja. Metode dakwah adalah cara-cara yang

dipergunakan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah yaitu Islam dan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu (Saerozi, 2013: 41).

c) **Tujuan dakwah**

1) Tujuan umum dakwah:

Mengajak umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar yang diridai Allah swt.

يَتَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ^ط وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ
فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ^ج وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ ^ق إِنَّ اللَّهَ لَا

يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴿٧٧﴾

”Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir” (QS. Al-Maidah : 67).

2) Tujuan khusus dakwah:

- (a) Terlaksananya ajaran Islam secara menyeluruh dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan.
- (b) Terwujudnya masyarakat Muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan

bernegara, adil, makmur, damai dan sejahtera di bawah limpahan rahmat karunia dan ampunan Allah SWT.

- (c) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam), firman Allah:

يٰٓأَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴿٢١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, beribadahkanlah kepada Allah yang telah menjadikan kamu dan orang-orang sebelummu, agar kamu bertaqwa” (QS. Al-Baqarah: 21).

- (d) Mewujudkan sikap beragama yang benar dari masyarakat. Hal ini berarti ajakan untuk merubah keadaan manusia kepada yang lebih baik secara fisik maupun mental, sesuai dengan yang dirumuskan Al-Qur’an (Pimay, 2006: 7-13).
- (e) Dasar Hukum Dakwah QS. An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."(QS. An-Nahl: 125).

Kata *ud'u* dalam ayat di atas, diterjemahkan dengan seruan, panggilan atau ajakan. Kata *ud'u* merupakan *fi'il amar* yang berarti perintah dan setiap perintah adalah wajib, serta harus dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada sunnah, atau hukum lain. Jadi, melaksanakan dakwah adalah wajib karena tidak ada dalil-dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu dan hal ini disepakati oleh para ulama (Saerozi, 2013: 21-22).

2. Entertainment

Kata *entertainment* dalam *Kamus Istilah Pertelevision* memiliki makna sesuatu yang berhubungan dengan aspek hiburan (Achilina, 2011: 66). Secara umum *entertainment* adalah segala sesuatu, baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda maupun perilaku yang dapat menjadi penghibur atau pelipur hati yang susah atau sedih. Hiburan bersifat subjektif, bergantung pada penikmatnya. Apabila subjek tersebut merasa terhibur terhadap

sesuatu hal, maka hal itu dapat dikatakan suatu hiburan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa hiburan mencakup banyak hal, diantaranya musik, film, opera, drama, permainan, olahraga, dan lain sebagainya. Media yang digunakan dalam dunia *entertainment*, yaitu televisi, radio, media cetak, dan media *online* (dinan78.blogspot.co.id, 22.30, 26/02/2017).

3. Pengertian *Dakwahtainment*

Dakwah dan *entertainment* adalah suatu ajakan kepada manusia untuk menerima Islam, mengamalkan dan berpegang teguh terhadap prinsip-prinsipnya. Kegiatan ini melalui berbagai media yang didalamnya terdapat unsur hiburan. Hal ini berarti penggabungan antara dakwah dengan *entertainment*.

Dakwahtainment merupakan gabungan dari bahasa Arab/Islam dan Inggris, istilah Indonesia dakwah berasal dari bahasa Arab da'a yaitu ajakan, seruan, panggilan. Dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Amin, 2009: 3). Dalam prakteknya dakwah sama dengan penyebaran Islam. Dari perspektif religius, dakwah adalah suatu kewajiban bagi umat Islam untuk mengajak orang lain memeluk Islam, karena dianggap sebagai niat yang mulia untuk membawa umat Islam ke dalam lindungan rahmat Tuhan. Bagian kedua dari kata *dakwahtainment*

berasal dari bahasa Inggris yaitu *tainment* yang berasal dari kata *entertainment* yaitu hiburan (Sofjan, 2013: 59).

Dakwahtainment didefinisikan sebagai suatu konsep yang memadukan penyebaran Islam dan bentuk-bentuk siaran hiburan yang tidak terhitung banyaknya di dunia televisi, yang memungkinkan jutaan pemirsa di rumah menonton (Sofjan, 2013: 59). *Dakwahtainment* sebagai suatu istilah yang lazim digunakan untuk memberi identitas pada bentuk metode dakwah di televisi, di mana metode dakwah dikemas dalam bentuk hiburan yang diselengi dengan acara seperti humor, drama, nyanyian maupun informasi-informasi yang ringan (Laili, 2013: 128).

Dakwahtainment merupakan dakwah yang dikemas sedemikian rupa dengan menghadirkan unsur *entertainment* yang menjadi satu kesatuan yaitu dakwah yang menghibur (tribuntimur.com, 12.00, 31/5/2017). *Dakwahtainment* adalah program siaran religi yang dikategorikan sebagai *syi'ar* atau dakwah Islam, tetapi sekaligus juga sebagai hiburan. *Dakwahtainment* adalah produk industri siaran media sebagai pilihan tayangan religius untuk pemenuhan kebutuhan spiritualitas seseorang (Saefullah, 2009: 255-256).

Menurut Nur Ichwan, bahwa *dakwahtainment* sudah ada bahkan sejak zaman awal masuknya Islam ke Nusantara. *Dakwahtainment* bahkan digunakan sebagai upaya untuk menyebarkan Islam di Pulau Jawa. Dalam hal ini, bentuk dakwah

yang dilakukan Sunan Kalijaga yang menggunakan medium wayang dalam berdakwah adalah contoh dari *dakwahtainment* (Wati, 2014: 49).

Menurut penulis *dakwahatainment* adalah penyebaran Islam, agar ada perubahan menuju pada kehidupan yang lebih Islami dengan menggabungkannya unsur hiburan di dalamnya. *Dakwahtainment* tidak hanya melalui media televisi, karena bisa menggunakan media-media lainnya baik media massa maupun media tradisional.

BAB III
RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN
DAKWAHTAINMEN MARI KITA SAHUR TRANS TV

A. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah universitas (kbbi.web.id, 20.42, 23/09/2017). Mahasiswa merupakan salah satu bagian dari kalangan akademis yang memiliki daya intelektual dan daya kreatifitas tinggi. Dalam hal ini, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2013 termasuk salah satunya, ini terbukti dengan keikutsertaan mahasiswa dalam berbagai kegiatan-kegiatan. Kegiatan-kegiatan ini yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang maupun Unit Kegiatan Mahasiswa.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah mahasiswa yang diberikan pelajaran tentang dakwah yang tidak hanya sebatas ceramah atau tabligh. Pelajaran dakwah yang diberikan sudah mengarah kepada perumusan berbagai profesi yang memungkinkan diperankan oleh seorang *da'i*. Beberapa pengembangan profesi tersebut antara lain profesi sebagai

seorang penyuluh, jurnalis, penulis scenario drama atau film, penyiar atau presenter, manajer kegiatan dan strategi dakwah serta pengembangan Islam (Panduan Praktik Pengalaman Lapangan, 2016: 1). Berikut data mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2013:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo angkatan 2013.

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa
1	Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)	116
2	Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)	114
3	Manajemen Dakwah (MD)	92
4	Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)	28
Total		350

Sumber: Kepala Sub Bagian Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

1. Daftar informan

Berikut ini adalah daftar informan yaitu dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Tabel 2. Daftar Informan Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang.

No	Nama	Jurusan	Nim
1	Susi Susanti	KPI	131211113
2	Anim Munifah	KPI	131211096
3	Riska Yasin Yusuf	MD	131311034
4	Muhammad Nur Salim	KPI	131211083
5	Siti Masamah	KPI	131211022
6	Ali Hamdani	MD	131311057

7	Nur Diah Fitriyani	KPI	131211140
8	Nani Rahayu	MD	131311187
9	Ki Dwi Andriyana	KPI	131211130
10	Agus Nur R.	MD	131311050
11	Sugeng Riyadi	MD	131311107
12	Khilyatun Nufus	KPI	131211134
13	Lilis Fauziah	KPI	131211129
14	Himatul Aliyah	KPI	131211128
15	Eka Widya A.	BPI	131111029
16	Liza Arnovia	KPI	131211005
17	Nur Alfiyatur R.	KPI	131211172
18	Anis Ramalatri	BPI	131111042
19	Ida Musfiqoh	MD	131311084
20	Ruri Wulan Sari	PMI	131411033
21	Nur Ismawati	KPI	131211026
22	Rismawati	PMI	131411019
23	Susiana	BPI	131111066
24	Syifaur Rizqi F.	KPI	131211006
25	Amelya Noviana S.	PMI	131411035
26	Nur Dina Salma	BPI	131111043

B. Profil Trans TV

1. Sejarah Trans TV

Trans TV adalah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang dimiliki oleh Trans Media. Dengan moto *Milik Kita Bersama*, konsep tayang stasiun ini tidak banyak berbeda dengan stasiun swasta lainnya. Trans TV adalah anak perusahaan dari Trans Media. Kantor pusat stasiun ini berada di Gedung Trans TV, Jalan Kapten Pierre Tendean, Jakarta Selatan. Direktur Utama

Trans TV saat ini adalah Atiek Nur Wahyuni yang juga merupakan Direktur Utama Trans7.

Trans TV memperoleh izin siaran pada tanggal 1 Agustus 1998. Trans TV mulai resmi disiarkan pada 10 November 2001 namun masih terhitung siaran percobaan, Trans TV sudah membangun Stasiun Relai TV-nya di Jakarta dan Bandung. Siaran percobaan dimulai dari seorang presenter yang menyapa pemirsa pukul 17.51 WIB. Trans TV kemudian pertama mengudara dan diresmikan Presiden Megawati Soekarnoputri sejak tanggal 15 Desember 2001 sekitar pukul 19.00 WIB, Trans TV memulai siaran secara resmi.

Gambar 2. Logo Trans TV tahun 2001



Logo ini adalah penyegaran dari logo pertama dan logo kedua, dipakai dari 15 Desember 2005 hingga 15 Desember 2013. Trans Media, sebagai media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru.

Minggu, 15 Desember 2013 Trans TV meluncurkan logo baru bersamaan dengan ulang tahun Trans Media yang ke-12. Logo dengan simbol "Diamond A" ditengah kata Trans TV merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang. Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam berlian berbentuk A ini. Makna dari logo baru Trans TV ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

Logo Baru TRANS TV ini sejak 15 Desember 2013. Bertepatan pesta "12 TRANS Untuk Indonesia", sekitar pukul 21:00 WIB.

Gambar 3. Logo Trans TV tahun 2013



2. Visi dan Misi Trans TV

a. Visi

Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*, menyapaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholders* serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

b. Misi

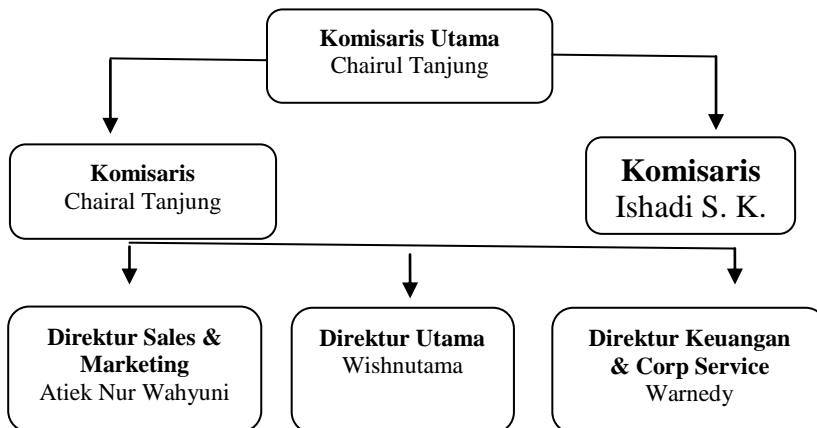
Wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

3. Manajemen Trans TV

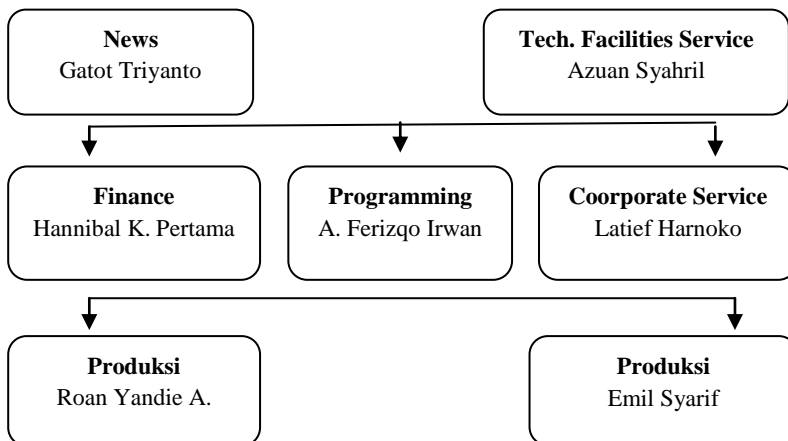
Seperti perusahaan lainnya yang memiliki struktur manajemen sebagai pengaturan dalam sebuah perusahaan, Trans TV yang bergabung bersama Trans 7 dalam PT. Televisi Transformasi Indonesia juga memiliki struktur manajemen.

Struktur manajemennya dapat dilihat pada gambar berikut (transtv.co.id, 22.42, 14/09/2017):

Gambar 4. Struktur Manajemen Trans TV



Gambar 5. Struktur Kepala Divisi Trans TV



C. Program "Mari Kita Sahur" Trans TV

1. Profil program

- a) Judul program : Mari Kita Sahur
- b) Format program : Sketsa komedi, kuis interaktif, *game show*, siraman rohani (ceramah), dan musik.
- c) Jam Tayang : 02.30-04.00 WIB/Tiba Adzan Subuh
- d) Pendukung Acara : Komeng, Okky Lukman, Bopak, Asep Ajun, Rizky Ingger, Rangga Moela, Fadly, Rikky Harun, Tara Budiman, Ria Ricis, Daud Sakty.
- e) Pengisi Ceramah : Ustadz Nur Maulana, Ustadz Syam, Oki Setiana Dewi.
- f) Disiarkan secara : Live/Langsung
- g) Kerabat Kerja antara lain :
 - Pengarah Produksi : Atiek Nur Wahyuni
 - Penanggung Jawab Produksi : Rani Ayu Laela Sari
 - Perancang Eksekutif : Iwan Kurniwan, Yudho Indrowiyono
 - Perancang Acara : M. Aminullah Latief, Lavita Fitriana, Tatin K.
 - Perancang Acara Madya : Dede J., Prawira, Dadan T.
 - Senior Kreatif : Maya Puspasari,

	Khoirul Riski, Abdul Wahid, Yohanna Mursari
Tim Kreatif	: Cessa Putri, Andudie, Cristian umenta, Hans Caesar, Yoga Aditya, Nindi P., Tegar Wicaksono.
Asisten Produksi	: Aditya Destian, Gatot Prayitno, Deo I., Fajar Lazuardi, Adyes Ramadhanti, Ella S., Alexander Vita, Yasmina, Guntur Maulana, Aditya Y.
Pengarah Acara	: Widrto (Spv.), Teddy
Pengarah Lapangan	: H/ (Spv.). Mike A., Fery Agorsa, Dadan M., Adrudin, Angga P.
Penata Gambar	: Ilman Aminulkuhoir (Spv.), Berradus Eka L., M. Syar, Tri Hendra R.

Penata Cahaya	: Sadmono (Spv.), Novrizal N., Dedi Junadi, Fajar Eka H.
Penata Suara	: A. Zauzi (Spv.), Adriansyah, Harry Z.
Penata Aksara	: Nur Faizin B.
Tim Penuting Naskah	: Annisa P., Delta Olivia, Astari N., Cepi
Editor	: Prima Arya (Spv.), Abdul Wahab
Penata Musik	: Doddy H. (Spv.)
PJ (Penanggung Jawab) Peralata	: Abdullah M.
PJ Artistik	: Emir Ismail B.
PJ Pelayanan Produksi	: Iman Martono
PJ Operasional Produksi	: R. Fauzi
PJ Pendukung Teknik	: Hendri A.
PJ Pendukung Peralatan Sia	: Yuda I.
Pusat Kreativitas Produksi	: Sueyoto I
PJ Operasional Produksi	: Latif H.
PJ Pasca Produksi	: Ghiria P.
PJ Studio OBVAN	: Bismo U.

h) Transformasi acara

- 1) Saatnya kita Sahur (2007-2011)
- 2) Waktunya Kita Sahur (2012)
- 3) Yuk Kita Sahur (2013)
- 4) Sahurnya Ramadan (2014)
- 5) Alhamdulillah Kita Sahur (2015)
- 6) Mari Kita Sahur (2016)

2. Deskripsi program

Acara ini mengudara pertama kali pada tanggal 11 Juli hingga 8 Agustus 2013 pada bulan Ramadan dan ini merupakan transformasi dari acara sahur pada tahun sebelumnya yaitu Waktunya Kita Sahur. Dengan kesuksesan Yuk Kita Sahur pada bulan Ramadan karena fenomenalnya Joged Caesar, kemudian Trans TV kembali melanjutkan kesuksesan dengan program acara Mari Kita Sahur.

Program Mari Kita Sahur ini banyak adegan yang dinilai masyarakat tidak mendidik, bahkan merendahkan nama orang lain, dan akhirnya ditegur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Banyak adegan dinilai melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran tahun 2012 Pasal 9, Pasal 14, Pasal 15 ayat (1) huruf b, c dan d, Pasal 15 ayat (2), dan Pasal 21 ayat (1) serta Standar Program Siaran Pasal 9, Pasal 15 ayat (1), Pasal 17 ayat (1) dan ayat (2) huruf b, d dan e, dan Pasal 37 ayat (4) huruf a. Selain itu, runtutan

program ini telah mendapatkan surat sanksi administratif teguran tertulis No. 392/K/KPI/07/13 tertanggal 16 Juli 2013 dan memutuskan untuk memberikan sanksi administratif berupa teguran tertulis kedua.

Sejak kemunculan acara ini, muncul pro kontra di masyarakat, yang pro menyatakan, acara ini sangat menghibur di waktu sahur. Masyarakat yang kontra menyatakan, acara ini tidak menghibur, tidak mendidik, tidak bermutu, dan banyak tanggapan miring yang dialamatkan ke acara komedi ini.

Program Mari Kita Sahur dinilai kurang terkonsep secara matang. Banyak kekurangan secara konsep yang dapat dilihat misalnya saat memainkan sketsa terlihat pemain lebih banyak melakukan lawakan dan hinaan satu sama lain untuk memancing tawa penonton. Dari segi studio juga tidak ada perubahan atau sesuatu yang menarik dibanding acara-acara sejenis tahun-tahun sebelumnya. Sepanjang *live* berlangsung, juga terdapat kekurangan misalnya saat penonton dilibatkan dalam permainan, para pengisi acara pun seakan kelabakan dan bingung tata cara permainannya. Hal tersebut mungkin karena kurangnya pengarahan (*briefing*) dari tim kreatif. Suara para penonton yang tertawa secara terpaksa pun mengganggu kenyamanan dalam menyaksikan acara tersebut. Pesan sponsor terlalu banyak mengisi program Mari Kita Sahur sehingga durasi tayang justru lebih banyak digunakan untuk mempromosikan titipan sponsor

(media.iyaa.com, 21.53, 15/09/2017). Hal ini dapat dilihat dari deskripsi tayangan Mari Kita Sahur sebagai berikut:

Mari Kita Sahur Episode 9 (Part 1-6)

Part 1

Program Mari Kita Sahur dimulai dengan *bumper* yang menayangkan pemain-pemain dalam program ini. Pembukaan dibawakan oleh Fadli dengan mengenakan baju koko, Fadli menyapa penonton dan menceritakan sebuah kisah yang akan dimainkan di panggung dengan berkata:

"Bumi gonjang-ganjing lari tergenjing-genjing gara-gara dikejar anjing, diceritakan sebuah kisah dari tanah Bollywood yaitu sepasang kekasih muda-mudi yang berbeda kastanya yakni Urakan dan Anjani, namun hubungan tidak disetujui orang tua Urakan."

Pindah ke panggung dengan pemain Sinyo sebagai Anjani dan empat penari menyanyikan lagu dengan mengenakan pakaian India atau disebut dengan Sari. Selesai Anjani menyanyi Urakan melanjutkan menyanyi dengan empat penari dan kompak mengenakan baju India. Dalam penayangan *part 1* ini *background* panggungnya terdapat dua iklan yaitu Zoya dan Luwak White Coffie yang dijaga oleh masing-masing SPG cantik. Setelah Urakan menyanyi lalu Urakan dan Anjani menyanyi bersama yaitu lagu yang berjudul Pandangan Pertama, tetapi lirik lagu ini diaran semen oleh tim kreatif. Ada dua kalimat dalam lagu ini

yang mana kalimat yang dinyanyikan oleh Urakan yang seakan *bully* Anjani karena bentuk fisiknya, yaitu yang berbunyi:

"Gadis yang ku lihat seperti kuli pasar" dan "Sungguh tak ku sangka bodi apa teraktor".

Selesai keduanya menyanyi lalu saling memuji antara Urakan dan Anjani, keduanya sepakat untuk jadian. Tidak lama kedua orang tua Urakan datang, ibunya marah-marah dan tidak menyetujui hubungan Urakan dan Anjani dengan alasan Anjani tidak pantas untuk Urakan yang dari keluarga kaya. Ibunya urakan dengan bangga memamerkan berlian pada Anjani agar merasa tidak pantas memiliki hubungan dengan Urakan, tetapi ayahnya justru menyetujui dan mendukung hubungan Urakan dan Anjani.

Kembali ke Fadli sebagai moderator, dengan mengatakan "Kedua orang tua Urakan yang mukanya urak-urakkan tidak setuju. Yuk lihat cerita selanjutnya". Pindah ke panggung dengan *background* yang berbeda iklannya yaitu Wendy's. Di sini kedua orang tua Urakan saling berselisih pendapat tentang hubungan Urakan dan Anjani. Urakan berusaha merayu ibunya agar mau menerima Anjani, tapi tetap saja ibunya tidak menyetujui lalu membawa Urakan dan ayahnya keluar. Anjani sedih dan menangis sambil gulung-gulung di lantai. Datang Komeng sebagai polisi lalu Anjani meminta tolong pada Komeng, kemudian Komeng membawa dua lelaki untuk dipilih Anjani sebagai pengganti Urakan.

Part 2

Part tiga ini memiliki judul "Cintaku Ketabrak Jamu Gendong". Dalam *part* ini juga tidak luput dari iklan yang mengikuti program Mari Kita Sahur. Seorang anak yaitu Ricky Harun dan Sinyo sebagai mamanya menaiki mobil dari bahan *styrofoam*. Mama dan anak ini saling memuji, Ricky meminta mamanya mencarikan jodoh untuknya. Tiba-tiba naratornya membacakan skenario Sinyo harus menangis sambil tiduran di lantai dan gulung-gulung di depan penonton. Datang tukang jamu cantik yaitu Ricis jatuh tertabrak mobilnya Ricky, lalu Ricky membantu Ricis mamanya malah kesal.

Ricky dan Ricis saling menyukai dan merayu satu sama lain, tiba-tiba datang wanita dengan dandanan lebay. Wanita dan mamanya Ricky saling *membully* malah mamanya Ricky mengakui dirinya sendiri dengan sebutan jongsos. Ternyata wanita itu yang sudah disiapkan oleh mamanya Ricky sebagai jodohnya, tetapi Ricky tetap memilih Ricis.

Part 3

Tanya jawab ustadz Syam yang temanya tentang "Permasalahan Anak Muda Jaman Sekarang". Pada segmen ini ustadz Syam didampingi oleh Tara Budiman, Rangga, Oki, dan Ria Ricis. Tara yang pertama kali bertanya dengan ustadz Syam dengan pertanyaan berkali-kali dia gagal masalah hubungan percintaan, "apakah yang salah dengan dia?". Dijawab ustad Syam

ada suatu penyakit dalam diri Tara yaitu tidak percaya diri, kurang intropeksi diri, dan kurang bersyukur. Pertanyaan yang kedua dilontarkan oleh Ricis dengan berkata

"Aku punya temen yang baper-baper, sering melamun sambil ngorek-ngorek sampah. Terus kalo kita sebagai teman harus bersikap gimana ustadz biar temen tidak baperan?"

Dijawab ustadz Syam

"Dalam surat An-Nahl ayat 125 dijelaskan bahwa kita harus berkomunikasi dengan cara yang baik, berbicara dengan lembut, dan memiliki manfaat."

Selesai menjawab Rangga bertanya dengan pertanyaan "dalam instagram dia sering *upload* foto-foto, dengan *upload* foto *follower* akan mengetahui apa yang dilakukan Rangga, seperti itu bagaimana hukumnya?" Dijawab ustadz Syam, sebenarnya *upload* foto itu tidak haramkan, dan lebih baiknya *upload* yang memiliki nilai positif seperti foto sahur, terbuka. Hal itu akan mengingatkan orang-orang untuk berpuasa. Dalam sesi tanya jawab ini hanya tiga pertanyaan dan jawaban. Meskipun ini segmen yang berbau agama tetapi tidak luput ada komedinya dan saling menyindir kehidupan pribadi para pemain.

Part 4

Part 5 memiliki tema "Kunyil", dalam part ini yang pertamakali di shoot adalah iklanya White Koffie. Hadir Kunyil dan istrinya yang sedang hamil, istrinya kunyil memintanya untuk berhenti merampok dan mencari pekerjaan yang baik tetapi Kunyil

menolaknyanya. Tiba-tiba perutnya sang istri yang sudah membesar bergerak karena banyinya menedang-nendang. Sang istri bilang kalau ini karena bayinya pengen sesuatu yaitu minta dipijitin, kemudian dipijitin Kunyil. Sang bayi menedang-nendang lagi minta bapaknya gulung-gulung di lantai, Kunyilpun menurutinya. Belum selesai gulung-gulug bayi nendang lagi dan minta mangga.

Kunyil pergi mencari mangga, lalu datang tukang rujak dan berbincang-bincang dengan istrinya. Datang lagi lelaki mencari mangganya yang hilang dan ia menuduh tukang rujak yang mengambilnya. Ibu tukang rujakpun menolak yang dituduhkan kepadanya, karena ia membeli mangga di pasar. Tidak lama kemudian ustadz Maulana datang membawa mangga dan ingin memakannya. Tidak jera bapak yang kehilangan mangga lalu menuduh ustadz Maulana, kemudia disini ustadz Maulana memberi sedikit siraman rohani bahwa kalau belum ada bukti tidak boleh menuduh orang lain dengan kesalahan-kesalahan yang orang tersebut tidak tau. Hal tersebut menyebabkan suatu permusuhan dan syu'udhon.

Part 5

Dalam *part 5* ini berisi ceramah oleh ustadzah Oki. Sebuah kisah dari sepasang suami dan istri. Keduanya sudah lama menikah bertahun-tahun tapi belum dikarunia anak. Sebenarnya keadaan hubungan keduanya selama ini baik-baik saja tetapi karena tak kunjung dikarunia anak menyebabkan hubungan suami

dan istri tersebut tidak baik sehingga orang-orang bertanya siapa yang salah. Segala ikhtiar dilakukan kepada Allah SWT, dan suami istri tersebut melakukan pemeriksaan ke dokter dengan pasrah atas hasilnya. Saat dokter keluar sang istri langsung bertanya dan hasilnya suaminya yang mandul.

Sampai di rumah sang istri mencoba menghibur suaminya yang sedih, tetapi tidak lama kemudian berita ini menyebar ke keluarga dan tetangga. Tetangga selalu memperbincangkan keadaan keluarganya. Lima tahun berjalan kesabaran sang istri mulai habis dan sering memarahi suaminya. Ia selalu berharap ingin memiliki anak dan ia menyalahkan suaminya karena mandul. Sang istri meminta untuk ditalak suaminya, tetapi ia suaminya menolak dan dengan sabar menghadapi istrinya. Tidak lama kemudia sang istri mengidap penyakit gagal ginjal dan ia butuh donor ginjal untuk tetap bertahan hidup. Mendengar hal tersebut sang suami malah ijin pergi ke luar kota dengan alasan tugas kantor. Sang istri tidak segan-segan memarahinya, karena disaat ia membutuhkan suaminya malah mau ditinggal pergi. Suaminya tetap saja pergi dan berjanji akan kembali.

Usai beberapa hari sang istri melakukan operasi donor ginjal tanpa mengetahui siapa pendonornya. Esok harinya suaminya pulang dan sang istri menceritakan hal yang dialaminya. Tidak lama kemudian sang istri hamil dan ia sangat bahagia, ia melupakan semua yang sudah berlalu karena terbayar atas

kehamilannya. Waktu terus berjalan sang suami keadaanya semakin memburuk dan ia ijin pergi untuk tugas kantor. Setelah suaminya pergi sang istri menemukan buku catatan harian suaminya yang berisi ternyata istrinya lah yang mandul, dia tidak tega melihat istrinya sedih. Waktu pemeriksaan suaminya meminta dokter berkata yang sebaliknya dan pendonor ginjal untuk sang istripun juga suaminya. Usai membaca sang istri menangis dan menyesali perbuatan buruk pada suaminya. Ia meminta maaf dan tunduk setelah suaminya pulang. Setengah dari durasi part 5 ini berisi komedi antara Tara Budiman dan Oki yang disponsori oleh Zoya.

Part 7

Penutup yang dibawakan oleh Ustadz Syam, Ustadz Maulana, dan Ummi Oki. Ketiganya berdiri dengan bergilir memberi sedikit tausiyah. Pertama ustadz Syam membacakan dalil yang mana dalam dalil tersebut diperintahkan kepada orang yang benar-benar beriman maka bertaqwalah kepada Allah dan dekat dengan orang-orang yang jujur dan baik. Kedua Ummi Oki membacakan hadist riwayat Bukhari yang memiliki isi bahwa juju akan membawa seseorang kepada kebaikan dan dengan kebaikan akan membawa seseorang ke surga. Sebaliknya kedustaan akan membawa seseorang pada keburukan dan akan mengantarkan ke neraka. Terakhir ustadz Maulana memberi nasihat agar kita menjadi manusia yang baik, selalu berkata jujur dapat dipercaya

dan dekat dengan orang-orang jujur. Usai itu kembali ke Fadli sebagai narator menutup acara dan mengucapkan terimakasih.

Program Mari Kita Sahur yang sebelumnya dengan program serupa selama beberapa tahun terakhir terus mengundang kritik. Selain dinilai kurang mendidik seperti halnya episode regulernya pada episode ke Sembilan di atas. Dari segala macam kritik yang berujung pada kejemuan penonton terhadap tayangan MKS, bentuk pelecehan verbal maupun adegan-adegan yang tidak patut menjadi hal yang paling meresahkan. Ironisnya hal tersebut tidak hanya sekali, berulang di setiap episode bahkan dari tahun ke tahun terus dimunculkan.

Banyaknya bentuk pelanggaran yang terjadi pada siaran MKS telah membuat sejumlah penonton gerah sekaligus membuat Komisi Penyiaran Indonesia menjadi lebih awas terhadap program-program *dakwahtainment* di bulan Ramadan. Melalui situs resminya, KPI memberikan sanksi kepada sejumlah program dan tayangan TV yang dianggap melakukan pelanggaran dalam berbagai hal selama minggu pertama bulan Ramadan salah satunya adalah program Mari Kita Sahur. KPI kerap memberikan teguran tertulis disetiap tahunnya pada bulan Ramadan.

Berbagai bentuk pelecehan dan pelanggaran terhadap norma kesopanan yang dipertontonkan dalam sejumlah program Mari Kita Sahur tersebut tentu sangat disayangkan. Selain dilakukan berulang-ulang, artis dan komedian pelakunya pun itu-

itu saja. Seakan enggan mengkoreksi diri, seperti halnya menganggap berbagai bentuk pelecehan verbal dan gerakan-gerakan tidak sopan yang diperagakan hanya sebagai bentuk canda untuk mengundang tawa yang tidak perlu dianggap serius. Alasan “tidak sengaja” atau “ini emang karakter gue” seakan menjadi pembenaran. Pembelaan yang dilakukan stasiun TV terhadap artis membuat para artis merasa aman dan enggan belajar. Di sisi lain sanksi KPI yang hanya berupa teguran tertulis baik kepada program siarannya, stasiun TV atau ke artisnya langsung, terbukti tidak pernah menghadirkan jera (kompasiana.com, 21.59, 15/09/2017).

Menurut Komisioner KPI Pusat Bidang Isi Siaran, Nina Mutmainnah "Acara komedi juga banyak menampilkan pemain laki-laki berpakaian perempuan dan berlagak sebagai laki-laki yang keperempuan-perempuanan". Acara Ramadan ini menampilkan kuis dengan hadiah ratusan ribu rupiah, namun pertanyaan yang diajukan banyak yang tidak terkait dengan Ramadan atau agama Islam. Banyak yang diajukan dalam kuis adalah pertanyaan sepele yang cenderung meremehkan kecerdasan publik. KPI Pusat menilai secara umum tidak ada niat dari penyelenggara televisi yang menampilkan acara *dakwahtainment* untuk menghormati bulan Ramadan, karena pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan merupakan pengulangan dari tahun-tahun sebelumnya. Penyelenggara televisi juga mengabaikan

keluhan masyarakat terutama saat sahur dan berbuka, saat anak-anak dan remaja banyak yang memilih televisi sebagai teman santap buka dan sahur (rri.co.id, 22,10, 15/09/2017).

D. Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Berikut ini adalah hasil wawancara penulis dengan informan yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang:

Tabel 3. Pengumpulan Data Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah Anda mengerti tentang <i>dakwahtainment</i> ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iya saya mengerti. 2. Iya saya mengerti pengertian <i>dakwahtainment</i>. 3. Iya mengerti. 4. Saya cukup mengerti. 5. Iya, saya mengerti. 6. Iya, saya lumayan mengerti tentang <i>dakwahtainment</i>. 7. Iya tahu mba. 8. Iya saya mengerti pengertiannya. 9. <i>Dakwahtainment</i> ya, iya saya tahu. 10. Mengerti mba. 11. Iya saya tahu pengertiannya. 12. Kalau <i>dakwahtainment</i> iya saya tahu. 13. Iya tahu si mba. 14. Iya saya mengerti pengertian <i>dakwahtainment</i>.

		<ol style="list-style-type: none"> 15. Iya mengerti mba. 16. Iya saya Tahu. 17. Dakwah dan <i>entertainment</i> kan mba, iya saya tahu. 18. Iya saya mengerti pengertian <i>dakwahtainment</i>. 19. Mengerti. 20. Iya saya cukup mengerti tentang <i>dakwahtainment</i>. 21. Iya saya tahu. 22. Mengerti mba. 23. Iya kalau secara dasar dan ruang lingkupnya saya mengerti. 24. Iya saya tahu tentang <i>dakwahtainment</i>. 25. Saya lumayan mengerti tentang <i>dakwahtainment</i>. 26. Iya mengerti.
2	Menurut Anda bagaimana pengertian <i>dakwahtainment</i> ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Dakwahtainment</i> yaitu suatu program acara yang di dalamnya mengandung unsur dakwah dan <i>entertainment</i>. 2. Menurut saya <i>dakwahtainment</i> terdiri dari kata dakwah dan <i>entertainment</i>, jadi ya itu sebuah media massa yang menampilkan dakwah dan hiburan. 3. Secara singkatnya iya program yang mengandung unsur dakwah/ceramah dipadu dengan hiburan ya mba. 4. Sebuah konsep program di media massa yang di dalamnya itu terdiri dari segmen dakwah dan hiburan. 5. Kalo menurut saya <i>dakwahtainment</i> yaitu suatu program acara yang di

		<p>dalamnya mengandung unsur dakwah dan <i>entertainment</i> mba.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. <i>Dakwatainment</i> adalah rangkaian acara atau program di media massa yang terdapat segmen dakwah dan hiburan, menurut saya begitu mba. 7. Singkatnya yaitu program yang mengandung unsur dakwah/ceramah dipadu dengan hiburan. 8. <i>Dakwatainment</i> kan berasal dari kata dakwah dan <i>entertainment</i>, nah konsep itu dalam satu program acara. 9. Suatu program acara yang terdapat unsur dakwah dan <i>entertainment</i>. 10. Dakwah dipadu dengan <i>entertainment</i>, dua unsur tersebut dalam satu program acara. 11. Menurut saya, suatu tayangan oleh media massa yang didalamnya memiliki konsep dakwah dan <i>entertainment</i>. 12. Suatu kegiatan melalui berbagai media yang didalamnya terdapat unsur ajakan kepada kebaikan atau yang disebut dengan dakwah dan dikorelasikan dengan hiburan/<i>entertainment</i>. 13. <i>Dakwahatainment</i> merupakan gabungan kata dakwah dan <i>entertainment</i>, yaitu berisi ceramah tetapi ada selingan hiburannya. 14. Menurut saya yaitu, rangakain acara atau program di media massa yang terdapat segmen dakwah dan hiburan.
--	--	--

		<p>15. <i>Dakwahtainment</i> yaitu, suatu konsep program acara yang memadukan penyebaran Islam dan diselipi dengan hiburan. Program acara ini biasanya lebih cenderung ditampilkan di televisi.</p> <p>16. Menurut saya, sebuah konsep program di media massa yang di dalamnya itu segmen dakwah dan hiburan. Program ini biasanya sering muncul pada bulan Ramadan.</p> <p>17. Suatu ajakan kepada kebaikan dan ada konsep hiburannya didalamnya yang diproduksi oleh media massa.</p> <p>18. Suatu hasil produksi dari media massa yang menggunakan konsep ceramah dan dipadu dengan hiburan. Biasanya bertujuan untuk mencari <i>rating</i> lebih tinggi.</p> <p>19. <i>Dakwahtainment</i> yaitu suatu tayangan dari media massa yang didalamnya memiliki konsep dakwah dan <i>entertainment</i>.</p> <p>20. Menurut saya cukup singkat, yaitu program acara yang terdapat unsur dakwah dan <i>entertainment</i>.</p> <p>21. Sebuah rangkain acara atau program di media massa yang terdapat segmen ceramah dan hiburan, tapi program ini biasanya cenderung ke hiburannya mba.</p> <p>22. <i>Dakwahtainment</i> adalah konsep program yang diproduksi oleh media massa yang di dalamnya terdiri dari konsep dakwah dan hiburan.</p> <p>23. Perpaduan dakwah dan hiburan yang</p>
--	--	--

		<p>biasanya ditayangkan di televisi tetapi kebanyakan lebih mengutamakan hiburannya.</p> <p>24. Program dakwah yang dikemas dengan hiburan dan program tersebut diproduksi oleh media massa.</p> <p>25. Suatu ajakan atau dakwah kepada pendengarnya dan terdapat konsep hiburannya didalamnya .</p> <p>26. Hasil produksi dari media massa dengan menggunakan konsep ceramah dan hiburan. <i>Dakwahtainment</i> lebih sering ditayangkan pada bulan Ramadan</p>
3	Apakah Anda tahu dan menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iya tahu dan menonton tayangan itu. 2. Iya, saya juga menonton. 3. Tahu, kalau menonton lumayan sering soalnya selain ada dakwahnya juga ada hiburannya. 4. Iya saya tahu dan menontonnya apabila tidak acara yang saya sukai. 5. Tahu mba, saya juga menonton Mari Kita Sahur. 6. Iya saya tahu, acara tersebut cukup populer di bulan Ramadan. Kalau menonton iya tapi jarang <i>full</i> mba. 7. Iya, menonton si soalnya acaranya menghibur. 8. Tahu, iya nonton mba. 9. Saya tahu mba, kalau menonton lumayan sering. 10. Iya saya tahu program Komedi Sahur dan saya nonton karena biar sahurnya semangat. 11. Iya tahu dan saya juga nonton.

		<ol style="list-style-type: none"> 12. Iya tahu mba tapi nontonya tidak semua segmen. 13. Tahu si, acaranya juga menghibur jadi saya nonton. 14. Iya tahu, nonton mba biar ngga ngantuk soalnya lucu acaranya. 15. Iya mba saya nonton program itu. 16. Tahu mba, iya saya menonton. 17. Iya mba dan saya menonton Komedi Sahur. 18. Tahu, iya nonton mba. 19. Tahu mba, kerena acaranya cukup menghibur jadi saya nonton. 20. Iya saya tahu program tersebut dan menontonnya pas segmen yang saya sukai. 21. Tahu, iya menonton. 22. Iya, acara Komedi Sahur banyak dikenal orang sejak tahun sebelumnya yang berjudul YKS. Saya nonton tapi tidak setiap hari. 23. Tahu si, saya nonton soalnya acaranya juga menghibur dan ada dakwahnya. 24. Iya nonton selain ada hiburannya acara tersebut juga ada ceramahnya mba. 25. Iya tahu dan menonton karena ada idola saya. 26. Iya mba dan saya menonton disaat saya sahur.
4	Menurut Anda, apakah tayangan Mari Kita Sahur Trans TV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iya tayangan tersebut tergolong <i>dakwahtainment</i>. 2. Iya karena ada unsur dakwah dan hiburannya.

	<p>tergolong program <i>dakwahtainment</i>?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Iya tergolong mba. 4. Pasti, soalnya terdapat dakwah dan komedinya. 5. Iya selain ada konten dakwahnya, disitu juga ada hiburan. 6. Iya mba. 7. Tergolong karena program Komedi Sahur paduan antara ceramah dan hiburan-hiburan. 8. Iya, selain acara tersebut ada dakwahnya juga ada komedinya. 9. Tergolong, soalnya acara tersebut dikemas dari dakwah dan ada unsur <i>entertainment</i>. 10. Iya, karena acara tersebut cukup menghibur dan ada segemen dakwahnya. 11. Iya mba soalnya selain terdapat konsep hiburan juga ada siramah rohaninya. 12. Termasuk, karena mengandung unsur ceramah/dakwah dan hiburan. 13. Iya, program Komedi Sahur mengajak kebaikan seperti di segmen dakwah dan ada hiburannya biar tidak bosan menontonnya. 14. Termasuk mba. 15. Soalnya terdapat dakwah dan komedinya. 16. Iya tergolong, karena konsep acaranya ada segmen dakwah dan <i>entertainmentnya</i>. 17. Iya termasuk mba. 18. Tergolong. 19. Sudah pasti, karena sudah terlihat jelas ada dakwah dan komedinya.
--	---	---

		<p>20. Iya acara tersebut termasuk <i>dakwahtainment</i>.</p> <p>21. Iya termasuk mba.</p> <p>22. Tergolong karena jelas terlihat dari konsep acaranya.</p> <p>23. Iya, karena acara tersebut cukup menghibur dan ada unsur dakwahnya.</p> <p>24. Iya soalnya program Komedi Sahur adalah paduan antara ceramah dan hiburan-hiburan.</p> <p>25. Iya tayangan tersebut termasuk <i>dakwahtainment</i>.</p> <p>26. Iya tergolong, karena program Komedi Sahur itu menghibur dan ada ceramahnya.</p>
5	Apakah Anda mengamati program acara Komedi Sahur Trans TV?	<p>1. Cukup mengamati, soalnya sebagai mahasiswa KPI kita harus bisa mengkritisi sebuah program.</p> <p>2. Iya, mengamati.</p> <p>3. Kadang-kadang mba, soalnya saya masih tergolong penikmat tayangan-tayangan televisi.</p> <p>4. Sebagai mahasiswa KPI pasti kita perlu mengamati dan mengkritisi suatu acara, program dan yang berkaitan dengan media massa.</p> <p>5. Tidak sepenuhnya mengamati mba, karena tujuan utama menonton untuk hiburan saya.</p> <p>6. Saya mengamati, secara sepintas ada gambaran dari tayangan tersebut.</p> <p>7. Iya saya cukup mengamati mba.</p> <p>8. Mengamati hanya disegmen-segmen tertentu mba.</p>

	<ol style="list-style-type: none">9. Kalo soal mengamati ya mungkin Cuma 50% saja.10. Iya kalo menonton acara tersebut mba.11. Tidak terlalu mengamati mba.12. Kadang-kadang cuma sedikit mengamati.13. Termasuknya saya mengamati dan saya juga membandingkan dengan teori yang pernah saya dapat di bangku kuliah.14. Iya, tapi lebih mengamati format acaranya saja.15. Iya lumayan mengamati mba, soalnya itu perlu dan apalagi buat saya mahasiswa KPI.16. Mengamati tapi tidak pada semua segmennya mba.17. Iya kadang-kadang si mba.18. Saya mengamatinya hanya sekedar saja mba, soalnya untuk kebutuhan hiburan diwaktu sahur saja.19. Iya mba, soalnya program Komedi Sahur kalo dari beritanya itu sering mendapatkan terduran dari KPI, jadi saya penasaran dimana kesalahannya.20. Tidak terlalu mengamati mba.21. Iya saya cukup mengamati mba, soalnya dalam acara tersebut pas disegmen dakwahnya itu perlu untuk kita, tapi perlu disaring dulu juga dari referensi-referensinya.22. Saya menonton TV sekedar menghibur diri mba, jadi saya tidak mengamati program tersebut.
--	---

		<p>23. Tidak mba, soalnya program itu kan tayang waktu sahur, kalo untuk mengamati saya tidak bisa karena masih terbawa rasa ngantuk.</p> <p>24. Saya kan anak KPI jadi soal mengamati suatu program itu perlu buat saya.</p> <p>25. Karena tayangnya program Komedi Sahur diwaktu sahur saya tidak terlalu mengamati mba.</p> <p>26. Secara sepintas saja mba, soalnya saya nontonnya juga tidak <i>full</i> dari program tersebut.</p>
6	Apakah Anda mendapatkan informasi atau pengetahuan dari program Mari Kita Sahur Trans TV?	<p>1. Mendapatkan dibagian segmen dakwahnya mba.</p> <p>2. Mendapatkan tapi hanya sedikit, karena di acara tersebut lebih banyak konten hiburannya dibanding muatan dakwahnya, dan sangat disayangkan ketika ada <i>scene</i> dakwah tapi setelah itu ada guyonan lagi yang bisa menghilangkan rasa tausiyah tadi, yang seakan-akan masuk ke telinga kanan dan keluar dari telinga kiri.</p> <p>3. Mendapatkan karena disitu ada nilai dakwahnya.</p> <p>4. Iya pasti, karena ada ustadz Maulana yang mensyiarkan tentang isi pesan dakwah yang akan di ceramahkan.</p> <p>5. Iya mendapatkan terutama di sesi atau segmen dakwahnya ustad Maulana dan ustadzanh Oki.</p> <p>6. Karena bahasanya yang enak didengar dan mudah dipahami</p>

		<p>seperti ustadz Maulana, bahasa yang digunakan lebih ringan jadi saya bisa mencerna yang didakwahkan</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Karena acara itu ada dakwahnya juga ada hiburannya, dengan tayangan dakwah kita bisa menambah pengetahuan. 8. Tergantung segmen yang saya tonton mba, soalnya kalo pas nonton segmen komedi kan untuk hiburan dan kalau saya pas nonton segmen dakwah iya mendapatkan pengetahuan dari ceramahnya itu. 9. Mendapatkan mba di segmen dakwahnya, soalnya kan momennya pas juga, di bulan ramadah kita lebih membutuhkan banyak siraman rohani. 10. Tidak mba, soalnya dalam acara tersebut banyak guyonan-guyonan atau komedi, jadi lebih mengena ke unsur hiburannya. 11. Mendapatkan karena dalam program tersebut juga ada dakwahnya, dan soal informasi juga mendapatkan kan yang hadir banyak artis, tapi informasi yang saya dapat lebih tentang <i>infotainment</i>. 12. Ada, kan disitu ada dakwahnya ustad maulana. 13. Iya sedikit mendapatkan mba. 14. Mendapatkan tapi tidak terlalu banyak, soalnya saya jarang nonton saat tayangan dakwahnya. 15. Tidak, karena program Komedi Sahur lebih cenderung ke
--	--	--

		<p>hiburannya dan dakwahnya hanya satu segmen saja.</p> <ol style="list-style-type: none">16. Tidak mba, soalnya saya lebih sering nonton di segmen dakwahnya.17. Mendapatkan dari sesi-sesi dakwahnya ustadz Maulana dan Oki S. D.18. Ditayangkan Mari Kita Sahur kan ada segmen dakwahnya, nah saya mendapatkan pengetahuan tapi hanya sekedarnya mba.19. Tidak, soalnya saya menonton lebih banyak di komedinya.20. Tidak mendapatkan, kebanyakan malah guyonan-guyonannya.21. Iya mendapatkan, karena saya sering nonton pada segmen dakwahnya dan itu sangat dibutuhkan apalagi disaat bulan Ramadan.22. Mendapatkan, tapi tidak banyak si.23. Iya mba, mendapatkan.24. Tidak mba, yang saya tahu malah unsur humornya, kalo pengetahuan tidak mendapatkan.25. Tidak, acara ini menurut saya seperti acara komedi-komedi saja dan saya jarang sekali menonton saat segmen dakwahnya, kan itu disesi-sesi terakhir.26. Iya mendapatkan dan dakwah yang ditayangkan itu temanya sesuai kehidupan sehari-hari.
--	--	--

7	Apakah Anda pro atau kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV? Mengapa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontra, karena dawahnya sedikit dan komedinya, menurut saya tidak seperti acara <i>dakwahtainment</i>, karena bisa dilihat dari <i>hostnya</i> pakaiannya pendek-pendek dan tidak berhijab. 2. Kontra, karena memang selain kita ingin mendapatkan hiburan tapi disisi lain kan kita juga ingin mendapat ilmu baru berupa tentang materi agama itu, namun disayangkan <i>dakwahtainment</i> saat ini lebih mementingkan hiburannya nah seakan-akan dakwahnya itu hanya untuk cadangan atau sentilan saja, karena momennya ada di waktu Ramadan. 3. Kontra, karena di acara tersebut lebih banyak komedinya dibanding dakwahnya dan pakaian yang dikenakan kadang kurang sopan kan juga tidak baik apabila ditonton apalagi untuk anak-anak. 4. Pro, karena penyajian dakwah yang seperti ini yang mudah dicerna oleh masyarakat, selain ada dakwahnya juga ada komedinya. 5. Kontra, kerana lebih banyak hiburannya dibanding sentuhan rohaninya. 6. Pro, karena gini orang berdakwah kalo banyak ceramahnya tanpa hiburan maka orang yang mendengar akan jenuh, mungkin dengan acara yang seperti ini yang lebih banyak hiburannya orang akan
---	--	--

		<p>tertarik untuk menonton sehingga tidak jenuh.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Kontra, karena dalam acara tersebut lebih banyak hiburannya dibandingkan dakwah dan edukatifnya. 8. Pro, Karena itu salah satu cara industri media menarik pemirsa. 9. Pro, karena menghibur dan rame. 10. Sedikit kontra, seharusnya tayangan tersebut kalo berisi tentang cerama komedinya tidak berlebih nanti malah pengetahuan dari dakwahnya hilang karena komedinya. 11. Kontra, karena di tayangan tersebut antara dakwah dan hiburannya tidak seimbang. 12. Sebenarnya ide acara tersebut bagus, tapi karna berat sebelah antara dakwah dan konmedinya jadi saya kontra. 13. Kontra, karena tayangan MKS sering mendapatkan teguran dari KPI itu berarti tayangan tersebut tidak memenuhi etika jurnalistik televisi. 14. Kontra, begini ya yang namanya <i>dakwahtainment</i> berarti tayangan ini konsepnya dakwah dan <i>entertainment</i> dalam arti harus <i>balance</i> tapi disini tidak. 15. Saya kontra mba, soalnya tayangan ini kurang mendidik dan guyonan-guyonannya juga tidak bermutu. 16. Lebih ditengah-tengahnya aja si mba, soalnya dalam tayangan ini
--	--	---

		<p>selain ada dakwahnya juga ada komedinya, dan yang disayangkan itu komedinya terlalu banyak.</p> <p>17. Pro saja, karena acara ini menghibur di waktu sahur.</p> <p>18. Kontra, acara ini kan hadir setiap Ramadan, seharusnya memberikan tayangan yang mendidik. Tapi dalam acara ini banyak penayangan perilaku yang kurang baik sehingga mendapatkan teguran dari KPI.</p> <p>19. Saya menengahi antara pro dan kontra saja, soalnya acara ini menghibur dan memiliki <i>rating</i> yang tinggi.</p> <p>20. Kontra, soalnya saya kadang tidak suka dengan humor-humor konyolnya yang tidak penting.</p> <p>21. Kontra, tapi kontra saya disini terhadap segmen komedinya. Selain terlalu banyak durasinya juga tidak mendidik dan kurang baik untuk dipertontonkan.</p> <p>22. Pro, karena acara MKS menghibur waktu sahur jadi bikin tidak mengantuk.</p> <p>23. Kontra, alasannya dalam tayangan ini banyak SPG dari produk iklan yang mengikuti berpakaian ketat dan seksi terus juga sering sekali komedinya tidak nyambung dan konyol.</p> <p>24. Kalo saya lebih banyak ke kontranya, soalnya tayangan tersebut menurut saya sangat menonjol tujuan utamanya untuk meraup</p>
--	--	--

		<p>profit. Dilihat dari konsep acaranya dan artis-artis yang didatangkan.</p> <p>25. Kontra, karena menurut saya terlalu banyak guyonannya dan ada beberapa etika jurnalistik televisi juga yang dilanggar sehingga mendapatkan surat teguran dari KPI.</p> <p>26. Kontra, selain tidak imbang antara dakwah dan humornya, tayangan ini juga selalu menampilkan iklan yang dijaga oleh SPG yang berpakaian seksi.</p>
8	<p>Menurut Anda bagaimana tayangan <i>dakwahtainment</i> yang layak dan sesuai untuk ditayangkan di televisi?</p>	<p>1. Tayangan <i>dakwahtainment</i> yang layak segmen dakwahnya lebih banyak walaupun <i>da'inya</i> memberikan hiburan-hiburan.</p> <p>2. Layak tidaknya menurut saya muatan dakwahnya diseimbangkan dari pada timpang tindih, biasanya saat ini yang diutamakan hiburannya. Nah masalahnya saat ini kan diytayangkan di bulan Ramadan lebih baiknya <i>scene</i> dakwahnya lebih diperbanyak.</p> <p>3. Lebih baiknya dikemas dakwah dengan baik dan apabila ada komedinya ya buat selipan sedikit saja</p> <p>4. Menurut saya harus seimbang antara sisi dakwah dan sisi komedinya, jadi tidak berat sebelah.</p> <p>5. Harus seimbang antara dakwah dan hiburannya, dengan itu kita mendapat ilmu juga hiburan di waktu sahur.</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Menurut saya apapun itu yang penting jangan sampai dakwah melalui televisi isi yang disampaikan bertentangan dengan syariat agama dan tidak terlalu banyak guyonannya. 7. Menurut saya ini sudah baik, tapi perlu ditambahi segmen dakwahnya yang bisa diselipkan di depan, tengah atau belakang, sehingga tidak guyonan melulu. 8. Tayangan Mari Kita Sahur pengemasan progamnya sudah baik tapi yang disayangkan lebih banyak segmen komedi atau guyonannya. 9. Menurut saya yang baik itu asal mudah diterima dakwahnya, menyampaikan materi yang ringan dan tidak multi tafsir. 10. Pastinya tayangan <i>dakwahtainment</i> yangimbang antara dakwah dan komedinya. 11. Tayangan MKS kan sudah beberapa kali mendapatkan teguran dari KPI, nah yang dipermasalahan itu diperbaiki menurut saya itu sudah menjadi tayangan yang baik. 12. Langsung saya beri contoh saja ya taynagan yang menurut saya baik itu cotohnya tayangan yang Mamah Dedeh dan Quraish Shihab Mutiara Hati. 13. Menurut saya tayangan ini konsepnya sudah baik, tapi perlu perbaiki yaitu mengurangi guyonannya, <i>membully</i>, dan juga
--	--	---

		<p>segmen durasi dakwahnya ditambah.</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Menurut saya yang <i>balance</i> antara dakwah dan hiburannya juga memenuhi etika jurnalistik televisi. 15. Untuk mendapatkan nilai baik menurut saya program ini hanya perlu mengurangi guyonnya dan menambahkan segi agamannya. 16. Contohnya seperti Islam Itu Indah disitu tidak terlalu banyak lawakan. 17. Menurut saya tayangan <i>dakwahtainment</i> yang baik yaitu memenuhi etika jurnalistis televisi. 18. Tayangan MKS konsepnya sudah baik, hanya saja porsi durasi <i>entertainment</i>nya saja yang berlebihan dan perlu dikurangi. 19. Yang mentaati aturan jurnalis pastinya, dan contohnya seperti program Islam Itu Indah. 20. Program <i>dakwahtainment</i> yang dakwah dan hiburannya seimbang. 21. Menurut saya yang baik dan layak itu tayangan <i>dakwahtainment</i> yang memberikan hiburan yang sewajarnya, edukatif, dan bermanfaat bagi penontonnya. 22. Tayangan yang imbang antara dakwah dan <i>entertainment</i>. 23. Program yang segmen dakwah dan komedinya seimbang dan juga memenuhi etika media massa. 24. Yang layak dan baik menurut saya seperti program Islam Itu Indah dan Berita Islami Masa Kini. 25. Ini sudah layak dan baik, hanya saja
--	--	---

		<p>durasi dakwahnya perlu ditambah.</p> <p>26. Yang dakwahnya imbang dengan hiburannya, terus komedinya itu tidak terlalu lama dan berlebihan.</p>
9	<p>Apakah sudah seimbang antara materi dakwah dengan humor atau hiburan yang ditayangkan dalam program <i>dakwahtainment</i> Mari Kita Sahur Trans TV?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum, masih berat sebelah yaitu humornya. 2. Belum seimbang mba. 3. Iya sudah terlihat sekali belum. 4. Menurut saya si belum, karena lebih banyak hiburannya. 5. Tentu saja belum 6. Belum mba. 7. Iya tentu belum karena dakwahnya hanya seperempat dari acara tersebut. 8. Kurang seimbang. 9. Belum. 10. Tidak seimbang. 11. Menurut saya itu belum seimbang. 12. Terlalu banyak di hiburannya jadi belum. 13. Belum seimbang menurut saya. 14. Belum sih. 15. Kalau dilihat dari segi durasinya tentu belum seimbang. 16. Dakwahnya masih kurang, jadi belum seimbang. 17. Jelas belum seimbang. 18. Tentu tidak seimbang antara dakwah dan hiburannya. 19. Belum. 20. Belum seimbang, karena dakwahnya hanya seperempat dari durasi dan lainnya lelucon atau komedi. 21. Dilihat dari durasinya ya belum.

		<p>22. Pastinya belum seimbang antara keduanya.</p> <p>23. Belum, masih banyak komedinya.</p> <p>24. Belum seimbang.</p> <p>25. Kalau untuk persentasinya tidak seimbang</p> <p>26. Belum.</p>
10	<p>Segmen apa yang Anda disukai (hiburan/<i>entertainment</i> atau ceramah/dakwah) dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?</p>	<p>1. Segmen dakwah, karena tayang di bulan Ramadan.</p> <p>2. Yang pertama komedinya tapi apabila komedinya berlebihan saya kurang suka, trus pastinya saya kan juga mencari materi dakwahnya.</p> <p>3. Dakwah dan ada selingan komedinya sedikit.</p> <p>4. Segmen kuis, karena penonton bisa mendapatkan hadiah yang ditawarkan.</p> <p>5. Saya lebih suka musiknya dan ada lagu religinya juga.</p> <p>6. Biasa semua.</p> <p>7. Dakwah dan komedinya.</p> <p>8. Keduanya senang ada dakwah dan komedinya tapi yang tidak terlalu berlebihan.</p> <p>9. Saya suka pas <i>game</i> nya.</p> <p>10. Dakwah untuk menambah pengetahuan.</p> <p>11. Komedi.</p> <p>12. Yang saya sukai segmen dakwahnya walaupun durasinya sedikit, tapi yang disampaikan itu ringan dan mudah dimengerti.</p> <p>13. Sebenarnya dakwah dan komedinya saya suka tapi kalo komedinya</p>

		<p>berlebihan kadang membuat komedi tersebut tidak bermutu.</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Saya suka segmen dakwahnya, karena disitu bisa menambah pengetahuan apabila disaat yang dibutuhkan pada bulan Ramadan perlu banya menambah ibadah. 15. Saya suka dakwah dan komedinya, karena dakwahnya yang menyampaikan ustadz Maulana yang bahasanya ringan dan komedinya menghibur diwaktu sahur. 16. Komedinya, soalnya saya lebih sering nonton komedinya dibanding segmen lain, kalo pas <i>game</i> atau kuisnya langsung saya ganti <i>channel</i>. 17. Kuisnya mba, soalnya itu yang membuat penonton ingin mencoba dan teriming-imingi oleh hadianya. 18. Suka musiknya, karena kadang acara tersebut mengundang band-band yang lagi <i>ngehits</i>. 19. Saya lebih suka dakwahnya karena ada ustad Maulana dan Oki Stiana Dewi yang dakwahnya lemah lembut. 20. Lebih ke komedinya, karena cukup menghibur dan menemani sahur. 21. Saya suka di segmen dakwahnya, karena bisa menambah pengetahuan dan menambah referensi. 22. Yang saya sukai dua segmen yaitu segmen komedi dan hiburan. Yang lainnya saya tidak suka.
--	--	--

		<ol style="list-style-type: none"> 23. Saya suka dakwahnya oleh ustadzah Oki, soalnya lemah lembut, menyentuh, dan enak didengar. 24. Dakwah dan musiknya, karena kan saya mahasiswa dakwah dan dengan menonton acara-acara dakwah setidaknya saya bisa belajar dan mengamatinya. 25. Menurut saya semuanya sama, tidak ada segmen yang terlalu saya sukai dan tidak saya sukai. 26. Segmen dakwah mba, karena bisa untuk belajar seperti metodenya, intonasi, materi, dan lain sebagainya.
11	Bagaimana pendapat Anda setelah menonton tayangan Komedi Sahur Trans TV?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hiburannya harus dikurangi, apabila memang program tersebut acara dakwah maka <i>hostnya</i> memakai pakaian yang sopan. 2. Dalam program ini guyonannya perlu dikurangi, lalu setidaknya yang tampil menggunakan pakaian yang sopan. 3. Seharusnya untuk Ramadan tahun bagi media khususnya Trans TV atau program Mari Kita Sahur lebih banyak segmen dakwahnya dan isinya lebih berkualitas. 4. Menurut saya harus seimbang antara sisi dakwah dan sisi komedinya, jadi tidak berat sebelah. 5. Terlalu banyak guyonannya kemudian muatan dakwahnya juga sedikit. 6. Lebih baiknya dikemas dakwah

		<p>dengan baik dan apabila ada komedinya ya buat selipan sedikit saja.</p> <ol style="list-style-type: none">7. Menurut saya kurang baik karena banyak segmen guyonan-guyonannya, komedinya dan acara tersebut juga sering mendapatkan terpuran dari KPI.8. Perlu diseimbangkan dakwahnya dan humornya, trus terkadang guyonan dalam tayangan tersebut <i>membully</i> orang lain atau golongan lain.9. Harus seimbang antara dakwah dan hiburannya, dengan itu kita mendapat ilmu juga hiburan di waktu sahur.10. Momennya pas ditayangkan di waktu sahur, nah saat itu kita sambil nonton acara tersebut yang ada segmen dakwahnya.11. Tayangannya banyak <i>bully-bullyan</i> yang tidak pantas ditiru.12. Tayangan tersebut menurut saya kurang baik, karena lebih banyak guyonannya dibanding nilai edukasinya.13. Sudah baik, tapi perlu ditambahi segmen dakwahnya yang bisa diselipkan di depan, tengah atau belakang, sehingga tidak guyonan melulu.14. Cukup untuk menemani orang-orangnya yang sahur dirumah, dengan menonton acara tersebut ada hiburannya dan mendapatkan sentuhan rohani juga.
--	--	---

		<ol style="list-style-type: none"> 15. Acara tersebut lebih banyak hiburannya dari pada dakwah dan edukatifnya sehingga tidakimbang atau berat sebelah. 16. Pengemasan progamnya sudah baik tapi yang disayangkan lebih banyak segmen komedi atau guyonannya. 17. Bagus, meskipun dakwahnya hanya seperempat saja tapi ada niatan menyampaikan dakwah dalam acara tersebut. 18. Segmen-segmen yang terlalu lebay dihilangkan saja. 19. Menghibur dan ada nilai dakwahnya. 20. Dakwahnya durasinya ditambah, dan komedinya dikurangi. 21. Segmen dakwahnya ditambah, trus kalo bisa ustadznya ditambah. 22. Sebenarnya pengemasan progamnya sudah baik tapi yang disayangkan lebih banyak segmen komedi atau guyonannya. 23. Di acara ini banyak lawakan yang <i>bully</i> orang lain dan kata-kata yang tidak pantas kadang juga menyingung RAS. 24. Tayangan MKS ada baiknya karena diwaktu Ramadan menayangkan program dakwah dan hiburan untuk menemani sahur, tetapi salahnya disini menurut saya durasi diluar dakwah terlalu lama. 25. Sudah bagus si menurut saya, tapi acara ini kalo saya nonton di program-program <i>infotainment</i> sering mendapatkan teguran dari
--	--	---

		<p>KPI.</p> <p>26. Menurut saya ya jelas durasi dakwahnya kurang, trus kuis-kuisnya kurang masuk akal.</p>
12	<p>Bagaimana pendapat Anda tentang materi dalam ceramah yang diberikan kepada <i>mad'u</i>?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya sudah baik, karena materi yang diberikan bahasanya ringan dan mudah diterima. 2. Materi yang diberikan cukup baik dan dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari. 3. Sebenarnya saya kan jarang nonton yang dibagikan dakwahnya, tapi kalau saya pas nonton menurut saya meterinya baik. 4. Iya saya suka dengan tema-tema setiap materi yang diambil soalnya menyangkut kehidupan sehari-hari dan perlu diterapkan hal positifnya. 5. Materi dalam ceramahnya lumayan menyentuh menurut saya, soalnya diiringi dengan musik juga. 6. Kalau materinya sudah baik, tapi bawaannya terlalu <i>mellow</i>. 7. Materinya mudah dimengerti dan baik. 8. Kalau saya menilai baik tidaknya itu tergantung <i>da'inya</i> dan saya menurut saya materi yang mengena itu dari ceramahnya ustadzah Oki. 9. Materinya baik dan tidak menjenuhkan. 10. Menurut saya materinya mudah dimengerti, tapi kalau musiknya monoton <i>mellow</i>. 11. Iya materinya sesuai dengan yang

		<p>terjadi sehari-hari pada masyarakat, jadi bagus.</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Materinya cukup baik, karena dalam menyampaikan dakwah juga menggunakan referensi seperti Al-Qur'an dan hadist, jadi kalau ada sumbernya lebih meyakinkan. 13. Bagus karena saat menyampaikan materi juga diiringi <i>backsong</i> mungkin tujuannya agar lebih mengena. 14. Iya sudah bagus menurut saya, dan penyampainya juga ada sumber dalil dan hadist tapi perlu juga dikritisi keshohihnya. 15. Dalam program MKS kan <i>da'i</i> nya tiga, jadi varian pilihan materi dan metodenya berbeda-beda, itu yang membuat tidak bosan. 16. Materi yang disampaikan cukup baik tapi perlu penambahan durasi juga agar tidak terlalu monoton komedinya. 17. Saya suka dengan materi yang disampaikan dalam acara ini, tapi menurut saya durasinya perlu ditambah. 18. Menurut saya materinya baik. 19. Sudah baik, karena materi yang diberikan bahasanya ringan dan mudah diterima. 20. Saya jarang nonton segmen dakwahnya, jadi belum bisa menilai bagus atau tidaknya. 21. Tidak membosankan, karena <i>da'i</i> nya juga gonta-ganti.
--	--	---

		<p>22. Saya suka, karena materinya kadang kadang membawa kisah-kisah Nabi dan Rasul, jadi menceritakan sejarah yang perlu diketahui dan bisa diambil hikmahnya.</p> <p>23. Sudah bagus menurut saya.</p> <p>24. Bagus, karena dalam materinya juga mencontohkan suatu peristiwa yang relevan dengan dasar dan temanya.</p> <p>25. Saya belum bisa menilai materinya, soalnya jarang nonton bagian dakwahnya, dan walaupun nonton itu tidak terlalu merhatikan.</p> <p>26. Materinya menurut saya sudah memenuhi sebuah penyampaian dakwah yang seharusnya ada, seperti sumber, teori, contoh, dan lain sebagainya.</p>
13	Apakah menurut Anda materi dari ceramah yang disampaikan dalam program Komedi Sahur sudah jelas sumbernya?	<p>1. Sudah jelas.</p> <p>2. Iya jelas karena sumbernya dibacakan dalam memberi ceramah.</p> <p>3. Iya sudah.</p> <p>4. Sudah jelas soalnya sumber dalil dan hadistnya diucapkan dalam berdakwah.</p> <p>5. Dari saya menonton dakwahnya sudah jelas.</p> <p>6. Iya sudah jelas sumbernya, karena berdakwah kan memang harus ada sumbernya.</p> <p>7. Sudah jelas menurut saya.</p> <p>8. Iya karena setiap ada dalil dan hadistnya selalu diucapkan beserta artinya.</p> <p>9. Menurut saya sudah jelas</p>

		<p>sumbernya.</p> <ol style="list-style-type: none">10. Sudah, karena setiap ceramah dalam program tersebut pasti ada dalil atau hadistnya.11. Sudah jelas mba.12. Jelas dan sesuai temanya, ya mungkin ini pasti sudah dipersiapkan sebelum berceramah.13. Sudah jelas dan pembacaan dalil atau hadistnya lancar.14. Menurut saya sudah jelas, karena memang diucapkan pada waktu ceramah.15. Iya mba, sudah jelas sumbernya.16. Sumbernya sudah jelas, tetapi sebagai mahasiswa kita juga perlu mengkritisi.17. Sudah mba.18. Sudah jelas karena setiap tema yang diangkat pasti ada dalil atau hadistnya yang sesuai.19. Menurut saya selama saya nonton sumbernya sudah jelas.20. Iya sudah jelas.21. Sudah jelas tapi perlu juga kita untuk mencari sumber lain untuk menguatkan.22. Saya jarang nonton dibagian ceramahnya, tapi pas saya nonton ada dan itu menurut saya sudah jelas23. Dalam program ini setiap permasalahan ada dalilnya dan itu menurut saya sudah dipersiapkan.24. Iya sudah jelas sumbernya, seperti dalil dan hadist.25. Sumbernya si sudah jelas, tapi tidak
--	--	---

		<p>ada salah jika kita menambah pengetahuan dengan mencari sumber lain dengan permasalahan yang sama.</p> <p>26. Sudah karena disaat ustadz atau ustadzah ceramah pasti ada dalil atau hadistnya.</p>
14	<p>Bagaimana pendapat Anda tentang pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Komedi Sahur Trans TV?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya tayangan Mari Kita Sahur lebih berat ke pengaruh negatifnya seperti <i>bully-bullyan</i>, kata-kata yang tidak pantas, adegan yang konyol dan lain sebagainya. Pengaruh positifnya yaitu terletak ditauiyah atau dakwahnya yang mengajak kepada kebaikan. 2. Semua tergantung yang menonton apakah terpengaruh atau tidak, tapi menurut saya ditayangan ini banyak pengaruh negatifnya. 3. Dalam tayangan ini sering mendapatkan teguran dari KPI berarti banyak pelanggaran yang dilakukan, jadi kemungkinan besar pengaruh negatifnya dibanding positifnya. 4. Dari segi positifnya program Mari Kita Sahur menghibur, terus ada nilai-nilai dakwahnya. Segi negatifnya program ini guyonannya berlebihan dan durasi dakwahnya kurang. 5. Pengaruh positif lebih pada nilai dakwahnya, tetapi sangat disayangkan juga karena lebih banyak hiburannya dan guyonan-

		<p>guyonan yang kurang bermutu.</p> <ol style="list-style-type: none">6. Yang saya tangkap segi positifnya dari dakwah-dakwah yang disiarkan dan momennya pas di waktu Ramadan. Segi negatifnya tayangkan ini dalam adegannya sering <i>bully</i> satu sama lain yang tidak pantas untuk dipertontonkan karena biasa saja apabila anak kecil nonton malah menirukan.7. Menurut saya acara ini lebih monoton ke pengaruh negatifnya karena dalam tayangan ini banyak guyonan konyol dan tidak berkualitas, adegan guling-guling dilantai yang tidak jelas dan lain-lain.8. Tayangan ini menurut saya pengaruh positifnya dalam program ini ada unsur dakwahnya, menghibur pemirsa waktu sahur jadi tidak mengantuk. Pengaruh negatifnya yang pertama yang dikhawatirkan yaitu dampaknya pada anak-anak yang cenderung meniru, kan dalam komedinya biasanya pada <i>membully</i>, marah-marah tidak jelas, joget-joget dan lain-lain.9. Program ini lebih banyak pengaruh negatifnya seperti joget-joget, berantem, cinta-cintaan, <i>membully</i> dan lain sebagainya yang dampaknya untuk penonton tidak baik terutama bagi anak-anak.10. Iya program ini menurut saya ada dampak negatif dan positifnya.
--	--	---

		<p>Dampak negatifnya bahaya buat anak-anak kalau menirukan hal-hal yang tidak pantas dalam tayangan ini dan dampak positifnya ada dakwahnya yang memberikan siraman rohani untuk pemirsa.</p> <ol style="list-style-type: none">11. Menurut saya dampak negatifnya terletak pada kata-kata kadang yang seharusnya tidak boleh dilontarkan, <i>bully</i> teman trus dalam pandangan pertama sudah jatuh cinta. Itu menurut saya bisa berdampak pada penonton.12. Dari program tersebut pengaruh negatifnya seperti joget-joget, memanggil orang dengan sebutan jelek, <i>membully</i> fisik yang tidak bisa dipungkiri penonton menirukannya dalam kehidupan sehari-hari terutama bagi anak-anak.13. Pengaruh negatif program MKS lelucon-leluconnya kadang berlebihan dan <i>membully</i> orang lain, hal tersebut mengakibatkan pengaruh penonton untuk meniru.14. Program ini menurut saya ada dampak positif dan negatifnya, segi positifnya karena ada ceramah yang mengajak kepada kebaikan dan segi negatifnya kan tidak jarang ada adegan-adegan yang kurang pantas untuk dipertontonkan.15. Dampak negatif pada program ini yaitu hal-hal yang tidak boleh atau dilarang dalam jurnalistik televisi, seperti kata-kata kotor dan adegan
--	--	---

		<p>yang tidak pantas yang akan berdampak negatif bagi penonton.</p> <ol style="list-style-type: none">16. Tergantung yang menonton ya, apakah terpengaruh atau tidak, dan menurut saya pada tayangan ini banyak pengaruh negatifnya.17. Dampak negatifnya dari kata-kata kotor yang kadang dilontarkan, guyonan yang berlebihan juga.18. Dampak positifnya berada pada selingan dakwahnya, dan berdampak negatif juga yaitu pada komedinya yang berlebihan.19. Menurut saya berdampak negatif juga karena dalam tayangan tersebut kan sering mendapatkan surat teguran dari KPI.20. Timbul dampak negatif dan positifnya menurut saya itu tergantung pada penonton, dan saya merasa tidak terpengaruh pada keduanya.21. Dampak negatifnya menurut saya terletak pada perkataan-perkataan yang seharusnya tidak boleh dan mudahnya lawan jenis saling jatuh cinta, hal tersebut bahaya bagi anak-anak.22. Menurut saya dampak negatifnya lumayan ya, dan disayangkan kalo hal tersebut malah ditiru penonton terutama pada anak-anak.23. Dari kata-kata kotor, guyonan yang berlebihan juga, itu menurut saya dampak negatifnya.24. Dari program Mari Kita Sahur
--	--	---

		<p>pengaruh negatifnya seperti joget, sering gulung-gulung di lantai, memanggil orang dengan sebutan jelek yang tidak bisa dipungkiri penonton menirukannya.</p> <p>25. Menurut saya acara ini lebih berat ke pengaruh negatifnya karena dalam tayangan ini banyak guyonan konyol dan tidak berkualitas.</p> <p>26. Pengaruh negatif program MKS yaitu leluconnya kadang berlebihan dan <i>membully</i> orang lain.</p>
15	Apakah Anda tetap melanjutkan menonton atau meninggalkan tayangan Komedi Sahur Trans TV?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tetap menonton apabila yang sedang ditayangkan segmen yang saya sukai. 2. Tidak, saya ketika menonton TV akan cari selain acara Mari Kita Sahur saya akan pindah <i>channel</i> pada acara yang lebih layak ditonton tanpa menghilangkan nilai dakwahnya. 3. Saya menontonnya karena saat itu acara yang lumayan saya sukai Mari Kita Sahur. 4. Selama guyonan atau komedinya tidak konyol dan berlebihan saya tetap menontonnya. 5. Melanjutkan menonton apabila tidak ada program lain yang saya sukai. 6. Saya tetap menonton karena untuk menemani sahur biar tidak sepi. 7. Saya tetap menonton tapi kadang ganti-ganti <i>channel</i> yang lain. 8. Kalau komedinya terlalu lama saya ganti dulu ke program yang lain, terus apabila segmennya saya suka, saya

		<p>tetap menontonnya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Sebenarnya dalam satu episode saya tidak monoton menonton program itu terus, kadang ganti-ganti <i>channel</i>. 10. Ganti program yang lain kalau kuis, soalnya bertele-tele dan tidak masuk edukatif. 11. Saya tetap menonton, tapi pas segmen saya ganti program lain karena tidak suka. 12. Apabila tidak bermutu saya akan mengganti <i>channel</i> ke acara yang lebih berkualitas. 13. Saya akan pindah <i>channel</i> lain apabila segmen yang sedang ditayangkan tidak saya sukai. 14. Saya tetap menonton apabila segmen atau tayangannya bagus, tapi kalau kuis pasti langsung saya pindah. 15. Saya akan menonton karena menghibur biar tidak sepi juga kalau sahur. 16. Dalam program ini kadang guyonannya konyol seperti gulung-gulung di lantai, nah saat itu saya pindah program lain. 17. Pindah program lain apabila program itu lebih baik menurut saya. 18. Saya nonton TV nya pindah-pindah <i>channel</i> yang saya sukai. 19. Disaat tidak bagus menurut saya, langsung saya ganti ke acara yang lain. 20. Saya nontonnya apabila yang sedang ditayangkan segmen yang saya
--	--	---

		<p>sukai, apabila tidak ganti program yang lain.</p> <ol style="list-style-type: none"> 21. Saya lebih suka didakwahnya, jadi kalau pas guyonan saya pindah ke program yang lain. 22. Pindah program lain apabila saya tidak suka. 23. Tetap nonton, karena lucu. 24. Saat guyonan porsinya terlalu berlebihan langsung ganti tayangan. 25. Saya banyak pindahnya ke program lain disbanding nonton tayangan ini. 26. Pindah program lain apabila program lainnya itu lebih baik dan bermanfaat menurut saya.
16	Apakah Anda penerapkan ilmu atau pengetahuan yang Anda dapat dari program Mari Kita Sahur Trans TV?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iya kadang-kadang. 2. Iya, tapi tidak semua mba. 3. Tidak kayaknya, karena yang saya dapatkan sedikit dan kadang lupa. 4. Iya, tapi yang sekedar yang saya dapatkan. 5. Iya, sedikit-sedikit mba. 6. Tidak terlalu saya terapkan. 7. Kadang-kadang saja. 8. Tidak mba. 9. Tidak, karena dalam acara tersebut kan dakwahnya sedikit jadi saya setelah menonton tidak ingat terus. 10. Tidak mba. 11. Mungkin iya, tapi kadang-kadang. 12. Kalau ingat ya saya terapkan. 13. Tidak terlalu mba, karena selesai nonton kadang lupa. 14. Sepertinya tidak. 15. Tidak, soalnya dakwahnya kurang

		<p>banyak jadi hanya nonton dan setelah itu lupa.</p> <ol style="list-style-type: none">16. Tidak mba.17. Hanya beberapa saja yang saya ingat.18. Iya, tapi kadang-kadang mba.19. Tidak, saya terapkan karena lupa.20. Tidak karena ilmu pengetahuan yang saya dapat dari acara ini hanya sedikit dan lupa.21. Hanya yang saya ingat saja yang saya terapkan.22. Sekedar yang masih saya ingat saja yang diterapkan.23. Kemungkinan tidak.24. Tidak mba.25. Tidak.26. Iya tapi yang masih melekat dipikiran saja.
--	--	---

BAB IV
ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN
DAKWAHTAINMENT MARI KITA SAHUR TRANS TV.

Sesuai dengan yang telah ditetapkan pada bab awal dalam menganalisis data penulis menggunakan teknik analisis Miles and Huberman. Teknik analisis Miles *and* Huberman yaitu analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar (Sugiyono, 2014: 337).

A. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang hal yang tidak perlu. Hasil data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam tahap reduksi data ini penulis menggunakan kode agar mudah dalam melakukan tahap analisis selanjutnya. Berikut hasil data yang telah direduksi oleh penulis:

1. Apakah Anda mengerti tentang *dakwahtainment*?

Pertanyaan pertama yaitu informan mengetahui atau tidak pengertian tentang *dakwahtainment*. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut ini jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Iya saya tahu", "Iya saya mengerti", dan "Mengerti". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan agar mudah dalam menganalisis, yaitu mengerti dan tidak mengerti.

2. Menurut Anda bagaimana pengertian *dakwahtainment*?

Pertanyaan kedua tentang pendapat informan terhadap pengertian *dakwahtainment*. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Program acara yang mengandung unsur dakwah dan *entertainment*", "Program di media massa yang di dalamnya terdapat segmen dakwah dan komedi, program ini biasanya sering muncul pada bulan Ramadan", dan "Suatu kegiatan atau acara yang memadukan penyebarluasan Islam dan diselipi dengan hiburan melalui berbagai media". Informan menyebutkan jawaban yang beragam, tetapi memiliki makna yang hampir sama,

sehingga penulis memberikan kode *dakwahtainment* adalah program yang memiliki unsur dakwah dan *entertainment*.

3. Apakah Anda tahu dan menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan ketiga mengenai apakah informan mengetahui dan menonton atau tidak mengetahui dan tidak menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Tahu dan menonton" dan " Tahu dan kadang-kadang menonton". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu tahu dan menonton, kemudian tahu dan kadang-kadang menonton. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

4. Menurut Anda, apakah tayangan Mari Kita Sahur Trans TV tergolong program *dakwahtainment*?

Pertanyaan keempat tentang pendapat informan apakah tayangan Mari Kita Sahur Trans TV program *dakwahtainment*. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Iya tergolong" dan "Iya termasuk".

Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu tergolong dan tidak tergolong.

5. Apakah Anda mengamati program acara Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan kelima mengenai apakah informan mengamati atau tidak program Mari Kita Sahur. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "mengamati", "kadang-kadang mengamati" dan "tidak mengamati". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu mengamati, kadang-kadang, dan tidak mengamati.

6. Apakah Anda mendapatkan informasi atau pengetahuan khususnya dalam bidang agama Islam dari program Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan keenam mengenai apakah informan mendapatkan atau tidak informasi atau pengetahuan khususnya dalam bidang agama Islam dari program Mari Kita Sahur. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Iya saya mendapatkan", "Iya pasti mendapatkan" dan "saya tidak mendapatkan". Penulis menggunakan kode dari

jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu mendapatkan dan tidak mendapatkan informasi atau pengetahuan.

7. Bagaimana pendapat Anda tentang materi dalam ceramah yang diberikan kepada *mad'u*?

Pertanyaan ketujuh mengenai pendapat informan terhadap materi dalam ceramah yang diberikan kepada *mad'u*. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "sudah baik", " Saya belum bisa menilai" dan "Materinya baik". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu sudah baik dan belum bisa menilai.

8. Apakah menurut Anda materi dari ceramah yang disampaikan dalam program Mari Kita Sahur sudah jelas sumbernya?

Pertanyaan kedelapan mengenai pendapat informan terhadap materi dari ceramah dalam program Mari Kita Sahur sudah jelas sumbernya. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Sumbernya sudah jelas" dan "Tidak tahu". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan sudah jelas, tidak jelas, dan tidak tahu.

9. Apakah Anda pro atau kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV? Mengapa?

Pertanyaan kesembilan mengenai apakah informan pro atau kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Saya Pro", "Kontra" dan "Saya lebih menengahi". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu pro, kontra, dan netral. Hal ini dilakukan supaya dalam menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

10. Menurut Anda bagaimana tayangan *dakwahtainment* yang layak dan sesuai untuk ditayangkan di televisi?

Pertanyaan kesepuluh mengenai pendapat informan terhadap tayangan *dakwahtainment* yang layak dan sesuai untuk ditayangkan di televisi. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yang hampir sama "Tayangan yang antara unsur dakwah dan *entertainmentnya* seimbang", "Mudah diterima dakwahnya, menyampaikan materi yang ringan dan tidak multi tafsir" dan "Segmen dakwahnya yang lebih banyak". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang

telah disampaikan oleh informan yaitu antara unsur dakwah dan *entertainmentnya* seimbang dan materinya mudah dipahami.

11. Apakah sudah seimbang antara materi dakwah dengan humor atau hiburan yang ditayangkan dalam program *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan kesebelas mengenai pendapat informan terhadap keseimbangan antara materi dakwah dengan humor dalam program *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Belum seimbang" dan "Tidak seimbang". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu seimbang dan belum seimbang. Hal ini dilakukan agar dalam tahap menganalisis lebih mudah karena jawaban sudah seragam.

12. Segmen apa yang Anda sukai (hiburan/*entertainment* atau ceramah/dakwah) dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan keduabelas mengenai segmen yang disukai informan dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Segmen dakwah" "Segmen dakwah dan hiburan" dan "Segmen hiburan". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah

disampaikan oleh informan yaitu segmen dakwah, segmen dakwah dan hiburan dan segmen hiburan.

13. Bagaimana pendapat Anda setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan ketigabelas mengenai pendapat informan setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Hiburannya harus dikurangi", "Program ini menemani sahur" dan "Perlu diseimbangkan antara dakwah dan hiburan". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan agar mudah dalam tahap analisis selanjutnya yaitu hiburannya harus dikurangi, Program ini menemani sahur, dan Perlu diseimbangkan antara dakwah dan hiburan.

14. Bagaimana pendapat Anda tentang pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan keempatbelas mengenai pendapat informan terhadap pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Tayangan Mari Kita Sahur lebih banyak pada pengaruh negatifnya", "Ada dua

pengaruh yaitu positif dan negatif" dan "Saya tidak merasa terpengaruh pada keduanya". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu pengaruh negatif, pengaruh positif dan negatif, dan tidak ada pengaruh.

15. Apakah Anda tetap melanjutkan menonton atau meninggalkan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan kelimabelas mengenai apakah informan segmen tetap melanjutkan atau tidak menonton atau meninggalkan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Melanjutkan menonton pada segmen yang sukai" "Mengganti *channel* atau program lain apabila guyonannya terlalu berlebihan dan kurang bermutu" dan "Tetap menonton, tetapi kadang pindah *channel* atau program yang lain". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu tetap melanjutkan menonton dan tidak melanjutkan menonton.

16. Apakah Anda menerapkan ilmu atau pengetahuan yang anda dapat dari tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Pertanyaan keenambelas mengenai apakah informan menerapkan ilmu atau pengetahuan yang anda dapat dari tayangan Mari Kita Sahur Trans TV. Jumlah informan yaitu 26 mahasiswa memiliki jawaban yang beragam, jawaban lengkap yang

dinyatakan mahasiswa berada pada tahap pengumpulan data. Berikut jawaban dari beberapa informan yaitu "Iya menerapkan" "Kadang-kadang" dan "Tidak menerapkan". Penulis menggunakan kode dari jawaban yang telah disampaikan oleh informan yaitu menerapkan, kadang-kadang, dan tidak menerapkan.

B. Penyajian Data

Pada tahap ini adalah tahap penyajian data yaitu dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram*, dan sejenisnya. Melalui penyajian data, maka data yang terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Berikut penyajian data hasil dari wawancara mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang:

1. Apakah Anda mengerti pengertian tentang *dakwahtainment*?

Tabel 4. Pengetahuan Mahasiswa Tentang Pengertian *Dakwahtainment*.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Mengerti	26	100%
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 4, hasil persentase yaitu 100% dari jumlah informan sebanyak 26 mahasiswa mengerti pengertian *dakwahtainment*.

2. Menurut Anda bagaimana pengertian *dakwahtainment*?

Tabel 5. Pendapat Mahasiswa Mengenai Pengertian *Dakwahtainment*.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Sebuah tayangan program acara yang mengandung unsur dakwah dan <i>entertainment</i> .	26	100%
	Jumlah	26	100%

Pada tabel 5, hasil persentase yaitu 100% dari jumlah informan sebanyak 26 mahasiswa berpendapat bahwa *dakwahtainment* adalah sebuah tayangan program acara yang mengandung unsur dakwah dan *entertainment*.

3. Apakah Anda tahu dan menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 6. Persentase Mahasiswa Terhadap Kesadaran dan Menonton Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Tahu dan menonton.	24	92%
2	Tahu dan kadang-kadang menontonnya.	2	8%
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan hasil pada tabel 6, hasil presentase yang pertama yaitu 92% dari jumlah informan sebanyak 24 mahasiswa menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV dan 8% dari

jumlah informan sebanyak 2 mahasiswa menonton apabila ada segmen yang disukai.

4. Menurut Anda, apakah tayangan Mari Kita Sahur Trans TV tergolong program *dakwahtainment*?

Tabel 7. Pendapat Mahasiswa Tentang Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Iya tergolong.	26	100%
	Jumlah	26	100%

Pada tabel 7, hasil persentase yaitu 100% informan yaitu 26 mahasiswa menjawab bahwa program Mari Kita Sahur Trans TV tergolong tayangan *dakwahtainment*. Hal tersebut dengan alasan dalam program Mari Kita Sahur terdapat unsur dakwah dan komedi yang disiarkan oleh media massa.

5. Apakah Anda mengamati program acara Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 8. Pengamatan Mahasiswa Terhadap Program Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Mengamati	14	54%
2	Kadang-kadang	10	38%
3	Tidak mengamati	2	8%
	Jumlah	26	100%

Dalam tabel 8, hasil persentase yang pertama yaitu 54% dari jumlah informan sebanyak 14 mahasiswa mengamati program

acara Mari Kita Sahur. Kedua 38% yaitu 10 mahasiswa kadang-kadang mengamati program Mari Kita Sahur dan 8% yaitu 2 mahasiswa tidak mengamatinya.

6. Apakah Anda mendapatkan informasi atau pengetahuan khususnya dalam bidang agama Islam dari program Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 9. Informasi Atau Pengetahuan dalam Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Iya saya mendapatkan informasi atau pengetahuan.	19	73%
2	Saya tidak mendapatkan informasi atau pengetahuan.	7	27%
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 9 di atas, hasil persentase yang pertama yaitu 73% dari jumlah informan sebanyak 19 mahasiswa mendapatkan informasi dan pengetahuan dari program Mari Kita Sahur. Informasi dan pengetahuan yang didapat yaitu pada segmen dakwahnya dari ustadz Maulana, ustadz Syam, dan ustadzah Oki. Kedua 27% dari jumlah informan sebanyak 7 mahasiswa tidak mendapat mendapatkan informasi dan pengetahuan karena menurut mahasiswa dalam program Mari Kita Sahur lebih cenderung pada segmen komedi/hiburannya.

7. Bagaimana pendapat Anda tentang materi dalam ceramah yang diberikan kepada *mad'u*?

Tabel 10. Pendapat Terhadap Materi di Program Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Sudah baik	23	88 %
2	Saya belum bisa menilai	3	12 %
	Jumlah	26	100 %

Berdasarkan tabel 10, hasil persentase yang pertama yaitu 88% dari jumlah informan yaitu 23 mahasiswa berpendapat materi ceramah yang disampaikan dalam tayangan Mari Kita Sahur sudah baik, karena bahasanya yang ringan dan mudah dimengerti sehingga menyentuh hati. Kedua 4% dari jumlah informan yaitu 1 mahasiswa menjawab baik tidaknya tergantung *da'inya*. Ketiga 8% dari jumlah informan yaitu 2 mahasiswa belum bisa menilai, karena saya jarang menonton dibagian segmen dakwahnya.

8. Apakah menurut Anda materi dari ceramah yang disampaikan dalam program Mari Kita Sahur sudah jelas sumbernya?

Tabel 11. Pendapat Pada Sumber Materi di Program Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Sumbernya sudah jelas	24	92 %
2	Tidak tahu	2	8 %
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 11, hasil persentase yang pertama yaitu 92% dari jumlah informan yaitu 24 mahasiswa berpendapat bahwa materi yang disampaikan dalam program Mari Kita Sahur sudah jelas sumbernya. Hal tersebut dengan alasan setiap penyampaian ceramah pasti ada dalil dan hadistnya. Kedua 8% dari jumlah informan yaitu 2 mahasiswa tidak tahu sudah atau belum jelas sumbernya, karena jarang menonton bagian dakwah.

9. Apakah Anda pro atau kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV? Mengapa?

Tabel 12. Persetujuan Terhadap Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Kontra	19	73%
2	Pro	6	23%
3	Netral	1	4%
	Jumlah	26	100%

Tabel 12, hasil persentase yang pertama yaitu 73% dari jumlah informan sebanyak 19 mahasiswa kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur karena dalam program ini lebih banyak dan menonjol segmen komedinya dibanding segmen dakwahnya. Terkadang pakaian yang dikenakan terkesan terbuka terutama bagi SPG yang menjaga *stand* iklan dan tayangan ini sering mendapatkan surat teguran dari KPI. Kedua 23% dari jumlah informan sebanyak 6 mahasiswa mengatakan pro karena program ini penyajian dakwahnya mudah dicerna oleh masyarakat. Ketiga

4% dari jumlah informan yaitu 1 mahasiswa lebih menengahi, karena tayangan Mari Kita Sahur selain ada dakwahnya juga ada komedinya

10. Menurut Anda bagaimana tayangan *dakwahtainment* yang layak dan sesuai untuk ditayangkan di televisi?

Tabel 13. Pendapat Mahasiswa Mengenai Tayangan *Dakwahtainment*.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Tayangan yang antara unsur dakwah dan <i>entertainmentnya</i> seimbang	25	96%
2	Tayangan yang mudah diterima dakwahnya dan mudah dipahami	1	4%
	Jumlah	26	100%

Pada tabel 13, hasil persentase yang pertama yaitu 96% dari jumlah informan yaitu 25 mahasiswa menjawab bahwa tayangan *dakwahtainmen* yang layak ditayangkan di televisi yaitu antara unsur dakwah dan *entertainmentnya* seimbang. Program yang tidak melanggar aturan jurnalistik televisi, memberi nilai edukatif dan ceramah yang disiarkan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Kedua 4% dari jumlah informan yaitu 1 mahasiswa menjawab tayangan *dakwahtainmet* yang layak yaitu asal mudah diterima dakwahnya, menyampaikan materi yang ringan dan tidak multi tafsir.

11. Apakah sudah seimbang antara materi dakwah dengan humor atau hiburan yang ditayangkan dalam program *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 14. Pendapat Tentang Dakwah dan Humor Program Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Belum seimbang	26	100%
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 14, hasil presentase yaitu 100% dari jumlah informan yaitu 26 mahasiswa berpendapat bahwa antara materi dakwah dengan hiburan yang ditayangkan dalam program *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV belum seimbang. Dilihat dari persentase durasinya antara materi dakwah dan humornya belum seimbang.

12. Segmen apa yang Anda sukai (hiburan/*entertainment* atau ceramah/dakwah) dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 15. Respon Mahasiswa Terhadap Segmen yang Disukai.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Segmen dakwah	10	42 %
2	Segmen komedi atau hiburan	7	27 %
3	Segmen dakwah dan hiburan	8	31 %
	Jumlah	26	100 %

Berdasarkan tabel 15, hasil persentase yang pertama yaitu 42% dari jumlah informan yaitu 10 mahasiswa menyukai segmen dakwah, kedua 27% dari jumlah informan yaitu 7 mahasiswa menyukai segmen komedi dan hiburan. Ketiga 31% dari jumlah informan yaitu 8 mahasiswa menyukai segmen komedi.

13. Bagaimana pendapat Anda setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 16. Respon Setelah Menonton Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Hiburannya harus dikurangi	18	69%
2	Perlu diseimbangkan antara dakwah dan hiburan	6	23%
3	Program Mari Kita Sahur bisa menemani sahur.	2	8%
	Jumlah	26	100%

Dalam tabel 16, hasil persentase yang pertama yaitu 69% dari jumlah informan yaitu 18 mahasiswa berpendapat bahwa pengemasan program Mari Kita Sahur sudah baik, tetapi yang disayangkan durasi hiburannya lebih banyak dari pada durasi komedinya. Kedua 23% dari jumlah informan yaitu 6 mahasiswa menyatakan tayangan Mari Kita Sahur lebih berat pada segmen dakwahnya. Acara ini Perlu diseimbangkan antara dakwah dan hiburan. Ketiga 8% dari jumlah informan yaitu 2 mahasiswa

menjawab Program Mari Kita Sahur bisa menemani sahur, ada hiburannya yang lucu dan selain itu juga ada sentuhan rohaninya.

14. Bagaimana pendapat Anda tentang pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 17. Pendapat Tentang Pengaruh Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Pengaruh negatif	20	77 %
2	Pengaruh positif dan negatif	5	23 %
3	Tidak ada pengaruh	1	4 %
	Jumlah	26	100 %

Berdasarkan tabel 17, hasil persentase yang pertama yaitu 77% dari jumlah informan yaitu 20 mahasiswa menjawab tayangan Mari Kita Sahur lebih banyak pada pengaruh negatifnya, seperti adegan guyonan yang konyol, joget-joget, gulung-gulung, dan membully orang lain. Kedua 23% dari jumlah informan yaitu 6 mahasiswa menjawab tayangan ini mempunyai dua pengaruh yaitu positif dan negatif. Dari segi positifnya terletak pada dakwah atau ceramah yang ditayangkan dan sesuai dengan momen Ramadan. Dilihat dari segi negatifnya tayangan ini terlalu banyak menampilkan guyonan yang kurang bermutu. Ketiga 4% dari jumlah informan yaitu 1 mahasiswa menjawab berdampak positif atau negatif itu tergantung pada penontonnya.

15. Apakah Anda tetap melanjutkan menonton atau meninggalkan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 18. Persetujuan Tentang Melanjutkan Menonton Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Melanjutkan menonton pada segmen yang sukai	11	42%
2	Mengganti <i>channel</i> atau program lain apabila guyonannya terlalu berlebihan dan kurang bermutu.	15	58 %
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 18, hasil persentase yang pertama yaitu 42% dari jumlah informan yaitu 11 mahasiswa melanjutkan menonton program Mari Kita Sahur pada segmen yang sukai. Kedua 58% dari jumlah informan yaitu 15 mahasiswa mengganti *channel* atau program lain apabila guyonannya terlalu berlebihan dan kurang bermutu.

16. Apakah Anda menerapkan ilmu atau pengetahuan yang anda dapat dari tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

Tabel 19. Respon Tentang Penerapan Pengetahuan di Program Mari Kita Sahur.

No	Jawaban	Informan	Persentase
1	Iya	6	23%
2	Kadang-kadang	8	31%
3	Tidak	12	46%
	Jumlah	26	100%

Berdasarkan tabel 19, hasil persentase yang pertama yaitu 23% dari jumlah informan yaitu 6 mahasiswa menerapkan ilmu atau pengetahuan yang didapat dari program Mari Kita Sahur. Kedua 31% dari jumlah informan yaitu 8 mahasiswa kadang-kadang menerapkan ilmu atau pengetahuan yang didapatkan. Ketiga 46% dari jumlah informan yaitu 12 tidak menerapkan ilmu atau pengetahuan yang didapatkan.

C. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Menurut hasil yang telah dijelaskan di atas, penulis melakukan penarikan kesimpulan/verifikasi terhadap respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV. Berikut indikator respon atau kisi-kisi penulis dalam menyusun pertanyaan:

Tabel 21. Kisi-kisi Pertanyaan.

No	Indikator	Aspek	Nomor Soal
1	Kognitif	Kesadaran	1, 3, 5
		Pengetahuan	2, 7, 8
		Belajar	4,6
2	Afektif	Emosi	9
		Jiwa	10, 11
		Perasaan	12, 13, 14
3	Konatif	Perilaku	15. 16

Dalam tahap ini penulis juga menggunakan dasar penyusunan skala psikologi yang telah ditetapkan sejak awal yaitu format respon merupakan berbagai macam stimulus dalam skala psikologi dapat direspon dalam berbagai bentuk perilaku seperti menjawab dengan kata-kata, memilih jawaban yang disediakan, dan sebagainya. Format respon terbagi menjadi dua macam yaitu:

- a) Respon negatif yaitu respon yang menentang atau menegasikan isi pertanyaan.
- b) Respon positif yaitu respon yang mendukung atau afirmatif terhadap isi pertanyaan (Azwar, 2015: 44).

Tabel 21. Jawaban Mahasiswa Terhadap Tayangan Mari Kita Sahur.

No	Indikator	Aspek	Nomor Pertanyaan		Jumlah
			Respon Negatif	Respon Positif	
1	Kognitif	Kesadaran	-	1, 3, 5	3
		Pengetahuan	-	2, 7, 8	3
		Balajar	4	6	2
2	Afektif	Emosi	9	-	1
		Jiwa	10	11	2
		Perasaan	12, 13,	-	3

			14		
3	Konatif	Perilaku	15, 16	-	2
Jumlah					16

1. Respon Kognitif

Berdasarkan tabel 20, aspek respon kognitif mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV ditunjukkan pada soal nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, dan 8. Pada nomor-nomor tersebut menunjukkan respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV dari segi kognitif yaitu positif. Berikut ini adalah hasil analisis dari respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang dari segi kognitif terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV:

a) Respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap pengertian *dakwahtainment*

Dari hasil wawancara terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo *dakwahtainment* merupakan sebuah konsep dakwah yang dikemas dan dipadu dengan hiburan/*entertainment*. Kegiatan ini biasanya melalui berbagai media massa. Televisi merupakan salah satu media massa yang dekat terhadap penayangan program *dakwahtainment*. Terlebih pada bulan Ramadan stasiun

televisi berlomba-lomba menyajikan program *dakwahtainment*. Hal tersebut dikarenakan setiap kali bulan Ramadan khalayak lebih membutuhkan program-program yang bernuasa dakwah untuk motivasi memperbanyak ibadah. Dengan penyajian tayangan *dakwahainment*, *rating* suatu program akan tinggi dan membawa profit atau keuntungan yang besar bagi stasiun televisi.

b) Materi ceramah dalam tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV

Materi menjadi bagian paling penting dalam penyampaian dakwah. Materi dakwah yang dimaksudkan di sini adalah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Dari hasil wawancara, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, mendapatkan informasi atau pengetahuan dari materi yang disampaikan dalam program Mari Kita Sahur. Menurut mahasiswa materi dalam program ini yang disampaikan sudah baik. Bahasanya yang digunakan ringan dan mudah dimengerti sehingga menyentuh hati. Tema-tema yang diberikan juga sesuai kehidupan sehari-hari dan didasari dengan sumber yang relevan yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Kekurangan dari penyampaian materi dalam program Mari Kita Sahur Trans TV menurut mahasiswa yaitu durasi pada

segmen dakwah atau ceramah hanya seperempat dari durasi acara.

2. Respon Afektif

Berdasarkan tabel 20, aspek respon afektif mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV menunjukkan pada soal nomor 9, 10, 12, 13, dan 14 menepati aitem negatif, dan nomor 11 pada aitem positif. Pada nomo-nomor tersebut menunjukkan respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV dari segi afektif yaitu negatif. Berikut ini adalah hasil analisis dari respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang dari segi afektif terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trasn TV:

a) Respon Kontra Mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap Tayangan Mari Kita Sahur Trans TV

Dakwahtainment Mari Kita Sahur Trans TV, merupakan tayangan dakwah yang diselingi humor yang menjadi komoditas masyarakat sehari-hari yang kerap dikemas dalam model "curhat" ini menyedot perhatian masyarakat luas. Sebagai salah satu metode dakwah yang cukup strategis, tayangan Mari Kita Sahur diharapkan untuk membantu dalam proses pembangunan spiritual sebagian kalangan masyarakat. Fenomena ini akan membawa dampak

yang positif bagi perkembangan dunia Islam, namun jika ditilik dari misi sesungguhnya dari dakwah gaya televisi itu tentu dihadapkan pada suatu dilema. Tujuan dakwah yang religius ternyata dalam realisasinya dominan dengan muatan materialistis semata yang dikhawatirkan akan berdampak pada kemunduran dakwah itu sendiri (Laili , 2013: 129).

Kondisi yang demikian menuai kontra di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2013. Menurut mahasiswa tayangan Mari Kita Sahur Trans TV lebih menonjolkan unsur hiburannya dibanding unsur dakwah. Tidak jarang pakaian yang dikenakan SPG yang menjaga *stand* iklan yang mengikuti program Maki Kita Sahur mengenakan pakaian yang kurang sopan dalam arti terbuka. Di bulan Ramadan yang seharusnya memberi contoh yang baik dan positif, tetapi dalam hal ini malah sebaliknya. Tayangan Mari Kita Sahur ditinjau dari drama-drama yang ditampilkan tidak lepas dengan guyonan dan aksi *membully* orang lain. *Bullying* atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan tindakan yaitu penggunaan kekerasan, ancaman, atau paksaan untuk menyalahgunakan atau mengintimidasi orang lain. Perilaku ini dapat menjadi suatu kebiasaan dan melibatkan ketidakseimbangan kekuasaan sosial atau fisik. Hal ini dapat mencakup pelecehan secara lisan atau ancaman, kekerasan

fisik atau paksaan dan dapat diarahkan berulang kali, mungkin hal ini atas dasar RAS, agama, gender, seksualitas (id.wikipedia.org, 21.11, 24/10/2017).

b) Karakteristik tayangan *dakwahtainment*

Karakter dari sebuah televisi mempengaruhi semua program, termasuk *dakwahtainment*. Televisi sebagai media dakwah selain harus semakin kreatif dalam membuat tampilan *dakwahtainment* lebih menarik juga harus lebih berpihak pada kepentingan dakwah. Media harus lebih selektif dalam memilih semua orang yang terlibat di acara *dakwahtainment*. Televisi harus lebih bijaksana dalam menentukan segala unsur yang terlibat.

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang kelayakan atau karakter suatu tayangan *dakwahtainment* di televisi yaitu tayangan yang unsur dakwah dan *entertainmentnya* seimbang. Dalam beberapa pendekatan yang dikontribusikan oleh perspektif komunikasi sebagai keilmuan. Langkah yang bijak dalam mengelola kebutuhan masyarakat akan model *dakwahtainment* yang tidak lepas dari koridor ajaran Islam. Secara konsisten adalah dengan mengkolaborasikan nilai-nilai ajaran Islam dengan ilmu komunikasi media sebagai pijakan dalam meneruskan perjalanan dakwah melalui media televisi. Kehadiran *da'i*

yang santun, sederhana, dan cerdas serta memiliki keluasan wacana ilmu agama maupun umum dan kredibilitas sebagai seorang komunikator sangat dibutuhkan. Hal tersebut akan mampu melahirkan nuasa *dakwahtainment* yang bersahaja dan memiliki kualitas yang maksimal dalam membangun sikap yang positif bagi masyarakat sebagai *mad'u*. Dampak dari modernisasi dan kapitalisme yang cenderung jauh dengan nilai-nilai ajaran Islam setidaknya dapat diminimalisir dengan konsistensi pelaku *dakwahtainment* untuk berpegang teguh pada ajaran Islam. Profesionalisme seorang pelaku dakwah di televisi dalam dinamika *dakwahtainment* akan mengikis kekhawatiran akan kelanggengan suatu acara dakwah dalam kemasan media televisi. Sebaliknya, profesionalisme yang dicapai melalui konsistensi sikap *da'i*, aktor atau artis, presenter dan produser dalam acara *dakwahtainment* untuk berpegang teguh pada nilai-nilai ajaran Islam.

Menurut mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang ada beberapa tayangan *dakwahtainment* di televisi yang baik dan perlu dicontoh. Tayangan tersebut adalah program Mamah Dedeh di stasiun televisi Indosiar, Berita Islami Masa Kini yang tayang di Trans TV, dan Quraisyihab Mutiara Hati program dari SCTV yang tayang setiap bulan Ramadan. Beberapa

tayangan tersebut memberi *khazanah*, nilai edukatif, dan manfaat yang positif bagi pemirsanya dan memiliki ciri khas untuk menyampaikan dakwah atau ceramah.

c) Respon mahasiswa Fakdakom terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV

Dakwahatainment semakin hari semakin bertumbuh subur di televisi Indonesia, terutama pada bulan Ramadan. Perkembangan *dakwahtainment* di televisi dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan agama Islam hingga ke pelosok wilayah Indonesia. Semua ini menjadi tantangan bagi media dan bagi *da'i* untuk lebih bijak mengemas *dakwahtainment*.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menyatakan bahwa tayangan Mari Kita Sahur Trans TV memiliki konsep dan kreatifitas yang baik dalam mengemas program. Dibalik keunggulan tersebut tayangan ini memiliki kekurangan yaitu penempatan durasi yang panjang pada segmen diluar dakwah. Program Mari Kita Sahur Trans TV cenderung mementingkan unsur hiburan sehingga memiliki timbangan berat sebelah antara segmen hiburan/*entertainment* dan segmen dakwah. Terlebih segmen hiburan yang ditayangkan seringkali berlebihan dan tidak mempunyai nilai edukatif. Tidak jarang tayangan ini

melanggar etika yang sudah ditentukan dalam Pedoman Perilaku Penyiaran, banyak adegan dan skenario yang dinilai melanggar sehingga mendapatkan teguran tertulis dari KPI.

Fatma Laili dalam jurnal *At-Tabsyir dakwahtainment* seharusnya mengupayakan sebuah konsistensi dari penegakkan tujuan dakwah dengan tidak mengabaikan unsur modernitas perkembangan model dakwah yang sesuai dengan kebutuhan *mad'u*. Menselaraskan model dakwah yang modern dalam kemasan *dakwahtainment* dengan tetap bersikap konsisten terhadap penegak nilai-nilai yang dimiliki Islam adalah sikap yang bijak. Usaha yang bijak sebagai solusi dalam menyikapi *dakwahtainment* di televisi adalah memposisikan *dakwahtainment* sebagai model dakwah yang berwibawa. Kontribusi keilmuan yang ikut berperan didalamnya hendaklah dijadikan sebagai pijakan, yang tidak hanya berkuat pada materi dakwah dengan keilmuan yang ada pada dataran kajian keagamaan. Menggunakan cara mengkolaborasikan eksistensi ilmu komunikasi sebagai suatu instrumen yang dapat membantu tercapainya efektifitas *dakwahtainment*. (Laili, 2013: 142-143).

3. Konatif

Berdasarkan tabel 20, aspek respon kognitif mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV menunjukkan pada

soal nomor 15 dan 16. Pada nomo-nomor tersebut menunjukkan respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV dari segi konatif yaitu negatif. Berikut ini adalah hasil analisis dari respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo Semarang dari segi konatif terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trasn TV:

a) Pengaruh menonton tayangan Mari Kita Sahur terhadap perilaku

Dakwahatainment setiap hari menghiasi layar televisi khususnya di pagi hari pada bulan Ramadan. Dakwah yang terkadang diselengi humor tersebut menjadi komoditas masyarakat sehari-hari. Fenomena ini diharapkan akan membawa dampak yang positif bagi perkembangan dunia Islam sehingga dapat meningkatkan keimanan masyarakat yang menonton (Laili, 2013:130). Dari pernyataan di atas, dilihat dari hasil nyata menurut mahasiswa Fadakom UIN Walisongo Semarang tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV lebih banyak memberi pengaruh negatif pada pemirsanya. Guyonan yang terlalu berlebihan dan konyol dalam program Mari Kita Sahur Trans TV mengakibatkan seseorang cenderung pindah *channel* atau program yang lebih bermutu dan memberi banyak manfaat. Dalam program ini lebih mementingkan nilai hiburannya

dibanding nilai dakwah. Segmen dakwah yang hanya seperempat dari durasi acara mengakibatkan minimnya ilmu atau pengetahuan yang didapat pemirsanya.

Dilihat dari segi materi atau dakwah yang disiarkan, berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa Fadakom UIN Walisongo Semarang ilmu atau pengetahuan yang didapat dari program Mari Kita Sahur tidak diterapkan. Hal tersebut dinyatakan dengan alasan ilmu atau pengetahuan yang didapatkan tidak banyak, karena terlalu banyak selingan hiburan sehingga mengakibatkan lupa.

Dalam tayangan *dakwahtainment*, dibutuhkan materi yang disampaikan melalui dakwah oleh seorang *da'i* untuk menunjang esensi tayangan *dakwahtainment* yang semestinya. Selain itu, peranan mubaligh televisi yang cerdas dan bertanggung jawab moral dan etika. Dibutuhkan juga kemampuan dan keterampilan khusus, persyaratan penampilan dan suara yang prima sebagai bentuk profesionalisme kerja mubaligh, juga dibutuhkan kepribadian kompetensi intelektual yang berkualitas.

Fakta mencengangkan diungkap oleh Pracoyo Wiryoutomo (2003) seorang Praktisi Televisi di Trans 7, jika kita berharap akan mendapatkan ilmu agama dari media televisi, tampaknya masih jauh. Trans7 punya pengalaman dengan membuat program agama yang serius dengan sisipan

ilmu yang lumayan, justru kurang diminati penonton. Misalnya program Rahasia Sunnah (kemudian menjadi Tabir Sunnah) dan Jalan Dakwah, justru yang sukses program Perjalanan Musafir dan Jazirah Islam yang tayang setiap bulan Ramadan.

Lebih lanjut Wiryoutomo menambahkan bahwa program-program yang sukses di industri TV, bila *share* bisa mencapai di atas 15%. Maksudnya 15% penonton menyaksikan acara tersebut pada jam yang sama. Para *creator* program TV, termasuk program dakwah, juga ikut terbebani dengan target tersebut. Akibatnya, sulit kita mendapatkan program yang sarat dengan ilmu bisa tampil di TV (Atabik, 2013: 198).

Dari pernyataan Pracoyo Wiryoutomo, memberi penjelasan dan penekanan yang jelas bahwa tayangan *dakwahtainment* di televisi lebih mementingkan unsur *entertainment*, dibanding unsur dakwah yang seharusnya diutamakan. Dari hal tersebut memberikan kesimpulan tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV tidak memberikan pengaruh perilaku bidang keagamaan atau syariat Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan yang telah dijelaskan sejak awal, yaitu tepatnya pada kerangka teori. Macam-macam respon terbagi menjadi tiga bagian, diantaranya yaitu respon kognitif, afektif, dan konatif. Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai respon mahasiswa Fakdakom UIN Walisongo terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Respon kognitif mahasiswa Fakdakom terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV yaitu mendapatkan hasil positif. Menurut mahasiswa tayangan ini cukup memberikan sebuah informasi dan pengetahuan dari segmen dakwah yang ditayangkan. Dalam segmen dakwah seorang *da'i* memaparkan ceramah yang mudah diserap oleh *mad'u*. Materi yang diberikan berkaitan dengan realita yang terjadi, cerita sejarah Nabi yang dapat memberikan tauladan, dan syari'at Islam yang menjadi pegangan seorang Muslim. Hanya saja yang disayangkan dalam segmen dakwah ini durasi dakwahnya kurang lama agar *mad'u* lebih banyak mendapatkan pengetahuan.
2. Respon afektif mahasiswa Fakdakom terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV yaitu mendapatkan

hasil negatif. Menurut mahasiswa Fakdakom tayangan ini perlu dikoresksi kembali, karena cenderung menampilkan banyak hiburan. Tayangan *dakwahtainment* yang layak menurut mahasiswa adalah tayangan yang dakwahnya tidak memberikan materi yang multi tafsir serta antara dakwah dan hiburannya seimbang. Tayangan ini lebih banyak muatan hiburannya, sehingga menuai respon kontra dari mahasiswa Fakdakom.

3. Respon konatif mahasiswa Fakdakom terhadap tayangan *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV yaitu mendapatkan hasil negatif. Menurut mahasiswa Fakdakom tayangan ini terlalu lama sehingga menyebabkan pemirsa untuk memindah *channel* program yang lebih bermutu dan disukai. Ilmu dan pengetahuan yang didapatkanpun tidak diterapkan karena minimnya durasi dan guyonan yang terlalu berlebihan sehingga apa yang didapatkan lupa.

B. Saran

Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa saran yang penulis anggap penting adalah sebagai berikut:

Saran untuk program Mari Kita Sahur Trans TV agar lebih kreatif dalam mengemas *dakwahtainment* dan lebih memihak pada kepentingan dakwah tidak hanya mementingkan *rating* semata. Lebih baiknya *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV dikemas dengan 80% dakwah dan 20% hiburan. Hal tersebut perlu

diaplikasikan supaya tayangan ini memiliki kualitas yang baik sebagai program *dakwahtainment* dan bisa menjadi panutan untuk program lain. Dalam pemilihan *da'i* untuk acara *dakwahtainment* lebih baiknya jangan berdasarkan kecakapan menghibur, tetapi keahlian sang *da'i* untuk memberikan dakwah dan sebagai panutan bagi *mad'u*. Segmen dakwah yang ditayangkanpun perlu di sebanyak dan memberikan pesan atau materi yang mudah dimengerti atau dipahami agar *mad'u* bisa menangkap materi yang disampaikan. Dengan hal tersebut *mad'u* bisa mengaplikasikan atau menerapkan materi yang disampaikan dan menjadi lebih bermanfaat.

C. Penutup

Syukur *Alhamdulillah* atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dengan segala daya dan upaya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun manusia tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achlina, L. 2011. *Kamus istilah pertelevisian*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Alfandi, M. 2005. Format *Dakwah melalui Media Televisi*, di *Jurnal Ilmu Dakwah*, Volume 25, Nomor 1, Januari 2005. Hlm 43-56
- Amin, M. S. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Anonim. "Konsep Mari Kita Sahur". <http://www.media.iyaa.com.>, diakses pada 15 September 2017.
- Anonim. "Pelanggaran Tayangan Ramadhan". <http://www.rri.co.id.>, diakses pada 15 September 2017.
- Anonim. "Pengertian *Entertainment*". <http://www.dinan78.blogspot.co.id.>, diakses pada 17 Februari 2017.
- Anonim. "Profil Trans TV". <http://www.transtv.co.id.>, diakses pada 14 September 2017.
- Anonim. "Program Ramadan Berpotensi pada Pelanggaran" <http://www.kompasiana.com.>, diakses pada 15 September 2017.
- Azwar, S. 2007 *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2015. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badjuri, A. 2010 *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.

- Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al-qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit J-Art.
- Depdiknas. 2002 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Depdiknas. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, Edisi 3. (al-Mihrab, *Rubrik : Telaah Utama*, Edisi 16 Tahun ke-2, Semarang, 2005).
- Effendy, O. U. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Babndung)
- Effendy, O. U. 1992. *Spektrum Komunikasi*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, *Sejarah*. Fakdakom.walisongo.ac.id, diakses pada 22 Agustus 2017.
- Fatmawati. 2009. *Paradigma Baru Mengemas Dakwah Melalui Media Televisi Di Era Globalisasi*. Di Jurnal Komunika Volume 3, Nomor 2, Juli-Desember 2009, Hal. 184-194.
- Fealy, G. dan White, S. 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online : Ragam Ekspresi Islam Kontemporee Indonesia*, Terj. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Fitriani, L. 2008. Skripsi *Dakwah MQTV (Menejemen Qolbu TV) pada Pondok Pesantren Daarut Tauhid Bandung*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

- Hartanto, D, D. *Analisis Tayangan Kerajaan Sahur Trans TV*. Di Jurnal Nirmana Volume 1, Nomor 1, Januari 2007.
- KBBI. "Definisi Bullying". <http://www.id.wikipedia.org>., diakses pada 23 September 2017.
- Laili, F. 2013. *Dilema Dakwahtainment*, di *Jurnal At-tabsyir, Volume 1, Nomor 1, Januari-Juni 2013*. Hlm 137-151.
- Meleong, Lexy. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pimay, A. 2006. *Metodologi Dakwah: Kajian Teoritis dari Khazanah Al-Qur'an*. Semarang: RaSAIL (Ranah Ilmu-ilmu Sosial Agama dan Interdisipliner).
- Poerwadarminta. 1999. *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: UT, Cet ke-3).
- Rakhmat, J. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. 2006. *Metodologi Penelitian Public Relation dan komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Saefulloh, A. 2009, *Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan*, di *Jurnal Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 3, Nomor 2, Juli-Desember 2009*. 255-269.
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

- Saputra, W. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Set, S. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sofjan, D. 2013. *Agama dan Televisi di Indonesia (etika seputar dakwahtainment)*, Globethics.net Seketrariat Internasional.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Walgito, B. 1996. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: UGM.
- Wati, Y. S. 2014, skripsi yang berjudul "*Persepsi Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tentang Dakwahtainmet di Televisi*", Semarang.
- Yahya, M. 2010. *Dasar-dasar Penelitian Metode dan Aplikasi*. (Semarang: Pustaka Zaman).
- Yarendra, P. "KPI Peringatkan Mari Kita Sahur Trans TV Terkait Lawakan Ejekan". <http://www.tabloidbintang.com>.,_diakses pada 13 Maret 2017.
- Yusuf, I. A. "Format Tayangan Ramadhan (yang Religius) di Televisi". <https://www.bincangmedia.wordpress.com>., diakses pada 16 Februari 2017.

DRAF WAWANCARA

No	Indikator	Aspek	Nomor Soal
1	Kognitif	Kesadaran	1, 3, 5
		Pengetahuan	2, 7, 8
		Belajar	4,6
2	Afektif	Emosi	9
		Jiwa	10, 11
		Perasaan	12, 13, 14
3	Konatif	Perilaku	15. 16

A. Kognitif

1. Apakah Anda mengerti tentang *dakwahtainment*?
2. Menurut Anda bagaimana pengertian *dakwahtainment*?
3. Apakah Anda tahu dan menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?
4. Menurut Anda, apakah tayangan Mari Kita Sahur Trans TV tergolong program *dakwahtainment*?
5. Apakah Anda mengamati program acara Mari Kita Sahur Trans TV?
6. Apakah Anda mendapatkan informasi atau pengetahuan dari program Mari Kita Sahur Trans TV?

7. Bagaimana pendapat Anda tentang materi dalam ceramah yang diberikan kepada *mad'u* dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?
8. Apakah menurut Anda materi dari ceramah yang disampaikan dalam program Mari Kita Sahur Trans TV sudah jelas sumbernya?

B. Afektif

9. Apakah Anda pro atau kontra dengan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV? Mengapa?
10. Menurut Anda bagaimana tayangan *dakwahtainment* yang layak dan sesuai untuk ditayangkan di televisi?
11. Apakah sudah seimbang antara materi dakwah dengan humor atau hiburan yang ditayangkan dalam program *dakwahtainment* Mari Kita Sahur Trans TV?
12. Segmen apa yang Anda sukai (hiburan/*entertainment* atau ceramah/dakwah) dalam tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?
13. Bagaimana pendapat Anda setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?
14. Bagaimana pendapat Anda tentang pengaruh (positif atau negatif) setelah menonton tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?

C. Konatif

15. Apakah Anda tetap melanjutkan menonton atau meninggalkan tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?
16. Apakah Anda menerapkan ilmu atau pengetahuan yang Anda dapat dari tayangan Mari Kita Sahur Trans TV?





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



- Nama : Muhimmatun Nasikhah
- Tempat Tanggal Lahir : Jepara, 24 Januari 1995
- Alamat : Ujungpandan RT 07/RW 03,
Welahan, Jepara
- Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
- Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
- Email : muhimmanasikhah@gmail.com
- Riwayat Pendidikan :
1. TK Al-Hidayah Ujungpandan Lulus Tahun 2001
 2. SDN 02 Ujungpandan Lulus Tahun 2007
 3. MTS Bandar Alim Jungpasir Lulus Tahun 2010
 4. MA YPKM Raden Fatah Jungpasir Lulus Tahun 2013