

**ANALISIS PESAN DAKWAH SYEKH ALI JABER DALAM
PROGRAM ACARA DEDDY'S CORNER DI TRANS TV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Dimunaqosahkan dan Dipertahankan
Dalam Sidang Munaqosah Di Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi

Oleh:

**NIKI BIMA SAKTI
NPM. 1741010199**

Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

**ANALISIS PESAN DAKWAH SYEKH ALI JABER DALAM
PROGRAM ACARA DEDDY'S CORNER DI TRANS TV**


SKRIPSI

Diajukan Untuk Dimunaqosahkan dan Dipertahankan
Dalam Sidang Munaqosah Di Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi

Oleh:

**NIKI BIMA SAKTI
NPM. 1741010199**

Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M. Ag
Pembimbing II: Dr. Hj. Rini Setiawati, M.Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Pesan dakwah adalah suatu informasi yang bersifat mengajak untuk melakukan hal kebajikan atau memanggil dengan menggunakan lisan serta tingkah laku atau perbuatan nyata baik individu maupun kelompok. Penelitian ini mengungkapkan proses analisis pesan dakwah Syekh Ali Jaber dalam program acara Deddy's corner di Trans Tv. Penulis melakukan analisis pesan dakwah dan efek pesan dakwah Syekh Ali Jaber melalui program acara Deddy's corner Di Trans Tv episode mengenang syekh ali jaber, analisis dilakukan melalui siaran yang ditayangkan pada channel Youtube Trans TV Official. Penulis menganalisis efek pesan dakwah melalui kolom komentar yang ada pada tayangan youtube tersebut.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku diri orang-orang yang diamati. Pada pendekatan ini, peneliti meneliti kata-kata dan data-data yang telah diperoleh.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa program acara Deddy's Corner spesial mengenang syekh ali jaber dalam channel youtube Trans Tv official terdapat respon yang positif terlihat bahwa komentar yang diberikan berupa dukungan, pujian, rasa kagum terhadap syekh ali jaber dalam menyampaikan pesan dakwah selama hidupnya. dakwah yang disampaikan oleh syekh ali jaber tergolong efektif karena mudah dimengerti dan diterima oleh masyarakat.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, Youtube Trans Tv Official, Deddy's Corner, Syekh Ali Jaber

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NIKI BIMA SAKTI
NPM : 1741010199
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“ANALISIS PESAN DAKWAH SYEKH ALI JABER DALAM PROGRAM ACARA DEDDY’S CORNER DI TRANS TV”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau sadurn dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka saya tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 03 Agustus 2022

Penulis,



Niki Bima Sakti
NPM. 1741010199



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

Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi: Analisis Pesan Dakwah Syekh Ali Jaber Dalam
Program Acara Deddy's Corner Di Trans TV**

**Nama : Niki Bima Sakti
NPM : 1741010199
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Dr. Abdul Syukur, M.Ag.
NIP. 196511011995031001**

Pembimbing II

**Dr.Hj. Rini Setiawati, S.Ag.,M.Sos.I.
NIP. 197209211980032002**

**Ketua Jurusan
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Dr. Khairullah, S.Ag., M.A
NIP. 19730305200031002**



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

Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Analisis Pesan Dakwah Syekh Ali Jaber Dalam Program Acara Dedy's Corner Di Trans TV**. Disusun oleh, **Niki Bima Sakti**, NPM: **1741010199**, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada hari/tanggal: Kamis/ 29 Desember 2022, jam: 10.00 - 11.30 WIB

TIM MUNAQSAH

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

Sekretaris : Septy Angrainy, M.Pd

Penguji Utama : Dr. Khairullah, S.Ag., M.A

Penguji Pendamping I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag.

Penguji Pendamping II : Dr.Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I.

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag

1995031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٣﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(QS. Al-Baqarah:153)

\



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang tuaku, Bapak Ridwan dan Ibu Nurlela yang sangat kucintai, sebagai tanda baktiku. Terima Kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, dan bahkan pengorbanan yang telah diberikan selama ini, serta semangat yang tiada henti diberikan kepada penulis.
2. Kakakku Febi Putri Nuri, Terima kasih atas motivasi, bantuan, dan doanya.
3. Seluruh keluarga besarku, sahabat-sahabatku, yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, serta doa tulusnya.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 24 Agustus 1999, merupakan anak kedua dari dua bersaudara, buah cinta pasangan dari Bapak Ridwan dan Ibu Nurlela, Pendidikan yang ditempuh penulis:

1. TK Taruna Jaya Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2005
2. SD Al-Azhar 02 Way Halim yang diselesaikan pada tahun 2011
3. Kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 10 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2014
4. Penulis menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2017 di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 08 Bandar Lampung

Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung.



KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, serta hidayah-Nya keada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya dengan risalah Islam yang rahmatan Lil al-amin, dan semoga kita umatnya dapat meneruskan perjuangan dakwah beliau hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi dengan judul Analisis Pesan Dakwah dalam Program Acara Deddy's Corner Episode Spesial Mengenang Syekh Ali Jaber Di Trans Tv dimaksudkan sebagai tugas akhir dan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan / Program Studi Komunikasi dan Penyiar Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Penyelesaian skripsi ini berkat bimbingan, bantuan, dukungan berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur. M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dan selaku pembimbing satu.
2. Bapak Dr. Khairullah. S.Ag, MA (AS)., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Hj. Rini Setiawati, M.Sos.I selaku pembimbing kedua.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Tenaga Kependidikan di Lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Teman seperjuangan Sylvia Trinanda Amara Putri yang telah menjadi teman sekaligus motivator dari awal mengerjakan skripsi hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Achmad Aziz Husein, M Yusril Ihza, Nanda Ahmad, Mitha Sulhu, Nurisnaini selaku sahabat penulis yang selalu

memberikan dukungan, semangat, bahkan doa yang tulus untuk penulis sehingga mampu berada di titik ini.

7. Teruntuk orang-orang baik yang sempat membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Sebagai akhir kata pengantar, penulis berharap segala bimbingan, bantuan, dan dukungannya mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat. Aamiin Ya Rabbal 'alamin.

Bandar Lampung, 15 Oktober 2022

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	7
D. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	7
H. Kajian Terdahulu Yang Relevan.....	8
I. Metode Penelitian.....	9
J. Sistematika Pembahasan	14

BAB II PESAN DAKWAH DAN MEDIA MASSA

A. Pesan Dakwah	15
1. Metode Pesan Dakwah	24
2. Macam-Macam Pesan Dakwah	27
B. Media Massa	28
1. Pengertian Media Massa.....	28
2. Ciri-Ciri Media Massa.....	30
3. Macam-Macam Media Massa.....	30
4. Fungsi Media Massa.....	31

5. Efek Media Massa	32
C. Teori Kultivasi.....	35

**BAB III GAMBARAN UMUM PROGRAM TRANS TV
ACARA “DEDDY’S CORNER”**

A. Profil Trans TV	37
B. Visi dan Misi Trans TV	37
C. Profil Program Dedy’s Corner	38
D. Biografi Syekh Ali Jaber	40
E. Program Acara Dedy’s Corner Episode Mengenang Syekh Ali Jaber	44
F. Penyajian Fakta Dan Data Penelitian.....	46
1. Pesan Dakwah Akidah.....	46
2. Pesan Dakwah Syariah	47
3. Pesan Dakwah Akhlak.....	47
4. Efek Pesan Dakwah	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pesan Dakwah Dalam Episode Spesial Mengenang Syekh Ali Jaber	49
B. Efek Pesan Dakwah Dalam Episode Spesial Mengenang Syekh Ali Jaber.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	67
C. Penutup.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran 1. Tayangan Youtube Segmen 1
- Lampiran 2. Jumlah komentar pada segmen 1
- Lampiran 3. Tayangan Youtube Segmen 2
- Lampiran 4. Jumlah Komentar pada segmen 2
- Lampiran 5 Surat Keputusan Penetapan Judul
- Lampiran 6 Surat Keterangan perubahan Judul

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Logo Trans Tv.....	37
3.2 Logo Acara Deddy's Corner.....	40
3.3 Foto syekh ali jaber	41
3.4 Program acara Deddy's Corner	45
3.5 Deddy's Corner Episode Mengenang Syekh Ali Jaber.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Tayangan Youtube Segmen 1	72
2. Jumlah komentar pada segmen 1	73
3. Tayangan Youtube Segmen 2	74
4. Jumlah Komentar pada segmen 2	75
5. Surat Keputusan Penetapan Judul	76
6. Surat Keterangan perubahan Judul.....	79
7. Surat Keterangan Turnitin.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan mengenai isi skripsi, terlebih dahulu akan dijelaskan judul dari skripsi. Karena judul akan memberikan gambaran tentang keseluruhan isi penelitian. Untuk menghindari penafsiran yang salah dari judul skripsi yang penulis ajukan maka penulis akan menguraikan secara rinci, dengan judul: *“Analisis Pesan Dakwah Dalam Program Acara Dedy’s Corner Episode Spesial Mengenang Syekh Ali Jaber Di Trans Tv”* Adapun penjelasan tentang judul sebagai berikut:

Analisis adalah proses memecah topik atau substansi yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Jadi secara umum, pengertian analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti; mengurai, membedakan, dan memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya.¹

Pesan dakwah adalah suatu informasi yang bersifat mengajak untuk melakukan hal kebajikan atau memanggil dengan menggunakan lisan serta tingkah laku atau perbuatan nyata baik individu maupun kelompok. Pesan dakwah mengajarkan atau memberikan informasi mengenai ajaran Agama Islam untuk mencapai tujuan mengggapai Ridho Allah SWT hidup bahagia di dunia dan akhirat.

Program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penterangan Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan

¹ M Prawiro, “Pengertian Analisis: Memahami Apa Itu Analisis Dan Penggunaannya Dalam Istilah,” n.d., <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-analisis.html>.

demikian, pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiencenya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.²

Deddy's Corner adalah sebuah program gelar wicara yang dibawakan oleh Deddy Corbuzier di Trans TV mulai 19 September 2020. Pada acara ini Deddy akan mengundang berbagai bintang tamu untuk ia ajak berdebat tentang suatu isu yang sedang hangat. Bintang tamunya ini menarik karena bintang tamunya akan dicari dari berbagai kalangan, bisa public figure, bisa pejabat, bisa siapapun tapi tidak akan dibahas tentang mereka, melainkan membahas tentang hal-hal yang ada di sekeliling masyarakat dengan mereka.

Dari penjelasan judul di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mengungkapkan proses analisis pesan dakwah Syekh Ali Jaber dalam program acara Deddy's corner di Trans Tv. Penulis melakukan analisis pesan dakwah dan efek pesan dakwah Syekh Ali Jaber melalui program acara Deddy's Corner Di Trans Tv episode mengenang syekh ali jaber, analisis dilakukan melalui siaran yang ditayangkan pada channel Youtube Trans TV Official. Penulis menganalisis efek pesan dakwah melalui kolom komentar yang ada pada tayangan youtube tersebut.

B. Latar Belakang Masalah

Keberadaan dakwah sangat urgen dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana diketahui, dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegangan pada ajaran Allah guna mempengaruhi kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dakwah merupakan bagian ajaran Islam yang wajib dilaksanakan setiap muslim. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukan pekerjaan

² Etwi Arief Sosiawan, *Dasar-Dasar Broadcasting (Manajemen Produksi Acara Televisi)*, 2020.

yang difikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah dibebankan wajibkan bagi setiap pengikutnya. Dasar kewajiban dakwah tersebut terdapat dalam kedua sumber hukum Islam yaitu; Al-Qur'an dan Al-Hadist. Kewajiban ini tercermin dari konsep amar ma'ruf dan nahi munkar, yakni perintah untuk mengajak kebajikan dan meninggalkan yang mungkar. Dakwah dapat dipandang sebagai proses penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u untuk selalu berada dijalan Allah, menjauhi larangan-Nya dan mengikuti perintah-Nya Dalam melaksanakan dakwah tidak ada batas ruang dan waktu. Dalam proses penyampaianya tidak semua bisa berdiri didepan mimbar karena tidak semua mempunyai kemampuan tersebut. Proses dakwah dapat dilaksanakan melalui beberapa kegiatan dengan lisan atau tulisan (dakwah bi al-lisandan bi al-qalam) dan juga bisa dengan perilaku atau perbuatan (dakwah bil-hal). Penyampaian pesan dakwah dapat melalui media elektronik dan cetak seperti televisi, radio, internet, koran.

Penyampaian pesan dakwah melalui media elektronik televisi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan berinteraksi dengan orang lain.³ Terlebih di zaman new media daya tarik dan daya jangkau televisi menjadi hal utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Tidak heran jika penyampaian pesan dakwah melalui media televisi dinikmati oleh khalayak sebagai media penyampaian keagamaan.

Media massa merupakan sarana komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ke masyarakat luas. Dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti radio, surat kabar, TV dan film. Media massa ialah sarana atau alat yang dipakai dalam cara kerja komunikasi massa, yaitu komunikasi yang ditunjukkan terhadap orang banyak. Media massa memberikan info perihal perubahan,

³ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: Kencana, 2010). h. 1

bagaimana hal itu berjalan dan hasil yang dicapai. Media massa mempunyai dampak positif dan negatif, adapun dampak positif dari media massa yaitu Informasi dapat menyebar secara luas dengan lebih cepat, Meningkatkan efektivitas dan efisiensi bekerja, serta Meningkatkan perekonomian negara. Sedangkan dampak negatif dari media massa yaitu Terdapat banyak situs yang menampilkan sesuatu yang tidak pantas, Kemungkinan adanya berita hoax atau bohong yang meresahkan warga masih tinggi, Dapat merusak pikiran, mental, dan pola pikir generasi muda.⁴

Zaman sekarang teknologi sudah sangat berkembang pesat. Perkembangan teknologi, televisi maupun radio juga bisa dijadikan sebagai media untuk menyampaikan berbagai informasi. Saat ini televisi berlomba-lomba menayangkan acara-acara yang bertemakan keagamaan. Acara-acara keagamaan khususnya agama islam telah banyak ditayangkan ditelevisi dengan masing-masing konsep acara yang berbeda-beda. Disinilah para pendakwah berlomba-lomba mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan. Seperti yang terdapat dalam Firman-Nya dalam Q.S. Ali Imran ayat 104:

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

Artinya: Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Seiring berjalannya waktu stasiun-stasiun televisi mulai gencar menayangkan program acara yang bertemakan dakwah dan informasi- informasi seputar islam. Tidak hanya itu, para pendai berdakwah menggunakan bahasa jaman now sebagai daya tarik kepada mad'u (yang mendengarkan), Seperti pada acara Deddy's

⁴ William L Rivers, *Media Massa Dan Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2004). h.27

Corner di Trans TV. Deddy Corbuzier saat ini dikenal dengan podcast di YouTube yang menghadirkan berbagai bintang tamu dan berdiskusi soal kabar heboh dan bergulir viral di media sosial.

Tak hanya melalui siaran YouTube, Deddy pun akan mengajak orang berdebat dan berdiskusi tentang berbagai isu viral nan menghebohkan yang terjadi di lingkungan sekitar. Perdebatan itu berlangsung dalam program terbaru Trans TV bertajuk Deddy's Corner.

Deddy's Corner adalah sebuah program gelar wicara yang dibawakan oleh Deddy Corbuzier di Trans TV mulai 19 September 2020. Pada acara ini Deddy akan mengundang berbagai bintang tamu untuk ia ajak berdebat tentang suatu isu yang sedang hangat. Bintang tamunya ini menarik karena bintang tamunya akan dicari dari berbagai kalangan, bisa public figure, bisa pejabat, bisa siapapun tapi tidak akan dibahas tentang mereka, melainkan membahas tentang hal-hal yang ada di sekeliling masyarakat dengan mereka.

Deddy pun mengaku pembahasan sebuah isu yang tengah viral pasti akan menimbulkan pro dan kontra. Oleh karena hal itu Deddy ingin mengajak para penonton ikut berdebat dan yang menghasilkan sebuah pandangan baru. Justru itu, menarik bagaimana cara membuat pembahasan pro dan kontra tapi dalam sebuah jalur yang menyenangkan untuk ditonton karena pro dan kontra itu bisa jadi hiburan kalau bisa membawanya dengan benar.

Salah satunya episode yg menarik pada program televisi Deddy's Corner Trans Tv adalah "Spesial mengenang Syekh Ali Jaber". Yang di bintang tamui oleh Ustad Maulana Dan Ustadzah Oky Setianadewi, Dalam episode ini mengenang perjalanan hidup Syekh Ali Jaber semasa hidupnya. Syekh Ali Jaber merupakan pejuang Al-qur'an yang dikenal sangat santun dan baik hati. Begitu banyak kenangan indah membekas semenjak kedatangannya ke Indonesia. Meski menjadi ulama besar, namun perangnya begitu sederhana. Hingga tak segan-segan beliau pernah mencium kaki anak penghafal Al-qur'an. Bentuk kerendahan hati dan cintanya pada islam begitu terpancar, Masih banyak kebaikan ulama berhati mulia yang satu ini sampai tak

terhitung. Menariknya dalam episode ini generasi muda yang sudah terbawa zaman new media dapat menjadi panutan agar taat dan patuh beribadah kepada Allah SWT. Karena dalam episode ini menceritakan bagaimana taatnya seorang ulama besar syekh ali jaber kepada Allah Swt dan Dapat mengambil hikmah dari setiap pengalaman hidupnya. Terlebih ajaran beliau mengutamakan akhlak manusia, jadi di atas segala sesuatu itu ada yang namanya akhlak, dan akhlak itu tidak membandingkan kita siapa, mereka siapa, agama kita apa, agama mereka apa, karena orang yang kita anggap beda dan tidak sesuai dengan kita, orang yang kita anggap musuh dan jahat bisa saja semuanya berbalik pada hari-hari terakhirnya, jadi kita nggak bisa menilai orang. Nah itu adalah hal-hal yang mungkin ditanamkan terus-menerus oleh Syekh Ali Jaber, dan kita kehilangan seorang pemuka agama yang mengajarkan Islam dengan ramah, bukan dengan marah-marah. Sosok ulama besar seperti Syekh Ali Jaber ini yang mampu memberikan contoh kehidupan yang baik bagi setiap umat muslim terkhusus bagi generasi muda saat ini.

Berdakwah di era sekarang tidak melulu dapat dilakukan secara konvensional, yaitu dari masjid ke masjid atau di suatu majelis ta'lim ke majelis ta'lim yang lain. Namun sekarang berdakwah dapat dilakukan melalui media massa, salah satunya media massa *televisi*. Acara ini dikemas secara modern, karena mampu menyampaikan pesan dakwah dengan unsur Islam modern, Maka dari itu dalam penelitian ini penulis akan meneliti keefektifan media massa *televisi* sebagai salah satu media untuk menyebarkan pesan dakwah.⁵

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Pesan Dakwah Dalam Acara Deddy's Corner Spesial Episode Mengenang Syekh Ali Jaber Di Trans Tv".

⁵ Tiarto and Hari Eko, *Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini* (Sukabumi: CV. Jejak, 2019).

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Terdapat banyak pembahasan yang dibahas pada acara Deddy's Corner episode spesial mengenang Syekh Ali Jaber di Trans TV. Akan tetapi agar pembahasan tidak melebar, penulis fokus terhadap ruang lingkungannya. Yaitu tentang pesan-pesan dakwah yang di dapat pada episode spesial Syekh Ali Jaber.

D. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu penulis memfokuskan penelitian berkaitan dengan analisis pesan dakwah dalam program acara Deddy's Corner. Peneliti lebih terfokus pesan dakwah pada episode spesial mengenang Syekh Ali Jaber.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas, maka yang jadi pokok permasalahan pada penelitian ini adalah apa pesan dakwah dan efek pesan dakwah Syekh Ali Jaber yang terkandung dalam acara Deddy's Corner episode spesial mengenang Syekh Ali Jaber.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah penulis rumuskan seperti di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian, yaitu memperoleh gambaran tentang pesan dakwah dan mengetahui efek pesan dakwah Syekh Ali Jaber yang terkandung dalam acara Deddy's Corner episode spesial mengenang Syekh Ali Jaber.

G. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif pada khasanah keilmuan dalam bidang dakwah melalui media main stream. Khususnya pada penelitian analisis pesan dakwah melalui program acara TV.

2. Secara Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan khususnya bagi aktivis dakwah supaya menjadikan media elektronik sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara optimal melalui pesan yang menarik agar mencapai tujuan pesan yang disampaikan.

H. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan telaah kepustakaan untuk mengetahui apakah penelitian dibidang yang sama sudah dilakukan penelitian atau belum. Penulis menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul dengan skripsi penulis yang akan penulis teliti. Judul skripsi tersebut adalah:

1. Skripsi dari Dedi Rismanto, mahasiswa IAIN Salatiga, Dengan judul ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM ACARA MUTIARA RAMADHAN DI TVKU SEMARANG EPISODE 1-5TAHUN 2018. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Metode dakwah yang digunakan dalam acara Mutiara Ramadhan di TV KU Semarang, peneliti menemukan metode yang digunakan yaitu metode Bil-lisan, Muidzah-Hasanah dan Bil hikmah. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu berbeda pada objek yang diteliti, sementara itu persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis pesan dakwah dalam program acara televisi.
2. Skripsi dari Ulfa Ulufia, mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah, Dengan Judul ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM SIARAN KEAGAMAAN “SPIRITUAL SHARING” DI RADIO RAMAKO 105,8 FM. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu pesan dakwah tersebut mengandung tiga kategori ajaran Islam yaitu: Aqidah, Syari’ah dan Akhlak.

Pesan Aqidah yang terdapat di dalam program siaran keagamaan “Spiritual Sharing” terdapat pada tema-tema telah mengandung masalah keimanan yang terdapat pada rukun iman. Karena pengetahuan tentang ketauhidan ini merupakan inti dari ajaran Islam. Sedangkan pesan kategori syari’ah dalam program siaran keagamaan “Spiritual Sharing” sudah menunjukkan pembahasan mengenai pembagian syari’at yang merupakan pendorong kita untuk meningkatkan ketaatan pada perintah-Nya serta sebagai kekuatan untuk menjauhi segala sesuatu yang dilarang-Nya.

3. Skripsi dari Ahmad Husaini, mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, Dengan Judul PESAN-PESAN DAKWAH DALAM AKUN TWITTER @TELADANRASUL DAN @FAKTA AGAMA. Pada penelitian ini Ahmad Husaini memfokuskan pada pesan-pesan dakwah yang terdapat pada akun twitter yang diteliti. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian yaitu dalam penggunaan media (Objek). Dalam Penelitian ini penulis menggunakan media massa Televisi, Sedangkan Ahmad Husaini menggunakan media sosial twitter dalam menyampaikan Pesan-Pesan dakwah.

I. METODE PENELITIAN

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan penelitian terutama menentukan metodologi penelitian, agar penulisan skripsi ini dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Maka diperlukan metode penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Metodologi penelitian atau metodologi riset adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenan dengan masalah tertentu untuk diolah dan dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.⁶

⁶ Wandi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos Cet, 1997). h.1

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif yaitu cara yang harus dicapai untuk mengetahui efektivitas media Televisi dalam penyampaian pesan dakwah dengan menjelaskan konsep dari data yang dikumpulkan dan menganalisis teknik yang digunakan.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Adapun jenis dan sifat penelitian pada penelitian yang penulis lakukan adalah:

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *library research* (penelitian kepustakaan). *Library research* (penelitian kepustakaan) adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai kepustakaan baik yang terdapat di perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet dan sebagainya.⁷ Dalam prosesnya penelitian ini mengumpulkan data atau informasi yang peneliti kumpulkan dari hasil dokumentasi akun youtube Trans tv.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku diri orang-orang yang diamati.⁸ Pada pendekatan ini, peneliti meneliti kata-kata dan data-data yang telah diperoleh.

⁷ Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekomsia, 2005). H. 14

⁸ H Ardinal, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). H. 249

c. Sumber Data

Jenis dan sumber penelitian ini diperoleh dalam bentuk data primer maupun data sekunder.

1) Data primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data asli (tidak melalui sumber perantara) dan data dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan yang sesuai dengan keinginan peneliti. Peneliti memperoleh data primer dari konten yang diunggah oleh akun youtube Trans TV.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan sumber data penelitian secara tidak langsung, melalui perantara. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan penulis adalah hasil wawancara, dokumentasi, buku-buku, jurnal penelitian, artikel yang isinya berhubungan dengan penelitian ini.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu:

1) Observasi

Metode observasi adalah metode atau cara-cara dalam menganalisis secara terstruktur mengenai kebiasaan atau tingkah laku dengan melihat dan mengamati obyek secara langsung. Observasi dipakai untuk memahami persoalan-persoalan yang ada disekitar pelaku dan narasumber. Observasi dapat dilakukan di perpustakaan, atau di manapun peneliti memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian baik melalui buku-buku atau visual yang lain.⁹

⁹ M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra* (Bandung: Alumni, 1998). H. 78

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa observasi dari penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan secara visual. Peneliti melakukan pengamatan data secara online terhadap konten yang dibagikan oleh akun youtube TransTV dengan melihat komentar, *likes* (suka) dan *viewers* (penonton) dari beberapa konten akun youtube tersebut.

2) Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antar dua pihak atau lebih yang bias dilakukan dengan tatap muka dimana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan pihak lainnya berperan sebagai *interviewee* dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mendapatkan informasi atau mengumpulkan data. *Interviewer* menanyakan sejumlah pertanyaan kepada *interviewee* untuk mendapatkan jawaban.¹⁰

Dalam pelaksanaannya jenis wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara tidak langsung dan terstruktur yaitu melalui Direct Mesenger (DM) instagram atau Whatsapp. Wawancara terstruktur digunakan ketika interviewer mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum diajukan kepada interviewee dan urutan pertanyaan tidak diubah.

3) Dokumentasi

Menurut Keegan bahwa dokumen adalah data-data yang seharusnya mudah diakses, bisa ditinjau dengan mudah, agar kasus yang diteliti menjadi baik. Suatu dokumen yang mudah diakses mampu digunakan untuk meninjau penelitian terdahulu. Sehingga penelitian itu sangat baik. Penelitian itu mampu mempengaruhi studi baru yang akan dilaksanakan, sehingga dokumen adalah data-

¹⁰ R.A. Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta Timur: UNJ PRESS, 2021). H. 2

data yang mudah diakses demi kelangsungan penelitian.¹¹

Berdasarkan pemahaman di atas, penulis menyimpulkan metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dari dokumen-dokumen terdahulu yang dapat diakses demi kelangsungan penelitian, sehingga dokumentasi yang didapatkan mampu mempengaruhi penelitian yang sedang dilaksanakan.

e. Analisis Isi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dan *content analysis* (analisis isi). *Research using content analysis focuses on the characteristic of the language as communication with the attention to the content or contextual meaning of the text.*¹² Maksud dari menganalisis data yaitu menyaring dan mengatur serta menjelaskan data-data yang telah didapat, dengan tujuan untuk memahami isi dari data-data tersebut.

Untuk mengetahui pesan dakwah yang dimaksud dari penelitian ini maka peneliti akan menganalisis satu konten yang telah diunggah oleh akun Youtube Trans Tv. Berdasarkan pada kolom komentar pada konten yang telah diunggah oleh akun tersebut di bulan Januari 2021.

Selanjutnya data-data yang telah didapatkan akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif, data yang dimaksud yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar bukan angka. Data analisis yang sudah dikumpulkan kemudian dipaparkan secara deskriptif dalam bentuk uraian-uraian.

¹¹ Anggito Albi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV. Jejak, 2018). H. 145

¹² Sari Wahyuni, *Qualitatif Research Method* (Jakarta: Salemba Empat, 2021). H. 122

J. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika pembahasan, agar memperoleh pemahaman terhadap poin-poin penting mengenai topic yang dikaji. Secara keseluruhan penelitian ini diuraikan dengan lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN berisi dasar mengenai keseluruhan isi proposal yang akan disajikan dalam bab-bab berikutnya, meliputi: penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI pada bab ini penulis membahas tentang teori-teori yang relevan dan Terkait dengan tema skripsi ini.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN ini berisi gambaran umum objek yang akan diteliti, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN Berisi : (1) analisis data penelitian (2) temuan penelitian.

BAB V PENUTUP BAB terakhir ini berisi kesimpulan dan rekomendasi, kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang berhubungan dengan masalah penelitian.

BAB II

PESAN DAKWAH DAN MEDIA MASSA

A. Pesan Dakwah

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang disampaikan oleh seseorang (komunikator) kepada komunikan yang bertujuan untuk memberikan informasi, dan mempengaruhi komunikan sesuai apa yang diinginkan oleh komunikator.¹³

Sedangkan dakwah ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu (*da'a-yad'u-dakwatan*), artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summor*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).¹⁴

Secara harfiah, dakwah merupakan masdar dari fi'il da'a yang berarti menyeru, mengajak, memanggil dalam hal kebaikan berupa ajaran dan perintah Allah SWT. Mengenai definisi dakwah sudah banyak sekali para ahli jelaskan, meski berbeda bahasa namun maksud dan tujuan tetap sama. Banyak ahli tafsir mendefinisikan dakwah dengan berbagai arti. Diantaranya para ahli tersebut adalah:

1. Syeikh Ali Mahfudz

Ali Mahfudz dalam kitabnya. "Hidayatul Mursidin" mengatakan dakwah adalah mengajak (mendorong) manusia agar mengikuti suatu jalan kebenaran untuk mendapat petunjuk, menyeru dalam berbuat kebaikan, dan melarang dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁵

¹³ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta, 1997). H. 7

¹⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009). H. 1

¹⁵ Wahid Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011). H. 1

2. Hamzah Ya'qub

Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan cara hikmah atau kebijaksanaan agar mengikuti ajaran Allah SWT dan Rasul.

3. Muhammad Natsir

Muhammad Natsir mengatakan dakwah adalah kewajiban yang menjadi tugas setiap muslim dalam menyampaikan suatu kebaikan dan mencegah pada yang munkar.

Dengan adanya ilmu dakwah, aktivitas dakwah yang awalnya hanya berbekal kemampuan pendakwah menjadi lebih mudah untuk dipelajari, dengan adanya hal ini membuat perkembangan dakwah dapat melaju cepat untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sudah modern. Dalam ilmu dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang menjadi kesuksesan bagi para pendakwah:

a. Da'i (Pelaku Dakwah)

Subjek dakwah lebih dikenal dengan sebutan "Da'i". Da'i adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah atau ajaran Agama Islam yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Da'i biasa disebut sebagai mubaligh (orang yang menyampaikan agama islam). Subjek dakwah merupakan unsur terpenting dalam pelaksanaan dakwah. Keberhasilan dan kesuksesan seorang da'i di lihat dari kepribadian da'i itu sendiri. Apabila seorang da'i memiliki kepribadian yang baik, maka dakwah yang disampaikan akan diterima dengan baik. Begitu pula dengan seorang da'i yang memiliki kemampuan tapi tidak memiliki kepribadian yang baik, maka dakwahnya sulit diterima oleh masyarakat. Kepribadian dan akhlak seorang da'i merupakan penentu keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah.

Sifat Da'i Menurut Syekh Ali Mahfudz ada beberapa yang harus dimiliki oleh Da'i antara lain :

- 1) Seorang da'i harus memiliki ilmu dan pemahaman Al Qur'an
- 2) Mengerjakan apa yang telah disampaikan, dan tidak berdusta

- 3) Memiliki sifat santun, berlapang dada, dan memiliki kelembutan baik perkataan maupun perbuatan. Hal ini dapat menghilangkan penyakit hati.
- 4) Seorang da'i harus memiliki keberanian dalam menyampaikan kebenaran.
- 5) Bersih dan tidak iri atas pencecaian yang di miliki orang lain
- 6) Berilmu, seorang da'i harus mampu menyesuaikan diri dengan adat istiadat mad'u.¹⁶

b. Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah orang yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang Da'i, baik individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, hal ini bisa dikatakan seperti manusia secara keseluruhan. Dakwah dilakukan untuk meningkatkan kualitas keimanan.

Mad'u atau audiens dakwah bisa dikategorikan mejadi dua yaitu : mad'u pasif dan mad'u aktif. Pengkategorian mad'u ini terinspirasi dari kajian ilmu komunikasi dari Denis McQuail mengenai audiens komunikasi. McQuail mengkategorikan perkembangan konsep audiens sejalan dengan perkembangan media. Setiap perkembangan media inilah yang menentukan perbedaan-perbedaan posisi audiens. Berikut hal yang membedakan menurut Denis McQuail¹⁷:

- 1) Karakter audiens di pertunjukan teater, di sini audiens sebagai penonton atau pendengar yang terorganisir, kehadiran audiens dan performer berada dalam ruang dan waktu yang sama.
- 2) Dengan adanya media cetak audiens dipahami sebagai pembaca „setia“ media cetak. Dalam konteks ini, audiens terpisah secara ruang dan waktu dengan produsen media maupun dengan audiens lainnya.

¹⁶ Muhammad Qadaruddi Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media, 2019). H. 33

¹⁷ Asna Istiya Marwantika, "Potret Dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia," *Jurnal Al-Adabiya* Vol 14 No. (2019). H. 4

- 3) Kehadiran Film mengembalikan konsep audiens seperti pada awal kemunculannya, yaitu keterikatan ruang dan waktu antara audiens dengan performer (dalam hal ini penayangan film). Perkembangan ini melahirkan konsep „mass audience“ yang merujuk pada pengertian penerimaan pesan yang sama oleh individu dalam jumlah besar.
- 4) Pengertian audiens kembali bergeser seiring dengan kemunculan media elektronik seperti televisi dan radio, di kategori ini ada tiga elemen penting dari komunikasi massa yaitu:
 - a) Konten berskala luas, heterogen, dan mempunyai audiens yang anonim
 - b) Konten ditransmisikan secara luas dan mencapai audiens secara serentak
 - c) Komunikator tergabung dalam organisasi yang kompleks dan melibatkan biaya besar dalam produksi kontennya.
- 5) Audiens berkembang setelah adanya new media. Inilah audiens di era new media :
 - a) Degree of activity or passivity
 - b) Degree of interactivity and interchangeability
 - c) Size and duration
 - d) Locadness in space
 - e) Group character (sosial/cultural identity)
 - f) Simultaneity of contact with source
 - g) Heterogeneity of composition
 - h) Social relations between sender and receiver
 - i) Message vs social/behavioural definition of situation
 - j) Degree of social presence
 - k) Sociability of context of use

Lahirnya new media membawa perubahan dalam pola produksi, distribusi, serta konsumsi pesan yang diberikan. Media memiliki tugas sebagai produsen penyampaian pesan kepada audiens. Dalam hal ini audiens tidak dapat menerima

pesan secara aktif, yang ada audiens menjadi pasif. Hal ini disebabkan kurangnya karna keterbatasan teknologi yang tidak bisa berkomunikasi secara langsung. Dengan demikian komunikasi hanya terjadi satu arah. Namun, dengan berkembangnya teknologi, bentuk media interaktif mampu menyelesaikan permasalahan dalam keterbatasan komunikasi tersebut.¹⁸

c. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW.¹⁹ Seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang luas tentang materi dakwah. Da'i harus mampu memilih materi dakwah, sesuai dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Materi yang akan disampaikan da'i kepada mad'u harus dilihat sesuai situasi dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Secara umum, materi dakwah diklasifikasikan secara garis besar, yaitu:

a) Aqidah (Keimaman)

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Aspek aqidah adalah yang akan membentuk akhlak manusia. Masalah akidah ini secara garis besar ditunjukkan oleh Rasulullah Saw, yang artinya: "Iman ialah engkau percaya kepada Allah, Malaikat-Malaikat-Nya, Kitab-Kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, Hari Akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk". (HR. Muslim) Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

¹⁸ Asna Istiya Marwantika, "Potret Dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia," *Jurnal Al-Adabiya* Vol 14 No (2019). H. 5-6

¹⁹ M Arifin, *Psikolog Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000). H. 7

Ciri-ciri yang membedakan aqidah dengan kepercayaan agama lain,yaitu:

- a) Keterbukaan melalui persaksian(syahadat).
- b) Memiliki pandangan yang luas menyakini bahwa Allah adalah pencipta semestaalam.
- c) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Orang yang memiliki iman yang benar(hakiki) akan cenderung untuk berbuat baik dan menjauhi perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk. Iman inilah yang berkaitan dengan dakwah Islam dimana amar ma'ruf nahi munkar dikembangkan yang kemudian menjadi tujuan utama dari suatu proses dakwah.²⁰

b) Syari'ah

Secara bahasa,syariah artinya peraturan atau undang-undang.Sedangkan secara istilah,syariah adalah hukum-hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk mengatur manusia baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, dengan sesama manusia,dengan alam semesta dan dengan makhluk ciptaan lainnya.

Syariah dibagi menjadi dua subjek:

- 1) Mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT disebut dengan ibadah, ibadah merupakan perbuatan inti yang termuat dalam rukun Islam yaitu syahadat, shalat,zakat,puasa dan haji bagi yang mampu.
- 2) Mengatur manusia dengan manusia atau alam lainnya disebut muamalah,muamalah merupakan aplikasidari ibadah dalam hidup bermasyarakat.

Bidang syariah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar,pandangan yang jernih, kejadian yang cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan,sehingga umatti dakperpelosok kedalam kejelekan,sementara yang diinginkan dalam dakwah adalah

²⁰ M Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006). H. 26

kebaikan.²¹

Ada beberapa fungsi syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Kehidupan manusia untuk menghantarkan manusia sebagai hamba Allah SWT yang mukhlis.
- 2) Mengantarkan manusia sebagai kholifah Allah SWT untuk kesejahteraan lahir dan batin manusia.
- 3) Menunjukkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

c) Muamalah

Muamalah dalam arti luas ialah al-Qununul Khas (Hukum Perdata), Waratsah (Hukum Niaga), Munakahat (Hukum Nikah), dan lain sebagainya. Kemudian al-Qununul'am (Hukum Publik) antara lain, Hinayah (Hukum Publik), Khalafah (Hukum Negara), Jihad (Hukum Perang dan Damai), dan lain sebagainya.²²

d) Akhlaq

Secara etimologis, kata akhlaq berasal dari bahasa Arab, jamak dari khuluqun yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlaq berkaitan dengan masalah tabi' atau kondisi temperature batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran akhlaq dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Islam mengajarkan kepada manusia agar berbuat baik dengan ukuran yang bersumber dari Allah SWT.

Pada dasarnya akhlak merupakan elemen ketiga dari ajaran Islam sebagai materi dakwah, setelah akidah dan syariah. Akidah menyangkut permasalahan yang harus diimani dan diyakini oleh manusia sebagai sesuatu yang hakiki. Syariah mengenai berbagai ketentuan berbuat dalam

²¹ Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). H. 26

²² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, n.d. H. 94-95

menata hubungan baik dengan Allah dan sesama makhluk. Sementara akhlak menyangkut berbagai masalah kehidupan yang berkaitan dengan ketentuan dan ukuran baik dan buruk atau benar salahnya suatu perbuatan.

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam berdakwah membutuhkan media, jika media dakwah digunakan secara tepat maka akan menghasilkan dakwah yang efektif. Dalam era modern saat ini media sangat dibutuhkan untuk membatu keberhasilan dalam pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Hamzah Yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu²³:

1) Lisan

Lisan adalah media yang paling mudah dengan menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan lisan dapat berupa pidato, ceramah, penyampaian materi kuliah, penyuluhan dan sebagainya.

2) Tulisan

Dalam berdakwah bisa melalui dengan tulisan seperti, buku majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.

3) Lukisan

Selain tulisan, media dakwah juga bisa lewat lukisan, seperti karikatur, gambar poster, dan sebagainya.

4) Audio Visual

Yaitu penyampaian pesan dakwah dengan cara merangsang indra pendengaran atau penglihatan, seperti, televisi, internet bisa berupa youtube, instagram dan sebagainya.

5) Akhlak

Dalam hal ini, cara berdakwah yang dilakukan

²³ Hamzah Yaqub, *Politik Islam* (Bandung: Diponegoro, 1992). H. 47

dengan melakukan perbuatan nyata yang ada dalam ajaran islam.

e. Efek Dakwah

Efek dakwah atau *atsar* berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. *Atsar* (efek) sering disebut dengan istilah *feedback* (timbang balik) dari proses dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *Da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.²⁴ Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). *Da'i* yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap *mad'u*. Apabila *mad'u* setelah mendengarkan pesan yang disampaikan kemudian menerima dan mulai memperbaiki diri menjadi lebih baik lagi maka *Da'i* bisa disebut sukses, daripada *Da'i* yang hanya menyampaikan saja tanpa memikirkan *respond* atau efek yang terjadi pada *mad'u*. Efek adalah suatu pengaruh atau tindakan dan sikap setelah mitra dakwah menerima pesan tersebut.²⁵

Selain pengertian diatas bahwa ada pembahasan mengenai teori tentang *respon*, jadi berbicara juga mengenai efek media massa seperti yang dinyatakan oleh Donald K Robert yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, ada yang memberi tanggapan bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah mendapatkan informasi atau pesan media massa yang diterima.²⁶

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffe *respon* dapat dibagi menjadi 3 yaitu :

²⁴ Hamzah Yaqub. *Politik Islam* (Bandung: Diponegoro, 1992). H. 99

²⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009). H. 456

²⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Umum Dan Perkembangan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). H. 128

1) Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mad'u akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan yang diterimanya.

2) Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mad'u setelah menerima pesan dakwah. Pada tahap aspek ini mad'u pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah yang telah tersampaikan.

3) Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah lakumad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui kognitif dan afektif. Dan dapat diambil pemahaman bahwa seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahuinya itu, kemudian masuk kedalam perasaannya, kemudian baru lah timbul keinginan untuk bertindak dan bertingkah laku.²⁷

1. Metode Dakwah

a. Al-Hikmah

Dakwah *bil al-hikmah* yang berarti dakwah dengan bijak, memiliki arti yang selalu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi dari *mad'u*, hal ini berarti menggunakan metode yang relevan dan realistis sebagaimana tantangan dan kebutuhan, dengan selalu memperhatikan kadar pemikiran dan

²⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi, Cet. Ke3* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). H. 64

intelektual, suasana psikologis, dan situasi sosial budaya.²⁸

Al- Hikmah diartikan pula sebagai ad-adl (keadilan), al-haq (kebenaran), al-hilm (ketabahan), al-ilm (pengetahuan), dan an Nubuwwah (kenabian). Di samping itu, al-hikmah juga diartikan sebagai menempatkan sesuatu pada proporsinya.²⁹ Hikmah adalah bekal *da''i* menuju kesuksesan dalam dakwahnya. Karunia yang diberikan Allah kepada orang-orang yang mendapat hikmah juga akan berimbas kepada para *mad''unya*, sehingga mereka terpacu untuk merubah diri dan mengamalkan apa yang mereka dapat dari yang telah disampaikan *da''i*. Allah memberikan hikmah kepada siapa saja manusia yang layak dan Allah kehendaki. Barang siapa yang mendapatkannya, maka ia telah menerima karunia yang sangat besar dari Allah.

b. Al-Mau'idhah Al-Hasanah

Secara bahasa, *al-mau''idhah-al-hasanah* terdiri dari kata *mau''idhah* dan *hasanah*. Kata *mau''idhah* berasal dari kata *wa''adha-ya''idhu-wa''idhan-*, *idhatan* yang bermakna sehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sedangkan *hasanah* adalah kebaikan yang merupakan lawan dari kata *sayyi''ah* yang berarti kejelekan. Sedangkan secara istilah, *al-mau''idhah-al-hasanah* merupakan salah satu metode untuk mengajak manusia ke jalan Allah dengan memberikan nasehat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.³⁰

Metode dakwah *mau''idhah hasanah* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk:

- 1) Nasihat atau petuah
- 2) Bimbingan dan pengajaran (pendidikan)
- 3) Kisah-kisah yang baik

²⁸ Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur'an* (Bandung: Pustaka Setia, n.d.). H. 164

²⁹ Wahid Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*. H. 245

³⁰ Wahid Saputra, *Op. Cit*, h.251

- 4) Kabar gembira dan peringatan
- 5) Wasiat

Kesimpulan dari *mau'idhah hasanah* adalah kata-kata yang masuk ke dalam hati dengan penuh kasih sayang ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain, sebab kelemahan lembut dengan penuh kasih sayang dalam menasehati akan dapat meluluhkan hati yang keras, ia lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada keburukan berupa larangan dan ancaman.³¹

c. Mujadalah

Dari segi etimologi lafadz *mujadalah* terambil dari kata "*jadala*" yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim yang mengikuti *wazan Faa'ala*, "*ja'ala*" dapat bermakna berdebat, dan "*mujadalah*" adalah perdebatan³². Dari segi istilah *al-mujadalah*, berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan diantara keduanya.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, *al-mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melakukan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.³³ Cara dakwah ini diperuntukkan bagi orang-orang yang hatinya dikungkung secara kuat oleh tradisi *jahiliyah*, yang dengan sombong dan angkuh melakukan

³¹ Wahid Saputra, *Op.Cit*, h.253

³² M, Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana), h.17

³³ *Ibid*

kebathilan,serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah.³⁴

2. Macam-Macam Dakwah

Secara umum dakwah dapat dikategorikan kedalam tiga macam, yaitu:

1. Dakwah Bil Lisan

Dakwah Bil Lisan ialah dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lainnya. Metode ini sering dilakukan para da'i atau aktivis dakwah, seperti halnya ceramah dimajelis taklim, khutbah jum'at di masjid atau mengisi acara pengajian.

2. Dakwah Bil Hal

Dakwah Bil Hal ialah dakwah yang dilakukan dengan perbuatan nyata, maksudnya dimana kegiatan dakwah dilalui melalui tindakan keiatan amal nyata. Misalnya dalam membangun masjid, tempat pembelajaran Al Qur'an, membatu korban bencana alam, dan hal lainnya. Dalam hal ini membuat masyarakat menjadi pribadi yang lebih baik, dan belajar sabar ketika tertimpa musibah.

3. Dakwah Bil Qalam

Dakwah Bil Qalam ialah dakwah melalui tulisan yang dilaksanakan dengan seorang ahli dalam menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun di media sosial. Dakwah Bil Qalam ini memiliki jangkauan yang sangat luas karna siapapun dapat menerima pesandakwah. Pelaksanaan dakwah bil qalam tidak memerlukan waktu khusus, karna bisa kapan pun, dimana pun menyampaikan pesan dakwah.

Hal ini sangat efektif dimana sasaran dakwah (mad'u) banyak menggunakan mediasosial dan berkumpul di media sosial. Sehingga dakwah lebih mudah disampaikan melalui media sosial di zaman modern saat ini.

³⁴ Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur'an*. H.82

B. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara, 2002). Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001). Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan. Jenis media massa yaitu media yang berorientasi pada aspek (1) penglihatan (verbal visual) misalnya media cetak, (2) pendengaran (audio) semata-mata (radio, tape recorder), verbal vokal dan (3) pada pendengaran dan penglihatan (televisi, film, video) yang bersifat verbal visual vokal (Liliweri, 2001).

Effendy (2000), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007). Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau yang akan

dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi (Fauziahardiyani, 2009).³⁵

Seiring berjalannya waktu stasiun-stasiun televisi mulai gencar menayangkan program acara yang bertemakan dakwah dan informasi- informasi seputar islam. Tidak hanya itu, para pendai berdakwah menggunakan bahasa jaman now sebagai daya tarik kepada mad'u (yang mendengarkan),Seperti pada acara Deddy's Corner di Trans TV. Deddy Corbuzier saat ini dikenal dengan podcast di YouTube yang menghadirkan berbagai bintang tamu dan berdiskusi soal kabar heboh dan bergulir viral di media sosial.

Salah satunya episode yg menarik pada program televisi Deddy's Corner Trans Tv adalah "Spesial mengenang Syekh Ali Jaber". Yang di bintang tamui oleh Ustad Maulana Dan Ustadzah Oky Setianadewi, Dalam episode ini mengenang perjalanan hidup Syekh Ali Jaber semasa hidupnya. Syekh Ali Jaber merupakan pejuang Al-qur'an yang dikenal sangat santun dan baik hati. Begitu banyak kenangan indah membekas semenjak kedatangannya ke Indonesia. Meski menjadi ulama besar, namun perangnya begitu sederhana. Terlebih ajaran beliau mengutamakan akhlak manusia, jadi di atas segala sesuatu itu ada yang namanya akhlak, dan akhlak itu tidak membandingkan kita siapa, mereka siapa, agama kita apa, agama mereka apa, karena orang yang kita anggap beda dan tidak sesuai dengan kita, orang yang kita anggap musuh dan jahat bisa saja semuanya berbalik pada hari-hari terakhirnya, jadi kita nggak bisa menilai orang.

³⁵ "Pengertian Media Massa," n.d., <https://www.kompasiana.com/nur.amalina22/550069dfa333115c73510b26/pengertian-media-massa>.

Dalam hal ini penulis menggunakan media sosial dalam berdakwah. Karena pada dasarnya penyampaian isi pesan islam kepada masyarakat luas. Media massa ialah sarana atau alat yang dipakai dalam cara kerja komunikasi massa, yaitu komunikasi yang ditunjukkan terhadap orang banyak. Jenis media massa pun sangat beragam dapat mealui media cetak, media elektronik, maupun media online. Dalam penelitian ini penulis menganalisis pesan dakwah melalui media massa elektonik televisi yaitu dalam program acara Deddy's coner episode mengenang Syekh Ali Jaber di Trans Tv.

2. Ciri-Ciri Media Massa

Adapun ciri-ciri dari media massa yaitu:

- a. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
- b. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
- c. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
- d. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.
- e. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.³⁶

3. Macam-Macam Media Massa

- a. Media Massa Cetak (Printed Media). Media massadicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi (a) koran

³⁶ Asep Syamsul and M Romli, *Jurnalistik Terapan*, Cet III (Batik Press, 2005).

atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau 1/2 plano), (b) tabloid (1/2 broadsheet), (c) majalah (1/2 tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto), (d) buku (1/2 majalah), (e) newsletter (folio/kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8), dan (f) buletin (1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8). Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan: berita, opini, dan feature.

- b. Media Massa Elektronik (Electronic Media). Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.
- c. Media Online (Online Media, Cybermedia), yakni media massa yang dapat kita temukan di internet (situs web).³⁷

4. Fungsi Media Massa

Fungsi media massa, meliputi fungsi pengawasan, informasi, interpretasi, transmisi nilai, pendidikan, dan hiburan. Enam fungsi tersebut menandakan bahwa media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran dan pemerolehan informasi, melainkan juga memiliki fungsi penting lainnya.

Media massa memiliki banyak fungsi. Secara garis besar, fungsi media massa terbagi menjadi enam yaitu:

- a. Fungsi pengawasan

Dikutip dari buku *Etika dan Filsafat Komunikasi* (2009) karya Muhamad Mufid, fungsi pengawasan adalah fungsi media massa yang meliputi penyediaan informasi serta peringatan kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam fungsi pengawasan, media massa juga berfungsi untuk memperbarui pengetahuan serta pemahaman masyarakat tentang lingkungan sekitarnya.

³⁷ Nur Amalina, "Pengertian Media Massa," n.d., <https://www.kompasiana.com/nur.amalina22/550069dfa333115c73510b26/pengertian-media-massa>.

b. Fungsi informasi

Layhanto Nadie dalam buku *Media Massa dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public* (2018), fungsi informasi berarti media massa membawa banyak informasi penting dalam kehidupan sehari-hari. Informasi tersebut bisa berupa pemberitaan maupun iklan. Pemberitaan berarti informasi yang sifatnya aktual mengenai suatu hal. Sementara, iklan berisikan informasi tentang produk atau jasa kepada masyarakat.

c. Fungsi interpretasi

Fungsi interpretasi adalah fungsi media massa yang menjadi sarana untuk memproses, menginterpretasikan, dan mengorelasikan seluruh pengetahuan atau hal yang diketahui manusia.

d. Fungsi transmisi nilai

Fungsi media massa ini berupa penyebaran nilai, ide, gagasan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Sebagai contoh penyebaran nilai sejarah kemerdekaan Indonesia ke anak muda.

e. Fungsi pendidikan

Fungsi pendidikan artinya media massa memberi pengetahuan yang komprehensif dan mendidik. Pengetahuan ini bukanlah konten berita, melainkan lebih pada informasi dan pengetahuan tentang topik yang dipilih.

f. Fungsi hiburan

Fungsi media massa ini ialah menghibur masyarakat. Contohnya konten reality show, siaran film, musik, acara standup comedy, dan lain sebagainya.

5. Efek Media Massa

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pesan-pesan media massa sangat berpotensi membawa perubahan pada diri khalayaknya. Sementara penelitian lainnya

mengakui bahwa media massa tidak begitu berkuasa dalam mempengaruhi khalayaknya. Media massa dinilai hanyalah memiliki kekuatan meneguhkan saja, bukan menciptakan perubahan atas diri khalayak. Media massa dianggap tidak mampu mempengaruhi khalayak secara langsung, namun justru hanya memperkuat referensi individu khalayak yang sudah ada sebelumnya. Keterbatasan pengaruh yang ditimbulkan media massa ini diasumsikan karena khalayak bukanlah sesuatu yang kosong, tetapi telah memiliki kerangka referensi dan bidang pengalaman sendiri. Kedua faktor ini dinilai sebagai filter khalayak dalam menyeleksi media dan pesan-pesan yang ditawarkannya. Meskipun berbagai variasi topik, pendekatan, dan metode penelitian berkembang seiring dengan dinamika perkembangan masyarakat yang ditunjang oleh penggunaan internet, namun penelitian efek media tetap menarik perhatian para ilmuwan sosial. Penggunaan media massa seperti televisi dan surat kabar untuk iklan komersial dan politik yang semakin meningkat menunjukkan bahwa asumsi kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya masih dianggap sebagai hal yang real.³⁸

Iklan di berbagai media menunjukkan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini menyiratkan bahwa media massa memang memiliki potensi pengaruh yang sangat besar bagi khalayaknya.

Dengan demikian, asumsi-asumsi efek komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Khalayak dapat dikontrol melalui pesan-pesan komunikasi massa.
- b. Audien dapat salah menerima informasi melalui pesan-pesan yang disampaikan media massa.
- c. Secara individual, komunikasi massa bersifat terbatas.

³⁸ Winarni, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (UMM Press, 2003).

- d. Dapat mengurangi kebiasaan-kebiasaan rutin sehari-hari karena konsumsi media, misalnya memancing, bersepeda, atau jalan-jalan di taman.
- e. Memungkinkan terjadinya perubahan dalam perilaku, sikap, dan kepercayaan audience. Efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengonsumsi pesan-pesan media massa. Umumnya dikaitkan dengan perubahan yang berdimensi kognitif, afektif, dan konatif.

Efek kognitif. Efek kognitif berkenaan dengan fungsi informatif media massa. Informasi media massa dipandang sebagai tambahan pengetahuan bagi khalayak. Pengetahuan yang dimiliki khalayak dapat meningkatkan kesadaran pribadinya serta memperluas cakrawala berpikirnya. Seseorang yang mengonsumsi media massa khususnya dalam bentuk isi pesan informasional akan dapat membantunya dalam menambah wawasan dan pengetahuannya. Informasi mengenai peristiwa, sosok, atau tempat-tempat tertentu yang disampaikan media massa menjadi referensi penting bagi khalayak. Berbagai dinamika dan kepentingan internal dan eksternal media massa mewarnai realitas bentukan media. Dengan demikian, realitas media merupakan realitas bentukan yang telah lebih dahulu mengalami seleksi dan interpretasi serta penyesuaian-penyesuaian tertentu. Dalam menyeleksi media dan pesan-pesan yang akan dikonsumsi, khalayak perlu memahami seluk-beluk produksi, reproduksi, dan distribusi isi media. Hal ini dibutuhkan agar khalayak memahami berbagai kepentingan di balik produksi isi media.

Efek Afektif. Efek afektif berkenaan dengan emosi, perasaan, dan attitude (sikap). Pesan-pesan media massa yang dikonsumsi khalayak membangkitkan sikap, perasaan, atau orientasi emosi tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi efek afektif adalah suasana emosional, skema kognitif, dan situasi terpaan media. Terkadang

individu khalayak mengidentifikasi dirinya dengan sosok yang dilihatnya di media massa. Kecenderungan sikap dan perasaan khalayak juga terkait dengan pola dan cara pengidentifikasian diri khalayak terhadap sosok-sosok dalam isi media tersebut.

Efek Konatif. Efek konatif merujuk pada perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Setelah khalayak menerima informasi media massa yang dilanjutkan dengan kecenderungan sikap tertentu yang didasarkan pada pengetahuan tersebut, khalayak terpengaruh dalam bentuk tindakan nyata.³⁹

C. Teori Kultivasi

Teori Kultivasi atau analisis kultivasi adalah salah satu teori efek kumulatif media massa yang memandang hubungan antara terpaan media massa yaitu televisi terhadap kepercayaan serta sikap khalayak massa tentang dunia di sekitarnya. Singkatnya, teori kultivasi memiliki hipotesis bahwa pemirsa televisi kelas berat akan mempertahankan kepercayaan dan konsepsi tentang dunia di sekitarnya yang selaras dengan apa yang mereka lihat melalui layar kaca. Misalnya, program televisi yang banyak memperlihatkan tindakan kekerasan. Berdasarkan hipotesis teori kultivasi maka pemirsa kelas berat akan cenderung melihat dunia di sekitarnya sebagai tempat yang penuh dengan tindakan kekerasan.

Anggapan utama dari teori kultivasi adalah adanya perbedaan di antara dunia nyata yang langsung dialami manusia melalui indera-inderanya dan dunia yang dibentuk secara sosial yang ada di dalam kepala orang itu. Teori kultivasi dikenalkan pertama kali oleh George Gerbner melalui sebuah proyek penelitian yang bernama “Cultural Indicators” yang dilakukan pada pertengahan tahun 1960an.⁴⁰

³⁹ Nurudin, *Komunikasi Massa, CESPUR* (Malang, 2003).

⁴⁰ Ambar, “Teori Komunikasi,” n.d., <https://pakarkomunikasi.com/teori-kultivasi>.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Anggito Albi, Setiawan Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018)
- Aziz AliMoh. *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Kencana,2009)
- Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur"an* (Bandung:CV Pustaka Setia)
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Terapan, Batic Presss*, Cet. III, 2005.
- H Ardinal, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)
- Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992)
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, cet. ke3, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)
- Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah/ Penafsiran Al-Qur"an. 1972)
- Masdar Farid Mas"udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa* (Jakarta: p3m Pesantren, 1987)
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra*, (Bandung: ALUMNI, 1998)
- Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005)
- Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Qiara Media, 2019)
- M. Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
- M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana)

Nurudin, *Komunikasi Massa, CESPUR*, Malang, September 2003

Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997)

Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method*, (Jakarta: Selemba Empat, 2021)

SamsulMunirAmin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah,2009)

Tiarto, Eko Hari. 2019. *Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini*. Sukabumi: CV. Jejak

William L. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana, 2004)

Wandi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Logos Cet.1.1997)

Wahid Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:PTRaja GrafindoPersada,2011)

Winarni, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, UMM Press, 2003

SUMBER INTERNET:

<https://pakarkomunikasi.com/teori-kultivasi>

<https://www.kompasiana.com/nur./pengertian-media-massa>

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-analisis>

SUMBER JURNAL:

AsnaIstyaMarwantika, *Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia*, Jurnal Al-Adabiya. Vol14No.01(2019)