

**PENTINGNYA SIARAN DAKWAH DALAM
STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK
MENINGKATKAN EKSISTENSI
TELEVISI LOKAL UNIEX TV
DI PESAWARAN
LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

**FIRDA LIA ANGGRAINI
NPM: 1641010337**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

**PENTINGNYA SIARAN DAKWAH DALAM
STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK
MENINGKATKAN EKSISTENSI
TELEVISI LOKAL UNIEX TV
DI PESAWARAN
LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi



Pembimbing I : Dr. Faizal S.Ag, M.Ag
Pembimbing II : Dr. Fitriyanti, M. A.

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M**

ABSTRAK

Saat ini media televisi sudah mulai tergeserkan dengan media internet, dimana media tersebut bisa mempermudah segala hal yang digunakannya melalui *smartphone*. Begitupun televisi, dimana tayangan televisi juga sudah banyak yang beralih online melalui *streaming YouTube*. Sebagai informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena dengan siaran *streaming* akan lebih mudah untuk diakses. Strategi komunikasi menjadi sangat penting untuk berkembangnya program dakwah melalui media televisi agar strategi yang digunakan dalam siaran bisa bertambah lagi penontonnya, karena penduduk di Indonesia banyak sekali yang menganut agama islam begitupun di Provinsi Lampung dari dalam daerahnya pun yaitu di Kabupaten Pesawaran banyak masyarakatnya mayoritas muslim, oleh karenanya televisi juga memiliki peran yang besar dalam siaran dakwah untuk memberikan pemahaman terhadap keagamaan khususnya agama Islam dalam era digital saat ini. namun sayangnya media UniEx Tv ini tidak memiliki program tersebut.

Adapun penelitian ini bersifat kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan mengumpulkan dokumen-dokumen dengan mengambil delapan subjek penelitian diantaranya tiga orang dari *crew* UniEx Tv dan lima orang dari masyarakat Pesawaran. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan eksistensi saat ini ialah adanya kerjasama dengan pihak-pihak yang membutuhkan dokumentasi publik, membuat program yang berkesinambungan dan program yang menarik, membentuk biro disetiap Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Lampung, rekrutmen karyawan, serta mempromosikan siaran program-program *channel YouTube* UniEx Tv melalui sosial media. Dalam penelitian ini yang diperoleh dari masyarakat Pesawaran atas keberadaan UniEx Tv sebagai televisi lokal, sudah cukup banyak yang mengetahui tentang keberadaan UniEx Tv melalui informasi share di media sosial maupun yang siarannya muncul tiba-tiba di *Youtube*, bahkan adapula yang mengetahui secara langsung di daerah setempatnya.

Penelitian ini dapat diambil kesimpulan strategi komunikasi yang digunakan UniEx Tv sudah eksis karena sudah bisa dikatakan memenuhi kebutuhan untuk penontonnya yang mana UniEx tv ini ialah salah satu media televisi online yang menyajikan informasi terdepan dan berimbang. Meski masih kurang karena belum memiliki program dakwah tapi tidak menutup kemungkinan UniEx Tv akan membuat program tersebut.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Siaran Dakwah, Eksistensi



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firda Lia Anggraini
NPM : 1641010337
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv Di Pesawaran Lampung”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, November 2021
Penulis,



Firda Lia Anggraini
NPM. 1641010337



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung**

Nama : **Firda Lia Anggraini**

NPM : **1641010337**

Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk disidangkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Faizal S.Ag., M.Ag

NIP.196901171996031001

Dr. Fitriyanti, M. A.

NIP. 197510052005012003

Mengetahui:

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si

NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv Di Pesawaran Lampung” yang ditulis oleh Firda Lia Anggraini, NPM 1641010337, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari Selasa tanggal 23 November 2021.

Dengan susunan Tim Penguji sebagai berikut:

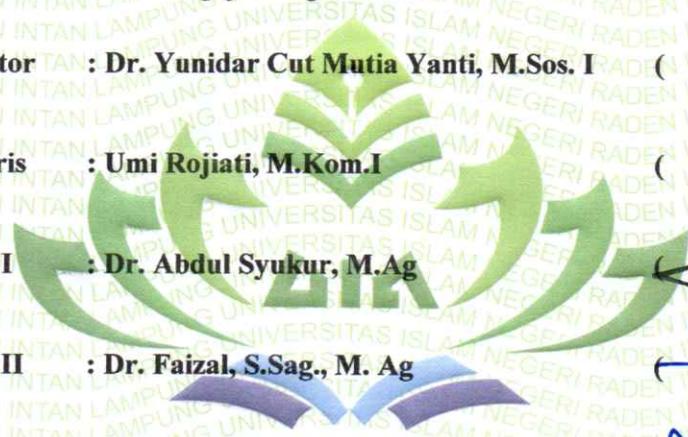
Moderator : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos. I ()

Sekretaris : Umi Rojiati, M.Kom.I ()

Penguji I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag ()

Penguji II : Dr. Faizal, S.Sag., M. Ag ()

Penguji III : Dr. Fitri Yanti, MA ()



Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 19610409 199003 1 002

MOTTO

وَمَا لَنَا إِلَّا نَنْتَوَكَّلَ عَلَى اللَّهِ وَقَدْ هَدَانَا سُبُلَنَا وَلَنْصَبِرَنَّ عَلَىٰ مَا آذَيْتُمُونَا وَعَلَىٰ
اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ ١٢

“Dan mengapa kami tidak akan bertawakal kepada Allah, sedangkan Dia telah menunjukkan jalan kepada kami, dan kami sungguh, akan tetap bersabar terhadap gangguan yang kamu lakukan kepada kami. Dan hanya kepada Allah saja orang yang bertawakal berserah diri.”

(Q.S Ibrahim : 12)



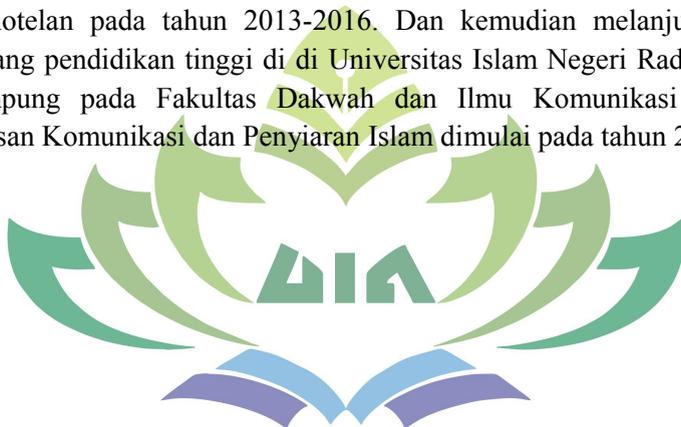
PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilla'alamin, teriring do'a serta rasa syukur kehadiran Allah SWT. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berfikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi salah satu langkah awal untun masa depanku dalam meraih cita-cita. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahku tercinta Mustagfirly (almarhum) yang selalu dikenang.
2. Bapak dan Ibu (Bapak Mulkan dan Ibu Nurnaini) yang senantiasa tulus ikhlas mendidik dengan cinta dan kasih sayang. Tiada kata yang bisa menggambarkan betapa bersyukur saya memiliki orang tua seperti kalian yang rela bersusah payah berjuang demi saya, dengan begitu banyak kesedihan dan kebahagiaan, sehingga seumur hidup tidak mampu mebalas semuanya. Saya sangat berterima kasih untuk setiap do'a, dukungan, dan pengorbanan yang telah bapak dan ibu lakukan hingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
3. Saudara laki-laki terbaik Ferys Juliansyah, M. Haqi Nurhakim, Hikmah Zaqi Maulana yang senantiasa menyemangati, mendoakan kakaknya sebagai harapan terbaik untuk adik-adiknya kelak.
4. Keluarga Besar Kakek Jasmari (almarhum) di Kumpay, Banjarsari, Lebak Banten, yang senantiasa menyemangati dan mendoakan penulis.
5. Keluarga Besar Kakek Sarnubi (almarhum) di Penengahan, Way Khilau Pesawaran, yang senantiasa menyemangati dan mendoakan penulis.
6. Keluarga Besar Bapak Lang Lang Buana dan Ibu Nurjanah di Antasari Bandar Lampung, terima kasih telah menerima penulis dengan baik, memberikan tempat tinggal yang damai dan nyaman juga sudah menganggap penulis seperti anaknya sendiri dan sahabatku Adika Nugraheni terima kasih banyak telah membantu menyemangati juga membantu menyelesaikan skripsi penulis hingga selesai.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

RIWAYAT HIDUP

Firda Lia Anggraini lahir di Penengahan Lampung Selatan pada tanggal 7 April 1998, anak pertama dari dua bersaudara. Memiliki 1 (satu) saudara laki-laki bernama Ferys Juliansyah. Putri dari pasangan Bapak Mustagfirly (almarhum) dan Ibu Nurnaini. Penulis mulai menempuh pendidikan formal Taman Kanak-kanak di RA Nurul Adzim Tangerang Banten pada tahun 2003-2004, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 2 Kumpay Lebak Banten, pada tahun 2004-2010. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 3 Banjarsari Lebak Banten pada tahun 2010-2013. Dan melanjutkan pendidikan menengah atas di SMKN 2 Rangkasbitung Lebak Banten dengan mengambil jurusan Akomodasi Perhotelan pada tahun 2013-2016. Dan kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi di di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dimulai pada tahun 2016.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dalam penyelesaian studi pada tingkat Strata Satu (S1) dengan judul **“Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi UniEx Tv Di Pesawaran Lampung”** sebagai pengantar guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Pada Kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
2. Prof. Dr. Khomsarial Romli, M. Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah menyetujui dan memberikan izin untuk melakukan penelitian.
3. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., dan bunda Yunidar Cut Mutia Yanti, S.sos, M.Sos. I selaku ketua jurusan dan sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Faizal S.Ag, M.Pd. Selaku dosen Pembimbing Akademik I yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing serta mengarahkan dengan penuh kesabaran hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bunda Dr. Fitriyanti, selaku dosen pembimbing akademik II yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen maupun karyawan seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.
7. Para staf administrasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang selalu membantu dan melayani dengan baik.

8. Desa Kelurahan Kota Dalam, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian sehingga selesainya penulisan skripsi ini.
9. Pihak UniEx TV, Apriansyah selaku pimpinan dan staff/Crew yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian, serta memberikan pelayanan informasi dengan baik.
10. Rekan-rekan KPI F 2016, Adelia Larasati Makkah, Adven Kurniawan, Ahmad Dian Romi, Apifah Urfiah, Aulia Fadilla Rosa, Beny Syahputra, Dhelvio Abimanyu, Endang Novita, Eza Debra Muttaqin, Febri Kusuma Putra, Adika Nugraheni, Gustiana, Hasoni Arif, Indira Oktaviani, M. Aminullah. M. Dena Andriyansyah, Meary Sindy Noveria, Mesi Astari, Martasari, Nazron, Nunu Husnudin, Rita Retno Anggraini, Sugiarto, Wilhamsyah Irwan, Wahyu Putra Buana, Zainul Makhabi. Terima kasih sudah menemani proses dari awal sampai saat ini. Semangat menggapai cita-cita.
11. Rekan-rekan KKN angkatan 2019, terkhusus teman bobo sekamar Annisa Fauzia, Egis Wulandari, Sindia Putri, Siti Sholekhatun juga para lelaki-lelaki cenayang Alan, Bagus, Joko, Safe'i terima kasih atas semangatnya, hiburannya, yang selalu menemani meet up disaat penulis gabut.
12. Sahabat dekat The Fisaa Ambarkecot Girls, Aderia, Indriyani, Anis Permata Dewi, Siti Sri Sukmaneti, Walisongo Cantik, Defa Damayanti, Santi Apriyanti, Mila Rosemila, Laila Ihana, Tasha Amelia Jayanti, Rina Ariyani, Reka Agustin, Siti Sumaryana, Lomri, Hidayatullah, Eko Tri Suryana. Terima kasih untuk hiburan, candaan dan semangat yang selalu ada saat penulis membutuhkannya. Semangat meraih masa depan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, namun telah berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. membalas amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu

penulis harapkan kepada pembaca dapat memberikan saran dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

Bandar Lampung, November 2021
Penulis

Firda Lia Anggraini
NPM. 1641010337



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
H. Metode Penelitian.....	10
I. Sistematika Pembahasan	14
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI TELEVISI LOKAL DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI	17
A. Strategi Komunikasi	17
1. Pengertian Strategi Komunikasi	17
2. Sifat Strategi Komunikasi.....	20
3. Teknik Strategi Komunikasi.....	21
4. Fungsi Strategi Komunikasi	23
5. Strategi Sumber Daya Manusia	24
6. Strategi	26
B. Eksistensi Media Eksternal	27
1. Pengertian Eksistensi.....	27
2. Eksistensi Televisi di Indonesia.....	28
3. Sejarah Televisi	30

4. Pengertian Televisi	32
5. Karakteristik Televisi	34
6. Televisi Sebagai Media Massa	36
7. Media Eksternal.....	37
8. Televisi Sebagai Media Dakwah Islam.....	38
9. Azas Televisi dalam Islam.....	39
10. Teori Media	40
11. Teori Ekologi Media.....	41

BAB III DESKRIPSI UNIEX TV DALAM

MENINGKATKAN EKSISTENSI.....	43
A. Gambaran Umum UniEx Tv Pesawaran	43
1. Sejarah UniEx Tv	43
2. Visi dan Misi	44
3. Struktur Kepengurusan.....	44
4. Profil Media UniEx Tv	45
5. Letak Geografis Kabupaten Pesawaran	46
B. Jumlah Penonton Tayangan UniEx Tv	47
C. Strategi Komunikasi UniEx Tv Meningkatkan Eksistensi	49
D. Respon Masyarakat Pesawaran.....	55

BAB IV PENTINGNYA SIARAN DAKWAH DALAM STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK

MENINGKATKAN EKSISTENSI UNIEX TV.....	59
A. Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Eksistensi	59
B. Pentingnya Dakwah Dalam Meningkatkan Eksistensi	60

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan	63
B. Rekomendasi	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul proposal ini dimaksud agar menghindari terjadinya salah pengertian dan penafsiran, maka penulis menjelaskan secara keseluruhan isi penelitian ilmiah ini terlebih dahulu akan dijelaskan apa yang dimaksud dari judul penelitian ilmiah. Adapun judul proposal ini adalah: **“Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv Di Pesawaran Lampung”**.

Sebelum menguraikan pembahasan penelitian dengan judul tersebut, terlebih dahulu akan dijelaskan berbagai istilah yang terdapat pada penelitian ini agar tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca. Dalam penegasan judul ini akan dijelaskan secara umum cakupan penelitian serta membatasi arti kalimat dalam penulisan agar makna yang dimaksud dapat digambarkan dengan jelas.

Media masa merupakan suatu tema yang menarik untuk selalu dikaji dan didiskusikan, baik dalam kapasitas diskusi ilmiah (melalui saluran akademik dan analisis teoretik) maupun gaya diskusi ringan, yang biasanya dilakukan sambil lalu melalui sindiran sinis atau pun dengan gurauan. Demikianlah tulis Sumrahadi dalam kata pengantar buku *Media, Budaya dan Moralitas*, sebuah buku terjemahan karangan Keith Tester. Permasalahan media tidak akan pernah berhenti, selalu dikupas dari berbagai disiplin ilmu. Dalam mendiskusikan media, orang akan selalu berpusat pada pertanyaan *who says what, to whom, with what channel and with what effect*.¹

Secara etimologis perkataan Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti: seruan, ajakan, panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan *da'i* = orang yang menyeru. Secara etimologis

¹ Nurliana, *Jurnal Televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*, Vol III, No. 1/2020

perkataan Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti: seruan, ajakan, panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan da'i = orang yang menyeru. Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah muballigh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (message) kepada pihak komunikan.² Dengan demikian, pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Strategi komunikasi adalah tahapan dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik untuk mengimplementasikan tujuan komunikasi.³ Menurut Onong Uchjana Effendy yang berjudul "Dinamika Komunikasi" strategi komunikasi adalah menyebarluaskan pesan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mengintruksi secara terperinci kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Kemudian untuk menjembatani kesenjangan budaya atau dengan kata lain fungsi ini terjadi akibat mudahnya diperoleh penggunaan terhadap media massa yang dapat merusak moral budaya.⁴

Dapat disimpulkan bahwa, yang dimaksud strategi komunikasi adalah rangkaian aktivitas komunikasi pada satuan teknik untuk mengimplementasikan dan menyebarluaskan pesan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan kepada sasarannya agar hasilnya menjadi baik.

Menurut Aristoteles eksistensi adalah aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka

² Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 31.

³ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 155.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 28

semakin eksis ia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan.⁵

Televisi merupakan perpaduan antara radio (*Broadcast*) dan film (*Moving picture*). Melihat jauh di sini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima. Perangkat televisi adalah siaran televisi. Siaran televisi lokal adalah stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten.⁶

Televisi lokal yang dimaksud disini adalah televisi lokal UniEx Tv yang berada di Kabupaten Pesawaran Lampung, dimana televisi ini dengan menyiarkan siarannya melalui berkomitmen untuk terus menyebarkan konten positif dan menginspirasi yang datang dari Lampung khususnya, Indonesia umumnya kepada kawan UniEx Tv semua. Televisi tersebut pun menargetkan untuk menjadi sumber utama segala macam kabar baik dari Lampung juga Indonesia yang independen dan terpercaya untuk khalayak.

Yang dimaksud dengan eksistensi televisi lokal UniEx Tv adalah tingkat pemahaman masyarakat terhadap keberadaan televisi yang dimana penayangan siaran yang dilakukan UniEx saat ini hanya dilakukan secara *Streaming* dengan jangkauan yang luas, maka keberadaan televisi ini perlahan akan terlihat dan diakui oleh masyarakat.

Dari penegasan judul di atas, bahwa penulis membahas definisi oprasional judul dalam skripsi ini berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan diatas yakni rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik untuk mencapai tujuan yang diimplementasikan suatu pihak televisi dengan menambah variasi bagi penontonnya atau *viewers* untuk

⁵ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2015), 101.

⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Prenemedia Group, 2008), 113.

meningkatkan pencapaian atau hasil sebuah eksistensi kepada masyarakat terhadap keberadaan UniEx Tv.

B. Latar Belakang Masalah

Televisi terdiri dari “tele” yang berarti jauh dari bahasa Yunani dan “visio” (vision) yang berarti penglihatan. Segi “jauhnya” diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatanya” oleh gambar.⁷ Yang dimaksud dari bahasa Latin tersebut, televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan. Televisi memiliki daya tarik menampilkan gambar hidup dengan menggunakan bayangan gambar dan suara seperti halnya dengan video dan film yang dapat memberikan kesan mendalam pada penontonnya.

Saat ini media televisi sudah mulai tergeserkan dengan media internet, dimana media internet atau online saat ini bisa mempermudah segala hal yang digunakannya melalui *smartphone*. Begitupun televisi, semua acara yang ditayangkan sudah beralih ke internet melalui *Streaming YouTube* karena dengan siaran internet tersebut bisa berulang-ulang kali tayang dan juga bisa kapan pun dilihat tayangannya beda halnya media televisi hanya bisa dilihat pada saat jam-jam tertentu.

Tujuan yang pertama dikembangkannya media adalah untuk memberikan kemudahan bagi manusia, Mengingat media massa (khususnya televisi) sebagai sumber informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia, dan juga merupakan salah satu alat komunikasi persuasif yang sangat efektif, untuk itu diperlukan perhatian-perhatian yang lebih serius terhadap media-media tersebut.⁸ Maka sangatlah tepat dan merupakan suatu langkah yang maju kalau media juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyiarkan ajaran Islam. Media massa seperti televisi, radio, koran, dan internet merupakan alternatif terbaik media dakwah Islam yang sangat potensial.

⁷ Onong Uchjana, *Ilmu, Toeri, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2003), 174

⁸ Nurliana, *Jurnal Televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*, Vol III, No. 1/2020

Penyiaran Islam melalui televisi dapat menyatukan persepsi komunitas umat Islam dengan menerima pesan-pesan yang disampaikan secara bersama- sama dan seragam. Di samping juga dapat meminimalisir pengaruh westernisasi yang semakin marak digencarkan oleh media Barat. Televisi juga merupakan aspek penting bagi proses identifikasi nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat (khususnya umat Islam) yang terus berubah. Syekh Ali Mahfuz mengutarakan bahwa maju mundurnya Islam sangat tergantung pada kegiatan dakwah atau penyiaran Islam yang dilakukan oleh umat Islam itu sendiri.⁹ Maka dari itu, pemanfaatan media televisi sebagai media dakwah Islam untuk menyiarkan ajaran Islam dimana Kabupaten Pesawaran ini sebagai seorang muslim yang menempati posisi yang sangat berpengaruh dalam menentukan arah siaran televisi, maka ia harus cermat dalam menyetir media massa, dalam hal ini televisi lokal UniEx Tv belum mengarah ke hal tersebut.

Menurut Sjaifrah dan Prasanti eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang disekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan.¹⁰ Seperti disebutkan dalam Q.S Ali ‘Imran: 122, yaitu:

إِذْ هَمَّتْ طَّائِفَتَانِ مِنْكُمْ أَنْ تَفْشَلَا وَاللَّهُ وَلِيُّهَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ

الْمُؤْمِنُونَ ﴿١٢٢﴾

Artinya: “(Ingatlah) ketika dua golongan dari pihak kamu ingin (mundur) karena takut, padahal Allah adalah penolong

⁹ *Ibid*

¹⁰ Sjaifrah, Prasanti, *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, JIPSi, Vol VI, No.2/Desember 2016

mereka. Oleh karena itu, hendaklah kepada Allah saja orang-orang mukmin bertawakal.” (QS. Ali ‘Imran: 122)

Tawakkal menurut Ahlu sunnah harus disertai mengambil sebab dan usaha. Namun, hati tetap bergantung pada Allah Ta’ala semata, bukan pada sebab. Adapun tawakal tanpa mengambil sebab dan usaha, ini adalah tawakkal ala kaum sufi.¹¹

Dari Anas bin Malik *radhiyallahu ‘anhu*, ia berkata,

قال رجل: يا رسول الله أعقلها وأتوكل، أو أطلقها وأتوكل؟
- لناقته- فقال صلى الله عليه وسلم: اعقلها وتوكل

“Seseorang berkata kepada Nabi, ‘Wahai Rasulallah! Saya ikat unta saya kemudian tawakkal, ataukah saya biarkan lalu saya tawakkal? Nabi bersabda, ‘ikat untamu lalu tawakkal!’” (HR. Tirmidzi. Hadits ini dha’if. Namun maknanya sah)

Syekh Abdul Aziz bin Baz *rahimahullah* menjelaskan, menggantungkan hati kepada Allah dan mengimani bahwasanya Allah-lah yang menciptakna dan mendirikan sebab. Dan hanya Allah-lah yang menakdirkan segala perkara, Allah mengetahuinya, dan Allah menatut semuanya.

Menurut Muhammad Arni mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan teknik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.¹²

Strategi komunikasi yang dijalankan oleh UniEx Tv di Pesawaran Lampung ini, yaitu: Kerjasama dengan pihak-pihak yang membutuhkan dokumentasi dan publikasi public, Membuat

¹¹ <https://jurnalmedan.pikiran-rakyat.com/nasional/amp/pr-1492099147/hadits-hadits-shohihah-inilah-tawakal-kepada-allah-yang-sesuai-syariat>

¹² Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004),

Program yang berkesinambungan dan menarik, membentuk biro di setiap Kabupaten/ Kota yang ada di Provinsi Lampung, rekrutmen karyawan, serta mempromosikan *channel YouTube* melalui sosial media.¹³

Untuk siaran berita lokal penonton yang melihat siarannya masih terbilang sedikit, karena penonton lebih tertarik dengan program acara yang berkaitan dengan program berita yang menyangkan tentang kriminal atau fenomena alam yang menurut mereka lebih menarik. Siaran tersebut dapat menaikkan *viewers* yang bisa membuat UniEx dikenal secara lokal maupun luar. Karena UniEx Tv melakukan siaran melalui *streaming YouTube* menjadikan penontonya bukan hanya masyarakat Pesawaran. Namun semenjak adanya pandemi menyebabkan UniEx tidak bisa mencari berita dengan mudah seperti biasanya karena banyak akses atau tempat yang ditutup selama pandemi terutama untuk tempat wisata yang merupakan program acara yang banyak diminati penonton. Karena UniEx menyangkan siaran melalui *streaming YouTube* dan tayangannya bersifat global menyebabkan masyarakat Pesawaran banyak yang belum mengetahui adanya UniEx Tv sebagai televisi lokal Pesawaran.

Sehubungan dengan masalah-masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian tersebut guna memperoleh gambaran mengenai masalah yang berkaitan dengan eksistensi UniEx Tv, sehingga penulis ingin meneliti tentang pentingnya siaran dakwah dalam strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensi televisi lokal UniEx Tv ke arah yang konstruktif dan bisa menjadi wahana dakwah Islam yang berisikan ajaran nilai-nilai Islami yang akan dianut oleh para pemirsa khususnya masyarakat Pesawaran agar komunikasi dengan peran yang cukup baik sebagai televisi lokal baru. Dengan demikian tujuan penyiaran UniEx Tv untuk bisa meningkatkan eksistensinya ini dapat tercapai dengan baik atau sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Dari uraian tersebut maka penulis mengemukakan judul skripsi, yaitu: Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi

¹³ Apriansyah, Fonder, *Wawancara, Tanggal 28 April 2021*

Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung..

Dari fokus ini dibagi menjadi dua sub fokus penelitian yaitu:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan penyiaran lokal UniEx Tv
2. Peningkatan eksistensi UniEx Tv terhadap *viewers*.

D. Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat penulis rumuskan masalahnya yakni:

1. Bagaimana eksistensi UniEx Tv sebagai penyiaran lokal dalam pandangan masyarakat?
2. Bagaimana strategi UniEx Tv dalam meningkatkan minat penonton untuk menonton siaran UniEx Tv melalui *streaming YouTube*?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi UniEx Tv dalam upaya meningkatkan eksistensinya sebagai penyiaran lokal baru.

F. Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Diharapkan dapat memberikan referensi kajian dalam pengembangan ilmu komunikasi, dan diharapkan dapat memperkaya dibidang kajian ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam penemuan kaidah ataupun mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh media televisi lokal yaitu salah satunya UniEx Tv.

b. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi sederhana kepada UniEx Tv dalam pengelolaan penyiaran lokal baru yang ada di Pesawaran, sehingga masyarakat atau

penonton bisa menikmati berbagai tayangan siaran yang layak untuk ditonton.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Banyak penelitian yang dilakukan berbagai kalangan tentang strategi komunikasi televisi lokal, baik penelitian yang bersifat praktikal maupun akademis, beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Ummul Fauziah Rahmah, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2013), dengan judul “Strategi Komunikasi Stasiun Televisi Lokal Dalam Meningkatkan Eksistensi (Studi Pada Cahaya Televisi (CTV) Banten).” Skripsi ini membahas suatu organisasi atau perusahaan yaitu Cahaya Televisi Banten tentang berbagai informasi daerah yang tidak terekspose oleh media nasional mendasari kehadiran media televisi lokal di berbagai daerah. Sehingga perlu adanya perkembangan CTV Banten ini untuk menarik minat penonton masyarakat setempat.¹⁴
2. Novia Azalea Wahyuni, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (2018), dengan judul “Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal”. Skripsi ini membahas tentang pertahanan industri siaran yang dimana Sriwijaya TV ini adalah stasiun televisi terlama dari yang lainnya sehingga untuk bersaing dengan TV lokal yang berada pada wilayah siaran yang sama tidaklah mudah untuk itu dengan adanya strategi-strategi dengan menggunakan strategi program yang digunakannya untuk bertahan maka televisi ini bisa mempertahankan eksistensinya.¹⁵

¹⁴ Rahmah Ummul Fauziah, “Strategi Komunikasi Stasiun Televisi Lokal Dalam Meningkatkan Eksistensi (Studi Pada Cahaya Televisi (CTV) Banten)”, (Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2013)

¹⁵ Wahyuni Novia Azalea, “Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal”, (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2018)

Dari tinjauan pustaka di atas adanya kesamaan dan perbedaan dari skripsi terdahulu. Maka, yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian yang penulis ambil yakni Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung. sehingga dari strategi komunikasi yang dilakukan terciptanya eksistensi yang membuat UniEx Tv lebih baik dan menjadi berkembang.

H. Metode Penelitian

Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami objek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai tujuan pemecahan permasalahan.¹⁶ Penyusunan karya ilmiah (skripsi) ini tidak lepas dari penggunaan metode penelitian sebagai pedoman agar kegiatan penelitian dapat terlaksana dengan baik. Sebuah penelitian dapat mencapai hasil yang maksimal, jika seorang peneliti paham dan mengerti betul metode apa yang akan digunakan dalam penelitian tersebut.

Untuk pembahasan masalah yang diajukan dalam skripsi ini diperlukan data pembahasan yang relevan, yang diperoleh melalui penelitian terhadap objek sarasannya. Dalam penelitian ini akan ditempuh 3 tahapan strategis, yaitu tahapan pengumpulan data, analisa data dan penyajian hasil analisa data. Oleh karena itu penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Lapangan (Field Research), yaitu suatu penelitian yang data-data yang ada di lapangan.¹⁷ Sehingga dalam pelaksanaannya penelitian ini mengharuskan penulis untuk

¹⁶ Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, (Dalam Teori dan Praktek), (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 1

¹⁷ M. Hasan Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11.

terjun langsung kelapangan guna menggali data dan fakta yang terjadi secara langsung dan objektif.

Berdasarkan penelitian yang dipilih, maka dapat diketahui bahwa data-data dalam penelitian dihimpun berdasarkan hasil observasi dan interview secara langsung. Adapun data-data yang digali diangkat dalam lapangan dan penelitian ini adalah data berkenaan dengan Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung.

b. Sifat Penelitian

Dari segi sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ini adalah penelitian dengan menganalisa data yang tidak berbentuk angka.¹⁸ Pengumpulan data penelitian kualitatif yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan atau menggambarkan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dilakukan dengan cara dokumentasi, wawancara mendalam, Focus Group Discussion atau observasi.

Dalam kaitan penelitian ini penulis akan mendeskriptifkan tentang Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung.

2. Pendekatan Penelitian

Dari segi sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian dengan menganalisa data yang tidak berbentuk angka. Pengumpulan data penelitian kualitatif yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan atau menggambarkan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dilakukan dengan cara

¹⁸ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 13.

dokumentasi, wawancara mendalam, Focus Group Discussion atau observasi.¹⁹

Dalam kaitan penelitian ini penulis akan mendeskriptifkan tentang Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UniEx Tv di Pesawaran Lampung.

3. Tempat dan Partisipan Penelitian

a. Tempat Penelitian

UniEx Tv beralamat di Jalan Raya Kedondong, Kp. Kota Dalam, Kel. Kota Dalam, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran Lampung 35367.

b. Partisipan Penelitian,

Partisipan penelitian adalah keterkaitan seseorang dalam keterlibatan untuk membantu jalannya penelitian yang sedang dilakukan dengan memberikan dukungan berupa informasi penelitian dan berbagai jenis data penelitian.²⁰ Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive*. Partisipan atau orang yang ikut berperan dalam penelitian ini adalah UniEx Tv keseluruhannya berjumlah 10 orang dan masyarakat Pesawaran keseluruhannya berjumlah 546.169 orang.

Dalam partisipan penelitian ini tidak semua dijadikan data, penulis akan mengambil sebagian partisipan yang ikut berperan dalam penelitian ini yaitu *Crew* 3 orang dan Masyarakat 10 orang.

4. Metode Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Metode pengumpulan data melalui wawancara yaitu, suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, (Bandung: 2009), 8

²⁰ Sumarto dan Hetifa Sj. “*Inovasi, Partisipasi dan Good Governance*”. (Bandung: Yayasan Obor Indonesia, 2003)

informasi secara langsung dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan pada responden.²¹

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu, wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara eksklusif dan wawancara terbuka. Sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku.²²

Adapun wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara tidak terstruktur yang sifatnya informal, tidak berpedoman pada apapun, sehingga dapat mengeksplor suatu topik umum bersama-sama dan partisipan.

b. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, mulut dan kulit. Yang dimaksud metode observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian ini dapat diamati oleh peneliti melalui penggunaan panca indera.²³

Dalam hal ini penulis melakukan observasi dengan lingkungan yang ada di didalam organisasi/perusahaan UniEx Tv. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topik penelitian. Informasi yang diperoleh dari pihak UniEx Tv ini bertujuan untuk mendapatkan data primer. Penulis melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data yang diperlukan.

c. Dokumentasi

²¹ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015),63.

²² PabundaTika, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),62.

²³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005),134.

Dokumentasi adalah mencari data yang terkait dengan hal-hal penelitian dengan melakukan teknik pengumpulan data dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan yang teliti oleh penulis.²⁴ Dalam hal ini penulis akan memperoleh dokumentasi langsung mengambil dari stasiun lokal UniEx Tv atau berdasarkan informasi via internet maupun media-media lainnya..

d. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.²⁵

Proses analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu, selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini bersifat sistematis, maka penulis membaginya menjadi lima bab yang pada tiap-tiap babnya terdiri dari sub-sub bab. Adapaun sistematikanya adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab ini berisikan tentang penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika dari penelitian dalam

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 117

²⁵ *Ibid*, 119

penulisan skripsi ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini dijelaskan tentang pengertian dari strategi komunikasi serta berbagai metode dan proses dari komunikasi. Landasan teori, pengertian televisi, karakteristik televisi, televisi sebagai media massa dan juga pengertian eksistensi.

3. BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu UniEx Tv, pandangan masyarakat Pesawaran mengenai UniEx Tv serta penjelasan tentang strategi komunikasi UniEx Tv meningkatkan eksistensi.

4. BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan dari berbagai hasil pengumpulan data dan analisa mengenai hasil tersebut. Penulis juga menyesuaikan dengan rumusan masalah dan metode penelitian dalam skripsi ini.

5. BAB V PENUTUP

Pada Bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian skripsi ini. Dan rekomendasi merumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa saja yang perlu diambil oleh pihak terkait dengan hasil penelitian.



BAB II

SIARAN DAKWAH DALAM STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN EKSISTENSI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikasor, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²⁶

Menurut Anwar Arifin strategi komunikasi merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Yang artinya dalam merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi yang akan dihadapi dan yang mungkin akan dihadapi dimasa depan, guna mencapai efektivitas untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak. Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan.²⁷

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan oprasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*magement*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya.²⁸

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan

²⁶ Hafid Cangara, *Perencanaan dan Strategi komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014),64.

²⁷ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2004), 65

²⁸ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015),155.

perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran.²⁹

R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu :

1. *to secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan;
2. *to establish acceptance* – membina penerimaan pesan;
3. *to motivate action* – kegiatan yang di motivasi.³⁰

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

1. Mengenal Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

2. Menyusun Pesan

Merupakan langkah kedua setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek: (1) menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. (2) menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi

²⁹ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018),9.

³⁰ *Ibid*,9-10.

dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

- a. Metode redundancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.
- b. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap-sikap dan motif khalayak.

Sedangkan Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

- a. Metode Informatif, dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informative, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.
- b. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.
- c. Metode Koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.
- d. Metode Persuasif, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak

berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.³¹

Wilbur Schramm mengatakan dalam syarat-syarat berhasilnya pesan adalah sebagai berikut. :

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada kedua pengertian itu bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memperoleh jawaban yang dikehendaki.³²

2. Sifat Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada di dalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan-pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Dengan demikian, berbicara sifat strategi komunikasi maka keberadaannya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi komunikasi. Dengan demikian, sifat dari strategi komunikasi dapat dijelaskan diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
- b. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
- c. Membutuhkan *setting* komunikasi yang jelas.
- d. Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi.

³¹ Fajar, Marhaeni, Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009),192-193.

³² Ibid,194.

- e. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
- f. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektifitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikan.³³

Dari sifat-sifat tersebut, strategi komunikasi sebenarnya memiliki sifat yang adaptif dengan kondisi dan kajian dari sejumlah objek dalam bidang komunikasi. Strategi komunikasi memang tidak setua kajian komunikasi lainnya. Mengingat strategi komunikasi ini tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman, khususnya dalam bidang industri dan bisnis ekonomi sehingga para pakar komunikasi kemudian memikirkan satu pendekatan efektif dalam konteks komunikasi. Dengan demikian, ada sifat khusus dari keberadaan strategi komunikasi ini, yaitu mencerminkan suatu epistemologis dari semua implementasi model, teori, dan jenis komunikasi dengan tujuan menguasai lingkungan komunikasi sehingga mampu memperoleh target komunikasi yang unggul.³⁴

Dalam perkembangannya sejumlah pakar komunikasi melakukan diskusi bahwa strategi komunikasi erat sekali dengan organisasi komunikasi. Namun, strategi komunikasi lebih kepada bentuk dari sejumlah langkah strategis yang diambil oleh sebuah organisasi sehingga semua aktivitas komunikasinya mampu mencapai sasaran secara efektif. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya didahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.³⁵

3. Teknik Strategi Komunikasi

Menurut Arifin terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

³³ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018),10.

³⁴ *Ibid*,10.

³⁵ *Ibid*,11.

1. Redundancy (Repetition). Teknik redundancy atau repetition adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.
2. Canalizing. Teknik canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standard kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi bila hal ini kemudian ternyata tidak mungkin, maka kelompok tersebut secara perlahan-lahan dipecahkan, sehingga anggota-anggota kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang ketat. Dengan demikian pengaruh kelompok akan menipis dan akhirnya akan hilang sama sekali. Dalam keadaan demikian itulah pesan-pesan akan mudah diterima oleh komunikan.
3. Informatif. Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
4. Persuasif. Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), dan mereka itu

sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).

5. Edukatif. Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.
6. Koersif. Teknik koersif adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.³⁶

4. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.³⁷

Dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda, yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal;
2. Menjembatani *kultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat

³⁶ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003),7-9.

³⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004),28.

tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya;

Dari pendapat tersebut terlihat bahwa makna strategi komunikasi lebih cenderung mengarah pada upaya mengemas pesan untuk dapat dikomunikasikan secara efektif.

5. Strategi Sumber Daya Manusia (SDM)

Strategi Sumber Daya Manusia (SDM) adalah kebijakan pengelolaan karyawan yang diintegrasikan dengan strategi organisasi dan digunakan untuk mendorong budaya organisasi, agar karyawan memiliki nilai dan menjadi sumber keunggulan bersaing. Tidak dapat dipungkiri bahwa sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mencapai tujuan organisasi dan kenyataannya bahwa sumber daya manusia menjadi pusat perhatian pimpinan organisasi untuk diarahkan menjadi sumber daya manusia unggul organisasi.³⁸

Tujuan dari strategi sumber daya manusia ini antara lain untuk menopang keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan baik bisnis maupun non bisnis tidak akan dapat beroperasi tanpa adanya faktor sumber daya manusia. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang berkaitan dengan sumber daya manusia, sehingga dapat menentukan bakat dan keahlian yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional yang tersedia dalam organisasi. Dibutuhkan cara dalam pengelolaan dan perencanaan tenaga kerja yang tepat guna, sehingga orang-orang tersebut (tenaga kerja) bisa efektif dan efisien.³⁹

Strategi pengembangan SDM merupakan perencanaan mengenai cara bagaimana kualitas dari sumber daya manusia yang dimiliki mampu berkembang ke arah yang lebih baik, meningkatkan kemampuan kerja, skill dan memiliki loyalitas yang baik terhadap organisasi atau perusahaan. Pengembangan sumber daya manusia dibutuhkan untuk kelangsungan sebuah organisasi atau perusahaan berkembang

³⁸ Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, dan Kinerja* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015),160

³⁹ *Ibid*, 161

secara lebih dinamis. Sebab sumber daya manusia merupakan unsur paling penting didalam sebuah organisasi atau perusahaan. Para karyawan bukanlah mesin yang bisa selalu ditekan tenaganya bagi kelangsungan perusahaan, sebaiknya pihak perusahaan punya strategi bagaimana langkah yang harus diambil untuk memberikan kesempatan agar SDM yang ada bisa berkembang lebih baik.⁴⁰

Menurut Garry Dessler, ada tiga strategi dalam pengembangan SDM diantaranya:

a. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menyumbangkan ide Karyawan sebagai bagian dari perusahaan merupakan unsur yang turut mendukung berjalannya sebuah bisnis usaha atau roda organisasi. Meskipun secara fisik modal atau hak menjalankannya ada di tangan kita, namun sangat penting bagi kita mendengarkan masukan ide-ide dari para karyawan. Sebab boleh jadi meskipun ia hanya seorang karyawan namun memiliki gagasan yang lebih fresh dan dibutuhkan oleh perusahaan.

b. Pemberian Reward dan Punishment

Strategi lainnya dalam pengembangan SDM adalah upaya apresiasi terhadap hasil kerja dari karyawan. Apresiasi dibutuhkan untuk lebih memotivasi seorang karyawan terhadap cara kerjanya di perusahaan. Apresiasi yang baik diberikan kepada mereka yang memang memiliki dedikasi yang baik pada perusahaan, maupun menyumbang ide dan gagasan yang baik serta memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Sementara punishment diberikan guna membuat karyawan tersadar dari kelalaian atau kesalahan kerjanya.

c. Mengupayakan berbagai pelatihan

Strategi pengembangan SDM yang tak kalah pentingnya adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk terus meningkatkan skill dan kemampuan seorang karyawan sesuai ranah kerjanya.

⁴⁰ *Ibid*, 161

Pelatihan-pelatihan sangat penting untuk diadakan, perusahaanlah yang bertanggung jawab untuk mengadakan upaya peningkatan kemampuan dan skill terhadap para karyawannya.⁴¹

6. Strategi

Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁴²

Strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.⁴³

Strategi adalah menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah, strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.⁴⁴

Strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki dalam bentuk *unique* berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.⁴⁵

Strategi dapat didefinisikan sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk di dalamnya adalah rencana aksi

⁴¹ *Ibid*, h. 164

⁴² David, *Pengertian Strategi* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004),

13.

⁴³ *Ibid*, 14

⁴⁴ Sudrajat, A, *Pendekatan, Strategi, Metode, Metode, Teknik dan Model Pembelajaran*, (Bandung., Theme, 2008)

⁴⁵ Iskandarwassid, Suhendar, D, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: Rosdakarya, 2008)

(*action plans*) untuk mencapai tujuan tersebut dengan secara ekslisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.⁴⁶

Menurut Byrne sebagaimana dikutip oleh Brannan mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar (khalayak umum), pesaing dan faktor-faktor lingkungan.⁴⁷

Guna memudahkan dalam memahami strategi perlu kiranya dijelaskan beberapa istilah kata yang identik dengan strategi diantaranya ialah, metode dan taktik. Metode ialah cara yang teratur dan sistematis untuk pelaksanaan suatu cara kerja agar tercapai hasil yang diharapkan. Sedangkan taktik ialah tahap- tahap atau langkah-langkah tertentu yang dipakai untuk melaksanakan strategi. Jika manajemen sudah merumuskan tujuan dan strateginya, maka ia berada dalam posisi untuk menentukan taktik.⁴⁸

B. Eksistensi Media Eksternal

1. Pengertian Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.⁴⁹ Sedangkan dalam Kamus Filsafat Lorens, eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul.⁵⁰

Menurut Abidin Zaenal eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan

⁴⁶ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005)

⁴⁷ Brannan, Tom, *Integrated market communication*, (Jakarta: PPM, 2005), 2.

⁴⁸ *Ibid*, 4

⁴⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008),1092.

⁵⁰ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000),177.

asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.⁵¹

Berbicara eksistensialisme tidak bisa dilepaskan begitu saja dari Hegel. Di dalam filsafat Hegel, kontruksi ‘menjadi’ *Becomeing* dimengerti sebagai suatu lintasan dari ‘suatu yang tidak hadir’ *non existence/not being* kepada ‘sesuatu yang hadir’ *existence/being* dalam proses dialektikannya untuk sampai pada penggabungan suatu ‘esensi’ yang absolut antara *existence* dan *non existence*.⁵²

2. Eksistensi Televisi di Indonesia

Sekitar satu abad televisi siaran menjadi primadona dalam percaturan media komunikasi massa. Sejak ditemukannya media ini di sekitar 1900-an, televisi popularitasnya langsung melejit bahkan saat itu diramalkan, TV akan mematikan radio siaran sebagai media komunikasi massa karena sifat televisi yang audio visual.⁵³

Televisi semakin melejit tatkala teknologinya semakin maju dimana dari hitam putih menjadi berwarna. Khalayak penonton TV pun makin luas, termasuk di Indonesia yang pada 24 Agustus 1962 mulai memiliki stasiun TVRI, stasiun pertama di Indonesia yang didirikan dalam rangka penyelenggaraan Asian Games 1962 di Jakarta.⁵⁴

Fungsi televisi pun semakin luas, yang pada awalnya hanya sebagai media hiburan kemudian melebar memiliki fungsi informasi dan edukasi. Mulai dekade 70-an di Indonesia TV siaran menjadi industri media massa karena

⁵¹ Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007),24.

⁵² Irawan, *Animal Ambiguitatis* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008),66.

⁵³ Ibrahim, Iriantara, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)

⁵⁴ *Ibid*,

industri barang dan jasa sudah mulai mempromosikan produknya melalui TV ini, dan media audio visual ini pun dianggap media massa paling efektif dibanding media massa lainnya karena lebih atraktif dan pesawat TV ini dimiliki oleh sebagian besar rumah tangga.⁵⁵

Mulai era 70-an di negara-negara maju stasiun TV bersaing ketat, sementara di Indonesia saat itu siaran TV masih dimonopoli oleh TVRI sebagai lembaga siaran milik pemerintah. Televisi swasta di era Orde Baru belum diijinkan untuk berdiri di Indonesia, pertimbangannya amat politis karena TV dianggap memiliki daya pengaruh yang tinggi terhadap khalayaknya. TVRI di masa Orde Baru lalu digunakan sebagai media propaganda pemerintah dengan dalih sebagai media komunikasi pembangunan serta untuk menjaga stabilitas nasional.⁵⁶

Televisi swasta baru dapat berdiri di Indonesia setelah pemohon ijinnya adalah putra putri serta kerabat dekat Presiden Soeharto sendiri. RCTI adalah stasiun TV swasta pertama milik Bambang Trihatmojo, putra sulung Soeharto. Kemudian ada SCTV milik konglomerat Soedwikatmono, kerabat dekat Soeharto juga. Putri sulung Soeharto, Mbak Tutut (Siti Haditanti Rukmana) mendirikan TPI dan konglomerat yang amat dekat dengan Istana Orde Baru, Sudono Salim diijinkan untuk membuka Indosiar, semuanya berdiri di era 80- an. Setelah itu bermunculan stasiun TV swasta lainnya.⁵⁷

Karena sifatnya yang audio visual, televisi menjadi media massa primadona yang digemari banyak orang. Selain siarannya gratis –kendati ada pula televisi berbayar- siaran televisi masa kini hampir 24 jam bersiaran nonstop. Selain hiburan film, sinetron, reality dan variety show, juga musik, melalui televisi juga jutaan orang pencinta sepakbola atau olahraga lainnya bisa menikmati aneka pertandingan, baik

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

pertandingan yang sudah lewat maupun siaran langsung.⁵⁸

Dari fungsi informasi, televisi juga menjadi media yang lebih atraktif dan lebih aktual dibanding media cetak dalam menyiarkan informasi yang terjadi. Jika media cetak baru akan menyiarkan berita esok paginya, televisi bisa memberitakan sore atau malam harinya, bahkan siaran langsung di tempat kejadian sehingga aktualitas televisi lebih unggul dibanding media cetak. Hampir semua stasiun TV memiliki acara siaran berita yang dikemas dengan sangat menarik.⁵⁹

Kelemahan siaran televisi yang dinilai dengan sifatnya yang selintas dan tidak mendalam dalam menyiarkan informasi, saat ini sudah tidak berlaku lagi karena dalam acara siaran berita hampir setiap malam di TV tertentu ada talkshow atau wawancara khusus yang secara mendalam menggali permasalahan hingga tuntas, bahkan perdebatan terbuka antara dua kubu yang berseberangan pun sekarang menjadi tontonan hiburan tersendiri.⁶⁰

3. Sejarah Televisi

Penemuan teknologi televisi ini mendorong lahirnya sejumlah stasiun TV di berbagai Negara, seperti di Inggris pada 1936 berdiri BBC (*British Broadcasting Corporation*). Lima tahun kemudian di Amerika tepatnya pada 1941 berdiri *Columbia Broadcasting System* (CBS) yang memulai siaran televisi setelah sebelumnya CBS ini merupakan korporasi media radio sejak 1927. Kemudian berdiri pula NBC (*National Broadcasting Company*), dan mulai 1943 berdiri ABC (*American Broadcasting Company*). Selain dinilai akan membunuh radio, televisi juga dulu diramalkan akan mematikan bioskop, karena menonton bioskop tidak perlu lagi datang ke gedung bioskop tetapi cukup menonton di rumah.⁶¹

⁵⁸ *Ibid*,

⁵⁹ *Ibid*,

⁶⁰ *Ibid*,

⁶¹ Lia Kurniawati, Politeknik Kridatama, *Jurnal Pemanfaatan Teknologi Video Streaming Di LPP TVRI Jabar*, Volume 10 No. 1 Maret 2019

Televisi semakin melejit tatkala teknologinya semakin maju dimana dari hitam putih menjadi berwarna. Khalayak penonton TV pun makin luas, termasuk di Indonesia yang pada 24 Agustus 1962 mulai memiliki stasiun TVRI, stasiun pertama di Indonesia yang didirikan dalam rangka penyelenggaraan AsianGames 1962 di Jakarta.⁶²

Fungsi televisi pun semakin luas, yang pada awalnya hanya sebagai media hiburan kemudian melebar memiliki fungsi informasi dan edukasi. Mulai dekade 70-an di Indonesia TV siaran menjadi industri media massa karena industri barang dan jasa sudah mulai mempromosikan produknya melalui TV ini, dan media audio visual ini pun dianggap media massa paling efektif dibanding media massa lainnya karena lebih atraktif dan pesawat TV ini dimiliki oleh sebagian besar rumah tangga.⁶³

Mulai era 70-an di negara-negara maju stasiun TV bersaing ketat, sementara di Indonesia saat itu siaran TV masih dimonopoli oleh TVRI sebagai lembaga siaran milik pemerintah. Televisi swasta di era Orde Baru belum diijinkan untuk berdiri di Indonesia, pertimbangannya amat politis karena TV dianggap memiliki daya pengaruh yang tinggi terhadap khalayaknya. TVRI di masa Orde Baru lalu digunakan sebagai media propaganda pemerintah dengan dalih sebagai media komunikasi pembangunan serta untuk menjaga stabilitas nasional.⁶⁴

Televisi swasta baru dapat berdiri di Indonesia setelah pemohon ijinnya adalah putra putri serta kerabat dekat Presiden Soeharto sendiri. *RCTI* adalah stasiun TV swasta pertama milik Bambang Trihatmojo, putra sulung Soeharto. Kemudian ada *SCTV* milik konglomerat Soedwikatmono, kerabat dekat Soeharto juga. Putri sulung Soeharto, Mbak Tutut (Siti Haditanti Rukmana) mendirikan *TPI* dan konglomerat yang amat dekat dengan Istana Orde Baru, Sudono

⁶² *Ibid*

⁶³ *Ibid*

⁶⁴ *Ibid*

Salim diijinkan untuk membuka *Indosiar*, semuanya berdiri di era 80- an. Setelah itu bermunculan stasiun TV swasta lainnya.⁶⁵

Karena sifatnya yang audio visual, televisi menjadi media massa primadona yang digemari banyak orang. Selain siarannya gratis –kendati ada pula televisi berbayar- siaran televisi masa kini hampir 24 jam bersiaran nonstop. Selain hiburan film, sinetron, *reality* dan *variety show*, juga musik, melalui televisi juga jutaan orang pencinta sepakbola atau olahraga lainnya bisa menikmati aneka pertandingan, baik pertandingan yang sudah lewat maupun siaran langsung.⁶⁶

Dari fungsi informasi, televisi juga menjadi media yang lebih atraktif dan lebih aktual dibanding media cetak dalam menyiarkan informasi yang terjadi. Jika media cetak baru akan menyiarkan berita esok paginya, televisi bisa memberitakan sore atau malam harinya, bahkan siaran langsung di tempat kejadian sehingga aktualitas televisi lebih unggul dibanding media cetak. Hampir semua stasiun TV memiliki acara siaran berita yang dikemas dengan sangat menarik.⁶⁷

Kelemahan siaran televisi yang dinilai dengan sifatnya yang selintas dan tidak mendalam dalam menyiarkan informasi, saat ini sudah tidak berlaku lagi karena dalam acara siaran berita hampir setiap malam di TV tertentu ada *talkshow* atau wawancara khusus yang secara mendalam menggali permasalahan hingga tuntas, bahkan perdebatan terbuka antara dua kubu yang berseberangan pun sekarang menjadi tontonan hiburan tersendiri.⁶⁸

4. Pengertian Televisi

Televisi mulai disiarkan secara luas pada tahun 1950-an di Amerika Serikat kemudian tahun 1970-an di Indonesia. Sejak awal televisi ditempatkan di ruang domestik (rumah

⁶⁵ *Ibid*

⁶⁶ *Ibid*

⁶⁷ *Ibid*

⁶⁸ *Ibid*

tangga) untuk menghabiskan waktu luang sehari-hari.⁶⁹ Teknologi televisi dirancang agar mudah diakses, sedangkan kontennya dibuat agar mudah dipahami. Secara sederhana, televisi adalah radio bergambar, maka gambar di televisi sebenarnya pelengkap suara, bukan sebaliknya. Melalui televisi budaya populer berkembang lebih cepat dan meluas. Kehadiran televisi problematik. Di satu sisi televisi merupakan media yang murah dan mudah diakses, di sisi lain ada ancaman yang ditimbulkannya.⁷⁰

Pada awal kehadirannya, televisi dianggap mengancam industri radio dan film pada masa itu. Ketika siaran televisi meluas, kecemasan terhadap pengaruh buruknya terhadap khalayak mulai di perbincangkan. Inisiatif literasi media merupakan respons dari kekuatan kekhawatiran ini.⁷¹

Televisi paling berpengaruh bagi kehidupan manusia dibandingkan dengan semua media komunikasi lain. Beragam stasiun televisi dengan bermacam-macam program siarannya yang disajikan dengan kualitas gambar dan tatanan suara yang apik serta menarik, menjadikan televisi sebagai sumber segala informasi, berita dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat.⁷²

Televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang ditemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu audio visual. Peletak dasar utama teknologi pertelevisian tersebut adalah Paul Nipkow dari Jerman yang dilakukannya pada tahun 1884, ia menemukan sebuah alat yang kemudian disebut sebagai *Jantara Nipkow* atau *Nipkow Sheibe*. Penemuannya tersebut melahirkan *electrische teleskop* atau televisi elektris.⁷³

Televisi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

⁶⁹ R.B.E. Agung Nugroho, *Jurnalisme Kemiskinan* (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2020),107.

⁷⁰ Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta, Prenada Media Group, 2008),11.

⁷¹ *Ibid*

⁷² *Ibid*

⁷³ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional* (Bandung, Remaja Rosda Karya, 2003),5.

- a. Menggunakan teknologi rumit dalam praktek penyelenggaraan siaran. Diantaranya menggunakan alat transmisi, kamera, ruang kontrol, *microphone*, pita kaset, antena, satelit, dan lain sebagainya.
- b. Memiliki kecepatan. Media televisi lebih cepat menjangkau banyak khalayak, juga tercepat dalam menyajikan informasi.
- c. Dalam penyelenggaraan komunikasi massa, media televisi membutuhkan personil, dana, serta teknologi relatif besar dibandingkan media massa lainnya. Hal tersebut disebabkan oleh target khalayak yang dijangkau sangat besar.⁷⁴

5. Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Dalam Radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, sedangkan dalam surat kabar dan majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi.⁷⁵

1) Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2) Berpikir dalam Gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan

⁷⁴ *Ibid*

⁷⁵ Rema karyanti, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005),137-139.

merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3) Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Namun, setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tidak ada satu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Untuk itu berikut adalah karakteristik televisi menurut Sutisno dalam bukunya *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*.⁷⁶

- 1) Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- 2) Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau yang langka.
- 3) Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- 4) Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- 5) Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- 6) Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
- 7) Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarluaskannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- 8) Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- 9) Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Selain kelebihan dari karakteristik televisi tersebut, media televisi juga mengandung kelemahan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Merupakan media satu arah, hanya mampu menyampaikan pesan, namun tidak bisa menerima umpan balik secara cepat.

⁷⁶ Sutisno P.C.S, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1993),3.

- 2) Layar pesawat penerima yang sempit tidak memberikan keluasan penonton.
- 3) Bingkai cahaya (flash) dan rangsang kedip cahaya (flicker) dapat merusak atau mengganggu penglihatan penonton.
- 4) Kualitas gambar yang dipancarkan lebih rendah dibandingkan dengan visual yang diproyeksikan (film layar lebar).

Kelebihan dan kekurangan tersebut tidak menjadi persoalan, karena dalam operasionalnya televisi di dukung dua media lain yaitu cetak dan radio. Pada prinsipnya, dalam tugas jurnalistik ketiga media tersebut sama-sama memberikan satu informasi ke masyarakat agar “well informed”.

6. Televisi Sebagai Media Massa

Televisi sebagai media yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan media radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.⁷⁷

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalyak. Media ini mempunyai kelebihan dari media mssa lainnya yaitu bersifat audio visual, dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.⁷⁸

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain) dan mempengaruhi (to persuade). Menurut Effendy mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

⁷⁷ Rema karyanti, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005),3.

⁷⁸ *Ibid*, 4

1) Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2) Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan- aturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3) Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editor, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar. Penyebaran informasi melalui media massa, baik cetak, elektronik, maupun online telah membentuk pengetahuan dan pendapat manusia mengenai berbagai peristiwa atau hal yang menyangkut kehidupannya.⁷⁹

7. Media Eksternal

Media eksternal yang dimaksud disini adalah *output* atau perangkat keras stasiun penyiaran yang dikelola oleh organisasi atau perusahaan penyiaran. Perangkat keras adalah gedung, jalan, studio, kamera elektronika, statip, sistem lamp dan suara, dokorasi, sub master kontrol, program *continuty*, *telekcine*, VTR dan VCR, alat editing dan peralatan lain yang mendukung produksi dan siaran. Namun, perangkat keras tersebut juga baru dapat berfungsi bila didukung oleh perangkat lunak, yaitu manusia sebagai pengelola dan

⁷⁹ *Ibid*, 18-20

program siaran.⁸⁰

Proses penyelenggaraan siaran televisi jauh lebih rumit dibandingkan dengan penyelenggaraan siaran radio, demikian juga biaya yang diperlukan jauh lebih besar. Daya penetrasi dan dampak yang ditimbulkan oleh siaran televisi jauh lebih besar dibandingkan dengan siaran radio. Karena, siaran radio hanya menyajikan informasi audio, sedangkan siaran televisi menyajikan informasi audio dan visual gerak dan singkron.⁸¹

8. Televisi Sebagai Media Dakwah Islam

Banyak televisi di kalangan masyarakat telah menyediakan sebuah peluang yang sangat besar untuk memperalatnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai acara yang disajikannya yang sungguh variatif telah menjadikan televisi sebagai media yang disukai oleh setiap lapisan masyarakat. Televisi adalah media yang bisa digunakan untuk kepentingan pengelolanya, bila diarahkan kepada hal yang negatif, maka ia akan menghasilkan nilai-nilai yang negatif dan sebaliknya.⁸²

Televisi bisa digunakan sebagai media dakwah dalam mengembangkan atau menanamkan ajaran-ajaran Islam. Program-program televisi bisa disajikan dengan memperhatikan keurgenan nilai-nilai Islami di dalam masyarakat. Akan tetapi tentu saja, program-program tersebut tidak boleh kehilangan fungsi- fungsinya hanya dengan karena dibumbui nilai-nilai yang Islami.⁸³

Menurut Zulkiple ABD.Gani dalam bukunya yang berjudul *Islam Komunikasi Dan Teknologi Maklumat* menyatakan bahwa; didapati kesadaran untuk memanfaatkan alat-alat teknologi media bagi tujuan dakwah telah lama

⁸⁰ J.B Wahyudi, *Dasar-dasar Penyiaran*, (Jakarta: Prenamedia Utama, 2000), 9.

⁸¹ *Ibid*, 16

⁸² Muhammad Arfin, *Dakwah Multi Media Terobosan Baru bagi Para Da'i*, (Surabaya: Graha Ilmu Mulia, 2006), h. 17.

⁸³ Syukur Kholil, *Penyiaran Islam Melalui Televisi, Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prosfeknya*, (sebuah makalah dalam Loka Karya jurusan Komunikasi Islam IAIN SU Medan pada tanggal 9 Desember 2006), h. 1

timbul. Walaupun begitu usaha untuk melaksanakan cita-cita tersebut terpaksa menempuh belbagai halangan. Antara lain sikap umat Islam sendiri yang tidak proaktif terhadap teknologi media, halangan-halangan dari perspektif politik seperti halangan kebebasan media sehinggalah kepada kelemahan sistem pendidikan Islam yang tidak menyediakan tanaga kerja media yang memiliki kefahaman Islam yang jitu.⁸⁴

Menggunakan televisi sebagai sarana dakwah untuk semua kalangan masyarakat tidak harus merubah siaran-siaran televisi secara revolusionis. Program-program tersebut tidak boleh kehilangan unsur yang menjadi daya tariknya tersendiri bagi masyarakat. Konsepnya adalah memadukan keistimewaan program tersebut dengan dakwah Islami.

9. Azas Televisi dalam Islam

Dari sekian banyak ayat-ayat Al-Qur'an yang membicarakan tentang teknis berkomunikasi secara umum, sebagian diantaranya merupakan berkenaan langsung dengan materi komunikasi media massa (terutama televisi). Ayat-ayat dimaksud dapat dijadikan sebagai azas komunikasi televisi dalam upaya untuk menyiarkan pesan-pesan Islam, disamping teori-teori yang berkembang belakangan ini. Ayat-ayat tersebut antara lain:

QS. An-Nahl: 125;

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:”Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang

⁸⁴ Abdul Zulkiple Gani, Islam Komunikasi Dan Teknologi Maklumat, (Malaysia: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd, 2001), h. 27.

lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk"

Seseorang pendakwah menyeru kepada ajaran dakwah penuh dengan hikmah. Artinya seseorang mengajak kepada dinul Islam dengan cara yang baik meenmpuh metode yang yang serta dengan kearifan dan ilmu pengetahuan. Sesungguhnya Allah mengetahui dan memahami orang yang membuat kebaikan.

10. Teori Media

Adanya jenis media tertentu seperti televisi memengaruhi bagaimana kita berpikir tentang dan merespon pada dunia. Sementara media bekerja dalam berbagai cara untuk segmen-segmen masyarakat yang berbeda, audien tidak semuanya terpengaruh tetapi berinteraksi dalam cara yang khusus dengan media. Teori Media Klasik yang dicetuskan oleh Marshall McLuhan mengenai pentingnya media sebagai media. Televisi memengaruhi anda terlepas dari apa yang anda tonton. Dunia maya memengaruhi masyarakat terlepas dari situ apa yang orang kunjungi.⁸⁵

McLuhan bukan orang pertama yang menulis mengenai media, Harold Adam Innis juga pernah menulis mengenai media komunikasi ialah intisari peradaban dan bahwa sejarah diarahkan oleh media yang menonjol pada masanya. Bagi McLuhan dan Innis media merupakan perpanjangan pikiran manusia jadi media yang menonjol dalam penggunaan membiasakan masa historis apapun.⁸⁶ Dan penelitian ini akhirnya mengambil teori yang lebih cocok meskipun pada akhirnya mengalami kritik tajam karena belum sesuai dengan perkembangan zaman yakni teori Ekologi Media yang dicetuskas oleh Marshall McLuhan.

⁸⁵ Littejohn, Stephen W, *Teori Komunikasi* (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), 410

⁸⁶ *Ibid*, h. 411

11. Teori Ekologi Media

Ekologi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas oikos atau tempat tinggal dan logos yang berarti ilmu, yang diartikan sebagai ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Dari pengertian ekologi tersebut kemudian diperluas oleh Hawley dalam Sills sebagai ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara makhluk hidup atau suatu organisme hidup dalam suatu lingkungan tertentu. Jadi, ekologi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara makhluk hidup mempertahankan hidupnya dilingkungan dimana mereka tinggal.⁸⁷

Menurut Otto Sumarwoto ekologi adalah mengenai hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungan disekitarnya. Dengan demikian, pandangan ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media (massa) dengan lingkungan penunjang kehidupannya. Sumber penunjang kehidupan media menurut Dimmick dan Rohtenbuhler adalah type of capital, type of content, dan type of audience.⁸⁸

Menurut Teori Niche muncul dari disiplin ekologi, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya setiap makhluk hidup memerlukan sumber penunjang yang ada di alam sekitarnya. Bila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan itu sama dan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi perebutan atau persaingan. Pandangan ekologi ini bila diaplikasikan pada media massa bisa disebut sebagai ekologi media.⁸⁹

Ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media massa dengan lingkungan penunjangnya. Media berinteraksi dengan lingkungannya. Kondisi ini sama dengan

⁸⁷ L. Juni Andi Prasetya, "Kompetisi Surat Kabar Lokal Berdasarkan Tingkat Kepuasan Biro Iklan pada Layanan Jasa Media Surat Kabar", Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2011), 29.

⁸⁸ Anita Herawati dan Setio Budi, *Ekologi Media Radio Siaran* (Yogyakarta: 2007), 107.

⁸⁹ *Ibid*, 107

hubungan yang terjadi antara makhluk hidup dengan lingkungan tempatnya hidup. Dalam proses intekasi ini memungkinkan terjadi kompetisi dalam mempertankan kehidupannya.⁹⁰

Fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis. Dalam pandangannya kompetisi media dapat digambarkan seperti makhluk-makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan (pasar). Bagaimana ia bertahan adalah bagaimana makhluk media tersebut mampu mencari mendapatkan dan merebut sumber makanan yang tersedia dalam lingkungan tersebut. Persoalannya adalah jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas sementara makhluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada sumber tersebut semakin banyak maka faktor kompetisi tidak terelakkan.⁹¹

Oleh karena itu, televisi lokal jika ingin tetap bertahan dan eksis di industri penyiaran harus bisa memiliki strategi yang jitu dalam hal membuat program siaran yang sekreatif dan semenarik mungkin, mempunyai strategi tersendiri untuk menarik audiennya, mengemas program siaran agar menarik pemirsanya melalui strategi pemasaran program yang terstruktur, dan menerapkan strategi sumber daya manusia dalam mengelola SDM nya.⁹²

⁹⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2016), 276.

⁹¹ *Ibid*, 278

⁹² *Ibid*, 279

DAFTAR RUJUKAN

- Agung Muharam, *Pimpinan Redaksi UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Maret 2021
- Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, dan Kinerja* (Jakarta: MitraWacana Media, 2015),160
- Andi, *Cameraman UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Mare 2021
- Apriansyah, *Fonder UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 2 Januari 2021
- Apriansyah, *Fonder UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Maret 2021
- Apriansyah, *Founder UniEx Tv, Wawancara*, 7 April 2021
- Apriansyah, *Founder UniEx Tv, Wawancara*, tanggal 25 Desember 2020
- Arif Rahman, *Wawancara*
- Brannan, Tom, *Integrated market communication*,(Jakarta: PPM, 2005)
- David, *Pengertian Strategi* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018)

Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009)

Hafid Cangara, *Perencanaan dan Strategi komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Ibrahim, Iriantara, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)

Ipul, *Wawancara*, Tanggal 25 Juli 2021

Irawan, *Animal Ambiguitatis* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008)

Iskandarwassid, Suhendar, D, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: Rosdakarya, 2008)

Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000)

Mabrohul Alim, *Reporter UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Maret 2021

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Prenemedia Group, 2008)

Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005)

Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2015)

Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)

Nabila, *Wawancara*, Tanggal 28 Juli 2021

Nurlaila, *Reporter UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Maret 2021

Nurliana, *Jurnal Televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*, Vol III, No. 1/2020

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)

Riska Riani, *Wawancara*, Tanggal 28 Juli 2021

Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003)

Sudrajat, A, *Pendekatan, Strategi, Metode, Metode, Teknik dan Model Pembelajaran*, (Bandung: Theme, 2008)

Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997)

Wulandari, *Wawancara*, Tanggal 28 Juli 2021

Yosi, *Host UniEx Tv, Wawancara*, Tanggal 3 Maret 2021

Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia, 2015)

Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)