

STUDI MODEL DAKWAH TERHADAP SIARAN ACARA ASYIKNYA BERISLAM DI CELEBES TV



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

NUR ASIA T.
50100110018

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2014**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Asia T
NIM : 50100110018
Tempat/Tanggal Lahir : Maros, 16 Maret 1992
Jur/Prodi/Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi/S1
Alamat : Jalan Bambu Runcing No. 108 Pappandangan, Maros
Judul : Studi Model Dakwah Terhadap Siaran Asyiknya
Berislam di Celebes TV

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, Agustus 2014

Penyusun

Nur Asia T.
NIM: 50100110018

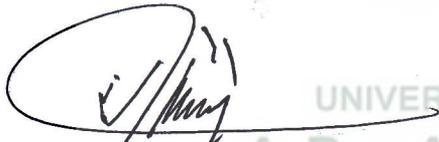
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan proposal skripsi Saudara **Nur Asia T.**, NIM: 50100110018, mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama proposal skripsi berjudul, “Studi Model Dakwah Terhadap Siaran Asyiknya Berislam Di Celebes TV”, memandang bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

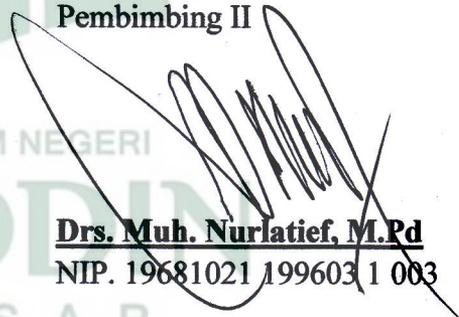
Makassar, Agustus 2014

Pembimbing I



Drs. Arifuddin Tike, M.Sos .I.
NIP. 19611231 199101 1 003

Pembimbing II



Drs. Muh. Nurlatief, M.Pd
NIP. 19681021 199603 1 003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Studi Model Dakwah Siaran Asyiknya Berislam Di Celebes TV”, yang disusun oleh Nur Asia T, NIM: 50100110018, mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 7 Agustus 2014 Masehi, bertepatan dengan 11 Syawal 1435 Hijriyah, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (dengan beberapa perbaikan).

Makassar, 7 Agustus 2014

11 Syawal 1435 H

DEWAN PENGUJI

| | | |
|---------------|--------------------------------|---------|
| Ketua | : Muliadi, S.Ag, M.Sos.I | (.....) |
| Sekretaris | : Drs. Syam'un, M.Pd., MM. | (.....) |
| Munaqisy I | : Dr. Arifuddin, M.Ag | (.....) |
| Munaqisy II | : Dr. Muh.Shuhufi, M.Ag | (.....) |
| Pembimbing I | : Drs. Arifuddin Tike, M.Sos.I | (.....) |
| Pembimbing II | : Drs. Muh. Nurlatief, M.Pd | (.....) |

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,

Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag

NIP. 19540915 198703 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kepada Tuhan Semesta Alam, Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: Studi Model Dakwah terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV. Shalawat dan taslim semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita pada segala aspek kehidupan yakni Rasulullah Muhammad Saw.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S1 (Strata 1). Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing HT, M.S, selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, Wakil Rektor serta seluruh staf UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, serta Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Muliadi, S.Ag, M.Sos.I dan Drs. Syam'un, M. Pd., MM., selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Dengan segenap rasa tulus

memberikan kontribusi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, motivasi, nasihat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.

4. Drs. Arifuddin Tike, M.Sos.I dan Drs. Muh. Nurlatief, M.Pd., selaku pembimbing I dan II, yang selalu meluangkan waktu untuk mengarahkan serta membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Arifuddin, M.Ag. dan Dr. Muhammad Shuhufi, M.Ag, selaku penguji I dan penguji II, yang telah mengoreksi untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen, Staf Jurusan, Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tak lupa penulis haturkan terima kasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, serta nasihatnya selama penulis menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Husain Abdullah, selaku Direktur Celebes TV, serta Bapak Muh. Idris SE., selaku Produser siaran Asyiknya Berislam beserta jajarannya yang senantiasa memberikan bantuannya selama penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis ayahanda Muh. Nur Dg. Tawang yang mengajarkan untuk selalu bijaksana dan teristimewa ibunda Maryam Dg. Nginga yang merupakan madrasah pertama penulis dalam menapaki hidup, tiada henti memberikan cinta agar penulis senantiasa dapat menjalani hidup dengan penuh cinta. Tak lupa kepada kakak-kakakku tersayang Muhammad Ashar, A.Ma., Muhammad Anwar., dan Asdar S.Pd yang mengajarkan untuk selalu lebih dewasa serta kedua Ipar penulis Jumaliah, A.Ma, dan Rahmawati yang senantiasa memberi semangat untuk menjadi lebih baik.
9. Saudara-saudari seperjuangan di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2010, Fatimah Pallawagau, Risky Nikmah Amaliah, Irnawati,

Rasdiana Burhanuddin, Sucita Indah Sari, Aguswandi dan teman-teman yang tidak dapat saya tulis namanya secara menyeluruh bersama melewati suka dan duka selama kuliah, menata masa depan yang cerah.

10. Ucapan terima kasih kepada teman seperjuangan penulis dalam organisasi kemanusiaan KSR-PMI Unit 107 UIN Alauddin Makassar Periode 2013.
11. Terima kasih kepada rekan seperjuangan di jalan dakwah, sahabat organisasi LDK Al-Jami' serta Murabbiku yang baik hati Kak Fauziah.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT kami memohon dan berserah diri semoga melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Agustus 2014
Penyusun

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Nur Asia T.
NIM: 50100110018

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------------------------|------|
| JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR/ ILLUSTRASI | x |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | xi |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus | 8 |
| D. Kajian Pustaka..... | 9 |
| E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 11 |
| BAB II. TINJAUAN TEORITIS | |
| A. Konsep Siaran Televisi | 12 |
| B. Model Komunikasi dan Dakwah..... | 15 |
| C. Faktor Pendukung dan Penghambat Keberhasilan Dakwah | 31 |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Jenis dan Lokasi Penelitian | 33 |
| B. Pendekatan Penelitian | 33 |
| C. Sumber Data..... | 34 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 35 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| E. Instrumen Penelitian..... | 37 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 38 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | |
| A. Pandangan <i>Jama'ah</i> Terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV | |
| a) Profil Celebes TV..... | 40 |
| b) Profil Siaran Asyiknya Berislam..... | 45 |
| c) Pandangan <i>Jama'ah</i> Majelis Taklim Terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV | 49 |
| B. Model Dakwah Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV | 51 |
| C. Tantangan dan Peluang keberhasilan dakwah pada siaran asyiknya Berislam di Celebes TV | 56 |
| BAB V. PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 65 |
| B. Implikasi Penelitian..... | 66 |
| KEPUSTAKAAN | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 : Diagram Skematik Sistem Komunikasi Weaver-Shannon | 21 |
| Gambar 2. 2 : Tiga Model Schramm..... | 23 |
| Gambar 2. 3 : Model Dasar A-B-X Newcomb | 23 |
| Gambar 2. 4 : Teori Skema Pemrosesan Informasi (Model Axelrod) | 27 |
| Gambar 4. 1: Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV | 46 |
| Gambar 4.2 : a. Sang Ustaz Berada duduk dekat jama'ah | 53 |
| b. Jama'ah Memeperhatikan dengan seksama ceramah yang disampaikan | 53 |
| Gambar 4.3 : Segmen 4 Interaktif Tanya Jawab | 54 |
| Gambar 4. 4: Skema Model Dakwah (Dai-Media-Jama'ah-Media-Khalayak)..... | 55 |
| Gambar 4. 5: Ustaz Ilham Mobarok dengan tema keutamaan memelihara iman dan keislaman | 62 |
| Gambar 4. 6: Ustaz Ilham Mubarak Dengan Tema 4 Perbendaharaa Surga | 63 |
| Gambar 4.7 : Ustaz Ilham Mubarak dengan Tema Hikmah dan Keutamaan Majelis Taklim..... | 63 |

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Sepuluh Bidang Dasar Riset Komunikasi Gerbner

25



ABSTRAK

Nama : Nur Asia T.

NIM : 50100110018

Judul : Studi Model Dakwah Terhadap Siaran asyiknya Berislam di Celebes TV

Penelitian ini berjudul “*Studi Model Dakwah terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV*”, merupakan penelitian yang mencoba menjabarkan tentang model dakwah yang digunakan dalam siaran televisi lokal dengan menjadikan *jama’ah* majelis taklim sebagai objek dakwah. Penelitian ini akan menelaah model dakwah lewat media dan bagaimana pandangan *jama’ah* majelis taklim tentang dakwah yang ditayangkan lewat media tersebut. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kualitatif dengan metode pendekatan komunikasi dan dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode analisis deskriptif dalam analisis datanya. Pokok masalah penelitian ini adalah bagaimana penjabaran dari model dakwah siaran asyiknya berislam di Celebes TV. Pokok masalah tersebut selanjutnya dirumuskan ke dalam beberapa submasalah atau pernyataan penelitian, yaitu: 1) Bagaimana pandangan *jama’ah* majelis taklim terhadap siaran asyiknya berislam di celebes TV?. 2) Bagaimana Model dakwah yang diterapkan pada siaran asyiknya berislam di Celebes TV?. 3) apa tantangan dan peluang yang harus dihadapi model dakwah pada siaran ayiknya berislam di Celebes TV?. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, diketahui bahwa *jama’ah* majelis taklim merasa tertarik dengan siaran asyiknya berislam. Selain itu, ditemukan model yang diterapkan siaran ini mulai dari awal acara hingga akhir. Dimana pada siaran ini dibagi kedalam 5 segmen yang dimulai dengan pembukaan dengan lantunan ayat suci Al-Quran atau Shalawat nabi dan dilanjutkan dengan *muqaddimah* oleh dai. Segmen kedua dan ketiga merupakan segmen mengenai materi dakwah. Untuk segmen keempat adalah segmen interaktif Tanya-jawab antara dai dan peserta majelis taklim. Segmen kelima berupa penutup yaitu kesimpulan dan do’a. Adapun tantangan yang harus dihadapi siaran dakwah ini adalah permasalahan *budgeting* (dana), manajemen waktu, dan kapabilitas dai. Tentunya ketiga hal tersebut merupakan tantangan yang harus di lalui. Selain tantangan, muncul juga peluang yang dapat diraih untuk keberhasilan dakwah, seperti kedekatan emosional antara dai dan *jama’ah*, materi yang diangkat cenderung pada pembentukan karakter hidup manusia, kenapa manusia hidup dan untuk apa manusia diciptakan, kemasan dakwah yang menarik dan kemampuan menyeleksi dai yang berkompeten setidaknya akan memberikan ruang yang luas untuk mengembangkan dakwah melalui media kontemporer saat ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Islam merupakan mayoritas dari penduduk Negara Republik Indonesia. Islam telah ada sejak abad ke-7 Masehi. Hal ini dibuktikan dengan penemuan Makam dari putri Fatimah di daerah Nangroe Aceh Darussalam yang mana daerah ini merupakan awal dari lahirnya daerah Islam selanjutnya. Masyarakat dahulu kala menyiarkan ajaran Islam dengan berbagai cara. Salah satu caranya adalah melalui pertalian pernikahan dengan pedagang dari Gujarat/ India dan Persia yang mana mereka merupakan para penyebar ajaran Islam yang pertama masuk ke Indonesia.

Terlepas dari sejarah tersebut Islam sejak awal hadir dimuka bumi ini sebagai *Rahmatan Lil Alamin* dan merupakan agama yang paling sempurna di sisi Allah swt. Islam disebarkan oleh Rasulullah Muhammad saw di Jazirah Arab merupakan awal penyebarannya ke seluruh dunia. Islam disebarkan dengan kasih sayang dan kelemahlembutan yang di tunjukkan oleh Rasulullah kepada sekalian sahabat dan para pengikutnya. Islam hadir diawal masanya mengalami penolakan yang amat besar dari kaum Kafir Quraisy yang saat itu masih menyembah berhala. Namun Rasulullah tak pernah menyerah menyebarkan ajaran islam hingga akhirnya hijrah ke madinah yang merupakan tombak awal kejayaan islam.

Dakwah dalam perkembangannya telah mengalami perubahan yang sangat signifikan dikarenakan perkembangan zaman dan globalisasi Informasi yang mendunia. Globalisasi Informasi telah mencapai tingkat yang sangat nyata, hal ini

ditunjang oleh teknologi yang semakin berkembang di kalangan manusia modern saat ini. Hampir dapat di temukan televisi di setiap rumah tidak hanya dikota tetapi juga di pelosok desa.

Televisi merupakan media penyiaran yang secara keseluruhan mencakup berbagai hal baik itu hiburan, informasi, pendidikan maupun kontrol sosial sesuai dengan fungsi dan perannya sebagai media penyiaran. Apapun yang disajikan media saat ini merupakan produk yang mengandung salah satu dari empat fungsi media.

Dalam perkembangan tersebut, dakwah merupakan proses penyampaian yang dilakukan untuk mengajak dan menyeru umat manusia untuk beralih kepada hal yang baik. Dakwah tidak hanya disampaikan kepada sesama muslim tetapi dapat di siarkan kepada masyarakat umum karena sifatnya yang menyeru kepada umat manusia sesuai dengan firman Allah Swt dalam QS. An-Nahl (16) :125 sebagai berikut:

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan Hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang Mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”
(Q.S.An-Nahl: 125)¹

Ayat di atas menjelaskan tentang metode dakwah yang dapat digunakan dalam menyampaikan dakwah kepada umat manusia secara umum. Dari ayat tersebut dapat dipahami prinsip umum tentang metode dakwah Islam yang menekankan pada

¹Departemen Agama Republik Indonesia , *Al-Quran dan Terjemahan*. (Bandung: Mizan. 2012), h. 224

tiga prinsip umum yaitu; metode *hikmah*, metode *mau'izah khasanah*, metode *mujadalah billati hia ahsan*, dimana banyak penafsiran para Ulama terhadap tiga prinsip metode tersebut.²

Metode hikmah menurut Syekh Mustafa Al-Maroghi dalam tafsirnya mengatakan bahwa hikmah yaitu; Perkataan yang jelas dan tegas disertai dengan dalil yang dapat mempertegas kebenaran, dan dapat menghilangkan keragu-raguan.³

Metode mau'izah khasanah menurut Ibnu Syayyidiqi adalah memberi ingat kepada orang lain dengan pahala dan siksa yang dapat menaklukkan hati.

Metode mujadalah dengan sebaik – baiknya berdakwah. Menurut Imam Ghazali dalam kitabnya *Ikhya' Ulumuddin* menegaskan agar orang – orang yang melakukan tukar pikiran itu tidak beranggapan bahwa yang satu sebagai lawan bagi yang lainnya, tetapi mereka harus menganggap bahwa para peserta mujadalah atau diskusi itu sebagai kawan yang saling tolong – menolong dalam mencapai kebenaran.⁴ Selain metode di atas Rasulullah Muhammad saw., juga menjelaskan tentang metode dakwah dalam hadits riwayat Muslim berikut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ [رواه مسلم]

Artinya:

“Dari Abu Sa’id Al Khudri radiallahuanhu berkata : Saya mendengar Rasulullah *shallallahu`alaihi wa sallam* bersabda: “Siapa yang melihat kemungkaran maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka

²Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat: antara Muslim dan non Muslim*, (Purwokerto: Stainpress, 2007), h. 6

³Ahmad Mustafa Al-Maroghi, *Tafisr Al-Maraghi Jilid V.* diterjemahkan oleh: Hery Noer Aly, K. Anshori Umar Sitanggal dan Bahrn Abubakar (Semarang : Toha Putra, 1992), h. 161

⁴Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Ghozali, *Ikhya' Ulumuddin*, (Libanon: Dar Al-Kutub Ilmiah, 2006), h. 66

rubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman.” (HR. Muslim)⁵

Hadis tersebut menjelaskan bagaimana sikap dan nasehat Rasulullah untuk mengubah kemungkaran itu dengan tiga cara yaitu dengan kekuatan (tangan), dengan lisan dan terakhir bila kita tak mampu menggunakan dua hal sebelumnya maka gunakanlah hati kita untuk menolak kemungkaran tersebut. Namun ada hal yang paling ditegaskan di akhir hadis tersebut bahwa menolak dengan hati merupakan kelemahan bagi kita selaku umat muslim. Maka kitalah yang akan memilih bagaimana kita mencegah kemungkaran terjadi di muka bumi. Karena mencegah kemungkaran merupakan bagian dari wujud keimanan yang merupakan pertanda bahwa iman seseorang dapat bertambah dan berkurang dalam melaksanakan syari'at.

Media televisi sebagai salah satu siaran yang mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Tentunya memiliki peranan tersendiri dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Televisi pada masa orde baru hanya dikenal TVRI saja. Namun, seiring berkembangnya industri pertelevisian, saat ini dikenal banyak televisi nasional dan adapula televisi lokal. Saat ini televisi Nasional yang ada Di Indonesia setidaknya yang bersiaran aktif ada 11 stasiun TV Nasional diantaranya, TVRI, Metro, TV One, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, MNC Tv, Global TV, Trans TV, dan Trans7. Ke sebelas Stasiun televisi tersebut berpusat di Ibukota dan memiliki pemancar yang menjangkau seluruh Indonesia. Sedangkan untuk televisi lokal jauh lebih banyak tergantung dari lokal daerahnya.

Pada data tahun 2008, Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002 telah menghimpun sebanyak 23 industri televisi lokal. Pada tahun 2013 bertambah hingga

⁵Ahmad Mudjab Mahalli, *Hadis-Hadis Mutafaq 'Alaih Bagian Ibadat*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 53

menjadi 42 stasiun televisi lokal yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Sedangkan masih ada sekitar 100 lebih stasiun TV lokal yang belum terhimpun di ATVLI dan beberapa dalam proses pembentukan.⁶

Adanya penambahan jumlah stasiun televisi lokal dalam kurun waktu empat tahun memperlihatkan geliat semangat dari pelaku industri televisi lokal. Mereka menyediakan media untuk menyuguhkan konten-konten lokal serta isu-isu dan persoalan-persoalan lokal dari daerah masing-masing kepada pemirsanya.

Rachmiati mengemukakan bahwa beragam program acara yang disajikan televisi lokal mulai dari berita, musik dan hiburan, program kesenian dan kebudayaan, hingga potensi ekonomi lokal memungkinkan masyarakat untuk dapat memilih program acara yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Program acara bernuansa lokal menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat menonton televisi lokal.⁷

Saat ini media nasional memiliki tingkat penonton (*rating*) yang cukup tinggi dibandingkan dengan media lokal di Makassar. Untuk saat ini dikenal 5 media lokal di Makassar yaitu Fajar Tv, Makassar Tv, Celebes Tv, Sun Tv dan VChannel yang baru mengudara di tahun 2014. Kelima media lokal ini memiliki segmentasi dan program berbeda untuk menarik perhatian penontonnya. Untuk empat stasiun televisi lokal yang telah bersiaran sejak beberapa tahun yang lalu, yaitu:

1. Makassar TV

Makassar TV adalah stasiun televisi lokal pertama yang berada di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia. Makassar TV didirikan pada tanggal 23 November 2003. Dengan nama perusahaannya PT. Lintas

⁶Metri Novarinda Asmar. "Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya". *Skripsi* .(Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2011). h. 11

⁷Metri Novarinda Asmar. "Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya". *Skripsi* h. 1

Visual Cemerlang. Slogannya adalah Tivi ta' Semua. Stasiun televisi ini merupakan jaringan dari Kompas TV pada kanal 23 UHF.

2. Fajar TV

Fajar TV merupakan salah satu stasiun televisi lokal di kota Makassar. Stasiun Televisi yang menggunakan bahasa Makassar dalam program acaranya ini beroperasi pada frekuensi 49 UHF. Direktur Stasiun Televisi yang memiliki motto Makassar Sebenar-benarnya Makassar saat ini dijabat oleh M Sahlan Kartono. Fajar TV dimiliki oleh surat kabar Fajar dan Grup Jawa Pos. Stasiun televisi ini merupakan anggota jaringan JPMC.

3. SUN TV Makassar

SUN TV Makassar adalah stasiun televisi lokal Ketiga yang berada di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia. SUN TV Makassar Sejak Mengudara Sejak 14 Januari 2009. Dengan nama perusahaannya PT. SUN Televisi Makassar. Slogannya adalah Televisi Refrensi Sulawesi Selatan. Siaran Lokal SUN TV Makassar Hadir Setiap Hari Pukul 13.00 S/D 14.00 Wita, 16.00 S/D 18.00 Wita Dan Pukul 23.00 S/D 24.00 Wita Stasiun televisi ini merupakan jaringan dari SINDOtv.

4. Celebes TV

Celebes TV adalah Stasiun Televisi Berita Lokal - pertama di Indonesia. Diluncurkan 16 Juli 2011. Dengan Tagline "Terkini Dari Tradisi Sulawesi", Celebes TV Menyuguhkan Berbagai Program Berita, Talkshow, Dan Program Lain Dengan Konten Lokal, Namun Dikemas Menarik Dan Tentu Saja, Informatif. Dengan Sumber Daya Manusia yang masih muda, Celebes TV akan terus berinovasi bagi pemirsa Sulawesi Selatan. Kini, Celebes TV yang ada di kanal 31 UHF, sudah bisa ditonton di 6 Kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan. Antara lain, Makassar, Maros, Pangkep, Barru, Gowa, Takalar, dan Jeneponto. Ke depannya, jangkauan Celebes TV tentu saja akan diperluas.⁸

Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa di Kota Makassar untuk empat stasiun televisi lokal yang bersiaran, yaitu Makassar TV, Fajar TV, Sun TV Makassar, dan Celebes TV. Stasiun televisi lokal yang paling sering ditonton oleh pemirsa di Kota Makassar. Disusul oleh Celebes TV, Fajar TV dan terakhir adalah Sun TV Makassar.⁹ Untuk televisi lokal VeChannel yang mulai mengudara di tahun 2014 belum terdapat data terbaru. Keempat stasiun televisi tersebut hingga

⁸<http://id.wikipedia.org> diakses 23 Januari 2014

⁹Ratnasari Mashud, "Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa Kota Makassar". *Skripsi* (Universitas Hasanuddin. 2013) h. 126

saat ini saling berkompetisi untuk memperoleh tempat di hati pemirsa Makassar. Mereka berusaha membuat berbagai siaran yang mengeksplor keindahan dan kebudayaan yang ada di kota Makassar. Siarannya pun telah beraneka ragam, meliputi berbagai program acara seperti berita, talkshow, religi, musik, sport, televisi magazine, features, dan lainnya.

Celebes TV sebagai salah satu siaran televisi lokal menampilkan sebuah siaran religi dengan pola berbeda dengan siaran religi lain yang di tampilkan media lainnya. Celebes TV dengan tag line “Terkini dalam Tradisi Sulawesi” menyajikan siaran religi “Asyiknya Berislam” dengan tampilan berbeda yang menyegarkan. Siaran religi “Ayiknya Berislam” pada umumnya dikemas sama dengan siaran religi lainnya dengan menghadirkan ibu majelis taklim. Namun jika diperhatikan dengan seksama ada yang berubah setiap minggunya, yaitu dai atau penceramah yang ditampilkan tidak sama.

Bila kita perhatikan televisi nasional yang ada di Indonesia saat ini, yang populer seperti “Islam Itu Indah” dengan penceramahnya ustaz Maulana dan “Mamah dan Aa” dengan penceramahnya Mamah Dedeh atau Ustazah Rasyidah. Kedua acara tersebut memiliki banyak penonton hampir di seluruh Indonesia dengan ciri Khas masing-masing yang berbeda. Bila Islam itu Indah menampilkan gaya Humor Ustaz Maulana, Mamah dan Aa menampilkan pembawaan Mamah Dedeh yang lugas dan mampu memberi jawaban untuk permasalahan keluarga (sifat keibuan jauh lebih ditonjolkan) sehingga terjadi komunikasi persuasif dengan penonton dan pemirsanya di rumah. Saat ini dakwah telah berkembang menjadi sebuah *icon* yang dimunculkan oleh media.

Berbagai media memiliki kesan tersendiri terhadap dakwah. Berdasarkan hal ini peneliti merasa perlu lebih mengkaji tentang model dakwah yang diterapkan oleh

sebuah media dalam menyiarkan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian terhadap program siaran *Asyiknya BerIslam* yang ditayangkan di Celebes TV sebagai salah satu program siaran religi yang berpusat di kawasan Makassar dan sekitarnya. Dengan demikian model dakwah dalam perkembangannya akan lebih menitikberatkan pada model dakwah yang diterapkan pada pertelevisian saat ini terutama pertelevisian lokal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahannya yaitu bagaimana model dakwah yang diterapkan pada program siaran *asyiknya berislam* di Celebes TV.

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut , maka penulis merumuskan sub pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan *jama'ah* terhadap siaran *Asyiknya BerIslam* di Celebes TV?
2. Bagaimana Model Dakwah pada program siaran *Asyiknya BerIslam* di Celebes TV?
3. Bagaimana peluang dan tantangan yang harus dihadapi dengan Model Dakwah pada program siaran *Asyiknya BerIslam* di Celebes TV?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul “Studi Model Dakwah Terhadap Acara *Asyiknya BerIslam* di Celebes TV”. Penelitian ini akan berfokus pada Model dakwah yang di gunakan dalam program siaran *Asyiknya berislam* di Celebes TV dan faktor apa yang menghambat dan mendukung model tersebut.

2. Deskripsi Fokus

Bedasarkan pada fokus penelitian dari judul tersebut, maka dapat di deskripsikan substansi permasalahan dan substansi pendekatan pada metode yang digunakan dalam program siaran *Asyiknya BerIslam* di Celebes TV. Oleh karena itu, penulis memberikan deskripsi fokus sebagai berikut:

1) Program Siaran *Asyiknya BerIslam*

Siaran *Asyiknya BerIslam* merupakan salah satu siaran religi yang di tayangkan di Celebes TV dengan model pembawaan ceramah atau tausyiah dan dengan menghadirkan da'I yang berbeda. Hal yang menarik dari kegiatan siaran ini bahwa siaran dilakukan secara *live* maupun *taping* dengan setiap minggunya menghadirkan ustad atau penceramah yang berbeda di mesjid berbeda dengan *mad' u* yang berbeda pula.

2) Model Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab yang berarti menyeru atau memanggil. Dakwah dapat diterjemahkan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk mengajak manusia secara umum dan umat Islam secara khusus untuk melaksanakan perbuatan yang baik. Secara terminologis, menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A., dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹⁰

Dalam komunikasi dakwah dikenal 3 model yaitu monologis, dialogis dan transaksional.¹¹ Model dakwah ini tidak terlepas dari metode dakwah yang

¹⁰ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1985), h. 1

¹¹Fitriani, “ Model Komunikasi Dakwah M.Natsir ” Juli 2010. <http://fitrianiaduddin.wordpress.com/2010/07/02/komunikasi-dakwah-m-natsir/> (akses 10 juni 2014)

digunakan dalam menyampaikan dakwah tersebut. Hal ini dikarenakan Metode dakwah lebih mengarah kepada cara atau strategi yang di gunakan seorang Da'i dalam menyampikan materi dakwahnya.¹²

D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan berbagai literatur yang relevan dan mendukung penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan beberap tulisan dan buku yaitu diantaranya:

1. Buku yang berjudul *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya* yang merupakan karya dari Muliadi S.Ag., M.Sos.I. buku ini menjelaskan tentang metode dakwah saat ini yang mengikuti perkembangan zaman dan dapat dilaksanakan dengan berbagai media termasuk TV. Buku ini menjelaskan tentang pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, teori komunikasi dan dakwah efektif serta bentuk- bentuk pelaksanaan dakwah efektif.¹³
2. Tulisan atau skripsi yang terkait yaitu skripsi dari saudara Mutmainnah Hakim dengan judul “Efektifitas Media Televisi sebagai Sarana Komunikasi Dakwah (Studi terhadap Program Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV)”. Skripsi ini menjelaskan bahwa televisi saat ini merupakan salah satu media yang efektif dalam berdakwah. Penelitian yang dilakukan pada siaran asyiknya berislam di Celebes TV lebih menekankan pada fungsi televisi sebagai media dakwah. Penelitian ini juga lebih menekankan pada konsep jurnalisme yang ada pada program siaran asyiknya berislam. Walaupun penelitian ini membahas tentang asyiknya berislam sebagai siaran religi namun lebih

¹²Acep Aripuddin. *Pengembangan Metode Dakwah” Respons Da’I terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai”*. (Jakarta: Grafindo Persada, 2011) h. 51

¹³Muliadi, *Dakwah Efektif “Prinsip, Metode dan Aplikasinya”*. (Makassar: Alauddin University Press. 2012).

terfokus pada konsep jurnalisme, dan media. Pembahasan mengenai efektifitas lebih mengarah pada masalah komunikasi verbal. Sedangkan penelitian saya bertujuan untuk lebih memahami model dakwah yang diterapkan dalam Program Siaran Asyiknya Berislam, bagaimana pandangan jama'ah dan sejauhmana faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan dakwah tersebut.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara khusus peneliti ingin lebih mengetahui pandangan *jama'ah* terhadap siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV.
2. Peneliti juga ingin lebih memahami Model Dakwah yang diterapkan pada program siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV.
3. Peneliti juga ingin memahami peluang dan tantangan yang harus dihadapi dalam penerapan Model Dakwah pada program siaran Asyiknya BerIslam di Celebes TV.

Adapun manfaat yang diharapkan calon peneliti nantinya adalah:

1. Peneliti berharap nantinya hasil penelitian dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai dasar dalam pengembangan Model dakwah yang sesuai dengan masa sekarang ini.
2. Peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi yang baik dan berguna bagi mahasiswa lain kelak.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Konsep Siaran Televisi*

1. Pengertian Televisi

Televisi merupakan media elektronik audiovisual. Televisi pertama kali dikembangkan oleh seorang ilmuwan berkebangsaan Jerman bernama Paul Nipkow pada Tahun 1884.¹ Televisi merupakan salah satu media yang cukup berkembang sejak awal abad ke-18.

Televisi hadir di tengah masyarakat dan mampu memberikan pengaruh yang cukup besar. Data terakhir menunjukkan bahwa saat ini terdapat sekitar 20-23 juta rumah tangga yang memiliki televisi. Tidak kurang dari 18 jam sehari berbagai acara dan informasi dijejalkan dihadapan pemirsa di seluruh tanah air.²

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Untuk itulah, dalam menyampaikan pesan-pesannya televisi juga mempunyai kekhususan.³ Sifat televisi sebagai media elektronik adalah sifatnya yang audiovisual dan *unreliable* atau tidak bisa diulang. Sehingga pemirsa harus meperhatikannya dengan seksama karena tidak dapat diulang kembali.

¹Deddy Iskandar Muda. *Jurnalistik Televisi” Menjadi Reporter Profesional”*. (Cet. 2, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2005) h. 4

²Muliadi. *Komunikasi Islam*. (Makassar: Alauddin University Press, 2012) h. 71

³Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. (Jakarta: Kencana, 2008) h.3

Sebagai media massa elektronik yang bergantung pada teknologi modern maka televisi menjadi media dengan proses produksi yang mahal dan untuk menutupi pendanaan tersebut media memperolehnya dari pemasang iklan. Pemasang iklan tidak akan serta-merta bekerjasama dengan media tersebut tanpa memperhatikan kredibilitas media. Kredibilitas sebuah stasiun televisi ditunjang kualitas siaran yang ditampilkan baik itu berita, hiburan maupun seluruh siaran yang tercakup di dalamnya.⁴

Saat ini paling tidak dikenal 9 produk teknologi pertelevisian yang digunakan sebagai media penyampai pesan, antara lain:

- a. *High Definition Video System*
- b. *System Imax*
- c. *System Diamond Vision*
- d. *System Teletext*
- e. *System Still Picture Broadcasting*
- f. *System Cable Television*
- g. *System Pay Television*
- h. Sistem Siaran Satelit Langsung
- i. *System High Definition Television*

Kesembilan produk teknologi pertelevisian ini digunakan untuk keperluan yang berbeda tergantung pada kualitas gambar, jarak siaran dan jumlah siaran yang bisa diterimanya. Televisi yang umum digunakan saat ini adalah *System Cable Television* dan sistem siaran satelit langsung.

2. Program Siaran Televisi

⁴Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. h. 5

Siaran televisi sebagai pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Pancaran sinyal tersebut diterima oleh antena televisi untuk kemudian diubah kembali menjadi gambar dan suara. Untuk menyelenggarakan siaran televisi dibutuhkan tiga komponen yang disebut trilogi pertelevisian yaitu:

- a. Studio dengan berbagai sarana penunjangnya,
- b. Pemancar atau transmisi dan
- c. Pesawat penerima atau televisi.⁵

Ketiga komponen tersebut merupakan komponen yang mendukung penyelenggaraan siaran televisi.

Kekuatan media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik, kabel dan fiber yang dipancarkan (transmisi) melalui satelit. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa, cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi, cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (ekspresif). Salah satu hal yang paling berpengaruh dari daya tarik televisi adalah bahwa informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas, dan sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran-siaran televisi.

Pada umumnya isi program siaran di televisi atau radio (media elektronik) meliputi acara sebagai berikut:

-) News reporting (laporan berita)
-) Talk show
-) Call in-show

⁵Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. h. 3

-) Documentair
-) Magazine/ tabloid
-) Rural program
-) Advertising
-) Education / instructional
-) Art & culture
-) Music
-) Soap operas/ sinetron/ drama
-) Tv movie
-) Game show/ kuis
-) Comedy & lain-lain⁶

B. Model Komunikasi Dakwah

1. Pengertian Komunikasi dan Dakwah

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Communication* yang memiliki arti hubungan, berita, pengumuman dan pemberitahuan.⁷ Jadi sifat komunikasi adalah informatif yaitu disampaikan kepada orang lain, baik berupa berita, pengumuman maupun pemberitahuan diantara orang yang memiliki hubungan satu sama lain. Dalam memahami komunikasi dapat dipahami secara umum dan secara paradigmatic.

Secara umum, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari diri kita sejak kita memulai aktifitas kita dari bangun tidur hingga tidur kembali.⁸ Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi dapat berlangsung secara verbal maupun

⁶Deddy Iskandar Muda. *Jurnalistik Televisi menjadi Reporter Profesional*. h. 9

⁷M.Echols dan Hassan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: Gramedia 1982) h. 131

⁸Arifuddin Tike, *Etika Komunikasi” Suatu kajian kritis Berdasarkan Al-Quran”*. (Makassar: Alauddin University Press,2012) h. 6

nonverbal, sehingga baik itu ucapan, gerak tubuh maupun mimik wajah merupakan bagian dari aktifitas komunikasi. Manusia melangsungkan aktifitasnya melibatkan manusia lain. Hubungan yang dijalin merupakan bagian dari komunikasi sehingga terjadi interaksi.

Secara paradigmatis atau secara terminologi, komunikasi di definisikan sebagai mekanisme mengadakan hubungan dengan sesama manusia dengan mengembangkan semua lambang-lambang dan pikiran bersama dengan arti yang menyertainya. Menurut Carl I Hovland, komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat umum. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah bagian dari kehidupan sosial.⁹

Sedangkan pengertian dakwah sebelumnya telah diuraikan pada Bab I yaitu Dakwah berasal dari bahasa arab yaitu kata - يدعو - yang berarti menyeru atau memanggil.¹⁰ Dakwah dapat diterjemahkan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk mengajak manusia secara umum dan umat Islam secara khusus untuk melaksanakan perbuatan yang baik. Secara terminologis, menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A., dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹¹ Dakwah menurut syekh Ali Mahfuz adalah mengajak manusia kepada kebaikan Allah SWT. Menyeru mereka kepada kebiasaan

⁹Arifuddin Tike, *Etika Komunikasi Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran*, h. 7

¹⁰A. Ilyas Ismail, Pria Hotman. *Filsafat Dakwah, rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. (Jakarta: kencana,2011) h. 27

¹¹Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1985) h. 1

yang baik dan melarang mereka dari kebiasaan buruk supaya mendapatkan kebaikan di dunia dan di akhirat.¹²

Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memotivasi orang dengan basirah.¹³ Dakwah Islam dengan jalan Basirah artinya dakwah yang dilakukan dengan cara damai dan tenang bukan dengan kekerasan. Hal ini di tempuh dengan mempengaruhi faktor kognitif dan afektif seseorang (kecerdasan Intelektual dan emosional). Atau dalam bahasa lain disebut dengan dakwah persuasif.¹⁴

Dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi seorang muslim, dalam beberapa pendapat ulama berbeda pendapat tentang hukum dakwah, ada yang berpendapat bahwa hukum Fardhu'ain ada pula yang berpendapat bahwa hukumnya Fardhu Kifayah, hal ini di dasarkan pada QS. Ali Imran ayat 104:

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

Terjemahnya:

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (QS. Ali Imran: 104)¹⁵

¹²A. Ilyas Ismail, Pria Hotman. *Filsafat Dakwah, rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. h. 28

¹³ واما معنى الدعوة الى الله تعالى على بصيرة فهي: ان تكونى الداعية الى الله عالما بما يدعو الله, وعالمبال المدعوين والصال ما يصلح لهم و ينفعهم , وعالما ايضا بطريقة الدعوة الى الله تعالى , ذلك بالنصوص الشرعية وما عليه سلف الامة رضوان الله عليهم , مع الاخذ بالاساليب والوسائل الشرعية المتاحة , وترك الوسائل المنهى عنها.

“... adalah dai itu paham akan tugasnya itu, juga paham dengan keadaan dan seluk-beluk *mad'u* mengenai apa yang baik bagi mereka disamping mengenal metode dakwah dengan merujuk pada nas-nas yang syar’I dan cara yang di tempuh oleh salah yang shalih. Dakwah basirah juga berarti berdakwah dengan memanfaatkan berbagai fasilitas dan media yang syar’I dan meninggalkan cara-cara yang dilarang untuk berdakwah...” Azis ibn Farhan al-‘Anzi dan Taqdim Shalih ibn ‘Abdul ‘Azis, *al-Basirah fi al-Da’wah ila Allah* , (Abu Dhabi: Dar Imam Malik , 2005) h. 14

¹⁴A. Ilyas Ismail, Pria Hotman. *Filsafat Dakwah, rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. h. 30

¹⁵Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan*, (Bandung: Mizan, 2012) h.50

Beberapa pendapat mengartikan kata adalah dari kalian yang berarti menunjuk kepada seluruh umat. Adapula yang mengartikannya sebagian kalian yang berarti kewajiban tersebut hanya ditujukan untuk sebagian orang saja yang memiliki kapabilitas tertentu sehingga dapat melaksanakan dakwah.¹⁶ Dakwah sendiri meliputi tiga hal yang menjadi esensi dasarnya yaitu menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah kemungkaran.

2. Model Komunikasi

Menurut Deutsch (1952) menyatakan bahwa model adalah struktur simbol dan aturan kerja yang diharapkan selaras dengan serangkaian poin yang relevan dalam struktur atau proses yang ada. Model sangat vital untuk memahami proses yang lebih kompleks. Proses tersebut merupakan bentuk seleksi dari abstraksi. Oleh karena itu model menunjukkan penilaian dan relevansi yang mengimplikasikan sebuah teori tentang sesuatu yang dimodelkan.¹⁷

Model dapat memberikan kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis suatu masalah, meskipun dalam versi awalnya model tidak akan menghasilkan sesuatu yang pasti diakhirnya atau justru meberikan penjelasan tentang kesenjangan pengetahuan kita dan apa yang terjadi. Dalam perkembangannya model komunikasi senantiasa mengalami perubahan dan hal ini ditunjang kemampuan dasar manusia dalam menguasai media massa.

Model memiliki fungsi dan peranan tersendiri yaitu mengorganisir, *heuristic*, *prediktif*, dan mengukur. Fungsi model untuk mengorganisir dapat dipahami pada kemampuan untuk mengatur dan menghubungkan data dan menunjukkan kesamaan

¹⁶Imam Jalaluddin Al-Mahalli dan Imam Jalaluddin As-Suyuti, *Tafsir Jalalain*, Jilid I diterjemahkan oleh Bahrun Abubakar (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2010) h. 249

¹⁷Werner J. Severin, James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Edisi Kelima (Jakarta: Kencana, 2005) h. 53

dan hubungan data yang tak terlihat sebelumnya.¹⁸ Selain itu *heuristic* disini memiliki peran sebagai penjelas secara umum untuk sesuatu yang dimodelkan. Sesutu yang dimodelkan akan memberikan gambaran tentang sesuatu dari prediksi yang ditentukan berdasarkan model tersebut. Prediksi tersebut dapat diukur dan dirasioakan untuk akhirnya dijadikan perbandingan.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menjelaskan 3 model komunikasi :

a. Model Komunikasi Linier

Model komunikasi linier, yaitu model komunikasi satu arah. Dimana komunikator memberikan suatu stimulus dan komunikan memberikan respons atau tanggapan yang diharapkan, tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Seperti teori jarum hipodermik, asumsi-asumsi teori ini yaitu ketika seseorang mempersuasi orang lain maka ia “menyuntikan satu ampul” persuasi kepada orang lain itu, sehingga orang lain tersebut melakukan apa yang ia kehendaki.

b. Model Komunikasi Interaksional

Model komunikasi dua arah adalah model komunikasi interaksional, merupakan kelanjutan dari pendekatan linier. Pada model ini terjadi komunikasi umpan balik gagasan. Ada pengirim yang mengirimkan informasi dan ada penerima yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respons balik terhadap pesan dari pengirim. Dengan demikian komunikasi berlangsung dalam proses dua arah, sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai sender, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai receiver, terus seperti itu sebaliknya.

c. Model komunikasi transaksional

¹⁸Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 54

Model komunikasi transaksional, yaitu komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan diantara dua orang atau lebih. Proses komunikasi ini menekankan semua perilaku adalah komunikatif dan masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki konten pesan yang dibawanya saling bertukar dalam transaksi.¹⁹

Selain pendapat Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss tentang tiga model komunikasi, ada beberapa model komunikasi pada penelitian awal komunikasi yaitu antara lain:

a. Model Lasswell

Harold Lasswell mengusulkan sebuah model verbal awal komunikasi yang meliputi beberapa hal yang merupakan unsur dari komunikasi yaitu:

-) Unsur sumber (*who*, siapa)
-) Unsur pesan (*says what*, mengatakan apa)
-) Saluran komunikasi (*in which channel*, pada saluran yang mana)
-) Unsur Penerima (*to whom*, kepada siapa)
-) Unsur pengaruh (*with what effect*, dengan pengaruh atau dampak apa)²⁰

Model Lasswell digunakan dalam berbagai aplikasi komunikasi massa. Namun demikian model ini juga mendapat banyak kritikan dari berbagai pihak karena mengimplikasikan komunikator dan pesan bertujuan. Selain itu, lasswell juga terlalu menyederhanakan model komunikasi yang ada, tetapi model ini juga memfokuskan pada aspek-aspek penting komunikasi.²¹

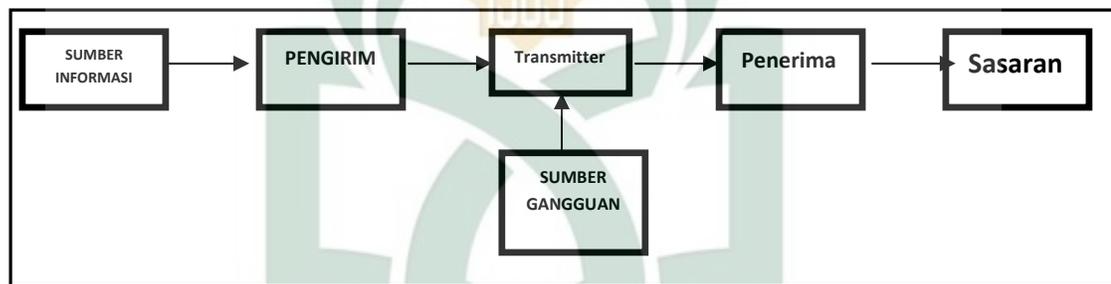
¹⁹<http://fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/07/02/komunikasi-dakwah-m-natsir/> (Akses 10 Juni 2014)

²⁰Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 55

²¹Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 56

b. Teori Matematis Warren Weaver dan Shannon

Warren weaver menyajikan sebuah diagram skematik komunikasi yang membuahakan banyak model lain dalam prose komunikasi. Dalam proses tersebut seorang *komunikator* menghasilkan sebuah pesan yang harus dikomunikasikan dari serangkaian kemungkinan pesan. Sebuah transmitter akan mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran dan selanjutnya mengirimkan pesan tersebut kepada penerima(*komunikan*). Selanjutnya penerima akan merekonstruksi sinyal tersebut menjadi pesan kembali.²² Berikut ini diagram Skematik Sistem Komunikasi Umum dari Shannon:



Gambar 2.1 Diagram Skematik Sistem Komunikasi Weaver-Shannon.

c. Model Osgood

Pada tahun 1945, Osgood menyatakan bahwa model komunikasi milik Shannon dan Weaver, dikembangkan untuk diaplikasikan pada masalah-masalah mekanik, bukan dimaksudkan untuk komunikasi manusia. Model tersebut dikembangkan dari teori makna dan dari proses psikolinguistik secara umum.²³ Sehingga terjadi perbedaan antara fungsi dari model komunikasi yang dikembangkan Shannon dan Weaver dibandingkan dengan model Osgood.

²²Werner J. Severin, James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 56-57

²³Werner J. Severin, James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 65

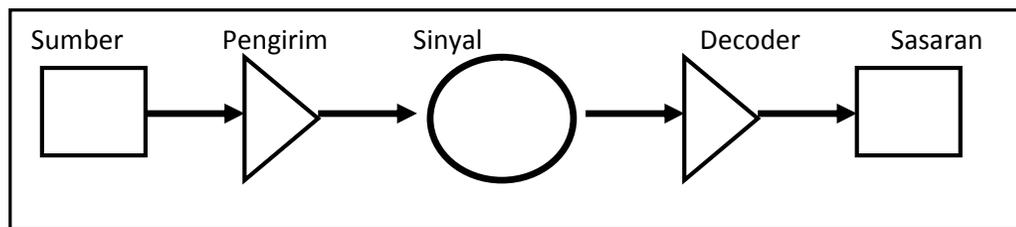
Osgood memberi fungsi pengiriman dan penerimaan dalam suatu individu dan Dia juga memasukkan makna simbol-simbol. Dalam pandangan Osgood, setiap orang dalam komunitas wicara (*Speech Community*) dipandang sebagai sistem komunikasi yang lengkap yang sejenis dengan model Shannon dan Weaver dengan modifikasi untuk mengirim dan menerima pesan yang disebut unit komunikasi.²⁴ Osgood menekankan pada sifat sosial komunikasi dan mengartikan pesan sebagai keluaran atau (*output*) total dari sumber yang menjadi masukan total dari sebuah sasaran.

d. Model Schramm

Schramm bergerk dari model komunikasi awal yang sangat sederhana menuju model yang jauh lebih kompleks dengan memasukkan akumulasi pengalaman dua orang yang berusaha berkomunikasi dan kemudian ke model yang memasukkan komunikasi manusia dengan interaksi antara dua individu.

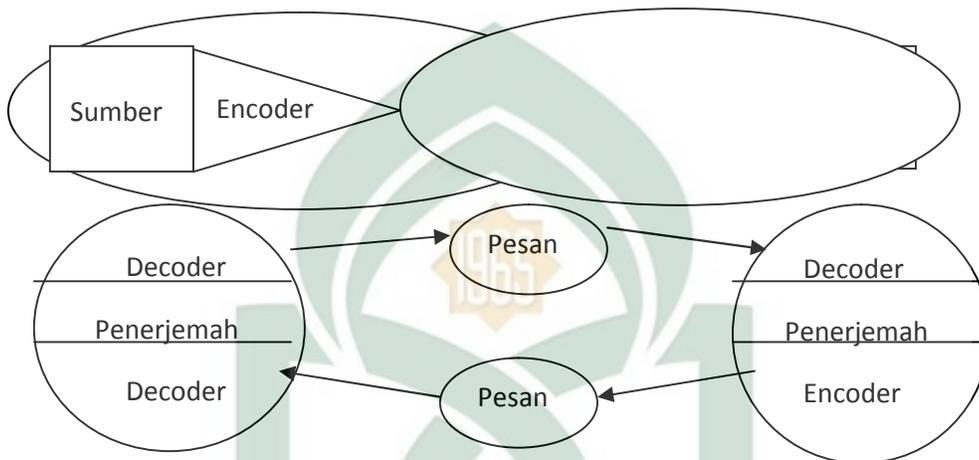
Model pertama menjelaskan pada model komunikasi Shannon-Weaver. Pada model kedua, schramm mengenalkan pemikiran bahwa hanya apa yang dialami bersama oleh sumber dan sasaran yang benar-benar dikomunikasikan, hanya pada bagian sinyal karena hal itulah yang dipahami bersama oleh sumber dan sasaran. Pada model ketiga berhubungan dengan komunikasi sebagai interaksi antara keduanya dalam penyandian, pengiriman, penyandian balik(*decoding*), dan penerimaan sinyal.

²⁴Werner J. Severin, James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 65



Area pengalaman

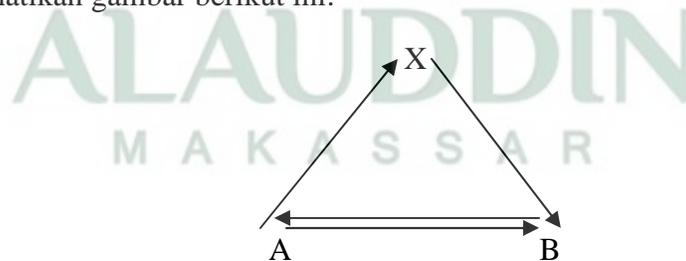
Area pengalaman



Gambar 2.2 Tiga Model Shannon

e. Model Simetri Newcomb

Model newcomb diambil dari diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh pakar psikologi sosial dan merupakan salah satu formulasi awal dari konsistensi kognitif. Perhatikan gambar berikut ini:



Gambar 2.3 Model Dasar A-B-X newcomb.

Dalam bentuk tindakan komunikasi yang paling sederhana seseorang A, mengirim Informasi pada orang lain yaitu B, tentang sesuatu yaitu X. Model itu menganggap bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X itu saling

bergantung (*Interdependent*) dan ketiganya membentuk sebuah system yang terdiri dari empat orientasi.

Pada model Newcomb, komunikasi adalah cara yang biasa dan efektif bagi individu untuk berorientasi dengan lingkungan mereka. Ini merupakan model untuk tindakan komunikasi yang melibatkan dua orang. Newcomb membuat postulat dari modelnya itu sebagai berikut:

1. Semakin kuat daya ko-orientasi A berkenaan dengan B dan X, maka semakin besar ketegangan A terhadap simetri dengan B berkenaan dengan X dan semakin besar kecenderungan meningkatnya simetri sebagai akibat satu tindakan komunikatif atau lebih.
2. Semakin berkurang ketertarikan antara A dan B, semakin ketegangan terhadap simetri di batasi oleh syarat asosiasi pada X tertentu yang menjadi tujuan ko-orientasi.²⁵

Model Newcomb mengimplikasikan bahwa suatu sistem tertentu bisa mempunyai ciri keseimbangan daya dan bahwa setiap perubahan pada sembarang bagian dari sistem itu akan menimbulkan ketegangan pada keseimbangan. atau ketiadaan simetri secara psikologis akan menimbulkan tekanan internal untuk mengembalikan keseimbangan tersebut.

f. Model Westley-Maclean

Dalam model Westley-Maclean pesan-pesan yang disampaikan dapat memiliki tujuan maupun tidak memiliki tujuan, sehingga ada umpan balik yang bertujuan. Pada model ini pesan menjadi pesan advokasi (komunikator) dan

²⁵Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 67-68

merupakan kepribadian atau sistem sosial yang mengirim pesan dengan tujuan tertentu.²⁶

g. Model Gerbner

Gerbner pada tahun 1956 mengembangkan model Lasswell dan menyajikan model verbal yang mengimplikasikan sepuluh bidang dasar riset komunikasi.

Tabel 2.1 Sepuluh bidang dasar Riset Komunikasi Gerbner

| No. | Model Verbal | Bidang Studi |
|-----|------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1 | Seseorang | Komunikator dan Riset Audiens |
| 2 | Melihat Suatu kejadian | Riset dan teori persepsi |
| 3 | Reaksi | Pengukuran keefektifan |
| 4 | Sebuah situasi | Studi <i>setting</i> fisik dan social |
| 5 | Beberapa sarana | Investigasi saluran, media, control terhadap fasilitas |
| 6 | Menyediakan material | Administrasi, distribusi dan kebebasan akses material |
| 7 | Bentuk | Struktur, organisasi, gaya dan pola |
| 8 | Konteks | Studi <i>setting</i> komunikasi, urutan |
| 9 | Isi | Analisis isi, studi makna |
| 10 | Konsekuensi | Studi perubahan keseluruhan |

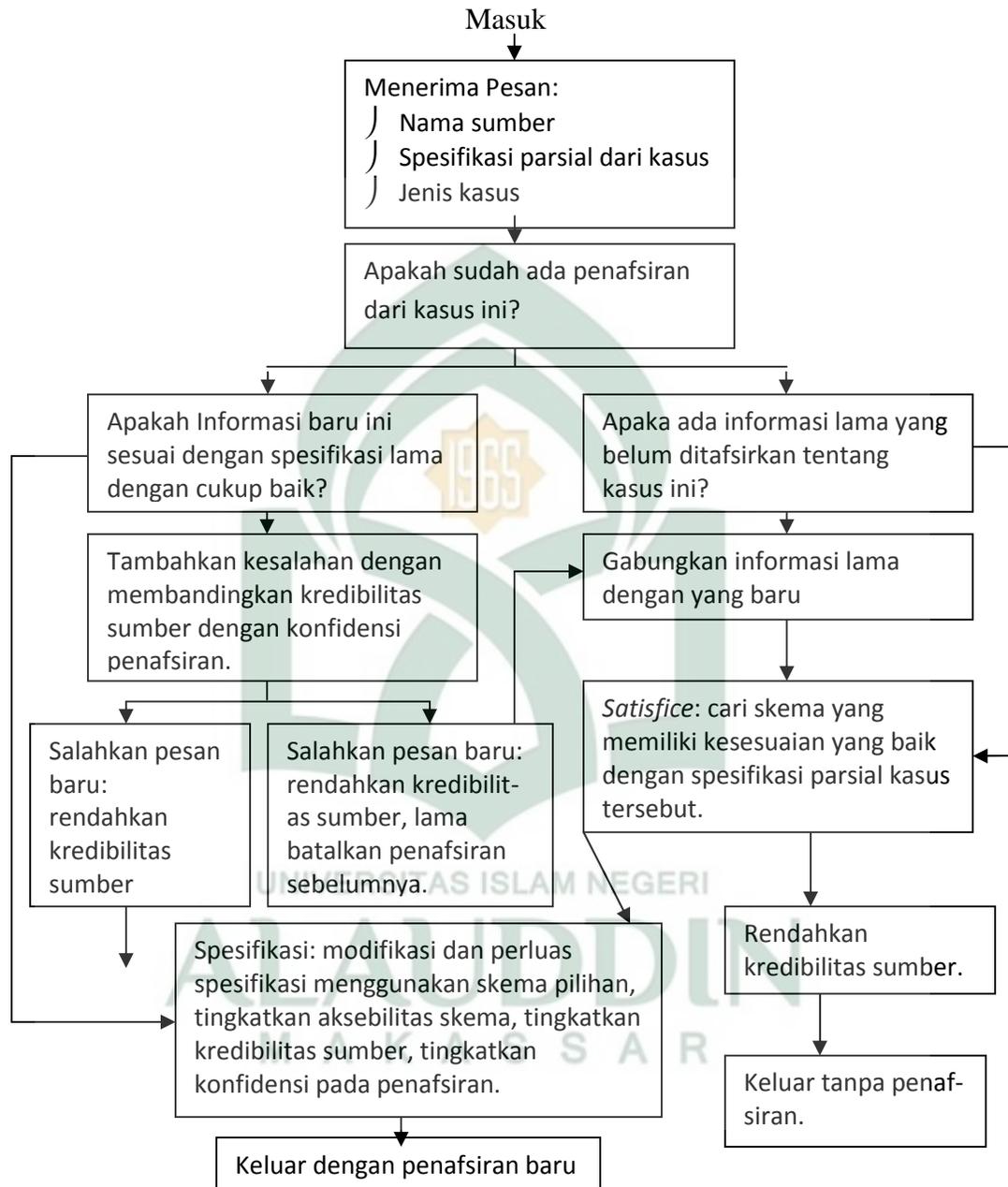
²⁶Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. h. 70

Model gerbner muncul sebagai pengembangan model Lasswell, tetapi gerbner juga mencakup perbandingan dengan model Shannon.

h. Teori Skema Pemrosesan Informasi

Rodert Axelrod membuat sebuah model komunikasi yang disebut teori skema pemrosesan informasi. Model Axelrod dimulai dari penerimaan pesan kemudian proses integrasi yang memunculkan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan konsep yang tersimpan dan kelayakannya diproses. Jika jawaban atas berbagai pertanyaan menunjukkan bahwa informasi tersebut cukup berharga dan mempunyai kesesuaian dengan skema pemikiran yang sudah mapan maka informasi tersebut akan diintegrasikan ke dalam skema-skema tersebut. Jika tidak, informasi baru atau sumbernya akan tidak dipercaya atau ditolak atau informasi tersebut menggantikan skema-skema pertanyaan lain.

Gambar 2.4 Teori Skema Pemrosesan Informasi (Model Axelrod)



i. Model Retorika (Rhetoric)

Model komunikasi ini menekankan pada seni berbicara dimana memiliki tujuan untuk mempengaruhi pendengarnya. Sehingga ada 3 komponen yang menjadi bagian dari komunikasi yaitu: pembicara (*rhetor*), pesan dan pendengar (*komunikan*). Model komunikasi rhetorica adalah model satu arah yang dilakukan komunikator kepada komunikan.²⁷

Pada dekade terakhir setelah usainya perang dunia kedua, retorika memegang peranan lebih penting. Menurut Aristoteles, hakikat retorika adalah persuasi, sedang definisi persuasi menurut Herbert Simmons sebagai komunikasi manusia yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah kepercayaan, nilai dan sikap mereka.²⁸

Carl I. Hovland bersama dengan kawan-kawannya menyatakan bahwa efek persuasi bersumber pada perubahan sikap, perubahan persepsi dan perubahan tingkhalaku. Atau dapat dikatakan bahwa sikap dapat dipandang sebagai suatu konseptualisasi yang mendasari setiap perubahan yang dapat diamati.²⁹

3. Dakwah Transformatif

Dakwah diidentikkan sebagai bagian dari sebuah komunikasi baik itu verbal maupun non verbal. Sehingga setiap perkembangan komunikasi pun akan memberikan pengaruh pada perkembangan dakwah. Komunikasi massa sebagai salah satu bentuk komunikasi memberikan peluang bagi berkembangnya dakwah. Dalam sebuah jurnal di jelaskan bahwa dakwah pada masa kini telah berada pada sisi dimana ia merupakan bagian tak terhindarkan dari sebuah media. Media memiliki

²⁷Muliadi. *Komunikasi Islam*, h. 8-9

²⁸Onong Oechyana Effendi. *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktik* (Cet; VIII: Bandung Remaja Rosdakarya, 1994), h. 58

²⁹Arifuddin Tike. *Etika Komunikasi; Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran*, h.50

peran untuk mempublikasikan dakwah sebagai bentuk edukasi yang merata bagi masyarakat secara umum. Dalam jurnal tersebut juga dijelaskan apa yang dimaksud dengan model dakwah transformatif, dimana masyarakat tidak serta merta berubah secara langsung tetapi melalui proses yang cukup kompleks.³⁰

Dakwah dalam pelaksanaan secara mendetail dijelaskan sebagai sesuatu yang atraktif dan aplikatif. Disinilah kemudian terjadi transformasi dakwah bila antara bagian-bagian atau unsur dakwah saling berhubungan satu sama lain. Dakwah transformatif lebih mengarah pada sebuah strategi sistemik pemberdayaan komunitas (*Ummah, Jama'ah*) untuk melakukan sebuah perubahan yang dinamis dari kondisi yang stagnan menuju produktivitas kreatif dengan format yang benar dan memiliki tujuan yang objektif.

Dakwah transformatif dijelaskan sebagai sesuatu yang berlandaskan pada logik epistemik yang bergerak dinamis mengikuti aspek *historical of prophetic experience*. Dimana aspek ini menjelaskan tentang konsep dakwah yang diajarkan sejak masa Rasulullah saw dan mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan zaman dan pengalaman para pelaku dakwah. Selain itu, dakwah transformatif juga merujuk pada aspek etik ontologik yaitu *normative of the message from the divine*.³¹ Juga dijelaskan bahwa landasan estetis axiologiknya adalah konvergensi produktif dari dimensi *teleo-historis* dan *onto-historis* yang berimplikasi pada

³⁰Husain Sulaiman. *Membangun Masyarakat Sehat Lingkungan dalam Jurnal Dakwah Tabligh Media Pengkajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. Edisi 4 Agustus 2003. Fakultas Dakwah IAIN Alauddin Makassar.

³¹Husain Sulaiman. *Membangun Masyarakat Sehat Lingkungan dalam Jurnal Dakwah Tabligh Media Pengkajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. Edisi 4 Agustus 2003. Fakultas Dakwah IAIN Alauddin Makassar. h. 125 baca juga M. Amin Abdullah. *Studi Agama antara Normativitas dan Historisitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1993) h.25

terwujudnya kreativitas melalui pemberdayaan sistemik. Hal tersebut menjadi indikasi terwujudnya dakwah transformatif.³²

Dakwah transformatif merupakan proses mengalihkan kenyataan sejarah yang berlangsung sebagai upaya memajukan kesadaran etik dan membumikan konsistensi moral yang dapat mendorong implementasi ikatan nilai.³³ Sehingga dakwah model ini berusaha mengalihkan bentuk pelaksanaan nilai-nilainya yang komprehensif ke bentuk dakwah yang lebih kekinian atau kontemporer. Sehingga bentuk pengalihan dakwah yang dimaksud dapat diterima dengan luas oleh masyarakat yang majemuk.

Dakwah model ini akan mengalami berbagai perubahan aspek tertentu yang berkaitan dengan substansi dari dakwah tersebut. Aspek yang dimaksud meliputi:

- a. Transformasi tematik, adalah mengalihkan bentuk-bentuk tema dakwah yang berlangsung dalam sejarah dakwah nabi ke dalam konten/ isi materi kekinian yang relevan dan fleksibel dengan tema yang diangkat, tanpa meninggalkan prinsip-prinsip etik dakwah Nabi. Tema yang diangkat biasanya meliputi masalah aqidah, muamalah dan akhlak.
- b. Transformasi metodik, adalah bagian dari upaya mengalihkan metode dakwah Rasul dalam konteks masyarakat saat ini dengan pengembangan instrument yang proporsional dengan pembinaan objek dakwah.
- c. Transformasi ideologis, konsentrasi perubahannya berlangsung dari tingkat pemahaman objek tentang tujuan dakwah atau hakekat dakwah Islam.³⁴

³²Husain Sulaiman. *Membangun Masyarakat Sehat Lingkungan dalam Jurnal Dakwah Tabligh Media Pengkajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. Edisi 4 Agustus 2003. h. 125

³³Husain Sulaiman. *Membangun Masyarakat Sehat Lingkungan dalam Jurnal Dakwah Tabligh Media Pengkajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. Edisi 4 Agustus 2003. h. 125

³⁴A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman. *Filsafat Dakwah Rekayasa membangun agama dan Peradaban Islam*. h. 5

Konsep transformasi ideologi biasanya lebih menekankan pada masalah teologi islam yang ada di sekitar masyarakat.

d. Faktor Pendukung Dan Penghambat Keberhasilan BerDakwah

Dakwah sebagai bagian dari kebutuhan manusia yang merupakan hal yang sangat penting. Ketika manusia hidup tanpa pemenuhan kebutuhannya maka ia akan merasa kering dan tandus. Namun, ketika ia mampu memenuhi kebutuhannya hidupnya terasa sejuk, damai dan tenang. Dakwah sebagai salah satu bentuk dari sebuah komunikasi merupakan bagian yang tak pernah lepas dari aktifitas sehari-hari. Dakwah dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Lewat perbuatan, *akhlakul karimah*, lewat lisan dan tulisan maupun melalui berbagai media yang ada saat ini sesuai dengan perkembangan zaman.

Dakwah melalui media tentunya memiliki keunggulan tersendiri atau hal yang dapat mendukung dakwah tersebut berkembang melalui media. Selain itu juga akan ada hambatan yang dihadapi bila dakwah dilaksanakan melalui media.

Namun sebelum membahas lebih lanjut tentang faktor penghambat keberhasilan dakwah di media terlebih dahulu kita harus mengetahui faktor pendukung dakwah melalui media itu sendiri. Adapun faktor pendukung dakwah lewat media antara lain:

1. Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.
2. Media televisi mampu menyentuh *mad'u* yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan

dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang dai yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau *mad'u* yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.

3. Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para dai memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
4. Media televisi bersifat audio visual. Hal ini memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.³⁵

Adapun faktor penghambat keberhasilan dakwah melalui media:

1. Masyarakat atau *mad'u* merasa kurang yakin dengan dai karena tidak saling mengenal.
2. Tayangan dakwah disajikan bukan pada waktu yang banyak ditonton masyarakat umum.
3. Kurangnya elektabilitas dan pengetahuan serta kecakapan dalam mengolah sajian dakwah.
4. Tidak diketahui secara langsung respon yang dimiliki masyarakat melalui dakwah tersebut (apakah dilaksanakan atau tidak).
5. Pencitraan yang kurang baik antara beberapa ustaz yang seolah menjual ayat al-Quran.
6. Kurangnya tauladan untuk khalayak melalui film-film bernuansa religi.³⁶

³⁵Muliadi, *Dakwah Efektif Prinsip Metode dan Aplikasinya*. (Makassar: Alauddin University Press, 2012) h. 199

³⁶Muliadi, *Dakwah Efektif Prinsip Metode dan Aplikasinya*, h. 199

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Metode Deskripsi merupakan suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk memperoleh deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.¹ Deskriptif kualitatif menjelaskan data atau untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data kualitatif, data deskriptif di peroleh dari wawancara, observasi dan arsip. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan mementingkan proses dibandingkan dengan hasil.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Celebes TV gedung Bosowa Group Lantai 15 Jalan Jenderal Sudirman No. 5 Makassar. Waktu yang digunakan dalam proses penelitian ini berkisar dua bulan sejak pengesahan draft proposal, penerbitan surat rekomendasi penelitian, hingga tahap pengujian hasil riset. Penelitian ini akan dibatasi pada episode januari- juni 2014.

¹Nurhidayat Muh. Said. *Metode Penelitian Dakwah*. (Makassar: Alauddin University Press, 2013) hal. 37

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini diarahkan pada pengungkapan pola pikir yang digunakan peneliti dalam menganalisis sarannya atau dalam hal ini lebih mengutamakan pendekatan sosiokultural dengan Disiplin keilmuan sesuai dengan jurusan peneliti yakni disiplin Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Maksudnya adalah disiplin ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi merupakan disiplin ilmu yang menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya. Peneliti akan lebih banyak berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian dan juga akan turut berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan objek penelitian dalam hal ini termasuk proses produksi siaran.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasi sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari responden melalui wawancara yang dilakukan kepada beberapa pihak terutama pihak manajemen dan *mad'u* yang ada secara langsung serta observasi langsung yang ditemukan peneliti di lapangan.² Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³ Dalam melaksanakan penelitian ini diperlukan data yang akurat, oleh karena itu penulis mengadakan pendekatan dengan pihak manajemen dan *mad'u* siaran *ayiknya berislam* di Celebes TV untuk melakukan observasi. Sekaligus untuk memperoleh data 10 rekaman siaran *Asyiknya Berislam* di Celebes TV pada episode Januari-Juni 2014.

²Uma Sukarna. *Metode Analisis Data* (Jakarta: kencana, 2007). hal 25

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006) h. 253.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber untuk melengkapi penelitian. Data sekunder diperoleh dalam bentuk sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan berbagai organisasi atau perusahaan atau berbagai jurnal dan penelitian lain yang telah dilaksanakan sebelumnya.⁴

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁵ Sehingga peneliti perlu untuk terlebih dahulu meneliti dan mengklarifikasinya sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian penulis adalah data hasil wawancara dengan pihak manajemen dan jamaah majelis taklim serta dokumen yang diperoleh mengenai siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data berdasarkan data primer dan sekunder yang ada diperoleh dengan berbagai cara. Data yang baik dalam suatu penelitian adalah data yang dapat dipercaya kebenarannya (reliable), tepat waktu, mencakup ruang yang luas serta dapat memberikan gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan.⁶

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik:

1. *Library Research* (Studi Kepustakaan)

Library research (studi kepustakaan) yakni penelitian ini dengan melakukan penelitian kepustakaan yaitu menggunakan dan mengutip buku dan pembahasan yang sesuai dengan penelitian ini. Dalam melakukan kutipan atau menggunakan

⁴Uma Sukarna. *Metode Analisis Data*, h.26

⁵Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, h.253

⁶J. Suprpto, *Metode Riset, Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 1998), h.47.

metode ini, peneliti menggunakan dua jenis kutipan yaitu kutipan langsung dan tidak langsung. Kutipan langsung adalah dengan memindahkan seluruh atau sebagian pembahasan yang sesuai dengan penelitian tanpa mengubah redaksi kalimat. Sedangkan kutipan tidak langsung dengan menggunakan redaksi kalimat yang berbeda tetapi memiliki substansi yang sama.

2. *Field research*

Field research adalah penelitian lapangan yang bertujuan langsung melakukan kontak dengan objek penelitian. Mencari informasi langsung melalui objek penelitian. Beberapa teknik *field research* antara lain:

a) Observasi

Observasi adalah suatu teknik penelitian yang digunakan oleh penulis dengan jalan turun langsung ke lapangan mengamati objek secara langsung guna mendapatkan data yang lebih jelas. Observasi dimaksudkan untuk mengumpulkan data dengan melihat langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti.⁷ Dalam pelaksanaan observasi ini penulis menggunakan alat bantu untuk memperlancar observasi di lapangan yaitu buku catatan sehingga seluruh data-data yang diperoleh di lapangan melalui observasi ini dapat langsung dicatat.

b) *Interview* atau wawancara

Interview atau wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang bertujuan memperoleh informasi.⁸ Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini yang telah dipersiapkan

⁷M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik* (Cet.I; Jakarta: Bumi Aksara, 1999), h.17.

⁸Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*. (Ed.I Cet.III; Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h.113.

sebelum turun ke lapangan sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Peneliti merencanakan untuk mewawacarai pihak manajemen, staf dan kru siaran yang dipilih secara acak dan mewawancarai penceramah serta pihak *mad'u*.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan bukti dan keterangan seperti rekaman siaran, kutipan materi dan berbagai bahan referensi lain yang berada dilokasi penelitian dan dibutuhkan untuk memperoleh data yang valid. Dokumen tertulis merupakan sumber data yang sering memiliki posisi penting dalam penelitian kualitatif.

Sumber data yang berupa arsip dan dokumen merupakan data pokok dalam penelitian kesejarahan, terutama untuk mendukung proses interpretasi dari setiap peristiwa yang diteliti.⁹ Begitu pun dengan penelitian yang dilaksanakan juga memerlukan data arsip dan dokumentasi yang dilakukan pihak manajemen untuk beberapa siaran.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.¹⁰ Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktifitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data yang diperoleh melalui penelitian akan diolah menjadi suatu informasi yang merujuk pada hasil penelitian nantinya.

Tolok ukur keberhasilan penelitian juga tergantung pada instrument yang di gunakan. Oleh karena itu untuk penelitian lapangann atau *field research* yang

⁹Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Sebelas Maret University Press,2002) h.54

¹⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneliti Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi revisi VI; Jakarta: Rineka cipta,2006) h. 68

meliputi observasi dan wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan, dibutuhkan kamera, alat perekam (*Recorder*), dan alat tulis menulis berupa buku catatan dan pulpen.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar.¹¹ Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kualitatif, yang artinya setiap data yang terhimpun dapat dijelaskan dengan berbagai persepsi yang tidak menyimpang dan sesuai dengan judul penelitian. Teknik pendekatan deskriptif kualitatif merupakan suatu proses menggambarkan keadaan sasaran yang sebenarnya, penelitian secara apa adanya sejauh apa yang peneliti dapatkan dari hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi.¹²

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) populasi yang sedang diteliti. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang diamati agar bermakna dan komunikatif.¹³

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Peneliti mengola data

¹¹Lexy Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet.I; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011) h.103

¹²Tjetjep Rohendi Rohidi, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI Press, 1992) h.15

¹³Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), Cet. Pertama, h. 107.

dengan bertolak dari teori untuk mendapatkan kejelasan pada masalah, baik data yang terdapat dilapangan maupun yang terdapat pada kepustakaan. Data dikumpulkan, dipilih secara selektif dan disesuaikan dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian. Kemudian dilakukan pengolahan dengan meneliti ulang data yang didapat.

2. Display data (*Data Display*)

Display data adalah penyajian dan pengorganisasian data ke dalam satu bentuk tertentu sehingga terlihat sosoknya secara utuh. Dalam penyajian data dilakukan secara induktif yakni menguraikan setiap permasalahan dalam permasalahan penelitian dengan memaparkannya secara umum kemudian menjelaskannya secara spesifik.

3. Analisis perbandingan (*Comparatif*)

Dalam teknik ini peneliti mengkaji data yang telah diperoleh dari lapangan secara sistematis dan mendalam kemudian membandingkan data tersebut satu sama lain.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah terakhir dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal masih merupakan kesimpulan sementara yang akan berubah bila diperoleh data baru dalam pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh selama dilapangan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali dan meninjau ulang catatan lapangan sehingga terbentuk penegasan kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Pandangan Jamaah Terhadap Siaran Asyiknya Berislam Di Celebes TV

1. Profil Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV

a. Profil Celebes TV

Celebes TV adalah stasiun televisi berita lokal untuk daerah Sulawesi. Celebes TV berada dalam kanal 31 UHF dan disiarkan di 6 Kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan yaitu Makassar, Maros, Pangkep, Barru, Gowa, Takalar, dan Jeneponto. Celebes TV resmi mengudara pada saluran 31 UHF. Untuk tahap awal Celebes TV mengudara pertama kali selama enam jam pukul 17.00 S/D 23.00 Wita. Siaran mengudara kedua kalinya selama 3 setengah jam pukul 14.00 S/d 16.30 Wita. Siaran mengudara ketiga kalinya selama 5 setengah jam pukul 12.00 S/d 16.30 Wita. Siaran mengudara ke empat kali selama enam jam 45 menit pukul 09.45 S/d 16.30 Wita. Siaran mengudara ke lima selama 5 jam pukul 15.00 S/d 20.00 Wita pada program Celebes Update, Celebes Musik Dan Kultum. Dan terakhir, siaran uji coba pada saat program Celebes Musik pukul 17.00 S/d 02.00 Wita. Celebes TV memulai dalam tahap pola siaran atau tes sinyal selama satu bulan.¹

Celebes TV merupakan televisi lokal ketiga yang ada di Kota Makassar, setelah Makassar TV dan Fajar TV. Celebes TV menyajikan sejumlah tayangan yang informatif, inovatif, dan mendidik. Celebes TV merupakan televisi lokal yang sumber daya manusianya merupakan gabungan dari beberapa mantan karyawan televisi nasional. Dengan modal pengalaman bekerja di televisi nasional, para awak

¹“Celebes TV” *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedi Bebas*. <http://www.en.wikipedia.org/wiki/celebestv> (19 Januari 2014).

Celebes TV diyakini mampu menyajikan siaran televisi lokal dengan kualitas nasional. PT Sunu Network Broadcast Televisi, perusahaan pemilik Celebes TV telah menjalin kerjasama dengan Metro TV. Kerjasama ini berupa dukungan untuk operasional siaran televisi lokal yang merupakan anak perusahaan Bosowa Corporation inc. Awal kerjasama ditandai melalui penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) atau nota kesepahaman di Menara Bosowa pada Jumat, 25 Februari 2011. Penandatanganan MoU ini dilakukan Direktur Utama Celebes TV, Husain Abdullah dan Direktur Utama MetroTV, Wisnu Hadi. Pada saat penandatanganan MoU, Celebes TV menjadi mitra yang strategis, yaitu menjadi jaringan dari MetroTV. Penandatanganan MoU disaksikan oleh Komisaris Utama PT Sunu Network Broadcasting Televisi Maddo Pammusu, Ketua KPID Sulsel Rusdin Tompo, dan Sekretaris Kota Makassar Anis Zakaria Kama. Sementara itu, Wali Kota Makassar Ilham Arief Sirajuddin bersama Pendiri Bosowa Aksa Mahmud meresmikan kantor dan studio Celebes TV di Menara Bosowa lantai 15, Jl Jenderal Sudirman, Makassar pada Sabtu, 16 Juli 2011. Peresmian ini sebagai bagian dari hari jadi Aksa Mahmud. Untuk itu, Celebes TV menjadi sarana membangun citra positif di Makassar dan memberi tontonan yang berkualitas serta mampu bersaing dengan televisi nasional.²

Program Acara

Berita

-) Economic Review
-) Breaking News
-) Celebes Pagi

²“Celebes TV” *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedi Bebas*.
<http://www.en.wikipedia.org/wiki/celebestv> (19 Januari 2014).

- J Celebes Siang
- J Celebes Petang
- J Celebes Sepekan
- J Celebes Pagi Akhir Pekan
- J ExtraNews CTV

Talkshow

- J Celebes Informal Meeting
- J OMB (Obrolan Meja Bundar)
- J Trending Topic
- J Jazz & Demokrasi
- J Tokoh Malam Ini

Sport

- J Sport Pagi
- J Golo
- J FreeKick

Musik

- J Celebes Musik
1. Korea Musik
 2. Barat/Mancanegara/Inggris
 3. Indonesia

Hiburan

Sinema Pilihan: Drama Korea

1. Damo: The Legendary Police Woman (Mulai pertengahan Juli 2012)
2. Delicious Proposal
3. Song of the Prince

4. Guardian Angel 2X tayang
5. Stairway to Heaven
6. Super Rookie
7. IljiMae
8. Alone in Love (Berakhir pertengahan April 2013)
 - J New Sinema Pilihan: "Drama Korea" SEGERA 2014
 - J Mic Kaget

Religi

- J Kultum
- J *Asyiknya Berislam*
- J Ngaji Yuk!
- J Ping Ustadz

InfoNewsmercial

- J Editorial
- J Lejel Home Shopping

Investigasi

- J Hot Issue

Interaktif

- J Obrolan Karebosi
- J Makassar Corner
- J Talk Healthy
- J Kunsultasi Hukum
- J Berita Pilihan

TV Magazine

- J Intip Bisnis



- J WeeEND Yuk
- J Celebes File
- J Celebes Community
- J Oto Mania
- J Plesiran
- J Boom
- J Trend & Fashion
- J Klinik Gadget
- J Tahukah Anda
- J Tokoh Inspiratif
- J Menu Pilihan
- J Bumi Hijau (relay TVE)
- J Konsultasi Hukum

Acara yang pernah ditayangkan

- J Celebes Invetigasi
- J Juragan Jacky
- J Jejak Nabi (Film Nabi Yusuf.a.s 2X tayang)
- J Stand Up Comedy In Celebes
- J Jalan Hidayah
- J Sinema Pilihan "Drama Korea" (Spesial Ramadhan)
- J Ngabuburit
- J Sahur-Sahuur (Setiap Ramadhan)
- J Dari Masjid ke Masjid
- J Info Produk
- J Talent Remaja

- J G News
- J Perempuan Sulawesi Bicara
- J OKB (Orang Kaya Baru) (siaran relay Trans7)
- J Dapur Pantun Rakyat (DPR)
- J Celebes Heritage
- J Menu Pilihan
- J Rumah Idaman
- J Sinema Pilihan: Drama Korea
 1. Damo: The Legendary Police Woman
 2. Delicious Proposal
 3. Song of the Prince
 4. Guardian Angel 2X *tayang*
 5. Stairway to Heaven
 6. Super Rookie
 7. IljiMae
 8. Alone in Love

Keseluruhan program yang ditayangkan Celebes TV di atas adalah daftar yang ada sejak Celebes TV mulai mengudara di Tahun 2011. Namun beberapa siaran di atas masih tetap bertahan dan menjadi program andalan dengan segmentasi pemirsa yang jelas.³

b. Profil Siaran Asyiknya Beislam

Siaran Asyiknya Berislam merupakan Salah satu siaran yang memiliki segmentasi jelas. Siaran ini mulai tayang sejak tahun 2011 dengan segmentasi ibu-

³“Celebes TV” *Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedi Bebas*.
<http://www.en.wikipedia.org/wiki/celebestv> (19 Januari 2014).

ibu. Siaran asyiknya berislam di Celebes TV ini mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat terkhususnya para muslimah yang tergabung dalam majelis taklim. Sejak awal disiarkan program ini telah beberapa kali mengalami perubahan jam tayang. Pada awal siarannya, program ini memiliki jadwal setiap sabtu dan ahad pukul 15.30 Wita dan tayang selama 1 jam. Selain itu tayangan ini disiarkan di luar ruang studio yaitu dengan mengunjungi mesjid tempat jamaah majelis taklim. Namun sejak awal tahun 2014 program ini sudah mulai melakukan siaran di dalam studio. Siaran tersebut akan disesuaikan dengan jadwal siaran program siaran lain. Sehingga sebagian besar siaran yang ditayangkan merupakan *taping* atau rekaman dalam studio.



Gambar 4.1 Siaran Asiknya Berislam Di Celebes TV

Adapun Profil Siaran Asiknya Berislam secara rinci adalah sebagai berikut:

a. Jenis Program

Jenis program siaran “Asiknya Berislam” merupakan siaran religi.

b. Program

Program ini ditayangkan setiap akhir pekan (*Weekend*)

c. *Production Situation*

Proses produksi sebagian besar dilakukan dengan *taping/* Rekaman. Namun kadangkala juga dilaksanakan secara langsung atas permintaan pihak majelis taklim.

d. Durasi

Waktu tayang dilakukan selama 60 Menit

e. *Production Team*

Tim produksi terdiri dari produser dan produser executive yaitu:

1. Produser : **Muh.Idris**
2. Produser Executive : **Muh.Hasrul**

Program ”**ASIKNYA BERISLAM**” adalah sebuah program RELIGI yang memberikan edukasi keagamaan kepada seluruh peserta Majelis Ta’lim yang hadir di lokasi *taping* dan juga pemirsa Celebes TV yang menyaksikan di rumah. Dalam program ini akan dihadirkan dai atau *mubaligh* ternama untuk membawakan ceramah Islamiah dihadapan Majelis Ta’lim secara interaktif atau tanya jawab langsung agar peserta mendapat pencerahan.

Tampilan dari program acara ini adalah *A-B look* yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

-) Alur ceramah yang mengikat peserta.
-) Tampilan set yang relegius dan informal.

Adapun Tujuan dan objek siaran ini adalah:

- Ñ Membuat tayangan *alternative* informasi tentang ceramah Islamiah.
- Ñ Memberikan kesempatan pada peserta Majelis Ta’lim untuk tampil dan menjadikan program ini ajang promosi kelompok pengajian mereka.

- Ñ Menguatkan *image* Celebes TV sebagai *station TV News* dan hiburan pertama di Sulawesi.
- Ñ Menjadikan program ini sebagai salah satu program unggulan Celebes TV.

Adapun segmentasi dari siaran ini diutamakan untuk perempuan maupun laki-laki dewasa. Namun tayangan ini dapat dinikmati oleh setiap orang yang menyaksikannya.

Siaran ini mencakup dua hal yaitu sang ustaz dan para peserta pengajian antara lain:

a. Ustadz

Ustadz Merupakan dai atau mubaligh yang diundang untuk membawakan ceramah dihadapan para peserta majelis Ta'lim.

b. Majelis Ta'lim

Majelis taklim merupakan peserta pengajian rutin dikalangan ibu-ibu yang sekaligus sebagai bintang tamu yang dihadirkan untuk menambah meriah dan meramaikan program ini.⁴

Konten acara ini lebih menekankan pada dua aspek yaitu:

a. Ceramah Islamiah

Ceramah ini membahas berbagai persoalan agama dan memberi pencerahan kepada peserta majelis Ta'lim. dan Tanya jawab seputar topik atau tema yang dibawakan.

b. Set In Door

Set in door maksudnya adalah siaran Akan dilangsungkan dalam sebuah ruangan baik berupa gedung, rumah atau mesjid dengan komposisi yang lebih menarik.⁵

Menurut produser siaran asyiknya berislam di Celebes TV, bapak Muh Idris menjelaskan bahwa sejak awal tahun 2014 siaran ini telah dilakukan di dalam studio siaran yang ada dilantai 15 ini, namun kami masih melakukan siaran di luar studio bila ada kelompok majelis taklim yang ingin disiarkan di mesjidnya sendiri (*By Order*). Menurut beliau lanjutnya, siaran di luar studio membutuhkan *budget* yang

⁴Muh.Idris dkk. *PB Asyiknya Berislam* (file). 15 Juli 2014.

⁵Muh.Idris dkk. *PB Asyiknya Berislam* (file). 15 Juli 2014.

besar dibanding dengan siaran di dalam studio, sehingga bila ada kelompok yang meminta siaran di luar maka akan dikenakan biaya tambahan untuk menutupi *budget* yang ditanggung perusahaan. Namun untuk majelis taklim yang mendaftarkan dirinya dan bersedia siaran di studio maka tidak dikenakan biaya apapun.⁶

Segmen acara terbagi lima dimulai dengan segmen awal yakni pembukaan dengan shalawat yang dilakukan jama'ah majelis taklim dan pembukaan oleh sang ustaz itu sendiri. Segmen kedua dan ketiga merupakan segmen inti dimana sang ustaz akan memaparkan ceramahnya dengan jelas dan terkadang di iringi dengan candaan. Biasanya disela-sela ceramahnya sang ustaz akan mengeluarkan bahasa daerah (Bugis atau Makassar) untuk membuat suasana lebih santai. Kemudian segmen keempat merupakan segmen umpan balik dimana jamaah mengajukan pertanyaan dan sang ustaz akan menjawab dengan ringkas dan jelas. Biasanya pada segmen ini jamaah yang mengajukan pertanyaan sebanyak 3 orang dan tidak melayani lewat telepon karena program ini sebagian besar merupakan *Taping* (bukan siaran langsung).

c. Pandangan Jamaah Majelis Taklim Terhadap Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV

Siaran asyiknya berislam di Celebes TV sebagai sebuah siaran religi memiliki tempat tersendiri di hati para pemirsanya. Bahkan bagi beberapa orang yang belum pernah menyaksikan siaran ini merasa penasaran dengan tema dan masalah apa yang diangkat dalam ceramahnya. Menurut beberapa orang siaran ini baru pertama kali mereka dengar ketika awal tahun 2014. Karena ketertarikannya terhadap siaran tersebut, kelompok pengajian tersebut mencoba mendaftarkan majelis taklimnya

⁶Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014.

dengan langsung menelpon pihak produser. Sehingga tanpa menunggu lama mereka pun dijadwalkan melakukan siaran.⁷

Pada tahap siaran, majelis taklim yang merupakan muslimah membuka siaran dengan membaca shalawat. Sehingga kondisi siaran terasa tenang. Sebelum melakukan siaran, mereka di berikan pelatihan terlebih dahulu dan dilakukan pengecekan dengan shalawat yang akan di bawakannya. Bila shalawat tersebut sesuai dengan durasi waktu siaran maka akan di tayangkan. Namun, bila terlalu lama dan panjang maka mereka disuruh untuk mengganti shalawatnya agar sesuai dengan durasi. Biasanya, pihak kru menyediakan salinan shalawat yang di butuhkan sehingga jamaah hanya perlu memperlancarnya dan memadukan satu sama lain.

Setiap dilakukan *taping* atau perekaman *shooting* di dalam studio pihak jamaah majelis taklim serta merta akan datang berbondong-bondong untuk turut serta. Biasanya dalam sebuah kelompok majelis taklim ini terdiri lebih dari 50 orang, sehingga setiap pengambilan gambar studio siaran akan sangat ramai. Jamaah biasanya akan melakukan gladi terlebih dahulu untuk lebih memantapkan runtutan acara yang akan dilakukan. Jamaah akan melakukan pengecekan terlebih dahulu dengan para kru dan kemudian pengambilan gambar akan dilakukan dalam studio.

Program ini merupakan suguhan khusus religi untuk kaum muslimah atau jamaah majelis taklim. Menurut salah seorang jamaah, program ini sangat menarik perhatiannya sejak ia mendapatkan informasi dari temannya sesama jamaah majelis taklim. Temannya sudah pernah ikut siaran asyiknya berislam sehingga teman tersebut menawarkan untuk mengikuti acara itu. Kemudian sang jamaah

⁷Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014.

mendaftarkan kelompok majelis taklimnya dengan langsung menelpon pihak produser.⁸

Pihak majelis taklim yang terdiri dari para ibu ini mengaku sangat menyukai acara ini karena lebih menyinggung masalah sosial yang ada di sekitarnya. Sebagaimana yang sudah disebutkan sebelumnya, mereka akan saling memberikan informasi satu sama lain termasuk acara apa yang diikutinya.⁹ Menurutnya acara ini merupakan salah satu jalan untuk lebih menambah wawasan keagamaan dan pemahaman yang baik. Hal ini dikarenakan pembawaan penceramahnyanya yang cukup dekat dengan para majelis taklim sehingga kedekatan emosional yang ada sudah terjalin dengan baik.

Salah seorang ibu majelis taklim, berkata bahwa dalam mengikuti acara ini ia jauh lebih optimis dalam mengikuti kegiatan keagamaan. Ia menuturkan bahwa ia sangat antusias dengan acara ini. Apalagi menurutnya ini adalah kesempatan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Namun, ada beberapa hal yang membuatnya kurang puas, salah satunya adalah masalah pelaksanaan siaran yang tertunda. Namun demikian, ia merasa siaran ini cukup berkualitas.¹⁰

B. Model Dakwah Siaran Asyiknya Berislam Di Celebes TV

Model dakwah identik dengan pola penyajian dakwah. Pada bab kedua telah disinggung tentang model komunikasi dan arahnya ke model dakwah saat ini. Berbagai media menjadikan dakwah sebagai sebuah *Icon*. Dakwah di tampilkan dalam berbagai kemasan yang menarik para pemirsanya. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, Siaran asyiknya berislam merupakan salah satu produk media yang

⁸Irawati (35 Tahun) peserta majelis taklim. *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

⁹Irawati (35 Tahun) peserta majelis taklim. *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

¹⁰Sitti Ammaria (52 Tahun) Jamaah majelis taklim, *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

menjadikan dakwah sebagai sebuah *Icon*. Dakwah dengan menghadirkan jamaah tersendiri kemudian ditayangkan melalui media menjadikannya sesuatu yang cukup menarik. Terutama bila tema yang diangkat senantiasa berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat saat ini.

Dakwah melalui media telah ada sejak beberapa tahun silam. Perkembangannya pun signifikan, dakwah menjadi sesuatu yang mapu bersaing dengan produk lain. Walaupun demikian, belum ada media yang secara total mapu melakukan dukungan penuh terhadap gerakan dakwah islam. Semua masih pada latar pencarian keuntungan dan pemenuhan kebutuhan pasar. Meskipun hal tersebut terjadi tetapi hal tersebut masih menjadikannya sesuatu yang dapat memberikan dampak positif bagi pemirsanya.

Berbicara masalah model dakwah kita juga akan berbicara masalah pola penyajian dakwah yang berkembang melalui media saat ini. Sebagai sebuah bagian dari keberlangsungan komunikasi, pola dakwah melalui media dapat berlangsung dengan cara linier, interkasional dan transaksional. Sebagai sebuah siaran yang menghadirkan peserta atau jamaah dengan menyediakan waktu untuk proses Tanya jawab ini merupakan bagian dari pola komunikasi interksional. Dakwah dapat berlangsung dengan sangat efisien bila antara dai dan jamaah saling memahami tema yang dibicarakan dan mampu menerima pemahaman yang ada.

Pada saat yang sama tanpa disadari dakwah berlangsung sebagai sebuah dinamika komunikasi yang kompleks dan koheren. Dakwah pada pola penyajian melalui media Celebes TV untuk siaran *Asyiknya berislam di Celebes TV* secara tidak langsung juga melakukan pola komunikasi linear dan transaksional. Untuk lebih memahaminya berikut uraiannya.

1. Dakwah berlangsung secara linear

Dakwah berlangsung secara linear berarti dakwah hanya terjadi dari satu pihak yang berperan sebagai sumber atau dai. Pada siaran asyiknya berislam di Celebes TV, dapat dilihat proses dakwah secara linear. Hal ini berlangsung pada segmen kedua dan ketiga siaran tersebut. Sang dai akan menyampaikan isi ceramahnya secara total dan menyeluruh dengan memperhatikan kondisi jamaahnya namun bukan dalam posisi dimana jamaah bisa menyela ceramah sang dai. Hal ini nampak seperti ceramah biasa di mesjid dimana sang ustaz duduk bersila dan jamaah memperhatikannya dengan seksama.



Gambar 4.2 sang Ustaz berada duduk di dekat jama'ah

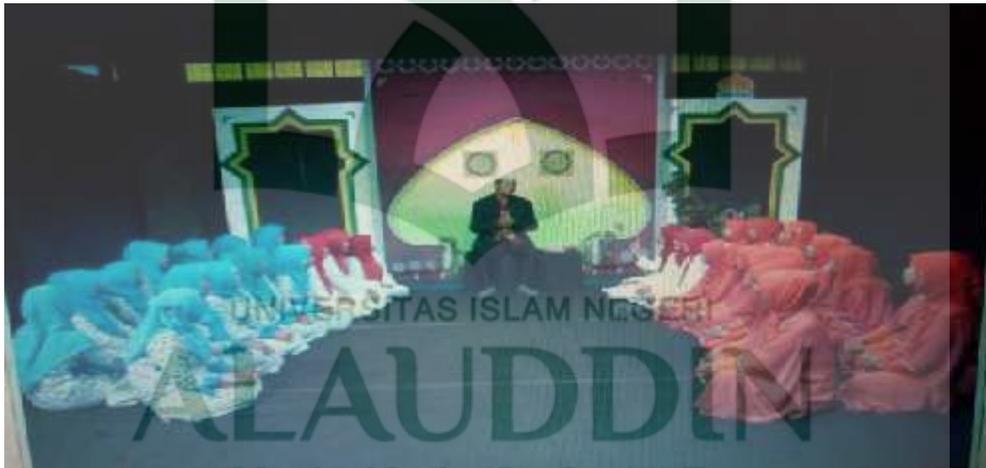


Gambar 4.3 Jama'ah Memperhatikan dengan seksama ceramah yang disampaikan

Dakwah linear juga terjadi ketika dilaksanakannya siaran program tersebut dimana tayangan tersebut dapat dinikmati pemirsa namun pemirsa tidak dapat melakukan timbal balik karena siaran ini diperuntukkan untuk rekaman (*taping*)

2. Dakwah berlangsung secara interaksional

Dakwah berlangsung secara interaksional ini dapat dipahami dari pelaksanaan setiap segmen berakhir. Dimana ketika sang Dai mengucapkan “Asyiknya Berislam” para jamaah menjawab “*Subhanallah*”. Selain itu juga pada segmen keempat yang di sediakan durasi untuk tanya jawab. Jamaah akan mulai bertanya dengan berdiri dan mengajukan pertanyaannya kemudian Dai akan langsung menjawabnya. Setelah itu akan ada pertanyaan selanjutnya dari jamaah lainnya hingga akhirnya segmen keempat berakhir.



Gambar 4. 3 Segmen 4 Interaktif Tanya Jawab

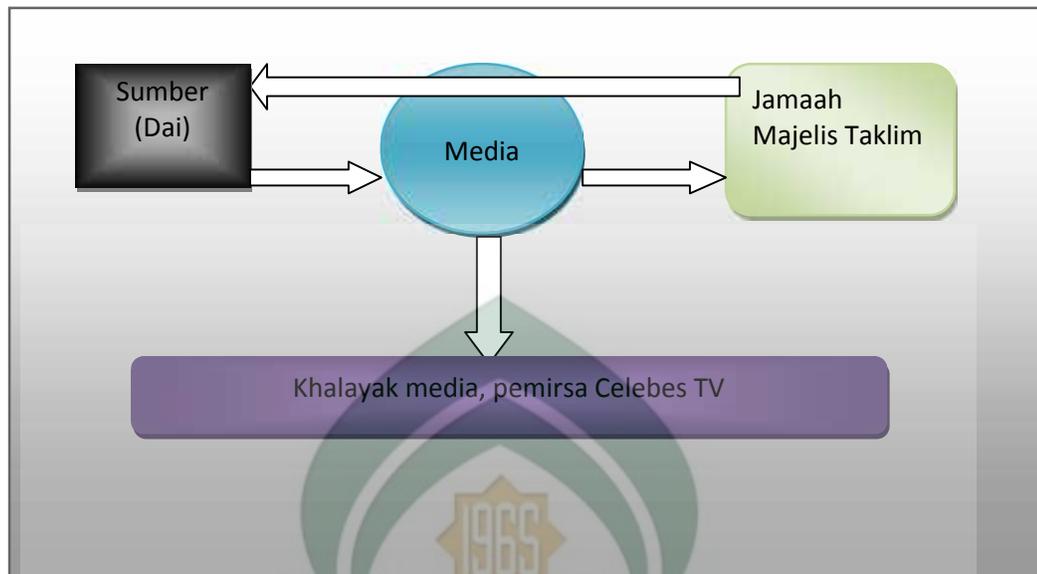
3. Dakwah berlangsung secara transaksional

Dakwah berlangsung secara transaksional ini dimaksudkan pada kedekatan hubungan antara jamaah dan Dai. Untuk siaran acara asyiknya berislam di Celebes TV seringkali jama'ah sendiri lah yang membawa ustaz dari tempatnya. Sehingga mereka antara jamaah dan dai tersebut sudah saling mengenal satu sama lain.

Walaupun demikian terkadang jga ada majelis taklim yang tidak membawa ustaz sendiri sehingga pihak produksi yang menyediakannya namun untuk berbagai keperluan dai, jamaah lah yang bertanggung jawab.

Membahas tentang ketiga pola dakwah di atas yang terjadi dalam proses produksi siaran asyiknya berislam di Celebes TV jauh lebih kompleks. Sebelum pengambilan gambar, jama'ah terlebih dahulu harus melakukan latihan dengan kru. Selain itu, mereka harus melakukan penyesuaian dengan durasi dan posisi yang telah diatur sedemikian rupa agar terlihat berbeda dengan yang lain.

Dalam proses penyampaian dakwah yang diatur sedemikian rupa ini menunjukkan model dakwah yang lebih kondusif. Dakwah jauh lebih difokuskan pada jamaah majelis taklim namun secara luas juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari publik sebagai produksi media. Sehingga dengan jelas materi dakwah yang disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan jamaah bukan publik secara umum. Publik hanya bertindak sebagai *mad'u* pasif sedangkan jamaah majelis taklim bertindak sebagai *Mad'u* aktif. Sang dai sebagai sumber dan Celebes TV sebagai Media menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan dan saling menunjang satu sama lain untuk keberhasilan dakwah (tujuan dai) dan keberhasilan siaran (tujuan Media).



Gambar 4.4 Skema Model Dakwah (Dai-Media-Jamaah-media-Khalayak)

Skema di atas menjabarkan bagaimana proses dakwah dapat berlangsung dimulai dari sumber yakni dai melalui media untuk selanjutnya ke jama'ah majelis taklim. Dan disiarkan media kepada khalayak. Media menjadi salah satu paket publisitas dakwah terhadap khalayak. Media menempati perannya sebagai penyalur atau distributor dakwah, sedangkan khalayak berperan sebagai *mad'u* pasif. Jama'ah dan dai menempati peran sebagai unsur yang saling menunjang dalam keberhasilan dakwah secara kelompok dan massif.

C. Tantangan dan Peluang Keberhasilan Dakwah pada Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV

Dakwah dalam perkembangannya mengalami pasang-surut, seringkali dakwah menjadi sesuatu yang dianggap berhasil namun acapkali juga mengalami kegagalan terutama bila diperhadapkan pada masalah kebutuhan *mad'u* dan apa yang disediakan oleh dai. Selain itu tentunya banyak faktor yang menjadi tolok ukur berhasil atau tidaknya keberlangsungan dakwah tersebut. Terutama dakwah melalui

media. Kita seringkali menjumpai hal-hal baru yang disajikan dakwah melalui media. Terkadang hal tersebut dianggap kurang menarik namun tak sedikit dakwah melalui media massa menjadi sesuatu yang banyak dipilih oleh khalayak. Hal ini dikarenakan dakwah melalui media massa jauh lebih sederhana dibanding ketika dakwah berlangsung di tempat yang formal seperti mesjid atau pengajian rutin.

Dakwah melalui media tentunya akan menjadi sesuatu yang lumrah bila memiliki banyak pemirsa terutama dengan objek dakwah kaum wanita. Dakwah melalui media akan sedikit mengurangi beban dan lebih menghemat waktu. Ketika seorang harus mendatangi mesjid untuk mengikuti kajian dakwah maka orang yang menyaksikan dakwah melalui media cukup melakukannya di rumah tanpa harus ke mesjid. Selain itu, ia akan mampu melaksanakan pekerjaan yang lain sembari mengikuti siaran dakwah.

Bagi peserta majelis taklim akan merasakan kesenangan tersendiri bila setelah mengikuti pengajian ia dapat menyaksikan dirinya di depan layar kaca. Terutama apabila dakwah yang disampaikan cukup dekat dengan masalah kehidupan sosialnya.

Dalam penuturan ibu Hj. Sitti Ammaria memaparkan bahwa:

“Acara asyiknya berislam di Celebes tv sendiri adalah tempat ibu –ibu majelis taklim dapat turut serta meramaikan dan saling menjalin silaturahmi. Dalam acara ini kita dapat mendapat bnyak hikmah agama termasuk dengan keadaan di sekitar kita”¹¹

Berbagai pertanyaan yang di lontarkan oleh ibu majelis taklim pada setiap kesempatan adalah masalah yang berkaitan dengan keluarga dan sekitarnya. Seperti pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta majelis taklim nurul muttaqin perumahan antang tentang masalah menuntut ilmu.

“Menuntut ilmu itu wajib sebagaimana sholat bagi muslim dan muslimah. Saya sebagai ibu rumah tangga juga wajib mengurus rumah tangga kemudian

¹¹Sitti Ammaria (52 Tahun) Jamaah majelis taklim, *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

ikut juga kegiatan majelis taklim. Yang ingin saya tanyakan bagaimana kita mensiasati waktu untuk bisa terus menuntut ilmu terutama ilmu agama”¹²

Dalam pelaksanaan dakwah melalui media akan ada beberapa tantangan yang menjadi salah satu faktor penghambat keberhasilan dakwah antara lain:

1. Masalah *budgeting*

Budgeting atau anggaran seringkali menjadi salah satu faktor yang menohok dan menjadikannya masalah yang klise. Dakwah melalui media yang merupakan bagian dari usaha *manhaj* kenabian yaitu *amar ma'ruf nahi mungkar* saat ini sering kali diukur dengan materi. Apalagi bila kita berbicara masalah anggaran produksi. Untuk siaran dalam studio pihak media tidak mengenakan sewa jasa untuk pekerjaan mereka. Namun jamaah masih harus menyediakan sesuatu untuk ustaz yang mmbawakan ceramahnya sebagai bentuk balas jasa karena telah memberikan ilmunya.

Berbeda halnya jika siaran dilakukan di luar studio maka jamaah harus mempersiapkan anggaran yang lebih besar untuk menutupi ongkos tambahan yang dikeluarkan pihak produksi. Sehingga untuk keperluan produksi kembali dikenakan pada jamaah. Hal tersebut wajar saja jika kita melihat ini sebagai sebuah bisnis media. Namun hal yang perlu diingat dan ditekankan adalah bahwa dakwah adalah bagian dari kewajiban kita selaku umat muslim sehingga sepantasnyalah kita menjadikannya sesuatu yang lebih utama di bandingkan dengan yang lain.

Masalah *budgeting* menjadi bagian yang tak terhindarkan karena bagaimanapun media berperan sebagai publikator. Seperti pemaparan dari produser siaran asyiknya berislam di Celebes TV. Beliau memaparkan bahwa:

“Media hanya berperan sebagai publikator untuk urusan *fee* akan di selesaikan oleh penyelenggara dalam hal ini peserta majelis taklim”¹³

¹²Fatia. *Memperbaiki kualitas amal.. Asyiknya Berislam*. Edisi 23 Maret 2014.

2. *Time Management*

Time management atau manajemen waktu merupakan bagian yang akan selalu kita temui dalam pelaksanaan berbagai kegiatan mulai dari ketidakseuaian jadwal, keterlamabatan kru, pihak penyelenggara (majelis taklim), maupun seluruh pihak yang terlibat. Dakwah melalui media dapat terlaksana bila melibatkan unsur dakwah setidaknya dai, jamaah, media dan khalayak itu sendiri. Namun apa yang akan terjadi bila sang sumber (dai) terlambat, *mad'u* tidak dalam kondisi yang baik dan kru yang tidak hadir tentunya hal tersebut tidak akan terlaksana atau walaupun terlaksana akan tidak efektif dan efisien.

Hal tersebut sesuai dengan pemaparan produser siaran asyiknya berislam di Celebes TV dimana beliau menjelaskan bahwa hal yang paling sering menjadi kendala dalam pelaksanaan siaran adalah masalah waktu. Seringkali ketika kita melakukan pengambilan gambar ada pihak yang terlambat datang dengan berbagai alasan apakah itu pihak majelis taklim, penceramah maupun dari pihak kami.¹⁴

3. Kapabilitas dai

Kapabilitas dai menjadi sesuatu yang cukup menjadi bahan pertimbangan keberhasilan dakwah. Dakwah melalui media yang menampilkan dai yang berbeda setiap saat tentunya akan menarik perhatian. Namun apabila dai tersebut ternyata dalam kesehariannya kurang menjadi figur maka yang akan terjadi adalah kekecewaan pihak *mad'u* terhadap pelaksanaan dakwah dan hal tersebut akan berefek pada kesinambungan dakwah kedepannya. Dimana media yang menampilkan dai yang kurang kompeten akan menjadi sorotan dan pemirsanya akan

¹³Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014

¹⁴Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014

berkurang. Sehingga media harus mampu mempertahankan pemirsanya dengan membangun citra yang positif untuk dai yang telah dan akan ditampilkannya melalui media tersebut.

Hal tersebut senada dengan pemaparan ibu Hj. Sitti Ammaria bahwa dai yang ada saat ini sangat *varian*. Makanya ketika menyaksikan siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV ia merasa dai yang ada setiap minggu berbeda dan melihat ada dai yang kurang menarik dan ada juga yang cukup baik sehingga ketika akan ikut acara ini ia menyarankan dai yang menurutnya cukup baik dan memiliki karakter dibanding yang lain.¹⁵

Dalam perkembangannya tersebut, dakwah melalui media juga memiliki peluang yang cukup besar untuk mendukung keberhasilan dakwah. Dakwah yang terlaksana melalui media secara otomatis akan menjadi satu tahap yang tak terpisahkan sehingga dakwah akan senantiasa ada dan hidup dalam media tersebut. Beberapa peluang keberhasilan dakwah melalui Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV yaitu:

1. Kedekatan emosional dai dengan jamaah dan pemirsa

Sebagai sebuah media penyiaran lokal Celebes TV senantiasa mengangkat ciri khas dari masyarakat Sulawesi selatan. Bahkan dalam siaran konten religi. Siaran asyiknya berislam yang merupakan bagian dari usaha dakwah melalui media senantiasa menampilkan dai atau ustaz daerah. Untuk beberapa episode terkadang muncul dai yang sama. Hal tersebut dikarenakan pihak produksi menyediakan ustaz untuk jamaah majelis taklim. Dalam menyampaikan ceramahnya dai senantiasa membuat arah dakwah lebih khusus pada masalah sosial yang biasanya dihadapi masyarakat bugis Makassar. penyampaiannya pun sedikit lebih santai dengan bahasa

¹⁵Sitti Ammaria (52 Tahun) Jamaah majelis taklim, *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

Indonesia yang juga di campur dengan bahasa daerah. Seringkali bahasa yang digunakan tersebut mengundang tawa jamaah-nya seperti dalam sebuah ceramah dimana sang ustaz berbicara

”Seharusnya anak kita dinyanyikan dengan shalawat setiap akan ditidurkan, namun saat ini ibu-ibu lebih sering menyanyikan lagu alamat palsu sehingga ketika dewasa nanti si anak tidak akan menemukn jalan pulang ke rumahnya”¹⁶

Ini merupakan bagian dari kondisi sosial masyarakat kita dimana saat ini jauh lebih banyak ibu yang membiasakan menyanyikan lagu dangdut atau lagu bernuansa pop untuk menidurkan anaknya. Sehingga dapat di lihat saat ini nayak juga anak yang terkadang tidak pulang berhari-hari ke rumahnya seolah ia tidak tahu dimana rumahnya, karena terlalu sering diluar.

2. Pembentukan karakter hidup manusia

Sebagian dari tema ceramah yang diangkat berkaitan dengan hajat hidup manusia seperti hakikat kehidupan¹⁷, manusia sebagai khalifah¹⁸, peran wanita dalam Islam¹⁹ dan berbagai hal yang menyentuh masalah sosial rumah tangga.

3. Kecakapan media dalam pengolahan dakwah

Sebagai produk media, dakwah dikemas sedemikian rupa agar mampu dinikmati para pemirsa dirumah. Dakwah dikemas dalam 5 segmen yang telah diatur sedemikian rupa sehingga antara satu segmen dengan segmen lainnya saling berkaitan. Segmen pertama yang dimulai Shalawat atas nabi Muhammad saw. Atau dengan pembacaan ayat suci Al-Quran kemudian dilanjutkan dengan *Muqaddimah* dari Ustaz. Segmen selanjutnya yang dibuat lebih komunikatif bagaimana Ustaz

¹⁶Abd. Majid Tompo. *Asyiknya Berislam di Celebes TV*. (Video) 16 Maret 2014

¹⁷Abd. Majid Tompo. *Asyiknya Berislam*. (Video),16 Maret 2014

¹⁸Muh. Amin Limpo. *Asyiknya Berislam*, (Video), 1 Maret 2014

¹⁹Ummu Mutiah. *Asyiknya Berislam*. (Video), 14 April 2014

menyampaikan dakwah dengan bahasa lisan dan gerak tubuh serta mimik agar jamaah dan pemirsa memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Pada segmen interaktif antara jam'ah dan Ustaz yang mampu memberikan pertanyaan dan jawaban yang sesuai dengan kondisi sosial saat ini. Seperti pertanyaan ibu Ira tentang doa agar anak-anaknya tidak sering berkelahi dan pertanyaan ibu Hj. Ammaria tentang perintah suami yang tidak sesuai dengan keinginan sang Isteri seperti penandatanganan Izin Menikah lagi.²⁰ Segmen terakhir acara berisi kesimpulan dan doa dimana bagian ini akan memberikan kesan mendalam bagi jamaahnya dan pemirsa.

4. Menghasilkan dai berkompeten

Siaran melalui media juga akan memperlihatkan dan memunculkan Dai dan ustaz berkualitas. Akan terlihat mana ustaz yang memahami dan mana yang kurang memahami apa yang disampaikannya. Akan terlihat orang yang memiliki bakat muncul di media dan mana yang masih kurang dan belum tahu cara tampil sebagai seorang dai di media penyiaran.

Dalam penampilannya dai akan memiliki kesan bagi jamaah dan pemirsanya di rumah. Dai yang memiliki kemampuan akan lebih sering mendapat panggilan untuk mengisi acara. Sebut saja ustaz Ilham Mubarak yaitu ustaz yang tampil awal tahun 2014 ini sudah beberapa kali mendapat panggilan untuk mengisi acara ini berdasarkan permintaan dari jamaah majelis taklim selain itu selama bulan ramadhan beliau telah dikontrak untuk mengisi ceramah setelah sholat di mesjid PLN Tallo.²¹

²⁰Abd. Majid Tompo. *Asyiknya Berislam* . (Video), 16 Maret 2014

²¹Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran *Asyiknya Berislam* di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014.

Dalam mengisi acara Ustaz Ilham Mubarak Memiliki ciri Khas suara yang mirip dengan Almarhun dai Sejuta umat KH. Zainuddin MZ.²² Dalam penampilannya ia selalu mengenakan kacamata dan mengalunkan selendang.



Gambar 4.5 Ustaz Ilham Mubarak dengan Tema keutamaan memelihara Iman dan Ke-Islam-an bersama dengan Majelis Taklim Muhajirin Taman bunga Sudiang



Gambar 4.6 Ustaz Ilham Mubarak dengan Tema Empat Perbendaharaan Surga bersama dengan Majelis Taklim *Khaerul Ma'ah Babul Sa'adah*

²²Sitti Ammaria (52 Tahun) Jamaah majelis taklim, *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.



Gambar 4.7 Ustaz Ilham Mubarak dengan Tema Hikmah dan Keutamaan Majelis Taklim bersama dengan Majelis Taklim An-Nur 237 Suding

Siaran “Asyiknya Berislam” membuka peluang bagi dai yang memiliki kemampuan dan pengetahuan agama sehingga masyarakat secara luas dapat mengenalnya. Siaran ini akan memberikan khazanah keilmuan keagamaan serta hikmah dan pelajaran tentang peristiwa sosial yang ada di sekitar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dakwah pada pelaksanaannya membentuk model tersendiri yang berbeda dari model komunikasi lainnya. Dengan menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang mampu menjadikan dakwah terlaksana dengan berhasil.

1. Siaran asyiknya berislam dipandang sebagai siaran yang menarik dan cukup bagus di kalangan *jama'ah* majelis taklim. Hal ini tidak terlepas dari peran Celebes TV sebagai media lokal yang menayangkan siaran asyiknya berislam mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan dakwah dengan menyediakan ruang dan sarana serta media untuk penyebarluasan dakwah. Dakwah di pandang sebagai sebuah manhaj kenabian dengan menjunjung tinggi amar mas'ruf nahi mungkar sehingga tercipta masyarakat modern yang sadar akantugas tersebut.
2. Dakwah dengan model linear maupun interaksional senantiasa melibatkan pihak-pihak lain dalam pelaksanaannya. Model dakwah ini melibatkan beberapa pihak termasuk Dai, Media, *Jama'ah* dan juga khalayak umum yakni pemirsa Celebes TV.
3. Dalam pelaksanaan dakwah melalui media seringkali dibenturkan pada permasalahan anggaran, waktu pelaksanaan dan kompetensi masing-masing pihak yang terlibat. Namun disamping itu, dakwah juga dapat menemukan peluang untuk mencapai keberhasilan dakwah sehingga wujud

dakwah dapat dimanifestasikan ke dalam bentuk yang koheren dan sesuai dengan masa kini.

B. Implikasi

Pada penelitian ini, peneliti sadar akan kekurangan yang dialami peneliti namun percaya segalanya telah diusahakan semaksimal. Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti menemukan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai sebuah saran untuk selanjutnya bagi penelitian lain dan pihak terkait:

1. Pada tahap penelitian lain sebaiknya lebih dahulu mengumpulkan informasi tambahan yang sesuai dengan penelitian. Baik itu berupa informasi umum maupun informasi yang mendasar.
2. Penelitian selanjutnya yang berkaitan agar menggunakan berbagai media yang mampu menunjang penelitian serta menggunakannya sebagai bahan informasi tambahan.
3. Pada perusahaan tempat penelitian untuk selanjutnya lebih memperhatikan data-data yang kemungkinan di butuhkan untuk penelitian selanjutnya sehingga ketika penelitian berlangsung terjadi keseimbangan dan pemenuhan data.

Dalam hasil penelitian ini, peneliti sadar masih terdapat banyak kekurangan untuk itu, peneliti berharap agar kiranya penelitian selanjutnya lebih memperhatikan kekurangan yang ada pada penelitian ini dan melengkapinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Peneliti Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi VI. Jakarta: Rineka cipta, 2006.
- Aripuddin, Acep. *Pengembangan Metode Dakwah” Respons Da’I terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai”*. Jakarta: Grafindo Persada, 2011.
- Asmar, Metri Novarinda. “Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya.” *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor (IPB), 2011.
- Damopolii, Muljono. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah “Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Laporan Penelitian”*. Makassar: Alauddin Press, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: Mizan, 2012.
- Echols, M. dan Hassan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia 1982
- Effendi, Onong Oechyana. “*Ilmu komunikasi: Teori dan Praktik*.” Cet; VIII: Bandung Remaja Rosdakarya, 1994.
- al-Ghozali. Abu Hamid bin Muhammad. *Ikhya' Ulumuddin*. Libanon: Dar Al-Kutub Ilmiah, 2006.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Statistik*. Cet.I. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Hasanuddin. *Hukum Dakwah*. Cet. I. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996
- Ismail, A. Ilyas, Pria Hotman. *Filsafat Dakwah, rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: kencana, 2011
- Khasanah, Siti Uswatun. *Berdakwah Dengan Jalan Debat: Antara Muslim Dan Non Muslim*. Purwokerto: Stainpress, 2007
- al-Mahalli, Imam Jalaluddin dan Imam Jalaluddin As-Suyuti, *Tafsir Jalalain*. Terj. Bahrun Abubakar, *Tafsir Jalalain* Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2010
- Maleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet.I. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mashud, Ratnasari. “Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa Kota Makassar”. *Skripsi*. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. 2013.
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana, 2008.

- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi” Menjadi Reporter Profesional”*. Cet. 2, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2005 Muhtadi, Asep Saeful dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*. Cet. I. Bandung: Pustaka Setia, 2003.
- Muliadi. *Dakwah Efektif “Prinsip, metode dan aplikasinya”*. Makassar: Alauddin University Press, 2012.
- . *Komunikasi Islam*. Makassar: Alauddin University Press, 2012
- Munir, M.. *Metode Dakwah*. Edisi Revisi Cet.III. Jakarta: Kencana,2009.
- Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Ed.I Cet.III. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Omar, Toha Yahya. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wijaya, 1985.
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 1992
- Said, Nurhidayat Muh. *Metode Penelitian Dakwah*. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Severin, Werner J., James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. edisi kelima. Jakarta: Kencana, 2005
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sukarna, Uma. *Metode Analisis Data*. Jakarta: kencana, 2007.
- Suprpto, J. *Metode Riset, Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 1998.
- Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Merat University Press, 2002.
- Tike, Arifuddin. *Etika Komunikasi” Suatu kajian kritis Berdasarkan Al-Quran”*. Makassar: Alauddin University Press, 2012.
- Sulaiman, Husain “Membangun Masyarakat Sehat Lingkungan.” *Jurnal Dakwah Tabligh Media Pengkajian Dakwah dan Komunikasi Islam*. edisi 4 Agustus, no.11 (2003). h. 119-129.

WEBSITE

- Fitriani, ”Komunikasi Dakwah M. Natsir” diposkan 2 Juli 2010. <http://fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/07/02/komunikasi-dakwah-m-natsir/> (akses 10 juni 2014)
- Celebes TV di sunting Desember 2013 <http://id.wikipedia.org> (diakses 23 Januari 2014).\

RIWAYAT HIDUP



Nur Asia T, lahir Di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan Pada tanggal 16 Maret 1992. Putri dari Muh. Nur Dg. Tawang dan Maryam Dg. Nginga. Penulis adalah anak Keempat dari empat bersaudara. Penulis dibesarkan dalam lingkungan keluarga yang sederhana dan bersahaja.

Tahun 1998, penulis memulai jenjang pendidikannya di SD Negeri No. 8 Pappandangan di kabupaten Maros, dan menamatkannya pada tahun 2004. Pada tahun itupun penulis melanjutkan pendidikannya di MTs Pondok Pesantren Assa' Adah di Kabupaten Maros dan lulus pada tahun 2007. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya pada tahun yang sama di MA DDi Alliritenga Maros dan tamat pada tahun 2010. Setelah itu, ditahun yang sama penulis melanjutkan studinya di UIN Alauddin Makassar, program Strata 1 (S1) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

Organisasi yang sempat digeluti penulis antara lain UKM-KSR PMI unit 107 UIN Alauddin Makassar sejak tahun 2011 dan menjabat sebagai bendahara umum pada tahun 2013. Penulis juga aktif sebagai aktifis dakwah UKM LDK Al-Jami' Pada Tahun 2011-2012. Selain itu penulis tergabung dalam sebuah Organisasi daerah asal penulis.