

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman serta perkembangan teknologi, penyampaian pesan tabligh tidak hanya dengan menggunakan metode ceramah. Namun, kini kegiatan dakwah dapat dipermudah dengan menggunakan media, yakni dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik baik secara audio, visual, maupun audio visual.

Media massa pada perkembangannya kini mendapat perhatian lebih oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam media cetak, proses penyampaian pesan dakwah disampaikan melalui tulisan-tulisan yang di publikasikan baik harian, mingguan maupun bulanan. Namun dengan kemajuan teknologi yang semakin maju, kini kegiatan dakwah mulai merambah menggunakan media elektronik yakni televisi. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya beberapa program dakwah yang tayang hampir disetiap televisi baik pagi hari maupun menjelang adzan magrib.

Adanya berbagai macam cara penyampaian dakwah baik dalam media elektronik maupun media cetak bahkan kini mulai merambah menggunakan internet, menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dimanfaatkan secara baik dan dijadikan sebagai peluang penyebarluasan penyampaian pesan dakwah untuk kemajuan Islam. Dari beberapa media yang berkembang saat ini, televisi berada di urutan pertama

(95%) sebagai media dalam penarkian informasi, disusul oleh internet (33%), radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%) dan majalah (5%) (www.nielsen.com).

Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa memang memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media komunikasi massa yang lain. Televisi lebih menyatukan unsur audio-visual dan memiliki derajat keserempakan paling tinggi dalam menyampaikan suatu pesan dan mempengaruhi massa. Zakiyah darajat sebagaimana yang dikutip Mubarak (1999:157) berpendapat “.....83% perilaku manusia dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya, 11% dari apa yang didengarnya dan yang 6% sisanya merupakan gabungan dari berbagai stimulus yang diterimanya”

Harus diakui, peranan televisi sangat dibutuhkan dalam proses penyampaian tabligh masa kini yang dianggap lebih efektif dibandingkan dengan media lain. Selain itu munculnya beberapa pemberitaan di televisi yang memperlihatkan problematika menjadi salah satu faktor pendukung bahwa kegiatan tabligh dituntut untuk lebih komprehensif. Ditambah lagi dengan problema yang dihadapi oleh umat muslim itu sendiri. Namun dengan kesibukan yang dimiliki, membuat waktu untuk mencari atau menambah pengetahuan tentang Islam sangatlah terbatas.

Media menyadari bahwa kebutuhan terhadap tabligh sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama di negara Indonesia yang mayoritas penduduk muslim. Hal ini dibuktikan oleh data sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2010 yang

menunjukkan bahwa dari 237.641.326 jumlah penduduk Indonesia 87,18% pemeluk agama Islam ([www. id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org)).

Saputra (2012:167) berpendapat bahwa format dakwah dalam perspektif *tafkir al-islami al-tusturiy* harus mendasarkan program serta berorientasi pada *basic need* suatu masyarakat. *Basic need* inilah yang akan mendorong seseorang untuk memiliki komitmen dan konsistensi akidah serta kebaikan pola keberagamaan.

Ketika proses penyampaian tabligh dianggap monoton, perusahaan Trans Corps Media dengan stasiun televisinya Trans7 menyajikan program dakwah dengan kemasan berbeda dari stasiun televisi yang lain, yakni dengan memberikan tayangan *documenter-news-feature* yang diberi nama Khazanah Islam. Khazanah Islam menyajikan pemaparan pesan tabligh yang menyangkut hal ibadah, muamalah serta akhlak dan mengemasnya dengan sebuah berita yang ringan, yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, dengan didukung efek audio-visual yang menjadi penguat dalam proses pemahaman materi yang disampaikan. Khazanah merupakan unit komoditas diperuntukan bersaing dengan ranah program informasi *news feature* religi, sehingga keragaman, penyusunan konten tersebut perlu diteliti. Bagaimana pola penyampaian pesan tabligh, bagaimana proses pengemasan sebuah tema yang diangkat ke publik agar dapat diterima, lalu apakah ada kemiripan program ini dengan program dakwah yang lain atau hanya menspesialkan pada satu pesan tabligh saja sehingga menjadikan ragam konten program televisi menjadi tidak variatif dan kreatif.

Dengan alasan demikian, dalam proses penyampaian pesan tablighnya, ternyata banyak unsur-unsur menarik yang memperlihatkan adanya perbedaan dengan pola penyampaian tabligh pada program lain. Maka dari itu, pola penyampaian tabligh ini menarik untuk dilakukan penelitian.

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana dengan penjelasan pada bagian sebelumnya, Khazanah Islam merupakan sebuah program penyampaian pesan keagamaan (tabligh) yang dikemas seperti berita pada umumnya dengan tidak mengurangi dari unsur-unsur penyampaian pesan tabligh, maka dapat dirumuskan menjadi dua masalah, diantaranya:

1. Bagaimana penyajian pesan tabligh dalam program acara Khazanah Islam di Trans7?
2. Bagaimana pengemasan tabligh dalam program acara Khazanah Islam di Trans7?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui:

1. Penyajian dalam kegiatan penyampaian pesan tabligh melalui televisi dalam acara Khazanah Islam Trans7
2. Pengemasan materi tabligh yang disampaikan dalam acara Khazanah Islam Trans7

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai dua kegunaan, yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Kegunaan secara teoritis, diharapkan dapat berguna dalam melengkapi hasanah ilmu dakwah khususnya yang berkaitan dengan acara tersebut. Sedangkan secara praktis diharapkan dengan penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu dakwah untuk bisa menyajikan pendekatan dakwah melalui media televisi, khususnya acara “*Khazanah Islam*” serta diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Kerangka Pemikiran

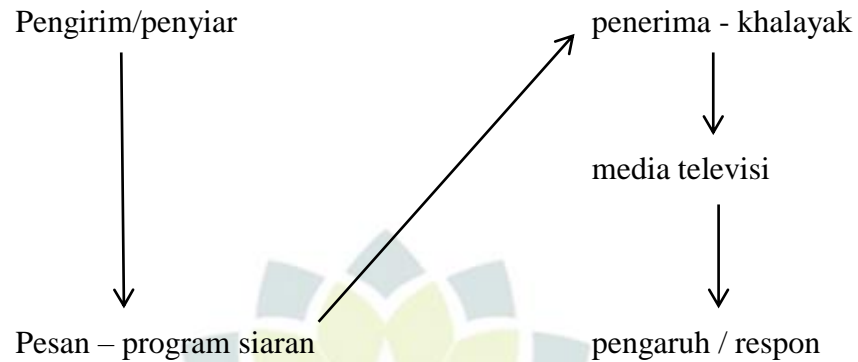
Dalam memecahkan atau menyoroti masalah penelitian, maka perlu sebuah kejelasan titik temu atau landasan berpikir yang dalam hal ini tertuang dalam kerangka pemikiran. Dalam kerangka pemikiran, teori atau model yang dianggap relevan dapat mengupas masalah penelitian dijelaskan secara sistematis dan tersusun untuk mengarahkan penelitian agar tetap terarah dan mempunyai tujuan yang jelas. Tentunya dibutuhkan konsep yang relevan untuk dijadikan teori dalam pembahasan selanjutnya.

Perkembangan dalam sektor teknologi dan informasi yang semakin cepat, memaksa setiap dari kita untuk senantiasa menciptakan inovasi baru guna tidak terhanyut dalam *circle* teknologi konsumtif. Seiring berkembangnya sarana dan prasarana informasi, sudah seharusnya para pengguna media semakin dewasa dalam penyampaian informasi kepada khalayak. Media memiliki efek dan pengaruh yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam proses penyampaian tidak bisa dipungkiri bahwa proses tersebut membutuhkan sebuah komunikasi. Komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang berarti antarmanusia. Seseorang menyampaikan lambang-lambang yang mengandung pengertian tertentu kepada orang lain. Lambang-lambang yang mengandung pengertian tersebut disebut “pesan” atau “*message*”. (Darwanto, 2011 : 3)

Komunikasi itu sangat luas dan tidak terbatas. Informasi yang didapat baik berupa kata-kata maupun dalam bentuk pengertian yang tersembunyi “*silent language*”. Selain itu, dalam berkomunikasi didasarkan atas adanya hubungan yang terjadi antara dua orang atau seorang dengan sekelompok orang yang dalam keadaan setara (sama), sehingga terfokus pada informasi yang sama. Hubungan ini tidak harus berhadapan muka, tetapi dapat menggunakan media tertentu, baik media tradisional maupun modern (media massa cetak atau elektronik). Dalam hal ini menggunakan media massa televisi.

Telah disampaikan bahwa komunikasi dapat menggunakan media apapun, baik tradisional maupun modern. Maka bagan komunikasinya seperti berikut:

Gambar 1**Proses Komunikasi**

Televisi sebagai sebuah media masa yang pada dasarnya merupakan media yang bernilai netral tergantung siapa yang akan digunakan. Oleh karena itu, apabila televisi digunakan secara tepat dalam menyampaikan pesan dakwah, maka dimungkinkan akan dapat menciptakan suatu kebudayaan baru, yaitu suatu budaya religious yang dapat membuat kesadaran keberadaan makhluk dengan Khaliknya. Oleh karena itu, sebagai media tabligh akan sangat tergantung pada setiap subjek tabligh dalam melakukan aktifitasnya, karena pada dasarnya tabligh dapat dilakukan dengan metode dan media apapun.

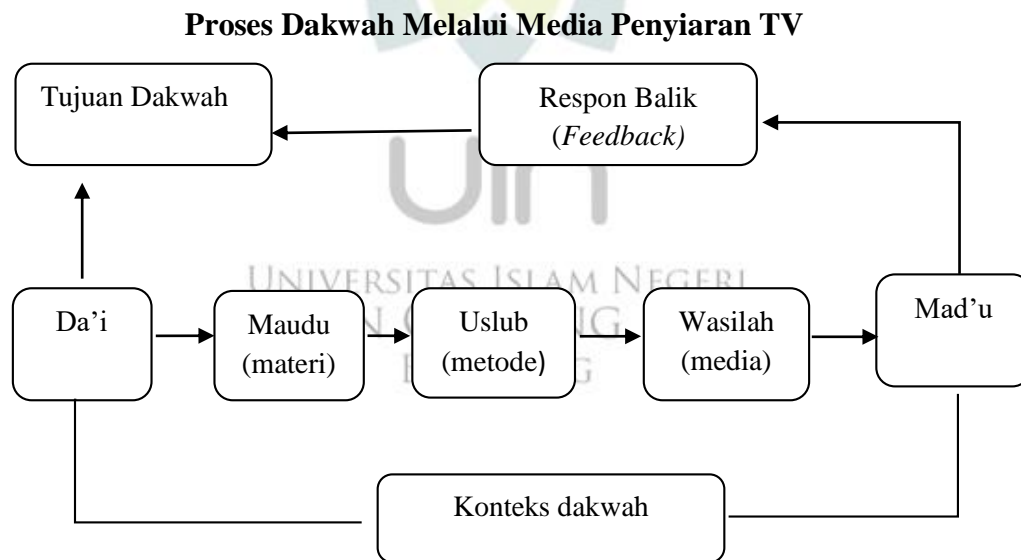
Televisi saat ini menjadi media yang tak dapat dipisahkan dari masyarakat, seolah sudah mendarah daging dalam kehidupan. Ia ada hampir di setiap tempat-tempat umum, kantor, rumah, bahkan kamar. Oleh karena itu setiap berita atau informasi yang disampaikan media televisi akan sangat mudah sampai ke tengah kalangan masyarakat.

Televisi di Indonesia memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kehidupan masyarakat. Sumadiria (2011:108) menjelaskan fungsi utama pers yaitu sebagai

informasi (*to inform*), edukasi (*to educate*), koreksi (*to influence*), rekreasi (*to entertaint*), mediasi (*to mediate*). Sedangkan Wahyudi (1996:23) berpendapat bahwa televisi adalah media elektronik, media audio visual gerak, media transitory, media non rinci, mempunyai ukuran rasio 4:3, media pandangdengar, media personal (*close up media*), *incorporate* media lain (slide, foto, grafik, dan lain-lain).

Dalam pemanfaatan media televisi sebagai media dakwah, maka diharapkan dalam setiap isi tayangan yang diberikan dapat mendatangkan manfaat bagi yang menontonnya, terutama memberikan informasi mengenai keIslaman. Tentang proses dakwah melalui media penyiaran televisi, hubungan kerjanya seperti berikut:

Gambar 2



Dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur dari penyampaian tabligh memiliki satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Semua seperti lingkaran yang

saling membutuhkan, jika salah satu hilang maka proses penyampaian pesan tabligh belum sempurna.

Salah satu penyampaian pesan tabligh dengan menggunakan media adalah penyampaian pesan tabligh yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi yaitu Trans7 dengan menayangkan program acara dakwah Islam melalui program news atau lebih lumrah disebut *documenter news feature* yang diikuti dengan metode penyampaian menggunakan ilustrasi serta audio visual. Proses penyampaian ini merupakan alternatif lain yang dapat digunakan untuk menarik minat serta fokus objek tabligh (*mad'u*). Hal tersebut dapat dikategorikan sebagai proses inovasi atau metode baru dalam proses penyampaian pesan tabligh, dengan merujuk pada teori difusi inovasi.

Kehadiran internet telah melahirkan banyak implikasi dalam kehidupan sosial kebudayaan masyarakat. Praktik pertemanan, keagamaan atau kelompok tidak lagi membutuhkan tempat secara fisik. Silaturahmi atau *gathering* dengan teman lama dapat dilakukan setiap saat. Internet sudah merubah tingkah laku manusia dengan sangat modern.

Menurut Turner dalam buku Nurudin (2013:161) teori adalah “cerita tentang bagaimana dan mengapa sesuatu itu terjadi. Para ahli biasanya memulai dengan sumsi menyeluruh, termasuk seluruh bidang sosial yang dibentuk oleh aktifitas manusia, menyatakan landasan kepastian dan proses serta sifat dasar yang menerangkan pasang surutnya peristiwa dalam proses yang lebih khusus”.

Everett M. Rogers merupakan tokoh dari teori difusi inovasi dalam buku Komunikasi Massa (2012:64) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru.

Sedangkan yang dimaksud dengan inovasi menurut Rogers dan Singhal yang dikutip oleh Morissan dkk (2010:141) bahwa inovasi adalah suatu gagasan, perbuatan, atau objek yang dipahami sebagai hal baru oleh unit penerimaan individual atau lainnya. Teori difusi inovasi menyatakan bahwa suatu inovasi memancar atau menyebar dalam pola yang dapat diperkirakan. Dalam teori ini dikatakan bahwa komunikator (mubalagh) yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa yang kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.

Penguasaan terhadap jaringan Internet adalah sebuah komunikasi yang bisa dilakukan dimana orang mampu bicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak dengan tidak mengurangi esensi dakwah itu sendiri. Seperti apa yang dikemukakan oleh Haji Tajiri yang mengutip ungkapan Sukriadi Sambas dalam buku etika dan estetika dakwah (2015:16), dakwah hakikatnya adalah perilaku keberagaman Islam berupa internalisasi, transmisi-difusi, dan transformasi ajaran Islam.

Umumnya aplikasi komunikasi massa yang utama berkaitan dengan proses adopsi inovasi. Hal ini sangat relevan baik pada masyarakat berkembang maupun pada

masyarakat yang sudah maju. Hal ini disebabkan karena adanya kondisi perubahan sosial dan teknologi yang berkembang di masyarakat sehingga melahirkan kebutuhan yang dapat menggantikan metode lama dengan metode yang baru. Semua itu menyangkut komunikasi massa karena berada dalam situasi dimana perubahan potensial bermula dari riset ilmiah, dan kebijaksanaan umum yang harus diterapkan oleh masyarakat.

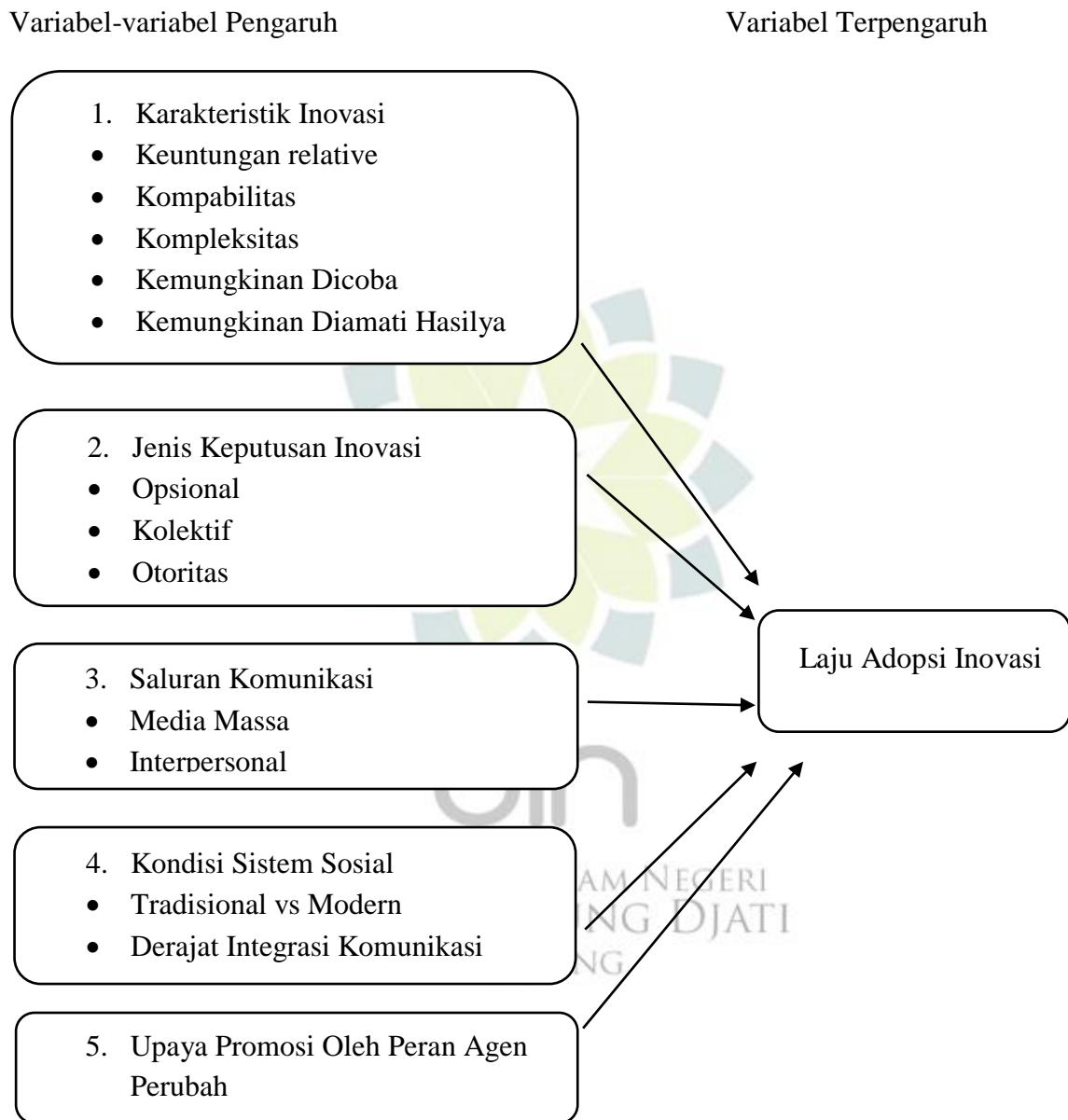
Sesuai dengan pemikiran Rogers, dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu:

1. Inovasi; gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi untuk orang itu. Konsep 'baru' dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali.
2. Saluran komunikasi; 'alat' untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidak perlu memperhatikan (a) tujuan diadakannya komunikasi dan (b) karakteristik penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat, dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah suara interpersonal.

3. Jangka waktu; proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang: relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
4. Sistem Sosial; kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Adapun bagan tentang teori difusi inovasi sebagai berikut:



Gambar 1.3 : Teori Komunikasi difusi inovasi



Selain model dan teori komunikasi, dalam proses penyampaian pesan pun dibutuhkan pola komunikasi sebagai dasarnya. Istilah pola komunikasi biasa disebut juga sebagai model tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai

komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan pendidikan keadaan masyarakat.

Pola adalah bentuk atau model (atau, lebih abstrak, suatu set peraturan) yang biasa dipakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang di timbulkan cukup mencapai suatu jenis untuk pola dasar yang dapat di tunjukan atau terlihat. Sedangkan Komunikasi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari (Effendy, 1986).

Sedangkan pola komunikasi menurut Effendy, 1986 Pola Komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang di cakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis.

Pola komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu, komunikasi satu arah, komunikasi dua arah dan komunikasi multi arah. Menurut Effendy, 1989:32 Pola Komunikasi terdiri atas 3 macam yaitu :

1. Pola Komunikasi satu arah adalah proses penyampaian pesan dari Komunikator kepada Komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari Komunikan dalam hal ini Komunikan bertindak sebagai pendengar saja.

2. Pola Komunikasi dua arah atau timbal balik (*Two way traffic aommunication*) yaitu Komunikator dan Komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, Komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses Komunikasi tersebut, Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung (Siahaan, 1991).
3. Pola Komunikasi multi arah yaitu Proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana Komunikator dan Komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.

F. Langkah Penelitian

1. Penentuan Objek Penelitian

Menurut Sugiono menyatakan bahwa, definisi objek penelitian adalah merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek yang penulis ambil adalah, sebuah program acara yang isinya mengisyaratkan penyampaian pesan *tabligh* dengan metode terbaharukan serta menggunakan media komunikasi massa.

Lokasi penelitian dilakukan di Gedung News Trans7 lantai 5 Jln. Kapt. P. Tendean kav. 12-14 A Mampang Jakarta Selatan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mempertegas bahwa metode yang dipilih benar-benar sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, karenanya diperlukan ketelitian. Sebab pada dasarnya suatu penelitian dapat di nilai *invalid* atau tidaknya sangat tergantung pada ketepatan metode yang digunakan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus menurut Dewi Sadiyah (2015:3) adalah sebuah metode yang digunakan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan dapat digunakan, baik untuk semua unit sosial maupun untuk peristiwa. Dengan pertimbangan metode ini dapat menggambarkan masalah terhadap tujuan penelitian. Adapun tujuan dari metode ini untuk mencari informasi faktual tentang gejala secara mendalam gambaran dari hasil penelitian, yaitu menggambarkan pola penyampaian pesan tabligh melalui program *news* dalam program acara Khazanah Islam Trans7.

3. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yang menyajikan secara langsung hakikat antara hubungan peneliti dengan responden. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purpisiuve* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan), analisis data

bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Dewi Sadiyah: 2015:19)

Dalam penelitian yang berbentuk skripsi ini, peneliti bermaksud mengangkat kasus yang dilakukan oleh program Khazanah Islam sebagai program acara dakwah bagaimana keterkaitannya dengan penerapan difusi-inovasi dalam sistem penyarannya.

4. Sumber Data

Sumber data sendiri didasarkan atas jenis data yang telah ditentukan. Sebagaimana ditentukan pula data sumber primer dan sekunder. Skripsi ini berupa karangan yang bersifat ilmiah, oleh sebab itu dalam penulisannya diperlukan data yang akurat dan yang dapat dipertanggung jawabkan. Adapun data tersebut dapat diperoleh dari dua sumber, yaitu:

- a. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah acara Khazanah Islam Trans7.
- b. Sumber data sekunder dalam penelitian ini mengambil informasi dari pemirsa yang telah menonton tayangan Khazanah Islam.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wawancara

Wawancara merupakan serangkaian proses interaksi dan komunikasi. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Produser acara Khazanah Islam Trans7

sebagai narasumber utama, dengan tujuan agar informasi yang didapatkan dapat dipertanggung jawabkan.

b. Observasi

Observasi yaitu teknik pengamatan terhadap gejala-gejala, peristiwa-peristiwa, kejadian-kejadian yang dapat dilihat dan dirasakan oleh panca indera lain. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat proses produksi, diawali dengan tahapan pra produksi, tahap produksi dan pasca produksi yang bekerja sama dengan tim Khazanah Islam Trans7.

c. Observasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian yang berupa gambar dan beberapa episode materi tabligh Khazanah Islam Trans7 hasil transkrip dari video yang sudah ditayangkan, untuk memperkuat hasil penelitian.

6. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan format studi kasus dengan menggunakan analisis isi kualitatif. Studi kasus, sebagaimana yang telah disebutkan pada bagian terdahulu, diharapkan berlangsung intensif, mendalam, komprehensif, rinci dan tuntas.

Oleh karena itu analisis kualitatif adalah penelitian tentang riset dan bersifat deskriptif. Proses dan makna lebih ditonjolkan, landasan teori dimandatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.