

BAB II

KAJIAN TENTANG DAKWAH MELALUI TELEVISI

A. Aktivitas Dakwah dan Pembinaan Akhlak

1. Aktivitas Dakwah

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah.¹ Implikasi dari pernyataan tersebut menuntut umatnya agar selalu menyampaikan dakwah. Hal itu karena kegiatan ini merupakan aktivitas yang tidak pernah usai selama kehidupan dunia masih berlangsung dan akan terus melekat dalam situasi dan kondisi apapun bentuk dan coraknya.

Seorang muslim bertanggungjawab penuh untuk dapat melangsungkan kegiatan dakwah dan keilmuan dakwah serta berperan dalam menyiarkan ajaran Islam, dengan menggunakan metode atau cara dakwah yang dijalaninya. Seperti firman Allah dalam surah an-Nahl: 125² :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah ke jalan Tuhanmu (Wahai Muhammad) dengan hikmah kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan

8. ¹ M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Jakarta : Al Amin Press, 1997), h.

² Al-Qur'anul Karim, *Op.Cit.*

mereka (yang Engkau serukan itu) dengan cara yang baik; Sesungguhnya Tuhanmu Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalannya, dan Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk.”

Aktivitas dakwah pada awalnya hanyalah merupakan tugas sederhana yakni kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima dari Rasulullah SAW. Dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja dalam bentuk yang sangat sederhana. Sejalan dengan perputaran masa dan pergantian waktu, perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang semakin beragam, membuat dakwah dituntut untuk dilakukan secara modern. Untuk itu diperlukan sekelompok orang yang secara terus-menerus mengkaji, meneliti dan meningkatkan aktivitas dakwah secara professional.³

Kenyataan itu selalu menantang untuk merumuskan strategi baru dalam menjawab setiap persoalan yang muncul di masyarakat. Persoalan dan tantangan tidak akan pernah final (*al-nusus qad intahat wa al-waqa'i la tantahī*). Dai sebagai pilar pelopor perbaikan umat harus memiliki sikap kreatif dan inovatif dalam menghadapi setiap tantangan yang muncul di masyarakat.

Ketika dakwah dipahami sebagai transformasi sosial maka aktivitas dakwah harus bersentuhan dengan teori-teori perubahan sosial yang mengasumsikan terjadinya *progress* (kemajuan) dalam masyarakat. Gagasan tentang kemajuan muncul dari kesadaran manusia tentang diri sendiri dan alam sekitarnya. Dalam konteks ini, realitas aktivitas dakwah dihadapkan pada nilai-

³ M. Yunan Yusuf, *Metode Dakwah sebuah Pengantar Kajian* dalam Munzier Suparta dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah* (Cet. 2; Jakarta: Kencana, 2006), h. viii.

nilai kemajuan yang perlu direspon, diberikan nilai, diarahkan, dan dikembangkan ke arah yang lebih berkualitas.⁴

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar, yaitu *da'a - yad'u - da'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Istilah dakwah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh, amar ma'ruf nahi mungkar, mauhidzoh hasanah, tabsyir, wasiyah, tarbiyah, ta'lim* dan *khotbah*. Oleh karena itu, secara terminologi pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat.⁵

Menurut Ali Aziz, di dalam Al-Qur'an kata dakwah ditemukan tidak kurang dari 198 kali dengan makna yang berbeda-beda. Setidaknya ada 10 macam makna, yaitu: (1) mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun kemusyrikan, (2) berdo'a, (3) mendakwa atau menganggap tidak baik, (4) mengadu, (5) memanggil atau panggilan, (6) meminta, (7) mengundang, (8) malaikat Israfil sebagai penyeru, (9) panggilan nama atau gelar (10) anak angkat.⁶ Sedangkan Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi atau masyarakat.⁷

Menurut Muhammad Natsir, dakwah merupakan amanah umat Islam untuk meneruskan risalah yang diterima dari Rasulullah SAW. Sementara intisari

⁴ Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *loc. cit.*

⁵ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.32.

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), h.6-9.

⁷ Quraish Shihab, *Membumikan Al Quran*, (Bandung: Mizan, 1994), h.194.

risalah adalah petunjuk, pedoman bagi manusia untuk menjaga nilai dan martabat kemanusiaannya⁸. Sedangkan menurut Munir Mul Khan dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan dan seluruh umat manusia dalam hal konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi (*amar ma'ruf nahi mungkar*) dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan masyarakat.⁹

Dengan demikian lapangan dakwah sangatlah luas, meliputi seluruh aktivitas manusia dalam hubungannya secara totalitas, baik sebagai individu, sebagai anggota masyarakat, bahkan sebagai makhluk bumi yang ada di jagad raya ini. Selain itu, dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam (Al-Qur'an dan As-Sunnah) oleh seorang *da'i* melalui suatu media dengan hikmah kebijaksanaan kepada umat manusia agar mereka terpengaruh untuk melaksanakan apa yang ada dalam ajaran Islam tersebut dalam segala aspek kehidupan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁰

b. Unsur-unsur Dakwah

Dalam aktivitas dakwah terdapat beberapa unsur yang harus bersinergi demi suksesnya aktivitas dakwah. Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah.¹¹ Unsur-unsur tersebut adalah:¹²

⁸ M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2000), h 4.

⁹ Munir Mul Khan, *Ideologi Gerakan Dakwah*, (Jakarta: Sippres, 1996), h.52.

¹⁰ Mohammad Ali Aziz, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 4-5.

¹¹ Muhamad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Cetakan ke-2, h. 21.

¹² Asep M, M.Ag, Agus AS, M.Ag, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Pustaka Setia, Bandung: 2002), h. 28.

1) Subyek Dakwah

Subyek dakwah adalah orang yang melakukan dakwah (disebut *da'i*), yaitu orang yang selalu berusaha mengubah keadaan yang lebih baik sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT, baik secara individu, kehidupan sosial, maupun kehidupan kelompok.¹³ Dalam konteks komunikasi, *da'i* sama dengan komunikator, maka disebut dengan komunikator dakwah. Komunikator dakwah diakui sebagai orang yang shaleh, perilaku dan sikapnya menjadi salah satu sumber penilaian dan tujuan perilaku masyarakat.¹⁴

2) Obyek Dakwah

Obyek dakwah yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah (disebut *mad'u*) atau manusia penerima dakwah baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak. Dalam konteks komunikasi *mad'u* adalah komunikan, maka disebutlah dengan komunikan dakwah. Komunikan dakwah *mad'u* memiliki kemampuan yang berbeda-beda yaitu kemampuan rasio dan kemampuan merasa.¹⁵

3) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan dalam melaksanakan dakwah. Adapun metode yang dijelaskan al-Qur'an dalam surat al-Nahl ayat 125 yaitu *Al-Hikmah* (bijaksana), *Mau'idzah hasanah* (pelajaran yang baik), dan *Al-Mujadalah*

¹³ Moh. Ali Aziz, *Dakwah Komtemporer*, (Jakarta: Prenada Media, 2008), h. 75.

¹⁴ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 39.

¹⁵ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2002), h. 41.

yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan yang memberatkan kepada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.¹⁶

4) Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah ajaran Islam kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam yaitu sebagai berikut:¹⁷

- a) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, dan lain sebagainya.
- b) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, spanduk dan lain sebagainya.
- c) Lukisan adalah media dakwah melalui gambar hasil seni lukis, foto, karikatur dan lain sebagainya.
- d) Audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan seperti televisi, film, video dan sebagainya.
- e) Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.

¹⁶ Muhamad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 34.

¹⁷ Hamzah Ya'qub, *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung : Diponegoro, 1981) h. 47.

5) Logistik Dakwah

Logistik dakwah adalah perlengkapan sarana dan prasarana dalam berdakwah untuk mendapatkan keberhasilan dengan langkah langkah berikutnya, demikian juga dakwah di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dan di kembangkan dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸

6) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam berdakwah, hal ini harus senantiasa diperhatikan oleh para juru dakwah, karena suatu pesan atau materi dakwah akan menarik, apabila disampaikan dengan cara yang baik dan enerjik. Para juru dakwah harus terampil dalam menyampaikan materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan objek dakwahnya saat itu. Pesan atau materi dakwah bisa berupa lisan, tulisan ataupun perbuatan yang baik.¹⁹

7) Tujuan Dakwah

Dakwah adalah merupakan salah satu bentuk aktivitas manusia, dan mereka punya rencana untuk mencapai tujuan dakwah, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat terorganisir dengan baik dan mencapai sasaran. Tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia baik yang muslim maupun yang non muslim (manusia secara *kaffah*) kejalan yang benar yang di ridhoi oleh Allah SWT, sehingga tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua bagian adalah sebagai berikut:

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), h.138-139.

¹⁹ Endang Saepuddin Anshori, *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali Press,1991), h. 192.

- a) Tujuan dakwah secara umum adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam suatu aktivitas dakwah untuk *Izzil Islam wal Muslimin*.²⁰
- b) Tujuan dakwah secara khusus adalah sebagai berikut:
 - i. Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT.
 - ii. Membina mental agama Islam bagi kaum yang masih *muallaf*.
 - iii. Dan mendidik dan mengajarkan kepada anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.²¹ Tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia baik yang muslim maupun yang non muslim (secara *kaffah*) kejalan yang benar yang di ridhai Allah SWT.

2. Pembinaan Akhlak

Dalam keseluruhan ajaran agama Islam, akhlak menempati kedudukan istimewa dan sangat penting. Rasulullah SAW selama periode Makkiah selain berdakwah (membina) umat dengan aqidah Islam juga membina aspek akhlak atau moral. Bahkan dalam hadits yang populer diriwayatkan oleh Imam Baihaqi, Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “ Sesungguhnya aku diutus oleh Allah untuk menyempurnakan akhlak mulia”.

Pada waktu Aisyah ra ditanyakan oleh para sahabat tentang bagaimana akhlak Rasulullah, dia menjawab akhlaknya adalah Al Qur'an. Dengan demikian, akhlak dalam Islam tetap bersumber kepada Al Qur'an dan As-Sunnah. Akhlak menurut Islam tidak saja mengatur

²⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 51.

²¹ Gafi Ashari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 87.

bagaimana perilaku yang humanis kepada sesama umat manusia, akan tetapi juga mengatur perilaku yang humanis kepada alam sekitar dan bahkan kepada Allah sendiri.

1. Pengertian Pembinaan

Pembinaan secara etimologi berasal dari kata bina. Pembinaan adalah proses, pembuatan, cara pembinaan, pembaharuan; usaha dan tindakan atau kegiatan yang dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna untuk memperoleh hasil yang lebih baik.²² Secara umum pembinaan disebut sebagai sebuah perbaikan terhadap pola kehidupan yang direncanakan.

Dalam pelaksanaan pembinaan hendaknya didasarkan pada hal yang bersifat efektif dalam arti memberikan pemecahan persoalan yang dihadapi dengan sebaik-baiknya. Dan pragmatis dalam arti mendasarkan fakta-fakta yang ada sesuai dengan kenyataan sehingga bermanfaat karena dapat diterapkan dalam praktek.

Adapun yang dimaksud dengan pembinaan di dalam pembahasan ini adalah suatu usaha yang dilakukan melalui program siaran TVRI Lampung untuk memperbaiki akhlak masyarakat Lampung agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan yaitu membentuk generasi yang berakhlak mulia.

2. Pengertian Akhlak

Kata "akhlak" berasal dari bahasa Arab, jamak dari khuluqun خُلُقٌ yang menurut bahasa berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.²³ Menurut Ibrahim Karim Zainuddin, akhlak adalah nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam

²² Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/bina>, diakses pada tanggal 11 April 2017 pukul 16.58

²³ A. Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, (Bandung : CV Pustaka setia, 1997), hal.11.

dalam jiwa yang dengan sorotan dan pertimbangan, seseorang dapat menilai padanya baik atau buruk, kemudian memilih melakukan atau meninggalkannya.²⁴

Menurut Husain Munaf, akhlak adalah tingkah laku, tabiat, perangai kepribadian sebagai istilah berarti sikap rohanian yang melahirkan tingkah laku, perbuatan manusia terhadap dirinya dan orang lain.²⁵ Sedangkan Dr.M.Abdullah Dirroz berpendapat bahwa akhlak adalah suatu kekuatan dalam kehendak yang mantap, kekuatan dan kehendak mana berkombinasi membawa kecenderungan pada pemilihan pihak yang benar (dalam hal akhlak yang baik) atau pihak yang jahat (dalam hal akhlak yang jahat).²⁶

Menurut Abuddin Nata, akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan mendalam dan tanpa pemikiran namun perbuatan itu telah mendarah daging dan melekat dalam jiwa. Sehingga saat melakukan perbuatan tidak lagi memerlukan pertimbangan dan pemikiran.²⁷

Dalam Al-Qur'an surat Al-Qolam ayat 4 dikatakan bahwa²⁸:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN
LAMPUNG

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: "Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) berada diatas budi pekerti yang agung".

Imam Al-Ghazali mengemukakan pengertian akhlak sebagai suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah dengan tidak memerlukan pertimbangan pikiran (terlebih dahulu).²⁹

²⁴ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta:LPPI, 1999), hal.2.

²⁵ Husain Munaf, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta:Gunung Agung, 1958), hal.9.

²⁶ A.Mustofa, *Op.Cit.*, hal.14.

²⁷ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.5

²⁸ Al-Qur'anul Karim, *Op.Cit.*

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa hakikat akhlak menurut Al- Ghazali mencakup dua syarat. *Pertama*, perbuatan itu harus konstan, yaitu dilakukan berulang kali dalam bentuk yang sama sehingga menjadi kebiasaan. *Kedua*, perbuatan itu harus tumbuh dengan mudah tanpa pemikiran, yakni bukan karena adanya tekanan, paksaan dari orang lain atau bahkan pengaruh, bujukan, rayuan dan sebagainya.

Menurutnya pula, bahwa akhlak bukanlah pengetahuan (*ma'rifah*) tentang baik dan jahat, maupun kodrat (*qudrat*) untuk baik atau buruk, bukan pula pengalaman (*fi'l*) yang baik dan jelek melainkan suatu keadaan jiwa yang mantap (*hay'arasikha fi-n-nafs*).³⁰

Selanjutnya kata yang sering mengikuti kata akhlak adalah karimah. Karimah artinya mulia, terpuji, baik.³¹ Dari beberapa kamus dan ensiklopedia diperoleh pengertian “baik” sebagai berikut :

- a) Baik berarti sesuatu yang telah mencapai kesempurnaan.
- b) Baik berarti yang menimbulkan rasa keharuan dalam keputusan, kesenangan persesuaian, dst.
- c) Baik berarti sesuatu yang mempunyai nilai kebenaran atau nilai yang diharapkan dan member keputusan.
- d) Sesuatu yang dikatakan baik, bila ia mendatangkan rahmat, member perasaan senang atau bahagia, bila ia dihargai secara positif.³²

²⁹ Imam Al Ghazali, *Ihya Ulumuddin Juz III*, (Beirut: Dar Ihya al Kutub al Ilmiah, tth.), h.58

³⁰ Muhammad Abul Quasem, Kamil, Etika Al-Ghazali, “Etika Majemuk Di Dalam Islam, terj. J.Muhyidin, (Bandung: Pustaka, 1975), h. 81-82

³¹ <http://kamusbahasaindonesia.org/karim>, diakses pada tanggal 12 April 2017 pukul 11.02 WIB

Jadi, akhlakul karimah berarti tingkah laku yang terpuji yang merupakan tanda kesempurnaan iman seseorang kepada Allah SWT . Akhlakul karimah dilahirkan berdasarkan sifat-sifat yang terpuji. Orang yang memiliki akhlak terpuji ini dapat bergaul dengan masyarakat luas karena dapat melahirkan sifat saling tolong menolong dan menghargai sesamanya. Akhlak yang baik bukanlah semata-mata teori yang muluk-muluk, melainkan akhlak sebagai tindak tanduk manusia yang keluar dari hati. Akhlak yang baik merupakan sumber dari segala perbuatan yang sewajarnya.

3. Membangun Akhlakul Karimah

Akhlakul karimah (kepribadian yang mulia) merupakan sifat para nabi, orang shiddiq dan shalih. Sedangkan akhlak yang buruk adalah racun yang membawa pemiliknya ke jalan syaitan dan penyakit yang menghancurkan kebahagiaan umat manusia. Oleh karena itu Allah SWT mengutus Rasulullah SAW untuk menyempurnakan akhlak yang luhur yang dimiliki umat manusia. Beliau membawa akhlak yang agung bersumber dari wahyu Ilahi untuk menjadi teladan bagi orang yang beriman. Sesuai dengan surat Al-Qalam yang tertera di atas. Sabda Rasulullah SAW:

انما بعثت لأتمم صالح الأخلاق

Artinya: “*Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang saleh*”. (HR: Bukhari dalam Shahih Bukhari, kitab adab; Baihaqi dalam kitab Syu’abil Iman dan Al-Hakim).³³

³² <http://semogabermanfaat8.blogspot.co.id/2014/07/makalah-akhlaq-ahklaqul-mahmudah-dan.html>, diakses pada tanggal 12 April 2017 pukul 11.10 WIB

³³ Di dalam versi riwayat Baihaqi tertulis teks yang berbunyi: انما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق

Dalam era globalisasi sekarang ini, perilaku seorang muslim sangat rentan untuk terpengaruh dampak negatif yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, sehingga kita sering melihat liberasi nilai yang terjadi di kalangan umat Islam. Peristiwa seperti ini bisa disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang Islam, juga lingkungan yang tidak kondusif untuk mendidik seseorang tentang agamanya. Sehingga kesadaran beragama nyaris tak pernah muncul secara nyata dalam keseharian dan kehidupan sosial kita. Padahal peranan agama dalam pengendalian sosial tidak diragukan lagi. Orang yang memahami dan mengamalkan ajaran agamanya dengan baik maka manusia tersebut akan menjadi manusia sejati yang berakhlak mulia. Oleh karena itu diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan akhlak manusia, agar nantinya dapat membentuk suatu masyarakat yang berakhlak walaupun didalam derasnya modernisasi dan globalisasi.

Peningkatan kualitas akhlak sangat diperlukan, maka kita sudah seharusnya berupaya untuk meningkatkan akhlak dengan memulainya dari diri kita sendiri. Kita juga bisa memulainya dengan menghilangkan atau menghindari kebiasaan-kebiasaan buruk yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam agar dapat bertahan dari pengaruh buruk globalisasi ini kita harus dapat menyaring hal yang baik dan hal yang buruk serta memperbaharui akhlakul karimah kita.

Sebagaimana menurut ajaran Islam berdasarkan praktek Rasulullah, pendidikan akhlakul karimah adalah suatu faktor penting dalam membina suatu umat atau membangun suatu bangsa. Yang diperlukan oleh pembangunan ialah keikhlasan, kejujuran, jiwa manusia yang tinggi, sesuai dengan perbuatan. Oleh

karena itu program utama dan perjuangan pokok dari segala usaha ialah pembinaan akhlak mulia. Ia harus ditanamkan kepada seluruh lapisan dan tingkatan masyarakat, mulai dari tingkat atas sampai ke lapisan bawah dan pada lapisan atas itulah yang pertama wajib memberikan teladan yang baik kepada masyarakat dan rakyat.

Keluarga merupakan lingkungan yang pertama seseorang tinggal. Dalam keluarga, pertama kali pada seorang anak ditanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang berasal dari agama dan dapat diterima dalam masyarakat. Dengan kata lain keluarga merupakan tempat pertama kali mendapatkan pendidikan. Dalam keluarga seseorang belajar banyak, seseorang anak belajar berperilaku dengan mencontoh kedua orang tua atau orang-orang yang ada dalam lingkungan keluarga. Jadi lingkungan keluarga mempunyai peran yang sangat penting dalam pembentukan akhlak anak, karena seorang pertama kalinya mendapatkan pendidikan nilai-nilai dan norma-norma agama dan masyarakatnya dari orang tuanya.

Orang tua memiliki tanggung jawab yang sangat besar atas terselenggaranya pendidikan khususnya dalam hal membina anaknya berakhlak yang mulia. Karena jika orang tua atau keluarga sejak mulai dini tidak memperhatikan atau membiarkan akhlak yang selama ini diterimanya.

Saat ini kita berada di tengah pusaran hegemoni media, revolusi teknologi komunikasi tidak hanya mampu menghadirkan sejumlah kemudahan dan kenyamanan hidup bagi manusia modern, melainkan juga mengundang serentetan permasalahan dan kekhawatiran. Teknologi multimedia misalnya, yang berubah

begitu cepat sehingga mampu membuat informasi cepat didapat, kaya isi, tak terbatas ragamnya, serta lebih mudah dan enak untuk dinikmati. Namun di balik semua itu, sangat potensial untuk mengubah cara hidup seseorang bahkan dengan mudah dapat merambah ke bilik-bilik keluarga yang semula sarat dengan norma susila.

Kita harus kaya informasi dan tak boleh ketinggalan, jika tidak mampu dikatakan tertinggal. Tetapi terlalu naif rasanya jika mau mengorbankan kepribadian hanya untuk mengejar informasi dan hiburan. Disinilah akhlak harus berbicara, sehingga mampu menyaring “ampas negatif” teknologi dan menjaring saripati informasi positif.

Dengan otoritas yang ada pada akhlakul karimah, seorang muslim akan berpegang kuat pada komitmen nilai. Komitmen nilai inilah yang dijadikan modal dasar pengembangan akhlak, sedangkan fondasi utama sejumlah komitmen nilai adalah akidah yang kokoh. Akhlak pada hakekatnya merupakan manifestasi akidah karena akidah yang kokoh berkorelasi positif dengan akhlakul karimah.

Mencermati fenomena aktual di tengah masyarakat kita dapat memperoleh kesimpulan sementara bahwa sebagian hegemoni media secara umum, hegemoni televisi terasa lebih memunculkan dampak negatif bagi kultur masyarakat kita. Tidak dipungkiri adanya dampak positif dalam hal ini, meski terasa belum seimbang dengan “pengorbanan” yang ada.

Televisi yang sarat muatan hedonistis menebarkan jala untuk menjaring pemirsa dengan berbagai tayangan yang seronok penuh janji kenikmatan, keasyikan, dan kesenangan. Belum lagi penayangan film laga yang berbau darah,

atau iklan yang mengeksploitasi aurat. Adanya sekat-sekat kultur dipandang tidak relevan di era global ini, sehingga sensor dipandang sebagai sesuatu yang aneh dan tidak diperlukan lagi. Menghadapi fenomena seperti ini hanya satu tumpuan harapan kita, yakni pendarahdagingan akhlak melalui keluarga, sekolah, dan masyarakat.

B. Media Dakwah

Aktivitas dakwah menjadi semarak dengan merambah dunia media massa yang terintegrasi. Aktivitas dakwah kontemporer mengharuskan pendekatan komunikasi, khususnya melalui media. Dalam perkembangannya, media mampu melakukan rekonstruksi sosial dalam membentuk opini publik terhadap realitas di tengah-tengah masyarakat. Dalam mengurai relasi bahkan integrasi dakwah dan komunikasi melalui media, memberi kesadaran untuk melakukan transformasi gerakan dakwah melingkupi pengajian di masjid-masjid atau majelis ta'lim.

Media dakwah yang pada awalnya lebih banyak menggunakan media tradisional, berkembang menjadi lebih banyak variasinya dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi media massa modern; baik dengan media cetak yang variatif (buku, koran, majalah, tabloid, dan lain-lain) maupun dengan media elektronik yang variatif pula (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya).

Kontekstualisasi dakwah kontemporer menjadi suatu keharusan. Hal ini sekaligus menjawab tantangan bahwa dakwah tidak tepat lagi dipahami sebatas pengajian, ceramah di tempat-tempat tertentu, melainkan harus merambah pada dunia maya, internet dan alat teknologi lainnya. Selain itu, berdakwah melalui

jalur dakwah juga saatnya diintensifkan. Betapa tidak, selama ini para elit banyak melakukan penyimpangan moral, maka saatnya figur-figur yang bermoral dengan komitmen keagamaan yang kuat untuk masuk dalam kancah dakwah praktis.

2. Pengertian Media

Secara etimologi kata “media” berasal dari bahasa Latin, yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara, pengantar atau tengah. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan).³⁴

Selanjutnya dalam bahasa Arab media disebut dengan *wasilah* dalam bentuk tunggal dan *wasail* dalam bentuk jamak yang berarti *alwushlah*, *attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptanya kepada sesuatu yang dimaksud.³⁵ Imam al-Ghazali dalam bukunya *Ma'allah* memberikan penafsiran bahwa media dakwah adalah program pelengkap yang meliputi semua pengetahuan yang dibutuhkan manusia untuk memberikan penjelasan tentang tujuan hidup serta mampu membedakan mana yang haq dan mana yang bathil.³⁶

Media dakwah menurut pandangan Wahdah Islamiyah adalah mengajak manusia untuk berislam dengan baik dengan pendekatan persuasif, pengenalan, dan pengetahuan yang menyeluruh, dakwah mengarah pada keseriusan

³⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 403.

³⁵ Enjang, AS.MAg, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h.93.

³⁶ Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 7.

menjalankan tugas suci, dimana kegiatan yang dilakukan harus sistematis, karena segala pekerjaan dalam aktivitas dakwah selalu dilihat dari siapa pelakunya, sehingga dakwah itu benar-benar muncul dari sebuah pemahaman.³⁷

Media merupakan hasil perkembangan ilmu dan teknologi sebagai bentuk penguasaan manusia terhadap sunatullah yang menguasai alam. Eksistensinya dalam kehidupan manusia memiliki implikasi sosial, yang juga berkaitan dengan sunatullah yang menguasai kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Maka, hukum-hukum Tuhan yang berkaitan dengan media dan terutama media massa, harus dipahami dan dikuasai, agar kehadiran media massa bermanfaat bagi manusia dalam menopang kebudayaan dan peradabannya. Karenanya media sangat penting bagi dakwah, terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak yang banyak dengan cepat.³⁸

3. Macam macam Media Dakwah

Bila dakwah dilihat sebagai salah satu tipe komunikasi secara umum, maka menurut Ghazali M. Bahri³⁹ ada beberapa jenis media komunikasi yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah adalah sebagai berikut:⁴⁰

1) Media Auditif

Media auditif merupakan alat komunikasi yang berbentuk teknologi canggih yang berwujud hardware, media auditif dapat ditangkap melalui indra pendengaran. Perangkat auditif ini pada umumnya adalah

³⁷ Asep Muhiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h.7

³⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 88.

³⁹ Ghazali Bahri, *Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), h. 80.

⁴⁰ *Ibid*, h. 123.

alat-alat yang diopersioanalkan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah dalam menyampaikan materi dakwah melalui media auditif ini menyebabkan dapat terjangkaunya sarana dakwah dalam jarak jauh seperti radio, *tape recorder*, telepon dan telegram.⁴¹

2) Media Visual

Media komunikasi visual merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan dengan menggunakan indra penglihatan dalam menangkap data. Jadi matalah yang paling berperan dalam pengembangan dakwah, karena media komunikasi yang berwujud alat yang menggunakan penglihatan sebagai pokok persoalannya terdiri dari jenis alat komunikasi yang sangat komplit meliputi film slide, gambar foto, dan komputer.⁴²

3) Media Audio Visual

Media audio visual merupakan perangkat yang dapat ditangkap melalui indra pendengaran maupun penglihatan. Apabila dibandingkan dengan media yang telah dikemukakan sebelumnya, ternyata media audio visual lebih paripurna, sebab media ini dapat dimanfaatkan oleh semua golongan masyarakat termasuk dalam media ini seperti movie film, televisi, video dan media cetak.⁴³ Sehingga seorang *da'i* juga hendaklah memilih metode dan media yang sifatnya ialah terus berkembang seperti mimbar, panggung, media cetak, atau elektronik (radio, internet, televisi dan komputer).

⁴¹ Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 3.

⁴² Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), h. 32-34.

⁴³ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h.35-36.

Unsur dakwah yang paling berpengaruh atas keberadaan media dakwah adalah pendakwah (*da'i*). Hampir semua media dakwah bergantung pada kemampuan *da'i*, baik secara individu maupun kolektif. Kemampuan *da'i* tidak hanya sebatas operasional media, tetapi juga pada pengetahuan dan seni dalam penggunaan media tersebut.⁴⁴

4. Efektivitas Dakwah Melalui Media Massa

Perkembangan media massa berawal dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi pada decade 1970-an dan masuknya zaman industrialisasi negara-negara Barat yang akhirnya sedikit banyak membantu terbitnya surat kabar, radio, televisi dan lain-lain. Media massa pada umumnya memiliki karakteristik khusus yaitu misal, yang mana semua muatan berita bersifat umum dan menyeluruh bukan pribadi atau perseorangan.⁴⁵

Dalam proses komunikasi telah dikenal dengan istilah komunikasi massa, yang pada hakikatnya komunikasi dengan menggunakan saluran media massa. Untuk memahami lebih dalam tentang komunikasi melalui media massa, perlu dikemukakan cirri-ciri komunikasi massa, yaitu:

- a. Umumnya komunikasi massa bersifat komunikasi searah,
- b. Menyajikan rangkaian dan aneka pilihan yang luas, baik ditinjau dari khalayak yang akan dicapai maupun dari segi pilihan isi oleh khalayak media massa,

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), h.428-430.

⁴⁵ Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.

- c. Sifat dari media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak yang tersebar karenanya jumlah media lebih sedikit daripada khalayaknya,
- d. Karena sifatnya untuk menarik khalayak yang besar dan luas maka ia harus dapat mencapai tingkat intelek rata-rata umum,
- e. Seorang redaktur lazim menyebut bahwa untuk berhasil ia harus mampu mencapai orang yang membaca,
- f. Orang yang menyelenggarakan komunikasi massa merupakan lembaga masyarakat, yang harus peka terhadap lingkungannya.⁴⁶

Dari ciri-ciri di atas, menunjukkan efektivitas yang tinggi pada media massa dalam menjangkau sejumlah khalayak dengan jumlah media yang sedikit. Dalam melaksanakan kegiatan dakwah diperlukan media yang efektif agar materi yang disampaikan bisa diakses dengan cepat oleh sebanyak-banyaknya khalayak. Mengenai efektivitas media, berdasarkan hasil penelitian di Amerika, disimpulkan bahwa kekuatan panca indera manusia dalam hubungannya dengan media adalah:

- a. Kekuatan penglihatan atau mata sebesar 83%,
- b. Kekuatan pendengaran atau telinga sebesar 11%,
- c. Kekuatan penciuman atau hidung sebesar 3,5%,
- d. Kekuatan peraba atau jari-jari sebesar 1,5%, dan
- e. Kekuatan pengecap atau lidah sebesar 1%.⁴⁷

Strategi media merupakan bagian akhir dari proses informasi dan komunikasi yang dilakukan. Pemilihan media sangat menentukan hasil,

⁴⁶ M. Nasor, *Studi "Ilmu Komunikasi"*, (Bandarlampung: Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung, 2007), h. 38-39

⁴⁷ *Ibid*, h. 39

efektivitas komunikasi yang dilakukan. Apakah media cetak, media elektronik ataukah media alternatif lainnya.⁴⁸

Efektivitas media bukan hanya mampu membuat suatu yang jauh menjadi dekat saja. Akan tetapi juga memiliki kegunaan yang banyak, antara lain:

1. Mass media dapat memperluas cakrawala pemikiran. Dalam hal ini dapat membantu masyarakat sehingga mereka bisa memperoleh pandangan baru dalam hidupnya,
2. Mass media dapat memutuskan perhatian, yaitu media dapat membantu dan menjadi sumber pengetahuan bagi seseorang,
3. Mass media mampu menumbuhkan aspirasi. Dengan media aspirasi masyarakat menjadi tumbuh, terutama aspirasi yang menuju kemajuan dan kesejahteraan,
4. Mass media mampu menciptakan suasana membangun, bahwa melalui peranan media dapat menyebarluaskan cakrawala pemikiran masyarakat dapat membangun empati sehingga terjalin adanya kesatuan dan persatuan,
5. Mass media mampu mengenalkan norma-norma sosial. Dengan media norma-norma sosial yang langsung berhubungan dengan masyarakat dapat diketahui dan dibentuk sehingga hal ini akan menimbulkan ghairah dan sikap positif mereka,
6. Mass media mampu menumbuhkan selera. Secara psikologis masyarakat akan merasa dekat satu sama lainnya walaupun mereka secara fisik berjauhan karena ada kesamaan selera dalam suatu masalah,

⁴⁸ Wahyu Ilaahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 160

7. Mass media mampu merubah sikap yang lemah menjadi sikap yang lebih kuat. Apabila sikap masyarakat lemah dalam menanggapi sesuatu maka dengan pengaruh pemuka agama yang disampaikan melalui media, maka sikap tersebut akan dapat menjadi sikap yang kuat,
8. Mass media sebagai pendidik. Dalam hal ini mass media dapat dijadikan sebagai alat pendidikan. Banyak bidang-bidang tertentu seperti bahasa, ketrampilan, kesenian, dan lain-lain dapat disajikan melalui media.⁴⁹

Melihat kegunaan yang terdapat pada mass media yang diuraikan di atas maka akan nampak begitu efektif dan efisiennya jika para pendakwah mampu menggunakannya dalam upaya pengembangan masyarakat Islam. Tetapi perlu diketahui juga, selain kelebihan mass media juga memiliki kekurangan masing-masing. Sehingga menguasai satu media belum menjadi jaminan untuk menyampaikan dakwah secara efektif dan efisien.

Kelebihan dan kekurangan masing-masing mass media dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Mass media cetak:
 - i. Kelebihannya:
 1. Dapat mengatur tempo membacanya, cara membacanya dan dapat diulang-ulang dalam membacanya,
 2. Pesannya bersifat permanen dan dapat dijadikan sebagai bukti.
 - ii. Kekurangannya:
 1. Diperlukan kemampuan membaca dan perhatian khusus,

⁴⁹ M. Nasor, *Jurnalistik I*, cet. I, (Bandarlampung: Gunung Pesagi, 1993), h. 29-30

2. Meminta kemampuan imajinasi bagi pembacanya.

2) Mass media elektronik:

1. Kelebihannya:

3. Tidak memerlukan keahlian membaca,
4. Dapat menimbulkan keakraban.

2. Kekurangannya:

5. Pesannya bersifat sementara,
6. Mudah menimbulkan emosi.⁵⁰

Dengan mengetahui kelebihan dan kekurangan masing-masing media diharapkan pendakwah dapat memilih dan memanfaatkan media massa yang tepat dalam menyampaikan materi dakwah sesuai dengan tujuan dakwahnya. Berhasil tidaknya dakwah Islam dalam rangka pengembangan masyarakat Islam juga ditentukan oleh pemakaian alat komunikasi, media massa yang tepat.

C. Tinjauan Umum Tentang Televisi

Salah satu media dakwah yang saat ini dinilai efektif adalah media televisi. Media ini dinilai efektif karena sistem penyiarannya yang terdiri dari objek gambar yang bergerak disertai bunyi (suara) yang melalui kabel atau melalui angkasa (*channel frekuensi*) dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Dengan kelebihan tersebut, maka dibandingkan dengan radio serta media cetak atau bahan bacaan, televisi merupakan kekuatan yang luar biasa dalam

⁵⁰ M. Nasor, *Op.Cit.*, h. 44-45

komunikasi massa, kehadiran tayangan televisi pun menjadi kebutuhan sehari-hari karena materi program siarannya dapat menyentuh setiap sisi kehidupan manusia sehingga perkembangan industri televisi pun semakin pesat.

1. Pengertian Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar berupa audio visual dan penyiaran videonya secara *broadcasting*. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* yang berarti jauh dan *vision* yang berarti melihat. Secara harfiah televisi berarti “melihat jauh” karena pemirsa berada jauh dari studio televisi.⁵¹ Sedangkan menurut Adi Badjuri, televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (*audio-visual*), dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.⁵²

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang dapat menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar atau video serta suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak luas.

Menurut Skomis dalam bukunya “*Television and Society. An Incuest and Agenda*” keunggulan televisi salah satunya adalah memberikan gambaran bila dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainya). Televisi tampaknya memberikan sifat yang istimewa. Ia merupakan

⁵¹ Ilham Zoebary, *Kamus Istilah Televisi dan Film*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 255

⁵² Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h. 39

gabungan dari media suara dengan gambar. Bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan bahkan gabungan antara ketiga unsur tersebut.⁵³

Setidaknya ada 4 keunggulan televisi dibandingkan media massa lainnya yaitu:⁵⁴

- a. Menguasai jarak dan waktu, teknologi televisi menggunakan elektro magnetik, kabel-kabel dan fiber yang dipancarkan transmisi melalui satelit.
- b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.
- c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (ekspresif).
- d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Sedangkan kelemahan televisi, yaitu:⁵⁵

- a. Media televisi terikat waktu tontonan.
- b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.

2. Sejarah Perkembangan Televisi di Indonesia

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun Kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran

⁵³ Skomis, 1985. *Television and Society; An Incuest and Agenda* dalam Syahputra, Iswandi. *Jurnalistik Infotainment*, (Yogyakarta : Pilar Media, 2006), h. 70

⁵⁴ Syahputra, Iswandi. *Jurnalistik Infotainment*, (Yogyakarta : Pilar Media, 2006), h. 70

⁵⁵ *Ibid*, h. 70

percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 pada pukul 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari Stadion Utama Gelora Bung Karno.

Pada tanggal 20 Oktober 1963, dikeluarkan Keppres No. 215/1963 tentang Pembentukan Yayasan TVRI dengan Pimpinan Umum Presiden RI. Pada tahun 1964 mulailah dirintis pembangunan Stasiun Penyiaran Daerah dimulai dengan TVRI Stasiun Yogyakarta, yang secara berturut-turut diikuti oleh Stasiun Medan, Surabaya, Ujungpandang (Makassar), Manado, Denpasar dan Balikpapan. Mulai tahun 1977, secara bertahap di beberapa ibukota provinsi dibentuk Stasiun Produksi Keliling atau SPK yang berfungsi sebagai perwakilan atau koresponden TVRI di daerah.

Tahun 1974, TVRI diubah menjadi salah satu bagian dari organisasi dan tatakerja Departemen Penerangan yang diberi status Direktorat. Direktorat ini bertanggungjawab langsung pada Direktur Jendral Radio, Televisi dan Film, Departemen Penerangan Republik Indonesia. Sebagai alat komunikasi pemerintah, tugas TVRI adalah menyampaikan informasi tentang kebijakan pemerintah kepada rakyat dan pada waktu yang bersamaan menciptakan *two-way traffic* (lalu lintas dua jalur) dari rakyat untuk pemerintah selama tidak mendiskreditkan usaha-usaha pemerintah.

Tahun 1975, dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 55 Bahan Siaran/KEP/Menpan/1975, yang berisi tentang TVRI memiliki status ganda yaitu selain sebagai Yayasan Televisi RI juga sebagai Direktorat Televisi, sedangkan manajemen yang diterapkan yaitu manajemen birokrasi. Pada tahun

1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Televisi Republik Indonesia merupakan stasiun televisi tertua di Indonesia yang jangkauannya mencapai seluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah penonton sekitar 82 persen penduduk Indonesia. Saat ini TVRI memiliki 27 stasiun daerah dan 1 stasiun pusat dan didukung oleh 376 satuan transmisi yang tersebar di seluruh Indonesia.

D. Televisi Sebagai Media Dakwah

Berdakwah melalui media televisi mempunyai cara dan karakteristik tersendiri, berbeda dengan berdakwah pada media lainnya. Televisi adalah salah satu komunikasi masyarakat yang sangat besar pengaruhnya terhadap penontonnya. Televisi lebih menekankan nada informatif namun terdapat nada persuasif.⁵⁶

Berdakwah melalui televisi dapat dilakukan dalam bentuk audio visual yang mendiskripsikan suatu ajaran dan aplikasinya bagi kehidupan umat manusia. Dakwah melalui televisi lebih tepat dan cepat tersebar ke seluruh masyarakat, di samping itu masyarakat mudah memahaminya, sebab televisi merupakan media yang telah mampu menjangkau keberadaan masyarakat. Perlu diketahui pula

⁵⁶ Ghazali Bahri, *Dakwah Komunikatif*, Cet. I, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), h. 43.

bahwa isi televisi cukup merakyat, karena hampir tidak ada keluarga maupun masyarakat yang tidak memiliki televisi.

1. Televisi Sebagai Media Dakwah

Sebagaimana yang tertuang dalam Keppres No. 215 Tahun 1963, pasal 4 (empat), tujuan didirikannya TVRI adalah sebagai alat hubungan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan mental/spiritual, fisik bangsa dan negara, dan pembentukan manusia sosialis Indonesia. Maka khususnya untuk melaksanakan tujuan sebagai alat pembangunan mental/ spiritual ini, TVRI minimal 1 (satu) kali dalam satu minggu menyiarkan acara Mimbar Agama (terdiri dari semua agama yang ada di Indonesia), termasuk di dalamnya Mimbar Agama Islam (Program Dakwah Islam). Namun beberapa paket keagamaan yang disajikan TVRI tersebut, selalu menampilkan tayangan yang monoton, sehingga tidak mempunyai daya tarik sebagai tontonan rohani dari para pemirsanya.

Di dalam melaksanakan program dakwah Islam melalui media TVRI ada beberapa metode dan teknik dakwah yang dipergunakan, yaitu :

a. Metode Ceramah (*Talking Method*)

Metode ceramah adalah suatu cara penyajian materi dakwah oleh da'i kepada mad'u dengan menggunakan lisan, atau banyak diwarnai oleh ciri/karakteristik bicara oleh seorang da'i/mubaligh. Metode ceramah adalah sebagai salah satu metode berdakwah yang paling sering dipergunakan oleh para da'i termasuk juga oleh para utusan Allah di dalam menyampaikan risalah-Nya. Metode tertua yang lazim digunakan dalam berbagai macam situasi inilah yang paling sering juga dipergunakan untuk dakwah melalui media televisi pada era

TVRI bahkan sampai era sekarang, seperti dalam acara Mimbar Agama Islam. Program-program mimbar seperti ini di dalam televisi biasanya termasuk dalam program *talk show* atau *the talk show program*.

Ada berbagai teknik berdakwah di era TVRI yang dengan mempergunakan metode ceramah ini, yaitu :

1). Teknik Uraian (*The Talk*)

Dakwah dengan teknik uraian adalah teknik penyampaian materi dakwah oleh seorang da'i/mubaligh dengan ceramah (memberikan uraian) melalui media televisi dalam durasi tertentu secara sendirian (monolog), tanpa ilustrasi gambar lain yang berganti-ganti. Teknik ini sebenarnya, sebagaimana teknik ceramah di panggung, cuma bedanya ini di dalam studio, di-shoot dan direkam, kemudian disiarkan kepada pemirsa.

2). Teknik Wawancara (*Interview*)

Dakwah dengan teknik wawancara adalah teknik penyampaian materi dakwah dengan lisan/ceramah melalui media televisi, yang dilakukan oleh dua orang (dialog), yang satu bertindak sebagai pewawancara (interviewer) dan yang satu bertindak sebagai nara sumber, yang membahas mengenai materi dakwah tertentu.

b. Metode Sisipan/Selipan (*Infiltration Method*)

Metode susupan/ selipan (infiltrasi) adalah penyampaian materi dakwah dengan cara disusupkan/diselipkan pada acara-acara televisi (umum) yang lain, yang tanpa terasa bahwa pesan dakwah (jiwa agama Islam) masuk dalam program tersebut. Metode dakwah dengan susupan/selipan pada era TVRI masih sedikit

sekali kuantitasnya dan dari segi kualitas juga belum baik. Metode infiltrasi ini biasanya dimasukkan dalam acara/program seni dan budaya. Program seni budaya di televisi yang sering disusupi dakwah diantaranya seni pertunjukan, yaitu seni musik, seni tradisional (wayang, ketoprak, ludruk, lenong dan lain-lain) dan sedikit dalam seni drama dan film.

Dakwah masa kini melalui media televisi adalah langkah yang tepat, karena obyek dakwah akan lebih cepat menerima informasi yang diperlukan. Namun televisi sekarang masih sangat terbatas dijadikan sebagai media komunikasi dakwah oleh pelaku dakwah. Cara berkomunikasi dalam bentuk dakwah melalui televisi harus mengikuti teori-teori pertelevisian tanpa meninggalkan nilai-nilai ajaran agama, agar pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh sasarannya.

Oleh karena itu menyampaikan pesan-pesan dakwah di televisi perlu memperhatikan karakteristik media massa. Asep Saiful Muhtadi dalam bukunya *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek* mengemukakan karakteristik media massa sebagai berikut, *pertama*, komunikasi massa berlangsung satu arah. *Kedua*, komunikasinya bersifat melembaga. *Ketiga*, pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum. *Keempat*, pesan-pesan yang disampaikan lewat media digunakan secara serempak. *Kelima*, komunikasinya bersifat heterogen.⁵⁷

Berdasarkan gambaran tersebut dan kemungkinan berdakwah melalui televisi maka perlu ditata teknik yang tepat dan peningkatan isi atau materi dakwah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berarti bahwa berdakwah

⁵⁷ Asep Saiful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek* (Cet. 1; Jakarta: Logos, 1999), h. 73.

melalui media massa di televisi membutuhkan konsep yang selektif dan terarah untuk masyarakat luas.

Karakteristik dakwah melalui media komunikasi massa antara lain yaitu:⁵⁸

- a. Arus informasi dakwah melalui media massa tidak dipengaruhi oleh reaksi khalayak *mad'u* tetapi terkendali oleh *da'i*. Oleh karena itu, seorang programmer dakwah media massa dituntut bisa membaca kecenderungan umum di masyarakat yang dapat dipertimbangkan dalam menyajikan menu siaran sehingga siaran dakwah banyak disukai.
- b. Dalam dakwah melalui media massa reaksi *mad'u* terbatas melalui beberapa hal saja seperti surat pembaca, telepon dari pendengar radio/televisi, berbeda dengan dakwah melalui tatap muka yang diterima secara langsung. Reaksi *mad'u* banyak macamnya seperti tertawa, menangis, bertepuk tangan, teriakan, gerakan tubuh dan lain sebagainya.
- c. Dalam dakwah melalui media massa suara dan isi dakwah dan pemikiran (bahasa dan logika) menjadi yang terpenting karena berbeda dengan dakwah melalui tatap muka/langsung yang lebih mementingkan hubungan interpersonal (kedekatan batin atau emosional) kepada *mad'u*, sehingga dengan sedikit materi namun hubungan dengan *mad'u* sudah dekat maka *mad'u* bisa secara mudah dipengaruhi.

Dengan melihat karakteristik ini maka bagi praktisi televisi yang masih mempunyai komitmen terhadap misi dakwah Islamnya harus lebih kreatif lagi dalam menyusupkan nilai-nilai ke-Islaman ini dalam program-program acaranya.

⁵⁸ Sy. Nurul Syobah, *Bentuk dan Efektivitas Dakwah di TVRI Kalimantan Timur*, (Jurnal Fenomena, Volume 7, No 2, 2015), h. 235.

2. Dampak Televisi Sebagai Media Dakwah

Seluruh studi yang berkaitan dengan media massa didasarkan pada asumsi bahwa media memiliki dampak, meskipun belum diperoleh kesepakatan yang jelas mengenai dampak tersebut, apakah bersifat langsung atau tidak langsung memberi pengaruh yang besar atau kecil. Secara esensial, media massa telah memberi pengaruh kepada manusia baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengaruh yang ditimbulkan oleh sebuah medium bukan hanya terletak pada isi pesannya, melainkan pula dipengaruhi oleh jenis media komunikasi yang dipergunakan – interpersonal, media cetak atau televisi.⁵⁹ Saat ini kita hidup dalam sebuah lingkungan yang disebut Mc Luhan sebagai Global Village yang berarti bahwa dengan perantaraan media komunikasi modern, memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia merasakan kedekatan antara satu dan yang lain dalam sebuah lingkaran.

Dampak yang ditimbulkan oleh sebuah media massa tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri dalam masyarakat. Beberapa faktor yang menyebabkan seseorang tertarik untuk bersentuhan dengan media massa di antaranya seperti yang dikemukakan McQuail⁶⁰, yaitu: *Pertama*, fungsi informasi (*information*) yaitu menyediakan informasi tentang suatu peristiwa dan kondisi dalam kehidupan masyarakat dan dunia. Fungsi ini juga memberikan fasilitas terhadap adanya inovasi, adaptasi, dan kemajuan. *Kedua*, fungsi korelasi (*correlation*) yaitu menjelaskan, menginterpretasikan, dan mengomentari

⁵⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Cet.XIII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h.220.

⁶⁰ Dennis McQuaill, *Mass Communicatin Theory*, Third Edition (USA : Sage Publication, 1994), h.79.

peristiwa dan informasi yang ada serta merupakan wadah dari proses sosialisasi dan membangun konsensus.

Ketiga, fungsi kesinambungan (*contuinitas*) yaitu mengekspresikan budaya dominan dan mengakui kehadiran budaya baru. *Keempat*, fungsi hiburan (*entertainment*) yaitu menyediakan hiburan, pengalihan, perhatian, dan meredakan ketegangan sosial. *Kelima*, fungsi mobilisasi (*mobilization*) yaitu mengkampanyekan kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik, perang, pembangunan, ekonomi, dan agama.

Dakwah Islam harus bersifat universal dan merangkul semua media. Agar ajaran Islam lebih membumi dan bukan hanya sebagai pengetahuan belaka.

Dakwah melalui televisi merupakan keniscayaan karena:

- a. Melalui televisi, memungkinkan setiap muslim berdasar kemampuan dan kondisi yang ada dapat melaksanakan peran dakwahnya.
- b. Semakin banyak warga masyarakat muslim yang tidak dapat lagi terjangkau oleh dakwah konvensional.
- c. Dengan memanfaatkan televisi, dakwah akan lebih efektif karena proses komunikasi akan dapat terlaksana lebih intensif, lebih menarik, dan untuk kondisi tertentu lebih realistis.
- d. Dengan televisi, dakwah mampu menjankan obyek dakwah kalangan atas yang tidak mungkin mengunjungi forum pengajian konvensional.