

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah di zaman kontemporer ini dihadapkan pada permasalahan yang semakin kompleks hal ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya teknologi, media komunikasi dan masyarakat yang semakin maju baik dari segi ekonomi maupun pendidikan. Masyarakat yang semakin modern juga berdampak pada pola hidup dan kebutuhan yang beragam seperti kebutuhan akan hiburan, traveling misalnya yang menjadi kebutuhan dan kebudayaan masyarakat untuk beristirahat dari segala rutinitasnya. Berkembangnya teknologi juga mendorong media komunikasi dan informasi yang semakin beragam hal ini terlihat dari pertumbuhan dan perkembangan media massa baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Media massa mendapat perhatian lebih di masyarakat yang mana masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi, tak hanya itu media massa juga bisa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat karena media massa tidak hanya memberikan informasi tetapi menjadi sarana dalam mengambil keputusan juga membentuk opini yang nantinya bisa digunakan untuk memahami diri sendiri (Severin dan Tankard, 2001: 4).

Melalui media massa, informasi dapat dengan mudah disebarluaskan. Salah satu media massa yang populer dan mudah diakses adalah televisi karena televisi telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini dimana informasi menjadi hal yang penting bagi mereka. Selain itu, televisi juga dapat memberikan hiburan pada masyarakat melalui program-

programnya. Televisi sebagai media massa memiliki beberapa karakteristik seperti audiovisual artinya televisi bisa didengar dan dilihat, bersifat satu arah, bersifat terbuka, publik tersebar artinya tersebar ke berbagai wilayah, dan serempak.

Televisi menjadi media yang praktis, mudah, dan harganya terjangkau, juga cepat dalam menyajikan pesan dan menyebarluaskan pesan-pesannya. Selain itu televisi dapat memberikan hiburan sekaligus pengetahuan. Khususnya pengetahuan di bidang keagamaan, sehingga akan ada peningkatan dari sisi pemahaman, pengamalan, dan penyebaran nilai-nilai keagamaan di masyarakat. Saat ini banyak televisi yang secara langsung ataupun tidak, program dan tayangannya membawa misi dalam menyebarkan dan menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat, dalam hal ini televisi sudah bernafaskan Islam (Dulwahab, 2016: 2).

Dengan menggabungkan audio dan visual televisi menjadi media yang memiliki daya tarik tinggi dan dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam tujuan seperti politik, ekonomi, hukum, sosial budaya bahkan menjadi media untuk berdakwah. Dalam aktivitas berdakwah sudah seharusnya menggunakan media karena pada dasarnya media dakwah yang digunakan mengarah kepada siapa yang menjadi objek dakwahnya, keahlian dalam menggunakan media dakwah juga dapat mempengaruhi berhasil tidaknya kegiatan dakwah. Peran media terutama televisi bisa menjadi alternatif dalam menyebarkan pesan dakwah melalui program-programnya (Japarudin, 2012: 2).

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan bisa berupa pesan akhlak, aqidah dan syariah dimana semuanya bersumber dari Al-qur'an dan Hadis, agar tidak monoton

pesan-pesan dakwah tersebut bisa dikemas dengan menarik sehingga bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat melalui program-program televisi.

Saat ini banyak televisi baik nasional maupun swasta yang berlomba-lomba membuat program yang menarik dan unik untuk menarik penonton, semakin bagus tayangan tersebut dan diminati oleh masyarakat maka semakin besar pula pengaruhnya pada masyarakat, juga nantinya akan menambah rating pada program televisi tersebut.

Banyak program yang bisa disaksikan di televisi salah satunya program-program atau tayangan yang bernuansa Islam dari mulai news, sinetron, dan variety show bahkan acara yang memang khusus ceramah. Seperti contohnya Berita Islami Masa Kini TransTV, Khazanah Trans7, Para Pencari Tuhan SCTV, Saliha NET, Damai Indonesiaku TVOne, dan dari sinilah banyak pula bermunculan Dai-dai populer karena mereka memanfaatkan media massa khususnya televisi untuk menyebarkan ajaran Islam melalui tayangan atau program-program televisi.

Salah satu program bernuansa Islam yang ada di NET. atau News and Entertainment Television adalah Muslim Travelers, program ini adalah program andalan NET. di bulan ramadhan dengan konsep dokumenter, reality show, hiburan dan petualangan, yang ditayangkan setiap hari pukul 04.30 selama bulan ramadhan.

Program ini dimulai sejak tahun 2014 di dalam setiap episodenya program muslim travelers membahas tentang bagaimana Islam bisa berkembang, bagaimana syiar Islam dan juga bagaimana kehidupan muslim di negara-negara yang mayoritas non muslim sekaligus suka duka mereka di negeri tersebut. muslim travelers juga

menjelaskan bagaimana negara-negara mayoritas non muslim mulai memahami Islam.

Seperti di episode Korea Selatan, muslim travelers menjumpai warga lokal yang menjadi muslim dan membuka restoran halal yang dikhususkan untuk warga muslim, lalu ada warga negara asing yang merupakan muslim dan membuka penginapan khusus muslim tetapi diminati pula oleh non muslim. Muslim travelers juga mendatangi masjid-masjid yang ada di Korea Selatan untuk mengulik bagaimana sejarah Islam dan syiar Islam disana dan bertemu dengan muslim-muslim dari Indonesia.

Pada episode yang lain yaitu di Amerika, muslim travelers juga mendatangi masjid yang ada di Amerika dan bertemu dengan warga lokal yang menjadi muaf, tidak lupa dengan kisah bagaimana Islam berkembang dan bagaimana muslim dapat beribadah dan mendapat makanan halal terakhir yaitu episode di Spanyol yang mana muslim travelers mendatangi destinasi wisata yang menjadi sejarah peradaban Islam di Spanyol.

Banyak stasiun televisi yang menayangkan program-program bernuansa Islam dengan konsep ceramah, siraman rohani yang disampaikan oleh ustadz dan ustadzah, tetapi dalam program muslim travelers ini pesan dakwah dikemas dengan cara yang lebih menarik dan juga modern, host yang langsung terjun ke lapangan untuk melakukan wisata religi menjadikan program televisi ini menarik untuk di teliti.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah di uraikan maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul **“Pesan Dakwah Dalam Program Televisi Muslim Travelers NET.”**

B. Rumusan Masalah

Sebagai upaya yang dilakukan untuk membatasi wilayah penelitian sesuai dengan latar belakang yang sudah di uraikan diatas, penulis menemukan beberapa masalah yang bisa dijadikan bahan untuk di teliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dakwah informatif pada program televisi Muslim Travelers NET.?
2. Bagaimana pesan dakwah persuasif pada program televisi Muslim Travelers NET.?
3. Bagaimana pesan dakwah hiburan pada program televisi Muslim Travelers NET.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah di uraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pesan dakwah informatif pada program Muslim Travelers NET.
2. Mengetahui pesan dakwah persuasif pada program Muslim Travelers NET.
3. Mengetahui pesan dakwah hiburan pada program Muslim Travelers NET.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini bisa menjadi kajian yang menarik karena menjadikan televisi sebagai media untuk berdakwah dan menjadi referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi dan penyiaran Islam.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk NET. agar dapat berperan aktif dalam memberikan wawasan melalui media massa khususnya dalam program-program televisi, tidak hanya menghibur tetapi bermanfaat dan memberikan informasi yang berguna untuk masyarakat, terutama wawasan Islam.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam melakukan penelitian, sebelumnya telah dikumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian sebelumnya yang dianggap relevan bisa dijadikan bahan untuk masukan, yang bisa diklasifikasikan dan dilihat persamaan juga perbedaan dari setiap penelitian.

Berikut hasil penelitian sebelumnya yang dirangkum ke dalam bentuk tabel:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu Hasil Olahan Penulis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Fatimah Pallawagau (UIN Alauddin Makassar)	Analisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Program “Khazanah” di Tans7 episode 2013	Kuantitatif	Pesan dakwah pada program “khazanah” trans7 merupakan materi ajaran Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadis dengan presentase pesan syariah 50,57% akhlak 27,58% dan pesan aqidah 21,83%	Penelitian ini sama-sama meneliti program Islami televisi untuk mengetahui pesan dakwah dari sebuah program TV	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan objeknya adalah program “Khazanah” di Trans7
Syafrian Akbar (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Televisi Sebagai Media Dakwah (Analisis Produksi Siaran Program “Ust. Haryono di JakTV)	Deskriptif Kualitatif	Dalam pelaksanaan program “Ust. Haryono” memiliki tahapan par produksi, produksi dan pasca produksi dimana ketiga proses ini berkesinambungan dan tidak bisa dipisahkan.	Sama-sama meneliti program televisi dan dengan metode yang sama yaitu deskriptif kualitatif	Penelitian ini lebih fokus menganalisis kepada proses produksinya dan tahapan-tahapannya, penelitian ini meneliti program Ust. Haryono di JakTV
Agus Isnaien (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Analisis Program Acara Kick Andy di Metro TV	Deskriptif Kualitatif	Program Kick Andy di produksi melalui beberapa tahapan seperti pra produksi dimana mencakup penemuan ide, riset dan pengambilan gambar lalu, produksi, hingga pasca produksi dan evaluasi program	Penelitian sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan meneliti objek yang sama yaitu sebuah program televisi	Penelitian ini lebih fokus terhadap proses produksi hingga evaluasi dari sebuah program televisi, objek yang di teliti adalah program Kick Andy Metro TV

Dari ketiga penelitian pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa penelitian pertama sama-sama meneliti program televisi dan pesan dakwah hanya saja menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian kedua dan tiga meneliti sebuah program televisi dengan metode deskriptif kualitatif hanya saja penelitian kedua dan tiga ini lebih cenderung kepada analisis program untuk mengetahui proses produksi dari sebuah tayangan di televisi.

2. Landasan Teoritis

Terdapat variable tentang televisi sebagai media dalam *Medium Theory* atau *Media Ecology Theory* yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan 1964 yang menyatakan “*medium is the message*” artinya media adalah pesan jadi dapat dikatakan bahwa kehadiran media sendiri adalah pesan.

Teori ini merupakan studi tentang bagaimana sebuah media dan proses komunikasi mempengaruhi manusia dan berpusat pada prinsip bahwa manusia tidak terlepas dari pengaruh teknologi dan teknologi sendiri akan menjadi pusat bagi seluruh masyarakat.

Berikut tiga asumsi yang meringkaskan teori ini:

a. Media melingkupi setiap tindakan masyarakat

Asumsi yang pertama ini McLuhan menyatakan bahwa media tidak hanya dilihat dalam konsep sempit atau terbatas pada majalah/surat kabar, radio televisi atau film melainkan konsep yang luas yaitu media sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia.

b. Media memperbaiki persepsi dan mengorganisasikan pengalaman

Dalam asumsi yang kedua ini teori ekologi media menyatakan bahwa media mempunyai pengaruh langsung kepada manusia, dari cara manusia memberikan penilaian, merasa dan bereaksi kebanyakan dipengaruhi oleh media.

Teori ini disebut sebagai ekologi, karena ekologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang hubungan organisme dengan lingkungannya, “media akan terus berubah bersamaan dengan pertumbuhan, dinamisme dan kebutuhan masyarakat, begitupula masyarakat akan ikut berubah mengikuti perubahan media.

c. Media menyatukan seluruh dunia

Asumsi yang ketiga ini, teori ekologi media menyatakan bahwa setiap peristiwa atau hal lain yang terjadi di belahan dunia akan tersebar dan diketahui oleh belahan dunia lain. McLuhan menyebutnya dengan konsep desa global atau *global village* seolah-olah media mengikat dunia menjadi kesatuan baik sistem politik, ekonomi, sosial dan budaya (Batubara, 2014: 134-136).

Dari uraian di atas yang menjadi perhatian khusus di sini adalah media dan pesan, proses dakwah sama halnya dengan proses komunikasi yang membutuhkan media didalamnya, media yang dirasa efektif dan mempunyai pengaruh yang tinggi adalah media massa dimana media massa memiliki karakteristik publisitas, (disebarkan ke masyarakat luas), umum (pesan dan informasi yang disampaikan bersifat umum) perioditas (disebarkan secara berkala) kontinuitas

(berkesinambungan dan terus-menerus) dan aktualitas (berisikan informasi atau hal-hal yang baru).

Media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Media massa saat ini tidak hanya sebatas alat komunikasi massa, penyebar informasi atau berita dan hiburan saja, tetapi sebagian dari media massa telah menggunakan acara siaran yang sengaja diprogramkan untuk menyebarkan pesan-pesan agama, khususnya media televisi. Dalam program acara di stasiun televisi telah disusun berbagai acara yang dikemas untuk menyebarkan pesan agama, misalnya melalui sinetron, acara siraman rohani, dan banyak lainnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media massa telah menjadi bagian dalam menyebarkan pesan-pesan agama kepada masyarakat (Japarudin, 2012: 2).

Pertelevisian yang semakin maju menjadi tantangan tersendiri untuk para kreator televisi dimana mereka harus membuat inovasi pada program-programnya terutama program bernuansa Islam agar bisa diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu penguasaan media massa terutama televisi menjadi bagian penting sebagai media dakwah alternatif dalam menyebarkan pesan dakwah.

Pesan dakwah disini berupa pesan akidah, syariat dan akhlak dimana ketiganya adalah satu kesatuan yang sulit dipisahkan. Dalam hal akidah Islam mengajarkan kita tentang kepercayaan dan keimanan, dalam hal syariat Islam mengajarkan bagaimana tatacara beribadah yang mencakup hubungan dengan Allah SWT dan hubungan dengan manusia lalu terakhir dalam hal akhlak Islam mengajarkan

pedoman sikap mental dan budi pekerti dalam bergaul dan berhubungan dengan Allah SWT, dengan sesama makhluk dan dengan alam sekitarnya.

Pesan dakwah tersebut bisa bersifat informatif artinya pesan dakwah dapat memberikan informasi dan penerangan, selanjutnya bersifat persuasif artinya pesan dakwah harus dapat memberikan pengaruh dan terakhir pesan dakwah bersifat hiburan artinya pesan dakwah tersebut menarik dan menyenangkan bagi si penerimanya.

Televisi sebagai media massa juga memiliki fungsi sebagai berikut:

1. *To Inform* (menyampaikan informasi ke masyarakat luas) informasi disini bisa berupa pesan dakwah atau ajaran Islam.
2. *To Educate* (mendidik, atau muatan dalam media massa harus mengandung pendidikan untuk masyarakat).
3. *To Entertain* (Hiburan, harus bisa menghibur masyarakat) media massa bisa membuat pesan dakwah dikemas dengan menarik sehingga menghibur dan tidak membosankan apalagi monoton.
4. *To Influence* (memberikan pengaruh kepada masyarakat) sebuah media dengan informasi didalamnya diharapkan bisa memberikan pengaruh yang baik untuk masyarakat (Effendy, 1997: 8).

Dari keempat fungsi media diatas, dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga fungsi media yang ditarik menjadi rumusan masalah yaitu *to inform*, *to entertain*, dan *to influence*. Berdasarkan fungsi tersebut media massa khususnya televisi dengan program-programnya, pesan dakwah dapat dengan mudah dan cepat disampaikan kepada masyarakat luas dimana pesan-pesan dakwah dikemas dengan

menarik agar dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dan memberikan pengaruh, juga sebagai hiburan agar pesan-pesan tidak monoton dan terkesan menggurui.

F. Langkah – Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kualitatif karena disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan yaitu studi deskriptif. Analisis isi bisa digunakan dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian kualitatif analisis digunakan untuk mendapatkan data secara detail atau data yang memiliki makna.

Penelitian kualitatif sendiri adalah penulisan yang sifatnya deskriptif dan cenderung memakai analisis, proses dan makna lebih di utamakan dalam penulisan metode kualitatif ini. Landasan teori digunakan untuk menjadi petunjuk agar fokus penulisan sesuai dengan fakta-fakta yang ada di lapangan.

Deskriptif merupakan salah satu jenis penulisan yang bertujuan untuk mempresentasikan gambaran lengkap tentang setting sosial yang nantinya digunakan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi suatu fenomena atau kenyataan sosial. Tujuan penulisan deskriptif sendiri ialah memperoleh gambaran lengkap mengenai sebuah kelompok atau gambaran mekanisme dari sebuah proses atau hubungan dengan memberikan hasil berupa gambaran lengkap baik dalam bentuk verbal ataupun numerikal.

Dalam penelitian analisis isi kualitatif ada tahap “coding” atau pengkodean dimana tahap ini merupakan tahap yang dilakukan peneliti untuk memperoleh fakta

sebagai analisis data kualitatif dan teknik untuk menarik kesimpulan dari data yang didapatkan (Mahpur, 2017: 1).

2. Objek Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di uraikan diatas, penelitian ini difokuskan pada informasi dan pesan-pesan dakwah yang ada pada program Muslim Travelers NET. 2018 episode Korea Selatan yang berjumlah tiga episode, Amerika Serikat satu episode dan Spanyol satu episode.

Alasan dipilihnya tiga episode tersebut karena mewakili dari setiap benua dan cukup merepresentasikan bagaimana kehidupan muslim di negara-negara mayoritas non muslim terlebih mengingat budaya Korea Selatan sedang digemari oleh masyarakat, lalu Amerika karena sempat adanya demam Islamophobia dan terakhir Spanyol yaitu negara yang memiliki sejarah Islam.

3. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data primer yang didapatkan dari lima episode program muslim travelers NET. 2018 yang terdiri dari tiga episode Korea selatan, satu episode Amerika dan satu episode Spanyol, dan data sekunder yaitu data pendukung.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah observasi dan studi dokumentasi.

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi tidak langsung yang dilakukan dengan cara menonton program muslim travelers NET. 2018 untuk mencari pesan dakwah informatif, persuasif, dan juga hiburan.

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan catatan, naskah, foto atau video dari program muslim travelers NET. 2018.

5. Teknik Analisis Data

Mengingat penelitian ini adalah analisis isi dengan metode kualitatif dimana penelitian analisis isi kualitatif ini dipakai untuk memperoleh data secara mendetail atau data yang berisikan makna, maka berdasarkan objek kajian penelitian ini fokus terhadap isi pesan, dimana harus melewati proses “coding” atau pengkodean.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan:

1. Mengumpulkan dan memeriksa data (isi pesan program muslim travelers NET.) dengan membuat tabel sesuai karakteristik dan menyusunnya secara berurutan.
2. Pengkodean atau kategorisasi data yang telah ada (isi pesan program muslim travelers NET.).
3. Menganalisis data (isi pesan program muslim travelers NET.) dengan melakukan klasifikasi sesuai karakteristik pesan dakwah yang telah ditentukan sebelumnya.
4. Menarik kesimpulan dari data (isi pesan muslim travelers NET.) yang disusun menjadi laporan penelitian.