

EFEKTIVITAS PROGRAM KHAZANAH TRANS7 SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KEAGAMAAN

(Studi Deskriptif Terhadap Warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan
Cimahi-Kota Cimahi)

A. Latar Belakang Masalah

Media massa di Indonesia telah melalui masa perkembangan, terbukti dengan terjaganya eksistensi setiap media penyiaran baik media cetak, radio ataupun televisi. Media massa juga telah mengalami perkembangan dengan adanya media online pada saat ini. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya masyarakatnya.

Televisi merupakan salah satu media yang paling populer saat ini. Perkembangan televisi sebagai media massa pada awalnya dimulai dengan hadirnya kamera pada tahun 1923 yang ditemukan oleh Vladimir Zworykin. Televisi berasal dari bahasa Inggris, "*television*". Namun banyak orang yang mempercayai bahwa kata "*tele*" dipinjam dari bahasa Yunani yang berarti *vision* (artinya pandangan atau pemandangan). Jadi, televisi adalah pemandangan jauh atau pemandangan yang jauh (Effendy, 2000: 174).

Fungsi dari setiap media massa yaitu menyampaikan pesan atau informasi, sebagai pendidikan, untuk menghibur hingga sebagai alat kontrol sosial dan kelebihan dari media massa adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik dari segi pendidikan, hiburan yang dikemas dengan baik dan menarik.

Televisi merupakan sarana paling penting untuk mencerdaskan bangsa dan menciptakan peradaban bagi masyarakat. Jangan sampai media penyiaran menjadi alat

untuk mereduksi bahkan mendistorsi peradaban. Maka dari itu sebuah program sangatlah menentukan berkualitas atau tidaknya suatu acara dan tentunya memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat luas.

Trans7 adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Trans7 yang pada awalnya menggunakan nama Tv7, mengudara pada tanggal 25 November 2001 dan pada saat itu saham terbesar dipegang oleh Kompas Gramedia. Hingga pada tanggal 4 Agustus 2006 PT Trans Corporation mengakuisisi saham Tv7. Sejak itulah Trans tv bergabung dengan Tv7 kemudian pada tanggal 15 Desember 2006 menggunakan nama baru, yaitu Trans7. Bergabungnya Trans7 dengan Trans tv menjadi salah satu stasiun televisi yang digemari masyarakat kini. Program tayangan yang menarik, mendidik dan *religious* menjadi salah satu alasan stasiun televisi ini dilirik dan diminati oleh masyarakat. Salah satu program Trans7 saat ini yang diminati oleh masyarakat adalah program Khazanah.

Khazanah Trans7 merupakan program edukatif dan inovatif yang menyajikan informasi penting dan menarik dari seluruh dunia yang berkaitan dengan dunia islam. Program ini tayang mulai hari Senin hingga Jum'at pada pukul 05:30-06:00 WIB. Meskipun hanya tersaji selama 30 menit, program ini menjadi ensiklopedi Islam dunia. Karna dari mulai perkembangan, sejarah dan hal menarik lainnya tentang islam dibahas pada program Khazanah ini.

Ada persamaan antara tujuan media massa dengan tujuan dakwah sebagai komunikasi yaitu sama-sama menyampaikan suatu informasi. Media adalah alat perantara teknologi informasi sebagai pengajaran. Sedangkan media dakwah adalah alat perantara yang isi informasinya/pesannya mengenai dakwah. Yaitu untuk proses penyadaran manusia menjadi

lebih baik lagi. Jadi, media dakwah adalah sarana atau alat untuk menuangkan ide-ide dakwah agar dapat dipahami dan diterima oleh mad'u atau masyarakat.

Televisi saat ini bukan hanya menyampaikan informasi dan hiburan namun televisi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat di Indonesia. Begitupula bagi warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi adalah salah satu pengguna aktif televisi. Mulya Bhakti merupakan salah satu Rukun Warga (RW) di Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi yang memiliki 7 Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah penduduk yang terdiri dari 1034 jiwa, 96 kepala keluarga tetap dan 54 lainnya yang tidak berdomisili tetap. Mayoritas profesi dari warga Mulya Bhakti adalah buruh pabrik, pedagang, guru dan anak sekolah. Tingkat keberagaman pun cukup bagus terlihat dengan adanya pengajian rutin di Masjid Nurul Hidayah, salah satu masjid besar di daerah Mulya Bhakti dan adanya Taman Pendidikan al-Quran (TPA) yang rutin diadakan setelah asar menjadikan anak-anak kecil dan remaja aktif mengunjungi masjid dan mushola sekitar. Dengan kesibukan yang padat warga Mulya Bhakti menjadikan televisi sebagai sarana hiburan dan informasi.

Penulis melihat bahwa program khazanah memiliki kejelasan dan tujuan dalam manajemen organisasi. Terlihat dari isi-isi materi yang ditayangkan sangatlah informatif dan edukatif untuk semua kalangan masyarakat. Program khazanah juga menyampaikan pesan dakwahnya dengan cerdas karena tayangan ini hanya berdurasi 30 menit namun sangatlah berbobot materinya. Jadi, program ini diharapkan menjadi salah satu media dakwah untuk meningkatkan pemahaman keagamaan warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi di waktu sibuk. Melihat bertahannya program khazanah ini hingga sekarang membuktikan adanya penonton setia di berbagai daerah termasuk daerah

Kota Cimahi ini. Maka dari itu, penulis merasa termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul, “ Efektivitas Program Khazanah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan (Studi Penelitian Deskriptif Terhadap Warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, berikut rumusan masalahnya :

1. Bagaimana tinjauan teoritis tentang siaran dakwah dan agama ?
2. Bagaimana antusias warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi ketika menonton tayangan program khazanah Trans7?
3. Bagaimana pemahaman keagamaan warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi sesudah menonton program khazanah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tinjauan teoritis tentang siaran dakwah dan agama.
2. Untuk mengetahui bagaimana antusias warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi ketika menonton tayangan program khazanah Trans7.
3. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman keagamaan warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi sebelum dan sesudah menonton program khazanah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis berfungsi sebagai bahan referensi dari hasil penelitian secara ilmiah dan diharapkan dapat berguna untuk penelitian lebih lanjut dan lebih sempurna dalam upaya mengkaji, mendalami, dan mengembangkan Ilmu Komunikasi dan Dakwah.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis berfungsi sebagai bahan masukan bagi praktisi untuk pertimbangan dalam menetapkan suatu keputusan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat pada program Khazanah di Trans7, warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi dan dapat berguna bagi mahasiswa lain dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Dakwah dan bagi masyarakat umum lainnya.

E. Kerangka Pemikiran

Setiap media massa pastilah memiliki program di setiap acaranya. Dari program yang mendidik, menghibur hingga program religi selalu menarik minat penonton masyarakat tanah air. Pengemasan audio visual yang baik dan menarik menjadi salah satu ciri dan kelebihan dari media penyiaran televisi. Namun perlu ditinjau juga sejauh mana suatu program dapat memberikan suatu pengaruh atau dampak bagi masyarakat dan sejauh mana tingkat keberhasilan program tersebut untuk stasiun televisi.

Efektivitas merupakan gambaran tingkat keberhasilan atau keunggulan dalam mencapai sasaran. Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektivitas berasal dari kata efektif yang artinya berhasil. Secara istilah efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan (Effendy,2003: 14).

Jadi efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang sudah direncanakan dengan matang sebelumnya. Sedangkan program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik televisi ataupun radio (Morissan, 2011:210).

Adapun kriteria dan ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P. Siagian (1978:77) yaitu :

1. Adanya kejelasan tujuan yang hendak dicapai.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan.
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap.
4. Perencanaan yang matang.
5. Tersedianya sarana dan prasarana.
6. System pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik.

Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku dan tentunya program tersebut menarik dan disukai oleh audiens (Morissan, 2011:217). Program pun banyak sekali ragamnya, mulai dari program informasi berita, program hiburan, program music, program pertunjukan/*game show* hingga program religi Islam ataupun kristen.

Salah satu program religi yang berisikan fenomena-fenomena yang terjadi di masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang dan diperkuat dengan ayat-ayat al-Quran, hadits-hadits dan kisah-kisah nabi. Dan disampaikan dalam bentuk visual narasi, nama dari program tersebut adalah Program Khazanah di Trans7. Meskipun hanya tersaji dalam waktu 30 menit,

namun program ini mampu membuka wawasan baik pengetahuan tentang keagamaan ataupun pengetahuan umum.

Dakwah merupakan proses bentuk penyadaran kepada setiap manusia untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan menyeru kepada jalan Allah dengan mengamalkan nilai-nilai ajaran islam. Dalam surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi;

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang diberi petunjuk.”

Berdasarkan ayat diatas, dapat dipahami bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh baik lisan, tulisan maupun perbuatan sebagai upaya mewujudkan nilai-nilai ajaran islam dalam realitas kehidupan pribadi (*syahsiyah*), keluarga (*usrahi*), dan masyarakat (*jama'ah*) agar terciptanya masyarakat madani (Enjang & Aliyudin, 2009: 5).

Dakwah pada esensinya merupakan proses penyampain pesan-pesan agama islam, maka ia akan selalu terkait dengan kegiatan komunikasi, yaitu transformatif dan adiftif (Ahmad Subandi, 1994: 118). Disebut *transformatif* karna ia selalu berupaya mentransformasikan ajaran islam untuk kemudian dipahami, disikapi dan dilakukan pada perilaku sehari-hari. Sedangkan disebut *adiftif* karna dakwah pada prakteknya harus selalu memperhatikan kondisi dimana dakwah itu berlangsung.

Dari beberapa pengertian dakwah diatas, nampak adanya keterkaitan antara dakwah dan komunikasi. Ada persamaan konsep diantara keduanya yaitu sama-sama menyampaikan pesan yang bersifat terbuka atau umum dan tujuan cenderung saling mempengaruhi.

Communication berasal dari bahasa latin *communicatus, communicatio* atau *communicare* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Menurut *Webster New Collogiate Dictinory* komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku (Riswandi, 2009: 1)

Terdapat kesamaan diantara dakwah dan komunikasi. Selain memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengubah dan membentuk perilaku mad'u/komunikan. Dakwah pun dalam prosesnya memiliki unsur/ rukun yang terbentuk secara sistematis yang mana unsur ini pun ada pada komunikasi. Dalam dakwah terdapat enam unsur utama yaitu da'i, maudu' (materi dakwah), uslub (metode dakwah), wasilah (media dakwah), mad'u (objek dakwah) dan tujuan dakwah. Sedangkan konteks dakwah dan respon balik merupakan situasi dan implikasi yang tak terpisahkan dari proses dakwah (Enjang & Aliyudin, 2009: 73). Sedangkan dalam komunikasi menurut Harold Lasswel terdapat lima unsur dalam komunikasi yaitu (Burhan,2008:288) :

1. Unsur sumber (*who*, siapa)
2. Unsur pesan (*says what*, mengatakan apa)
3. Saluran komunikasi (*in which channel*, pada saluran mana)
4. Unsur penerima (*to whom*, pada siapa)
5. Unsur pengaruh (*with what effect*, dengan pengaruh apa)

Dalam unsur dakwah terdapat wasilah atau media dakwah. Media dakwah adalah salah satu komponen dakwah yang perlu dikembangkan untuk mencapai tujuan dakwah itu

sendiri. Media menjadi salah satu cara dakwah dapat tersampaikan kepada mad'u. Media dakwah merupakan perantara yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Media dakwah bisa beragam macamnya mulai dari media mimbar hingga media penyiaran seperti televisi, radio dan media cetak. Dapat ditarik kesimpulannya, bahwa media dakwah adalah sarana atau alat bagi dakwah agar materi dakwah dapat dipahami dan diterima bahkan diamalkan sehari-hari oleh mad'u. Media dakwah dapat dikelompokkan menjadi lima macam yaitu :

1. Lisan

Diantara media lisan adalah khutbah, nasehat, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, dan lain sebagainya. Dalam al-Qur'an ditemui isyarat tentang media lisan dalam surat Al-A'raf ayat 158 yang artinya,

“ katakanlah: Hai manusia sesungguhnya Aku adalah utusan Allah kepadamu semua, yaitu Allah yang mempunyai kerajaan langit dan bumi. Tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) selain Dia, Yang menghidupkan dan mematikan, maka berimanlah kamu kepada Allah dan rasulNya, nabi yang ummi yang beriman kepada Allah dan kepada kalimat-kalimatNya (kitab-kitab-Nya) dan ikutilah dia, supaya kamu mendapatkan petunjuk.”

Dalam ayat tersebut dapat dikatakan bahwa para nabi telah menyampaikan dakwahnya pertama kali menggunakan media lisan sebagai media dakwahnya. Dengan lisan manusia dapat menyampaikan kebajikan dan keburukan. Dan sebaik-baiknya perkataan adalah yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain.

2. Tulisan

Dakwah melalui tulisan seperti menulis buku islami, membuat artikel, majalah, buletin, dan lain-lain. Karna pada hakikatnya menulis merupakan suatu anjuran dalam islam selain membaca. Karna Rasulullah pun pada jamannya menggunakan surat sebagai media

dakwah mengajak kepada raja-raja untuk beriman diperkuat dalam al-Quran disebutkan dalam surat al-Qalam ayat 1 dan surat al-'Alaq ayat 1-5.

3. Lukisan

Media dakwah ini berupa hasil foto, seni lukis, gambar-gambar dan sebagainya.

4. Audio visual

Metode audio visual adalah suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Media dakwah yang satu ini menjadi salah satu media yang efektif karna media televisi dapat menjangkau khalayak yang luas dan heterogen namun kelemahan dari audio visual ini yaitu da'i tidak secara langsung mengetahui respon balik dan effect yang dirasakan oleh mad'u.

5. Budaya

Budaya juga menjadi salah satu media dakwah. Seperti wayang pada jaman dulu dijadikan sebagai media dakwah untuk mengajak kepada ajaran agama islam. Kemudian kota Aceh dengan kebudayaan atau seninya seperti kesenian tari seribu tangan, karna menurut sejarah orang aceh, pada zaman dahulu tari an tersebut digunakan untuk menyampaikan ajaran agama islam kepada masyarakat. Seperti bentuk media dakwah diatas, program acara khazanah merupakan salah satu bentuk media dakwah melalui media massa.

Keagamaan secara istilah berasal dari kata "Agama" yang mendapatkan awalan "ke" dan akhiran "an" sehingga menjadi keagamaan. Menurut W.J.S. Poerwadarminta (1986:18), keagamaan adalah sifat-sifat yang terdapat dalam agama atau segala sesuatu mengenai agama, misalnya perasaan keagamaan atau soal –soal keagamaan. Secara istilah agama dapat dilihat dari dua aspek yaitu aspek subjektif (pribadi manusia) dan aspek objektif. Aspek

objektif agama mengandung pengertian tingkah laku manusia dijiwai oleh nilai-nilai keagamaan yang berupa getaran batin yang dapat mengatur dan mengarahkan tingkah laku tersebut kepada pola hubungan antar tuhan dengan manusia (*habluminallah*) dan pola hubungan masyarakat dengan alam sekitar (*habluminannas*). Sedangkan aspek objektif disini adalah nilai-nilai ajaran tuhan yang bersifat menuntun manusia pada jalan kebaikan sesuai dengan kehendak ajaran tersebut.

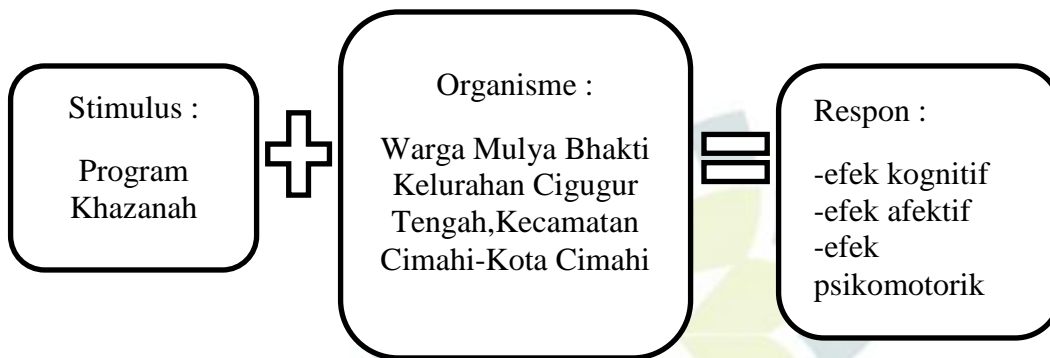
Adapun teori yang digunakan oleh penulis untuk meneliti hal ini adalah dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*). Salah satu model komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi. Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Model stimulus ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara-cara tertentu. Proses ini juga dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

1. (*Stimulus, S*) pesan, Pesan adalah suatu materi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi.
2. (*Organism, O*) komunikan, Komunikan adalah orang yang menerima pesan. Yaitu khalayak atau masyarakat umum yang beragam dari bahasa, warna kulit, bentuk tubuh dan juga heterogen atau tersebar diseluruh dunia.

3. (*Response, R*) efek, Efek atau respons adalah pengaruh atau dampak dari pesan yang disampaikan. Efek juga merupakan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Dan penerapan teori S-O-R pada judul penelitian dirumuskan sebagai berikut :



Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
2. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).

4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Efek komunikasi terdiri dari tiga jenis yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Efek kognitif, terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi oleh khalayak. Pesan yang menimbulkan efek kognitif pada komunikasi berarti telah berhasil membuat komunikasi mengerti sehingga menjadi pengetahuan baru baginya. Efek afektif, timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala hal yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai. Efek afektif lebih mempunyai kadar lebih tinggi dari efek kognitif karena pesan yang diterima oleh komunikasi dapat menimbulkan perasaan haru dan lainnya. Efek psikomotorik, merujuk pada perilaku untuk memperoleh cara-cara atau gerakan baru atau adanya tindakan atau dalam bentuk pengalaman (Ilahi, 2010: 117-119)

Menurut Benyamin Bloom seorang psikolog pendidikan di University of Chicago, menerangkan bahwa dalam pengajaran seorang pendidik harus memperhatikan tiga hal yaitu, 1. aspek afektif yang menggambarkan cara seseorang bereaksi secara emosional dan kemampuan mereka untuk merasakan kegembiraan dan rasa sakit orang lain, 2. Aspek kognitif yang meliputi pengetahuan, pemahaman, dan berpikir atas topik-topik tertentu dan 3. Aspek psikomotorik yang menggambarkan kemampuan secara fisik memanipulasi alat atau instrument. Pernyataan di atas memperkuat teori penelitian yang digunakan.

Program khazanah menjadi stimulus bagi warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi dan komunikasi yang menaruh perhatian,

pengertian dan penerimaan dalam stimulus tersebut menghasilkan sebuah efek atau perubahan sikap dari khalayak itu sendiri.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian, sering pula disebut prosedur penelitian atau metodologi penelitian, secara garis besar mencakup kegiatan penelitian : lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data (Tim Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2007 :80). Semua langkah ini secara singkat akan dibahas pada uraian berikut :

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan adalah di Rw 15 yaitu daerah Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi. Pada lokasi ini penulis mendapatkan data-data primer seperti jumlah penduduk yang mengikuti program khazanah di Trans7.

2. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi dan peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Jalaludin Rakhmat,2007: 24). Pada hakikatnya penelitian bertinak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasinya. Adapun jenis penelitian yang termasuk penelitian deskriptif adalah penelitian survey.

Penelitian survey merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket agar nantinya menggambarkan sebagai aspek dari populasi (Nurul Zuriah, 2005: 47).

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota yang mengikuti program khazanah. Populasi ini terdiri dari bapak-bapak, ibu-ibu dan pelajar (remaja) yang seluruhnya berjumlah 115 orang. Dan mengambil sampel sebanyak 30 orang dengan ketentuan mengetahui dan mengikuti program tersebut.

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini, akan dipakai teknik *sampling purposif* yaitu memilih orang-orang tertentu jadi hanya sebagian warga yang dijadikan responden dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah, Kecamatan Cimahi-Kota Cimahi yang mengetahui dan mengikuti program Khazanah.
- b. Ketua RW
- c. Study kepustakaan (Jalaludin Rakhmat, 2009: 81).

4. Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

- a. Data primer, yaitu informasi mengenai data yang didapat dari warga Mulya Bhakti dan Ketua RW Kelurahan Cigugur Tengah Kecamatan Cimahi tengah, Kota Cimahi dan tim kreatif program Khazanah Trans7.

- b. Data sekunder, yaitu data-data yang didapat informasinya dari segala tulisan buku dan lain sebagainya yang dapat membantu dalam pengumpulan informasi penelitian.

5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu :

Seluruh warga Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah Kecamatan Cimahi tengah, Kota Cimahi yang mengikuti program Khazanah di Trans7. Dalam konteks ini yang mengikuti program tersebut adalah anak remaja, dewasa, dan usia lanjut usia yang jumlah totalnya terdiri dari 30 orang, ketua Rw 15 Kelurahan Cigugur Tengah Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi, tim kreatif program Khazanah dan buku-buku atau sumber yang berkaitan dengan masalah penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti memperoleh atau mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Jenis observasi yang digunakan adalah *participative observation* (observasi partisipatif) yaitu, mengadakan pengamatan langsung dan sekaligus ikut berpartisipasi sebagai peserta agar dapat memperoleh data yang lebih banyak dan mendalam. Sasaran utama dalam observasi ini adalah mengamati, mengkategorikan perilaku, mengamati gejala dan mencatat dengan suasana apa adanya atau secara naturalistik (Rakhmat, 1997:25). Maka dari itu, peneliti melakukan observasi pada program acara khazanah di Trans7 yang merupakan salah satu media

dakwah pada masa kini dan pada warga Cilember Gg. Buni Sugih Rt07/Rw 15 Kelurahan Cigugur Tengah Kecamatan Cimahi tengah, Kota Cimahi.

2. Wawancara

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam karena peneliti ingin memperoleh informasi dan data yang mendalam dari responden. Yaitu ketua Rw 15 Mulya Bhakti Kelurahan Cigugur Tengah Kecamatan Cimahi Tengah dan tim kreatif program Khazanah Trans7.

3. Angket

Cara ini dapat juga dipandang sebagai “interview tertulis” dengan beberapa perbedaan (Surakhmat,2004: 180). Yaitu pertanyaan disusun dengan menyediakan alternatif jawaban. Sehingga responden dapat memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan kesepakatan antara pertanyaan dan pernyataan. Selain itu, angket disini digunakan dalam rangka untuk mencocokkan dengan data hasil observasi.

4. Study Kepustakaan

Hal ini dilakukan untuk menambah data dan informasi seputar permasalahan yang akan di teliti. Sehingga penelitian ini bisa lebih baik, sempurna dan dapat dipertanggungjawabkan validitasnya.

7. Analisis Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Kuantitatif adalah data yang dikumpulkan dalam jumlah besar dan mudah diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori. Analisis kuantitatif disebut juga analisis statistik.

Untuk menganalisis data kuantitatif dilakukan dengan cara menghubungkan jawaban responden dengan melalui proses sebagai berikut :

- a. Membuat kolom dengan kolom item, alternatif jawaban, prosentase jawaban dan skor frekuensi.
- b. Mencari (F) dengan cara menjumlahkan total dari tiap alternatif jawaban.
- c. Mencari frekuensi seluruhnya (N) dengan menjumlahkan responden untuk mencari skor prosentase masing-masing jawaban dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

F = frekuensi

N = jumlah responden

100 = bilangan sesuai perkataan

- d. Melakukan analisis dengan penafsiran berdasarkan data yang ada dengan berpedoman pada standar sebagai berikut :

TABEL TABULASI

| No | Presentase | Penafsiran |
|----|------------|--------------------|
| 1. | 100% | Seluruhnya |
| 2. | 90 - 99 % | Hampir seluruhnya |
| 3. | 60 - 89 % | Sebagian besar |
| 4. | 51 - 59 % | Leih dari setengah |
| 5. | 50 % | Setengahnya |
| 6. | 40 - 49 % | Hampir setengahnya |
| 7 | 10 - 39 % | Sebagian kecil |
| 8. | 1 - 10 % | Sedikit sekali |
| 9. | 0 % | Tidak sama sekali |

(Surakhmad, 1998:83)