

Mengkoordinir Ragam Format Acara Dakwah

Erwan Effendy¹, Muhammad Arif Hafizd Lubis², Ahmad Maulana³, Juni Ariansyah Pulungan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara
erwaneffendi6@gmail.com

Abstract

The term program can be analogous to goods (goods) or services (services) that are sold to other forms of business. Programs or often referred to as events are items that people need so they are willing to listen to them. In the world of radio, understanding the station format is the heart of all programming performance. Every broadcast program production process refers to the choice of radio station format which is increasingly specific (segmented) as the number of radio stations increases and listeners become more segmented. The more modern the radio, the more specialized the format, the more competitive a radio is, the more focused its program position will be. The sharpening of broadcast programs is a consequence of the sharpness of broadcast formats. The event itself means: "activities that are shown, broadcast, or contested; programs (television, radio, etc.)"

Keywords: Coordinating, Variety Of Events, Da`Wah

Abstrak

Istilah program dapat dianalogikan sebagai barang (goods) atau pelayanan (services) yang dijual pada bentuk bisnis lain. Program atau kerap disebut pula dengan istilah acara adalah barang yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mendengarkannya. Dalam dunia keradioan, mengerti format stasiun (station format) adalah jantung dari seluruh kinerja pemograman. Setiap olah produksi program siaran mengacu pada pilihan format stasiun radio yang makin spesifik (segmented) seiring makin banyaknya jumlah radio dan makin tersegmennya pendengar. Makin modern radio, makin terspesialisasi formatnya, makin kompetitif sebuah radio maka makin fokus posisi programnya. Penajaman program siaran adalah konsekuensi dari tajamnya format siaran. Acara sendiri berarti: "kegiatan yang dipertunjukkan, disiarkan, atau dipelombakan; program (televisi, radio, dsb)"

Kata Kunci: Mengkoordinir, Ragam Acara, Dakwah

Copyright (c) 2023 Erwan Effendy, Muhammad Arif Hafizd Lubis, Ahmad Maulana, Juni Ariansyah Pulungan

Corresponding author: Erwan Effendy

Email Address: erwaneffendi6@gmail.com (Jl. William Iskandar Ps. V, Percut ST., Deli Serdang, Sumut)

Received 07 February 2023, Accepted 13 February 2023, Published 13 February 2023

PENDAHULUAN

Media komunikasi baik visual ataupun audio visual pada saat sekarang ini menjadi suatu kebutuhan mendasar bagi manusia. Komunikasi dengan menggunakan media dewasa ini menurut para ahli komunikasi cukup besar pengaruhnya dalam membentuk dan merubah masyarakat. Hampir setiap waktu kita selalu bersentuhan dengan berbagai macam media komunikasi. Era transformasi dan informasi seperti saat ini, memungkinkan kita untuk mendapatkan segala sesuatu dengan mudah.

Pesatnya pertumbuhan tehknologi modern, menandakan bahwasanya kehidupan manusia semakin bertambah canggih dan telah memasuki peradaban baru. Pada zaman modern seperti sekarang ini nilai agama yang sudah tertanam dalam diri masyarakat mulai tergeser dengan adanya budaya-budaya asing yang dapat merusak tingkah laku moral bangsa. Begitupun informasi yang disampaikan melalui media komunikasi tentang tindakan-tindakan sadis seperti pembunuhan,

penyimpangan seksual, penganiayaan dan penyalahgunaan obat terlarang, terkadang kita saksikan secara langsung tindakan-tindakan tersebut nampaknya hampir tidak pernah dirasakan sebagai kesalahan, apalagi disesalkan.

Pikiran dan hati nurani bahkan iman telah dikesampingkan, kini telah banyak manusia yang ditundukkan oleh hawa nafsu tak terkecuali anak remaja yang diharapkan menjadi. Bahri Ghazali, *Dakwah komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Komunikasi Dakwah*, penerus bangsa yang tidak hanya meneruskan urusan Negara namun dapat meneruskan dakwah agar tidak usang ditelan zaman. Agama merupakan pondasi dari setiap perbuatan manusia.

Realitas diatas menunjukkan bahwa pentingnya agama sebagai sumber nilai yang berperan untuk mengantar manusia menuju khair 'ummah. Nilai-nilai Islam harus dipahami secara sistematis dengan membangun kesadaran untuk dapat mengaplikasikan dengan amal shaleh. Untuk merealisasikan nilai-nilai itu maka diperlukan kegiatan dakwah baik berupa lisan maupun tulisan. Dakwah merupakan usaha untuk menyampaikan Islam dan merealisasikan ajarannya ditengah-tengah kehidupan manusia.

Dakwah pada dasarnya menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Dalam hal ini dakwah bisa dilaksanakan menggunakan berbagai media yang ada termasuk dakwah harus menggunakan media-media mukhtahir untuk bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Media penyiaran pada saat ini berperan sangat besar bagi kehidupan masyarakat. Melalui media penyiaran masyarakat banyak mengetahui informasi yang berkaitan dengan aspek kehidupan. Mulai dari ekonomi, sosial, politik, hukum, bahkan sampai kepada rana keagamaan.

Hal inilah yang dinilai efektif agar pesan-pesan keagamaan dapat sampai kepada masyarakat dan kegiatan dakwah Islam bisa terus berjalan. Berdasarkan fungsinya format program siaran dakwah, secara umum dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian, yaitu format sebagai proses dan format sebagai hasil pembelajaran. format proses merupakan kegiatan pengukuran yang dilaksanakan secara sistematis untuk memperoleh informasi tentang efektifitas aktifitas belajar.

Selama ini pelaksanaan format program dakwah penyiaran radio belum ideal. Karena dalam penilaian pendengar mengatakan bahwa setiap mendengar program dakwah mereka merasa bosan dan jenuh. Karena program yang dibawakan bersifat monoton. Format berfungsi mengukur tingkat kesuksesan suatu program agar menyempurnakan program dalam tahap berikutnya secara berkesinambungan. Ketika masa terus bergulir dan kemajuan teknologi semakin maju, Islam dihadapkan pada modernisasi zaman.

Untuk itu dalam hal ini proses pelaksanaan dakwah harus ditunjang oleh berbagai faktor yang mendukung, antara lain, ditunjang dengan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai dan mumpuni, dalam sebuah proses dakwah da'i adalah salah satu bagian yang sangat berpengaruh, untuk itu diperlukan suatu mekanisme dakwah yang tertuju pada adanya pengetahuan akan metode dan arah yang jelas.

Perlu adanya pembuatan planning (perencanaan) yang dalam kaitannya dengan dunia penyiaran adalah faktor kunci untuk melangkah lebih jauh dari suatu program, untuk arah dan tujuan yang akan dicapai. Satu hal yang perlu diperhatikan bahwa sesungguhnya dalam.

Pelaksanaan dakwah bukanlah bertumpu pada besar kecilnya peran yang di mainkan semata, akan tetapi yang lebih penting dari itu adalah bagaimana kegiatan dakwah yang di lakukan itu memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan yang akan dicapai dari kegiatan dakwah tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penilaian tentang keberhasilan dakwah Islamiyah yang dilakukan dalam suatu kesempatan, sifatnya masih relatif.

Apalagi mengenai keberhasilan akan wujud dari hasil dakwah dengan menekankan pada permasalahan tingkat ibadah seseorang. Perkembangan tehknologi elektoronika telah membawa dampak kepada perkembangan di bidang komunikasi massa. Berkat perkembangan tehknologi elektronika ini harus informasi dapat berjalan cepat dan simultan, sehingga mampu menembus ruang dan waktu antara dua tempat yang berbeda. Kehadiran berbagai produk tehknologi elektronika seperti medium radio dan televisi telah memberikan nuansa baru dalam berkomunikasi.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian deskriptif meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Prosedur termasuk dalam tahapan penelitian; 1) mengumpulkan data, 2) mengolah data, dan 3) menganalisis data.

HASIL DAN DISKUSI

Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab da'wah yang merupakan bentuk mashdar dari kata kerja (fi'il) da'a yad'u yang artinya seruan, ajakan, panggilan. Warson Munawwir menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (to call), mengundang (to invite), mengajak (to Summon), menyeru (to propose), mendorong (to urge) dan memohon (to pray) (Samsul Munir Amin, 2009: 3). Dakwah dari segi terminologi memiliki beberapa pengertian atau definisi. Hal tersebut berkaitan dengan aneka ragam definisi yang diberikan oleh para ahli ilmu dakwah yang memakai sudut pandang yang berbeda di dalam memberikan pengertian pada istilah tersebut. Meskipun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikinya sama. Di bawah ini akan

penulis kemukakan beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli mengenai dakwah (Samsul Munir Amin, 2009: 2-5).

Pertama, menurut Prof. Toha Yahya Omar dakwah adalah mengajak manusia dengan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Hajir Tajirin, 2015: 16).

Kedua, menurut A.Hasjmy dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.

Ketiga, menurut Syaikh Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebaikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat (Samsul Munir Amin, 2009: 3).

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain berupa ajakan kepada Allah dengan *al-amar bi al-ma'ruf annahyu an al-munkar* untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat.

Pengertian Format dan Acara

Format mengandung arti: “dimensi, ukuran, edisi (buku, majalah), bentuk, pola, struktur” (Eko Endarmoko, 2006: 180). Sedangkan menurut “tinjauan epistemologi, format siaran diartikan sebagai pola, susunan atau bentuk. Antonius Darmanto memberikan format siaran sebagai bentuk kepribadian suatu penyiar radio sebagaimana tercermin dari segi siarannya”.

Istilah program dapat dianalogikan sebagai barang (goods) atau pelayanan (services) yang dijual pada bentuk bisnis lain. Menurut John R. Birtner, program atau kerap disebut pula dengan istilah acara adalah barang yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mendengarkannya. Dalam dunia keradioan, mengerti format stasiun (station format) adalah jantung dari seluruh kinerja pemrograman. Setiap olah produksi program siaran mengacu pada pilihan format stasiun radio yang makin spesifik (segmented) seiring makin banyaknya jumlah radio dan makin tersegmentnya pendengar.

Makin modern radio, makin terspesialisasi formatnya, makin kompetitif sebuah radio maka makin fokus posisi programnya. Penajaman program siaran adalah konsekuensi dari tajamnya format siaran. Acara sendiri berarti: “kegiatan yang dipertunjukkan, disiarkan, atau dipelombakan; programa (televisi, radio, dsb)” (DEPDIKNAS, 2005: 4). Tiga masukan program: suara, musik, dan bunyi dapat dipadukan dengan banyak cara, dan melalui penyajian, “perlakuan khusus”, menghasilkan alur produksi yang unik atau program.

Sedangkan “pola acara adalah susunan mata acara yang akan disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, bulanan, triwulan, tengah tahun, dan tahunan.

Khusus untuk pola acara harian disebut *rundown*” (J.B. Wahyudi, 1994: 22). Tiap mata acara (program) harus dibuatkan:

1. Judul mata acara
2. Kriteria/batasan mata acara
3. Format/bentuk penyajian
4. Durasi/lama waktu siaran

Penentuan mata acara, sebaiknya dilandasi oleh:

1. Misi, fungsi, dan tugas stasiun penyiaran
2. Landasan filosofi, konstitusional, dan operasional
3. Hasil riset khalayak sebagai konsumen
4. Norma, etika, dan estetika yang berlaku
5. Kebijakan intern dan ekstern

Semua mata acara siaran, baik radio maupun televisi pada dasarnya harus direncanakan. Karena ada pemero yang mengatakan bahwa radio is planning dan television is planning, kecuali dalam hal-hal tertentu yang memang tidak dapat direncanakan. Tujuan dari berbagai pendekatan produksi terhadap mata acara siaran, baik radio maupun televisi, adalah untuk menciptakan mata acara siaran yang baik dan benar, komunikatif dan menarik khalayak, sehingga khalayak yang tidak lain merupakan konsumen siaran merasa memperoleh informasi yang bermanfaat dan terhibur.

Dengan demikian kebutuhan dan keinginan khalayak menjadi terpenuhi. Kemasan sebuah acara, dipengaruhi pula oleh bentuk proses produksi yang dipilih, sehingga susunan acara, materi, dan hal-hal teknis lainnya dapat turut disesuaikan dengan langkah produksi yang digunakan. Dalam hal ini, ada dua bentuk proses produksi acara radio, terutama setelah proses penulisan naskah selesai, yaitu (1) on air, produksi dilakukan secara langsung dari ruang siaran, tanpa melalui tahap pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis. (2) off air, produksi dilakukan didalam ruang produksi yang meliputi sejumlah tahap sampai sebuah paket acara siap disiarkan.

Berdasarkan pengertian format, acara, dan dakwah pada lembar sebelumnya, maka penulis coba mendefinisikan pengertian format acara dakwah sebagai bentuk maupun struktur pada serangkaian awal hingga akhir sebuah program keagamaan, yang bertujuan untuk mengajak khalayak kepada kebaikan. Dalam kaitannya dengan media massa radio, dapat pula diartikan sebagai bentuk program siaran yang bertujuan untuk mengajak pendengarnya kepada kebaikan. Sehingga kemasan sebuah acara dakwah dapat tampil menarik, serta diharapkan mampu memberi pengaruh (impact) yang baik kepada pendengarnya.

Peran Media Dakwah

Dalam artian sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah, atau yang populer di dalam proses belajar mengajar disebut dengan istilah “alat peraga”. Alat bantu berarti media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Artinya proses dakwah tanpa adanya media masih dapat mencapai tujuan yang semaksimal mungkin.

Sebenarnya media dakwah ini bukan hanya berperanan sebagai alat bantu dakwah, namun bila ditinjau dakwah sebagai suatu sistem, yang mana sistem ini terdiri dari beberapa komponen (unsur)

yang komponennya satu dengan lainnya saling kait mengait, bantu membantu dalam mencapai tujuan. Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibanding dengan komponen yang lain, seperti metode dakwah, objek dakwah dan sebagainya.

Alasan Pentingnya Media Dakwah

“Dakwah adalah suatu proses yang kompleks dan unik. Kompleks artinya di dalam proses dakwah mengikut sertakan keseluruhan aspek kepribadian, baik bersifat jasmani maupun rohani. Sedangkan unik artinya di dalam proses dakwah sebagai objek dakwahnya terdiri dari berbagai macam perbedaan, seperti berbeda dalam kemampuan, kehendak, sifat, kebudayaan, idiologi, filsafat dan sebagainya.” (Asmuni Syukir, 163-164). Media dakwah dapat berfungsi sebagaimana mestinya apabila tepat dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta prinsip-prinsip penggunaannya.

Pengertian Talk Show Dakwah

Talk show merupakan perpaduan antara seni panggung dan teknik wawancara jurnalistik. Wawancara dilakukan di tengah atau disela-sela pertunjukan, apakah itu musik, lawak, peragaan busana dan sebagainya. Jika suatu wawancara diselenggarakan di tengah-tengah show, maka acara ini disebut talk show. Disini pembawa acara juga berfungsi sebagai pewawancara (Rendra Widyatama, 2006: 90).

Menurut Maskudi dalam buku *Menjadi Broadcaster Profesional* talk show pada dasarnya adalah kombinasi antara “seni berbicara” dan “seni wawancara” (Masduki, 2004: 79). Menurut Hasan Asy’ari Oramahi dalam buku *Jurnalistik Televisi* talk show merupakan format berita paling mutakhir yang digemari khalayak. Talk show memiliki daya tarik tersendiri karena beberapa pelaku berita hadir sekaligus, seperti moderator, panelis, narasumber, dan audiens. Terlebih jika talk show ini disiarkan secara langsung, dapat melibatkan pemirsa di rumah mereka melalui fasilitas phone-in. Format ini akan menarik atau atraktif apabila moderatornya cukup komunikatif, dan menguasai persoalan secara detail atau rinci (Hasan Asy’ari Oramahi, 2015: 60). Metode talk show menurut Klaus Kastan dikenal istilah talk show skill, berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi:

1. Mengambil keputusan
2. Menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat
3. Memotong pembicaraan narasumber yang melenceng
4. Kemampuan melakukan kompromi dan meyakinkan narasumber
5. Memadukan kemasan program secara interaktif

Program talk show di masa kini tidak lepas dari humor, sebab kebanyakan talk show adalah hiburan. Kendatipun hiburan, seorang presenter dapat tampil menghibur dengan humor murah dan humor tinggi. Dalam hal ini kualitas dari kecerdasan dan kemampuan keterampilan presenter yang menentukan. Biasanya penonton cepat bosan pada hiburan yang tidak kreatif (Fred Wibowo, 2007: 85).

Talk show didefinisikan sebagai ketrampilan menyajikan perbincangan bertopik serius. Konsep talk show adalah:

1. Topik yang dipilih aktual, sedang menjadi sorotan
2. Bersifat analisis, tidak sekedar deskripsi kasus
3. Terjadi interaksi seimbang diantara narasumber
4. Terjadi kontroversi, perdebatan pro-kontra
5. Ada solusi terbuka pada akhir perbincangan.

Dalam pelaksanaannya, urutan proses talk show adalah sebagai berikut: pertama, pembukaan, berisi: pengenalan topik, latar belakang, narasumber, dan peluang interaksi audiens. Kedua, diskusi utama, berisi: pertanyaan awal pemandu, tanggapan narasumber, interaksi audiens. Ketiga, penutup, berisi: kesimpulan, ucapan terima kasih.

Jadi, format talk show dakwah yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebuah kemasan yang menunjukkan kepada cara presenter, ustadz dan bintang tamu menyampaikan dengan berbagai episode mengenai agama Islam dan dengan tema yang berbeda pula dalam tiap episodenya

Contoh Ragam Acara Dakwah

Radio

Radio sebagai media dakwah merupakan suatu terobosan yang baik, terlebih setelah para mubalig memiliki semangat yang gigih untuk menyiarkan misi dakwahnya, maka radio pun sebagai alat komunikasi dilirik dan dimanfaatkan untuk keperluan dakwahnya. Dari segi jenisnya radio ini ada dua macam yaitu radio amatir dan radio siaran. Radio amatir digunakan hanya sekedar berkomunikasi antar satu orang dengan lainnya dalam bentuk percakapan.

Sedangkan radio siaran berfungsi menyiarkan program dalam bentuk kesenian, hiburan, penerangan, keagamaan dan pendidikan. Radio sebagai alat komunikasi dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sebagai media dakwah Islam. Hal tersebut salah satunya didasarkan pada kenyataan, pesawat radio telah dimiliki masyarakat secara meluas dan merata. Apalagi setelah adanya radio transistor yang tidak tergantung oleh aliran listrik, melainkan dengan batu baterai.

Dengan demikian dakwah dapat menggunakannya secara kontinyu dan dapat dikatakan pula bahwa radio sudah menjadi bagian hidup masyarakat dan sudah mendapat tempat dihati mereka secara merata. Joseph Clapper dalam penelitiannya tentang efek media massa menandakan bahwa radio sebagai media massa berpengaruh dalam memperkokoh sikap dan pendapat yang ada.

Hal tersebut dikarenakan setiap orang pada dasarnya memiliki sebuah pendapat atau idiologi. Namun begitu dia juga menyebutkan bahwa media massa juga efektif dalam mengubah sikap dan efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah baru bila tidak ada suatu pendapat atau gagasan yang harus diperteguh Pada dasarnya da'i dalam memanfaatkan keberadaan radio dalam memantapkan seseorang baik perasaan,

Pikiran atau pemahaman seseorang maupun tingkah laku adalah tergantung bagaimana memformat dan memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh media radio, sebab radio

hanyalah media yang mati. Namun begitu perlu dimengerti bahwa radio memiliki keunggulan yang sulit ditandingi oleh media-media lain seperti aktualitas beritanya dan penyebarannya yang luas.

Untuk itu pendayagunaan potensi yang dimiliki oleh media radio tentu saja akan mendapatkan hasil yang optimal, sehingga kerja dakwah tidak sia-sia.

Keefektifan berda'wah melalui radio juga ditunjang oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Daya langsung, untuk mencapai sasarannya tidak mengalami proses yang sulit.
2. Daya tembus, radio tidak mengenal jarak dan rintangan.
3. Daya tarik, radio memiliki sifat yang hidup,

Karena mengandung tiga unsur, yaitu musik, kata dan efek suara . Media massa jika dilihat dari aspek komunikasi yang merupakan “channel of communication” yang berfungsi sebagai pembawa pesan (massaging vehictess) juga sekaligus berperan sebagai sumber pesan Adanya penunjang seperti yang di atas, faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap keefektifan siaran radio adalah cara penyajian pesan dan kesesuaian antara isi pesan dengan audien. Isi pesan merupakan unsur yang harus diperhatikan agar unsur komunikasi dapat berlangsung dengan efektif.

Dalam hal ini adalah dakwah islamiyah, maka amanat yang dibawa da'i sebagai komunikator adalah risalah Rasulullah SAW. Amanat yang terkandung dalam pesan juga harus membawa manfaat, sehingga dapat berpengaruh terhadap efektifitas pesan. Apabila da'i dalam penyajian pesan nya menarik, serta ada kesesuaian antara isi pesan dengan apa yang diinginkan komunikan, maka berlangsungnya penyampaian pesan dakwah akan berjalan lancar.

Hal penting yang harus diperhatikan pula adalah :

1. Pesan hendaknya dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
2. Pesan hendaknya menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga samasama dapat dimengerti.
3. Pesan harus memenuhi kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyuarakan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki

Siaran Dakwah di Televisi

Pengertian Program Siaran

Kata program berasal dari bahasa Inggris programme atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat

audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah radio atau televisi (Morrison, 2013: 210).

Menurut John R. Bittner, program atau kerap disebut pula dengan istilah acara adalah barang yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mendengarkannya (Masduki, 2004: 35). Program televisi jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam, yang setiap harinya ditayangkan oleh stasiun televisi. Menurut Morrison berbagai jenis program tu dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu program informasi dan program hiburan:

Program Informasi

Program informasi di televisi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang dijual kepada audien.

Berita keras (hard news)

Berita keras adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya Stasiun televisi biasanya menyajikan program berita beberapa kali dalam satu hari misalnya pagi, siang, sore, petang dan tengah malam. Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (misalnya breaking news) hingga program berita yang berdurasi 30 menit, bahkan satu jam. Dalam hal ini berita keras dapat dibagi kedalam beberapa bentuk berita yaitu straight news, features, dan infotainment.

1. Straight News, berarti berita langsung (straight), maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (who, what, where, when, why dan how) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita ini sangat terikat waktu (deadline) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.
2. Feature, adalah berita ringan namun menarik. Pengertian menarik disini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya.
3. Infotainment, berasal dari dua kata, yaitu information yang berarti informasi dan entertainmen yang berarti hiburan, namun infotainment bukanlah berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (celebrity), dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan, seperti pemain film atau sinetron, penyanyi dan sebagainya.

Berita Lunak (soft news)

Adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (in-depth) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk dalam kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita. Program yan termasuk ke dalam kategori berita lunak ini adalah current affair, magazine, dokumenter, dan talk show

1. Current Affair, adalah persoalan kekinian. Program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Current affair cukup terikat dengan waktu dalam hal penayangannya namun tidak seketan hard news. Batasannya adalah selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian khalayak, maka current affair dapat disajikan.
2. Magazine, adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain magazine adalah featured dalam durasi yang lebih panjang. Ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. Magazine lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.
3. Dokumenter, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Misalnya program dokumenter yang menceritakan mengenai suatu tempat, kehidupan sejarah seorang tokoh atau masyarakat dan lain sebagainya.
4. Talk Show, adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (host).

Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik dan pertunjukan.

1. Drama, kata drama berasal dari bahasa Yunani dram yang berarti bertindak atau berbuat (action). Program drama adalah program pertunjukan (show) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh), yang diperankan oleh pemain (artis), yang menampilkan sejumlah pemain yang memerankan tokoh tertentu, yang menimbulkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.
2. Sinetron, merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing masing tokoh mempunyai alur cerita mereka sendiri-sendiri. Cerita cenderung dibuat berpanjang-panjang selama masih ada audien yang menyukai. Penayangan sinetron biasanya terbagi dalam beberapa episode. Sinetron yang memiliki episode terbatas disebut dengan miniseri.
3. Film, adapun yang dimaksud film disini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan perusahaan film. Film biasanya baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukkan di bioskop atau bahkan setelah film itu didistribusikan atau dipasarkan dalam bentuk VCD atau DVD.

Permainan atau Game Show

Merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang, baik secara individu ataupun kelompok (tim) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Menjawab pertanyaan dan/atau memenangkan suatu bentuk permainan, dapat dirancang dengan melibatkan audien.

1. Quis Show, merupakan bentuk permainan paling sederhana yang menekankan pada kemampuan intelektualitas, dimana sejumlah peserta saling bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan.
2. Ketangkasan, permainan dengan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu permainan.
3. Reality Show, merupakan program yang mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara sealamiah mungkin tanpa rekayasa seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Ada beberapa bentuk reality show, yaitu hidden camera, competition show, relationship show, fly on the wall, musik.
4. Musik, program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu videoklip dan konser yang dapat dilakukan di lapangan (outdoor) atau didalam studio (indoor). Program musik di televisi sangat ditentukan dengan kemampuan artis dalam mengemas penampilannya agar menarik audien.
5. Pertunjukan, adalah program yang menampilkan kemampuan (performance) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio maupun diluar studio. Jika mereka tampil para musisi maka pertunjukan musik, atau jika yang tampil juru masak masak, maka pertunjukan itu menjadi pertunjukan memasak, begitu pula dengan pertunjukan lawak, lenong, wayang dan sebagainya.

Televisi Sebagai Media Dakwah

Para aktivis dakwah Islam dengan melihat berbagai kelebihan media televisi merasa tergugah untuk menggunakan media audio-visual ini sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan teknologi modern dalam aktifitas dakwah, dengan memanfaatkan televisi ini diharapkan seluruh pesan-pesan dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) secara lebih optimal baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Dakwah melalui televisi ini banyak memperoleh keuntungan dibandingkan dengan mempergunakan media dakwah lainnya. Diantara keuntungannya adalah:

1. Dakwah melalui media televisi dapat disampaikan kepada masyarakat melalui suara (audio) dan
2. gambar (visual) yang dapat didengar dan dilihat oleh pemirsa.
3. Dari segi khalayak (mad'u) televisi dapat menjangkau jutaan pemirsa di seluruh tanah air bahkan luar negeri, sehingga dakwah lebih efektif dan efisien.
4. Efek kultur televisi lebih besar dibandingkan media lain khususnya bagi pembentukan perilaku prososial dan anti sosial anak (M. Alfandi, 2002: Vol. 22, No. 1) .

Keberhasilan dakwah melalui televisi tidak hanya tergantung kepada kelebihan-kelebihan yang dimiliki media televisi ini, akan tetapi sangat tergantung pula pada orang yang mempergunakan media ini, akan tetapi sangat tergantung pula pada orang yang mempergunakan media ini, yang hal ini sejalan dengan istilah "the man behind the gun".

Sehingga bagaimanapun canggihnya sebuah karya teknologi termasuk televisi, akan tetapi apabila orang ingin memanfaatkan peralatan itu ternyata tidak mampu mengoperasionalkannya, maka peralatan itu tidak ada gunanya. Sejak awal kehadirannya, televisi telah ikut serta dalam kegiatan dakwah. Namun permasalahannya terletak pada seberapa jauh televisi kita sudah melakukan fungsi dakwah. Ceramah bernuansa Islam di hari-hari besar agama Islam, khususnya bulan Ramadhan, termasuk sebagai tayangan sinetron cukup marak di televisi.

Ini merupakan bukti bahwa televisi memberikan kontribusi terhadap kegiatan dakwah Islam. Tayangan televisi yang berbentuk acara seperti kuis, sinetron dan berita, memang dapat diprogram untuk acara dakwah, dengan cara memasukkan unsur-unsur dakwah didalamnya. Jadi setiap acara televisi dapat digunakan sebagai media dakwah selama itu dapat memasukkan pesan-pesan dakwah sehingga apa yang disuguhkan lewat acara televisi selalu diwarnai oleh nilai-nilai Islam.

Televisi bisa menjadi media yang sangat penting bagi kegiatan dakwah dengan format dakwah yang beragam, karena televisi mempunyai banyak paket acara yang biasa ditayangkan. Informasi keagamaan dapat ditonton oleh masyarakat luas, baik kalangan muslim maupun non-muslim (Asep Saeful Muhtadi dan Mama Abd. Djaliel, 2003: 71).

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa televisi bisa membantu individu dan masyarakat untuk menemukan kembali dan memperkokoh nilai-nilai yang selama ini menjadi bagian dari identitas mereka. Televisi merupakan sarana yang efektif dalam pengembangan dakwah Islamiyah.

KESIMPULAN

Dakwah adalah suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain berupa ajakan kepada Allah dengan al-amar bi al-ma'ruf annahyu an al-munkar untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Dan untuk menyebar luas kan dakwah tersebut bisa melalui acara acara besar agar bisa didengar banyak orang dan bisa di sebar luas kan menggunakan media media yg sudah canggih di zaman milenial ini, karna kita hidup di jaman milenial kita sebagai pendakwah harus bisa memanfaatkan teknologi yang ada agar membantu menyebarkan dakwah kita sekaligus menambah wawasan kita seperti contoh.

Televisi dan radio bisa menjadi media yang sangat penting bagi kegiatan dakwah dengan format dakwah yang beragam, karena televisi mempunyai banyak paket acara yang biasa ditayangkan. Informasi keagamaan dapat ditonton oleh masyarakat luas, baik kalangan muslim maupun non-muslim. Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa televisi bisa membantu individu dan masyarakat untuk menemukan kembali dan memperkokoh nilai-nilai yang selama ini menjadi bagian dari identitas mereka. Televisi merupakan sarana yang efektif dalam pengembangan dakwah Islamiyah.

REFERENSI

- Asep Saeful Muhtadi dan Mama Abd. Djaliel, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003)
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009)
- Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006)
- Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: PINUS Book Publisher, 2007)
- Hajir Tajirin, *Etika dan Ekstetika Dakwah Perspektif Teologis, Filosofis dan Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015)
- Hasan Asy'ari Oramahi, *Jurnalistik Televisi*, (Jakarta: Erlangga, 2015)
- J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia, 1994)
- M. Alfandi, "Perkembangan Dakwah Islam Melalui Media Televisi di Indonesia" dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*. Vol. 22, No. 1, Januari-Juni 2002
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS, 2004)
- Morrison, *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Pengelolaan Radio dan Televisi, Edisi Revisi*,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013)
- Pusat Bahasa DEPDIKNAS, *KBBI Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- Rendra Widyatama, *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006),