

*Laporan Penelitian*

DIPA 2006

**DAKWAH DI MEDIA MASSA :  
Kajian Tentang Strategi Da'i  
Dalam Menyusun Pesan Dakwah di Televisi**



**Dra. Hamidah, M.Ag  
NIP. 150 247 328**

**LEMBAGA PENELITIAN  
IAIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**DAKWAH DI MEDIA MASSA: KAJIAN  
TEORITIS TENTANG STRATEGI DA'I DALAM  
MENYUSUN PESAN DAKWAH DI TELEVISI**



**Dra. Hamidah, M.Ag**  
**NIP. 150 247 328**

**PUSAT PENELITIAN  
IAIN RADEN FATAH PALEMBANG  
TAHUN 2006**

## **SAMBUTAN KEPALA PUSAT PENELITIAN IAIN RADEN FATAH**

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Alhamdulillah Program Penelitian Individu dan Kelompok Dosen/Karyawan anggaran DIPA 2006 telah dapat terselenggara pada waktunya, dan salah satu laporan penelitiannya berada di tangan pembaca ini. Sesuai dengan namanya, program ini berupa pemberian bantuan biaya untuk melakukan penelitian bagi para dosen atau karyawan di lingkungan IAIN Raden Fatah yang pada tahun ini dialokasikan berjumlah 30 penelitian, dengan rincian 10 penelitian kelompok dan 20 penelitian individu.

Program ini diselenggarakan dalam rangka melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu penelitian. Seperti diketahui bahwa kualitas suatu Perguruan Tinggi salah satunya ditentukan oleh kuantitas dan kualitas penelitian yang dihasilkannya. Berkaitan dengan itu, program ini antara lain ditujukan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian yang dimaksud. Meski disadari bahwa untuk mencapai keduanya sekaligus merupakan sesuatu yang cukup sulit.

Dilihat dari perkembangan yang tampak, hingga tahun 2006 ini secara kuantitas penelitian-penelitian yang diselenggarakan oleh kalangan dosen maupun karyawan sudah cukup banyak. Oleh karena itu, pada tahun-tahun yang akan datang program-program penelitian yang dikembangkan oleh pusat penelitian IAIN Raden Fatah akan lebih diarahkan pada peningkatan kualitas penelitian dan lebih difokuskan pada penelitian-penelitian yang memiliki sinergi dan manfaat langsung bagi pengembangan IAIN Raden Fatah ke depan dalam rangka menuju Perguruan Tinggi yang berkualitas.

Akhirnya, ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor IAIN Raden Fatah atas kepercayaan yang diberikan kepada pusat penelitian untuk menyelenggarakan program ini. Semoga program ini bermanfaat bagi upaya memajukan IAIN Raden Fatah yang kita cintai ini.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Palembang, November 2006  
Kepala Puslit IAIN Raden Fatah

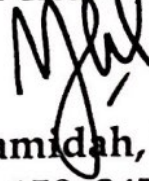
Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si  
NIP. 150 274 336

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penelitian yang berjudul *Dakwah Di Media Massa: Kajian Teoritis Tentang Strategi Dai' Dalam Menyusun Pesan Dakwah di Televisi* ini selesai dilaksanakan. Terlaksananya penelitian ini tentu saja merupakan akumulasi dari berbagai dukungan yang harus disebutkan di sini. Dukungan moral suami tercinta yang telah memberikan pengertian yang mendalam kepada saya untuk menyita banyak waktu yang seharusnya diperuntukkan kepadanya. Untuk itu saya ucapkan terima kasih. Secara kelembagaan terima kasih disampaikan kepada Rektor IAIN Raden Fatah yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan kegiatan penelitian ini. Semoga ada manfaatnya.

Palembang, Desember 2006

Peneliti



Dra. Hamidah, M.Ag.

NIP : 150 247 328

# DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Identitas dan Pengesahan .....	iii
Sambutan Kepala Pusat Penelitian IAIN Raden Fatah .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Abstrak .....	xi

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Kerangka Teori .....	10
G. Metodologi .....	10
H. Sistematika Pembahasan .....	11
I. Jadwal Kegiatan .....	12
J. Rancangan Biaya .....	12

## BAB II DAKWAH DAN TELEVISI

A. Pengertian, Tujuan dan Sasaran Dakwah .....	13
B. Posisi Media Televisi .....	20
C. Karakteristik Televisi .....	22
D. Fungsi Televisi .....	24
E. Peluang Dakwah di Televisi .....	26

**BAB III**  
**FUNGSI TELEVISI**  
**DAN STRATEGI DAKWAH**

A. Fungsi Televisi sebagai Media Dakwah .....	29
B. Strategi Dakwah di Televisi .....	34
C. Standarisasi Da'i .....	45
D. Teknik Analisis Data .....	32
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	33

**BAB IV**

<b>PENUTUP .....</b>	<b>29</b>
----------------------	-----------

**DAFTAR PUSTAKA**

## ABSTRAK

Kajian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah televisi dapat menjadi media alternatif dalam proses penyebaran pesan-pesan dakwah dan bagaimana strategi yang perlu dilakukan da'i untuk berdakwah di televisi, serta bagaimanakah standarisasi da'i berdakwah di televisi.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan komunikasi massa dan komunikasi dakwah. Data-data yang berhubungan dengan hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan dikumpulkan melalui studi dokumentasi terhadap sumber-sumber berupa buku-buku yang berhubungan dengan data dimaksud. Data yang telah terkumpul akan diperiksa terlebih dahulu, kemudian diklasifikasi untuk selanjutnya diadakan kategorisasi yakni menyusun kategori-kategori sesuai dengan unsure-unsur yang terdapat bagian-bagian persoalan yang telah dipisahkan. Kemudian, analisis sistemik dipakai untuk mengungkapkan konsep-konsep komunikasi massa dan komunikasi dakwah agar dapat memahami persoalan-persoalan dalam penelitian ini sehingga dapat mendeskripsikan secara benar strategi da'i dalam menyusun pesan-pesan dakwah di televisi. Dengan demikian penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif naratif tetapi juga deskriptif analitis.

Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut :

Dalam hubungannya dengan dakwah, televisi berfungsi sebagai media informasi terletak pada pesan-pesan dengan muatan islam. Informasi Islam yang menjadi pesan dakwah berupa :

Pembekalan khalayak secara umum tentang hakikat-hakikat islam yang bersumber dari al-Qur'an dan as-Sunnah, secara langsung maupun tidak langsung menggunakan media informasi keagamaan dalam arti yang khusus dan umum serta dilakukan oleh seorang pelaku komunikasi yang memiliki *back ground* yang luas

dan mendalam dalam masalah tugas yang diembannya. Hal itu dimaksudkan untuk membentuk opini umum dan menyadari hakikat keagamaan sehingga difahami dengan betul serta memberikan dampak terhadap keyakinannya, ibadahnya dan mualmalahnya (inteaksi sosialnya) (Muhyiddin, 1999: 21).

Televisi sebagai media dakwah berfungsi untuk memberikan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam yang merujuk kepada dua sumber pokok, al-Qur'an dan as-Sunnah sehingga khalayak mendapatkan pencerahan sebagai pedoman berperilaku dalam beribadah, serta bermua'malah. Pendapat ini mengindikasikan bahwa pesan dakwah bersifat eksplisit artinya secara redaksional ia secara tegas menyuarakan nilai-nilai Islam kepada khalayak.

Strategi pertama yang dilakukan oleh para pengelola dakwah adalah menetapkan dan memantapkan sasaran dakwahnya, artinya dalam perencanaanya dakwah harus diarahkan pada kelompok tertentu, tidak ditujukan kepada semua kelompok sosial, walaupun media massa bersifat umum dapat menerpa semua kelompok, akan tetapi kelompok di luar sasaran bukanlah menjadi fokus perhatian.

Selanjutnya standarisasi da'i juga akan memberikan kontribusi bagi keefektifan pesan-pesan yang disampaikan. Standarisasi tersebut meliputi aspek ethos da'i yang terdiri dari kompetensi, integritas serta *good will*. Selain itu da'i juga memerlukan keterampilan khusus tentang hal-hal yang berhubungan dengan bahasa, sifat-sifat media televisi, serta karakter kamera.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Editor, Yogyakarta: Prima Duta, 1983.
- Amir, Yusuf Faisal, *Reorientasin Pendidikan Islam*, Jakarta: Gema Insani Pers, 1995.
- Chodijah, Nasution, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 1971.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: Toha Putra, 1989.
- Dervin, B, "Mass Communication: Changing Conception of Audience" *Public Communication Campaign*, R.E. Rice and W.J. Paisley, editors, Beverly Hills: Sage Publication, 1981.
- Davison, W.P., "On The Effects of Communication", *Public Opinion Quartely*, 23: 360, 1959.
- Denis, E.E, "Post Mortem on McLuhan: A Public Figure's Emmergence and Decline as Soon in Popular Magazines", *Mass Communication Rev.*
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komuniaksi*, Bandung: Rosdakarya, 1993.
- , *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju, 1993.
- , *Spektrum Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 1992.

Kusnadi, Wawan, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996.

Idrus, Muhammad, *Peran Media Informasi Dalam Pengembangan Umat*.

Abdul Qafar, (Penterj ), Gazi Said Saloom, Jakarta: Pustaka al-Kaustar, 1989.

Muhyiddin Asep, dan Safei, Ahmad, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.

Noele-Neumann, E, "Return to Concept of Powerful Mass Media", *Studies of Broadcasting: an Interaction Annual of Broadcasting Science*, H. Eguchi dan K. Saa, Editors Tokyo: Nippon Hosho Kyokai, 1973.

Poerwadarminta, W.J.S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1984.

Quraisy, Sihab, *Membunikan al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1996.

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.

———, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.

Wahyudi, JB, *Komunikasi Jurnalistik*, Bandung: Alumni, 1991.