



## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

#### A. Kajian Kepustakaan

##### 1. Kajian tentang Dakwah

###### a. Pengertian Dakwah

Dakwah secara bahasa berasal dari *da'wah* ( الدعوة ) yang mempunyai makna bermacam-macam, diantaranya adalah memanggil, mendorong, minta tolong, memohon, mendatangkan, mendoakan dan menyeru.<sup>1</sup>

Secara istilah, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mendefinisikan dakwah, karena hal ini disebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai kata dakwah itu sendiri. Diantara definisi dakwah menurut para ahli adalah:<sup>2</sup>

###### 1) Syekh Muhammad al Rawi

Dakwah adalah pedoman hidup yang sempurna untuk manusia beserta ketetapan hak dan kewajibannya.

###### 2) Syekh Muhammad al Khadir Husain

Dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.

---

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009) h. 6

<sup>2</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hh. 11-13



### 3) ‘Abd al Karim Zaidan

Dakwah adalah mengajak kepada agama Allah. Di dalam firman Allah, juga telah disebutkan tentang beberapa makna dakwah, diantaranya terdapat dalam surat Yunus ayat 25 yang berbunyi,<sup>3</sup>

وَاللَّهُ يَدْعُوًا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya :

“Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (syurga) dan memberikan petunjuk kepada orang yang dikehendak-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).” Qs. Yunus 10:25<sup>4</sup>

Dari beberapa de finisi di atas yang telah dikemukakan oleh ahli ilmu dakwah ada beberapa dalam perumusan, yang hakekatnya semua adalah sama yaitu menyeru dan mengajak manusia untuk memahami dan mentaati perintah Allah dan Rosulnya.

#### **b. Komponen–komponen Dakwah**

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur- unsur yang terkandung dalam dakwah atau dalam bahasa lain adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah. Dan desain pembentuk tersebut adalah meliputi :

---

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hh. 7-9

<sup>4</sup> Depag, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Proyek Penggandaan Kitab Suci Al Qur'an Departemen Agama RI, 1985), h.310



## 1. Da'i

Subyek dakwah adalah *da'i* atau *mubaligh* yaitu orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung menurut syari'at al-Qur'an dan as-Sunnah. *Da'i* identik dengan orang yang melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*.

*Da'i* ibaratnya seorang *guide* atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan hidup di akhirat.<sup>5</sup> Adapun pelaksanaannya adalah menurut kemampuan masing-masing. Dengan demikian secara umum, subyek dakwah adalah setiap muslim. Sedangkan arti secara khusus subyek dakwah mempunyai syarat-syarat tertentu sebagaimana disebutkan di atas, sehingga sukses dan tidaknya suatu kegiatan dakwah sangat tergantung dari peran para *da'i*.

## 2. Mad'u

Obyek dakwah (*mad'u*) yaitu masyarakat atau orang lain yang menerima pesan dakwah. *Mad'u* atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali, baik pria maupun wanita, beragama maupun rakyat biasa. Seluruh manusia sebagai penerima atau obyek dakwah adalah hakekat diturunkannya agama Islam dan kerisalahan Rasulullah Saw, itu berlaku secara universal untuk seluruh umat manusia tanpa memandang warna kulit, asal usul keturunan, daerah tempat tinggal dan lain-lain. Oleh karena itu dakwah tertuju kepada mereka tanpa melihat tingkat kebangsaan maupun golongan.

---

<sup>5</sup>Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, Al-Ikhlash, h.57



### 3. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat-alat atau perangkat yang digunakan untuk memudahkan proses dakwah. Media-media ini digunakan sebagai upaya mengkonkritkan gagasan-gagasan yang ada dalam pesan dakwah.

Salah satu media dakwah dan ini yang paling utama adalah juru dakwah itu sendiri. Badannya yang bertingkah laku dan yang mudah dikenali orang adalah media yang memungkinkan orang-orang faham pesan-pesan dakwah.

Muhammad Ghozali menegaskan bahwa: “Mereka sendiri (para pelaku dakwah) adalah dakwah atau teladan hidup dari ajaran-ajaran Islam. Juga dengan gairah dan teladan lah Islam mencapai gunung-gunung daratan Asia, menyebar ke sawah-sawah tanah tropis dan menyusup ke semak semak Afrika. Tak ada lembaga-lembaga resmi. Orang-orang Islam begitu saja pergi dengan dorongan dan kecenderungan pribadinya dan kemana-mana dia membawa agamanya.”<sup>6</sup>

Di luar badannya tentu saja banyak hal yang bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Apalagi dengan terus berkembangnya zaman dan terus pesatnya kemajuan teknologi makin canggih media yang bisa dimanfaatkan. Media-media cetak, seperti: buku, koran, majalah atau bulletin sudah tidak asing lagi bagi kita. Media elektronik, macam: radio, televisi, computer (internet) bahkan handphone. Dan masih banyak yang lain seperti film dan sebagainya.

---

<sup>6</sup> <file:///D:/dakwah%20%20pengertian%20dakwah.htm> diakses 18 Juli 2013



#### 4. Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi ajakan, anjuran dan ide gerakan dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Sebagai isi ajakan dan idea gerakan dimaksudkan agar manusia mau menerima dan memahami serta mengikuti ajaran tersebut, sehingga ajaran Islam ini benar-benar diketahui, difahami, dihayati dan selanjutnya diamalkan sebagai pedoman hidup dan kehidupannya.<sup>7</sup>

Pada dasarnya materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:

1. Masalah keimanan (Aqidah)
2. Masalah keislaman (Syari'ah)
3. Masalah budi pekerti (Akhlak)<sup>8</sup>

##### 1. Aqidah

Dari segi bahasa aqidah berarti *al aqdu* “ikatan, *at tautsiiqu* kepercayaan atau keyakinan yang kuat”. Sementara itu dari segi istilah adalah mengikrarkan dengan lisan, meyakini dalam hati dan mengamalkan apa yang diimani dalam perbuatan sehari-hari. Aqidah adalah merupakan fondasi ajaran Islam yang sifatnya pasti dan mutlak kebenarannya. Pembahasan ini berkisar pada aqidah yang terumuskan dalam rukun iman yang enam yaitu, iman kepada Allah, iman kepada Malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman

---

<sup>7</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al Ikhlas, 1983), h. 60

<sup>8</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, h. 60



kepada RasulNya, iman kepada hari Akhir dan iman kepada Qada' dan Qadar Allah.<sup>9</sup>

Masalah aqidah ini secara garis besar ditunjukkan oleh Rosulullah saw. dalam sabdanya :

الْأَخِرِ وَالْيَوْمِ وَ رُسُلِهِ وَكُتُبِهِ وَمَلَائِكَةِ اللَّهِ بِمَا تُؤْمِنُ أَنْ الْإِيمَانَ

- البخاري رواه - وَ سَيِّئِ خَيْرِهِ لَقَدْ بَا وَتُؤْمِنَ

Artinya :

*“Iman adalah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rosul-rosul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk”.* (HR. Bukhari).<sup>10</sup>

## 2. Syari'ah

Dari segi bahasa syari'ah berarti “jalan yang harus dilalui”, adapun menurut istilah adalah ketentuan hukum Allah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan alam. Syariah dapat dibagi menjadi beberapa bidang, yaitu :

### a. Ibadah

Adalah aturan tentang hubungan manusia dengan Allah. Ibadah dibagi menjadi dua macam, yaitu :

1) *Ibadah Mahdhah*, yaitu aturan-aturan tentang tata cara hubungan manusia dengan Allah, seperti yang tercantum atau terumuskan dalam rukun Islam yang kelima.

---

<sup>9</sup> Zaky Mubarak Latif, dkk., *Aqidah Islam*, (Jogjakarta : UII Press, 2001), hh. 78-79

<sup>10</sup> Al Imam Zainudin Ahmad bin Abd al Lathif, *Mukhtashar Shahih al Bukhari*, terjemah oleh Ahmad Zainudi, *Ringkasan Hadits Shahih al Bukhari*, (Jakarta : Pustaka Amani, 2002) h. 28

2) *Ibadah Ghairu Mahdha*, yaitu segala perkataan dan perbuatan yang baik menurut agama, yang dilakukan untuk mencari keridhaan Allah. Contohnya diantaranya adalah ta'ziyah, menjenguk orang sakit, dan sebagainya.

b. *Muamalah*

Adalah aturan tentang hubungan manusia dengan manusia dalam rangka memenuhi kepentingan atau kebutuhan hidupnya, baik yang primer atau yang sekunder. Contohnya adalah berdagang, pernikahan, dan lain sebagainya.<sup>11</sup>

Hal ini dijelaskan dalam sabda Nabi saw. :

الرِّكَاءَةُ وَتُؤْمِنُ الصَّلَاةَ وَتُقِيمُ شَيْئًا بِهِ تُشْرِكُ وَلَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

- البخاري رواه - رَمَضَانَ وَ تَصُومُ الْمَفْرُوضَةَ

Artinya :

*“Islam adalah bahwasannya engkau menyembah kepada Allah swt dan janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun mengerjakan sembahyang, membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan dan menunaikan ibadah haji di Makkah (Baitullah)”.* (HR. Bukhari Muslim).<sup>12</sup>

Hadits di atas mencerminkan hubungan antara manusia dengan Allah. Artinya masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah syari'ah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia sangat diperlukan juga. Seperti hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan, dan amal-amal saleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti

<sup>11</sup> Zaky Mubarak Latif, dkk., *Akidah Islam*, (Jogjakarta : UII Press, 2001), h. 79

<sup>12</sup> Al Imam Zainudin Ahmad bin Abd al Lathif, *Mukhtashar Shahih al Bukhari*, terjemah oleh Ahmad Zainudi, *Ringkasan Hadits Shahih al Bukhari*, h. 28



minum-minuman keras, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (*nahi 'anil munkar*).<sup>13</sup>

### 3. Akhlak

Dari segi bahasa kata *akhlak* bentuk jamak dari kata *Al khuluku* yang mempunyai makna “budi pekerti”. Adapun menurut istilah, akhlak berarti ilmu untuk menetapkan ukuran segala perbuatan manusia, yang baik atau yang buruk, yang benar atau yang salah, yang hak atau yang bathil. Sedangkan menurut Imam Ghazali dalam bukunya *Ihya Uluuddin* menyatakan sebagai berikut :

صَنُّوا لِإِنْفَعَالٍ عَنْهَا رَأْسُ حَخَّ النَّفْسِ فِي هَيْئَةٍ عَنْ عِبَارَةِ الْخُلُقِ  
وَرُؤْيَةِ فِكْرٍ إِلَى حَاجَةِ غَيْرٍ وَ نُيِّرِمِنْ بِسْمِ اللَّهِ

Artinya :

“Akhlak ialah sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang menimbulkan segala perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pikiran dan pertimbangan”<sup>14</sup>

Adapun tujuan akhlak adalah menciptakan manusia sebagai makhluk yang tinggi dan sempurna, dan membedakannya dari makhluk-makhluk lainnya. Akhlak hendak menjadikan orang berakhlak baik, bertindak tanduk yang baik terhadap manusia, terhadap sesama makhluk dan terhadap Tuhan.<sup>15</sup>

### 5. Metode Dakwah

Menurut Dzikron Abdullah bahwa metode dakwah itu bermacam-macam diantaranya, adalah :

---

<sup>13</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, h. 62

<sup>14</sup> Anwar Masy'ari, *Akhlak Al Qur'an*, (Surabaya : PT Bina Ilmu, 1990) h. 3

<sup>15</sup> Anwar Masy'ari, *Akhlak Al Qur'an*, h. 4

1. Metode ceramah
2. Metode tanya jawab
3. Metode diskusi.<sup>16</sup>

Allah berfirman dalam surat an-Nahl ayat 125, yang merupakan pedoman bagi para *da'i* dalam melaksanakan kegiatan dakwah, sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalanNya dan Dialah yang mengetahui orang-orang yang terdapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl : 125).<sup>17</sup>

Dalam ayat tersebut menunjukkan bahwa dalam menyampaikan dakwah itu bisa dengan *bil-hikmah*, dengan nasehat yang baik dan mujadalah. Adapun yang dimaksud hikmah menurut pengertian sehari-hari ialah bijaksana dan secara hikmah menurut pengertian khusus yaitu; secara ilmiah dan filosofis.<sup>18</sup>

Dari pengertian itu dapat diambil kesimpulan pengertian dakwah *bil hikmah* adalah dakwah yang dilakukan dengan cara bijaksana, ilmiah dan arif, oleh karena itu seorang *da'i* harus selalu bijaksana dalam segala hal yang dihadapi, sedangkan yang dimaksud dengan *mauidhah hasanah* yaitu dakwah

<sup>16</sup> Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, Penerbit Fakultas Dakwah, IAIN Walisongo Semarang, 1987, h.h 14-36

<sup>17</sup> Depag, *Al Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Proyek Penggandaan Kitab Suci Al Qur'an Departemen Agama RI, 1985), h.421

<sup>18</sup> Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, h.25



dilakukan dengan cara memberi ingatkan atau nasehat kepada orang lain dengan yang baik. Dengan demikian maka seorang *da'i* haruslah dapat memberi nasehat, didikan, bimbingan dan petunjuk yang baik dalam segala lapangan hidup, kesemuanya itu dimaksudkan dan disampaikan kepada mereka yang kurang pengetahuannya, cara penyampaian terhadap mereka dengan sikap yang baik agar dapat menjinakkan hati mereka. Yang dimaksud dakwah *bil mujadalah* adalah dakwah dilaksanakan dengan jalan mengadakan tukar pikiran yang sebaikbaiknya, jelasnya bahwa orang yang berdakwah dengan *mujadalah* itu tidak boleh beranggapan bahwa yang satu dengan lainnya sebagai lawan, tetapi harus dianggap sebagai teman yang berusaha untuk mencari kebenaran. Dengan metode *mujadalah* ini maka *da'i* dapat memperoleh beberapa keberhasilan dalam dakwah sebagai berikut:

- a. *Da'i* dapat menunjukkan kepada khalayak tentang kebenaran yang dibawanya, karena dengan adanya diskusi, maka kebenaran akan terungkap secara jelas karena disertai dengan berbagai argumentasi yang memadai.
- b. Dengan metode diskusi, *da'i* dapat menyadarkan lawan bicaranya apabila ternyata lawan bicaranya tersebut salah.
- c. Dengan metode diskusi, *da'i* dapat menunjukkan kebenaran dakwah Islam kepada mereka yang menentang Islam dengan memberikan bukti-bukti ajaran Islam yang *haq* secara nyata dan penuh kearifan.



## **2. Kajian tentang Televisi dan Sinetron.**

### **a. Pengertian Televisi**

Televise adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing – masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi, televise berarti tampak atau melihat dari jarak jauh.

Saat ini tidak ada satu detik pun yang lewat tanpa tayangan televisi, baik nasional maupun internasional dengan berbagai alat – alat canggih, dan tidak ada satu wilayah pun yang tidak bisa dijangkau dengan berbagai alat – alat komunikasi yang canggih. Sampai – sampai alat ini mengubah dunia yang luas ini menjadi dusun besar (*global village*).

Televisi memang sudah menjadi kebutuhan, sehingga permintaan pesawat meningkat tajam dari tahun ke tahun, demikian pula produsen berusaha meningkatkan kualitas produksinya. Hal ini bisa dimengerti sebab televisi bisa memuaskan khalayak penonton melalui berbagai program yang disiarkan, karena itu perkembangan televisi demikian cepat dan meluas, hingga kita sering terhenyak tidak memahami sepenuhnya arah perkembangan yang akan terjadi di masa mendatang.<sup>19</sup>

### **b. Pengaruh Televisi**

Televisi merupakan media masa yang mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia. Meski lahir paling belakang di dibandingkan media

---

<sup>19</sup> Darwanto Sastro, *Televisi sebagai media pendidikan*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1995), h. 20



masa cetak, dan radio, namun pada akhirnya media televisilah yang paling banyak diakses oleh masyarakat di mana pun di dunia ini.<sup>20</sup>

Sebagai media massa yang tumbuh belakangan, dan merupakan konvergensi dari media radio, surat kabar, industri musik, pertunjukan panggung, dan sebagainya, televisi memiliki kekuatan yang sangat besar di banding jenis media massa lain. meskipun teknologi internet belum mampu menggeser dominasi televisi. Di mana-mana persentase penggunaan jenis media masa masih di kuasai oleh televisi. Kemampuan televisi mendominasi media lain karena media ini mempunyai sejumlah kelebihan, antara lain:<sup>21</sup>

a. Bersifat dengar - pandang

Tidak seperti media radio yang hanya bisa di nikmati melalui indra pendengar, media televisi bisa dinikmati secara visual melalui indra pengelihatan.

b. Menghadirkan realitas sosial

Televisi memiliki kemampuan menghadirkan realitas sosial seolah-olah seperti aslinya. Kemampuan teknologi kamera dalam merekam realitas sebagaimana aslinya, menjadikannya memiliki pengaruh sangat kuat pada diri khalayak. Meskipun orang yang berada di balik pengoperasionalan kamera sering memiliki agenda setting tersendiri dan melakukan *framing* atas realitas yang direkam, namun khalayak percaya bahwa suara dan gambar yang mereka ikuti di layar televisi mencerminkan realitas sosial yang ada.

---

<sup>20</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, edisi pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 11

<sup>21</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, h. 14



c. Simultaneos

Kekuatan lain yang dimiliki media televisi adalah kemampuan menyampaikan segala sesuatu secara serempak sehingga mampu menyampaikan informasi kepada banyak orang yang tersebar di berbagai tempat dalam waktu yang sama persis.

Aspek simultaneous sebenarnya juga dimiliki oleh media radio, hanya keserempakan yang terjadi dalam media televisi tidak hanya bersifat auditif tetapi juga visual sehingga kesan yang diterima *audience* sangat kuat.

d. Memberi rasa intim/kedekatan

Tayangan program televisi secara umum disajikan dengan pendekatan yang persuasif terhadap khalayaknya. Dengan menggunakan sapaan yang memberi kesan dekat, tidak berjarak, bahasa tutur sehari-hari, gesture yang wajar menciptakan suasana intim antara presenter program dengan khalayak. Hal yang demikian ini tidak ditemukan di media cetak. Media radio memiliki sifat yang mirip namun hanya mengandalkan audio. Sehingga, daya tariknya relatif rendah, sedangkan televisi didukung oleh visual yang menarik.

e. Menghibur

Meskipun secara konseptual fungsi televisi sama dengan media massa lainnya, yaitu informatif, edukatif, dan menghibur, namun fungsi terbesar dari media televisi adalah menghibur. Berbagai hasil studi menunjukkan bahwa motif utama orang menonton televisi adalah mencari hiburan, setelah itu mencari informasi, dan paling akhir adalah mencari pengetahuan atau pendidikan.



Selain beberapa kelebihan yang dimiliki, media televisi, juga mengandung kelemahan yang kurang menguntungkan bagi pengguna. Adapun kelemahan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

a. Menentukan kelompok yang dituju

Karena sifat siaran televisi Simultaneous, maka setiap kali penayangan sebuah program langsung dapat diakses oleh berbagai kalangan dari balita sampai kakek-nenek, dan banyak kalangan maupun latar belakang sosial ekonomi, budaya, dan psikografi yang berbeda. Namun, sejauh ini belum ada sistem yang mengendalikan siaran televisi agar bisa diakses oleh target sasaran tertentu saja.

b. Cenderung mengabaikan isu-isu mendalam

Menyadari bahwa setiap program acara otomatis akan diikuti oleh berbagai kalangan, maka dalam proses produksi pihak produser selalu mempertimbangkan aspek kemudahan untuk dicerna meskipun isu yang diangkat sangat serius dan rumit, tetap penyajiannya harus mudah dipahami oleh khalayak.

c. Kurang berkesinambungan

Secara umum tayangan program di televisi jarang memperhatikan aspek kesinambungan antara program satu dengan lainnya. Untuk dapat mengikuti tayangan televisi, khalayak tidak dipersyaratkan mengikuti program yang ditayangkan sebelumnya.

---

<sup>22</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, h.17



d. Impersonal

Kelemahan media televisi adalah sifatnya yang impersonal sehingga proses komunikasi sesungguhnya berlangsung secara tidak alami. Penyajian program sebagai komunikator yang diajak bicara dan khalayak sendiri tidak mengenalnya. Jadi hubungan antara satu dengan yang lain betul-betul impersonal, tidak saling mengetahui.

a. Biaya tinggi

Meskipun teknologi komunikasi sudah berhasil menyederhanakan perangkat kerja produksi televisi, namun ongkos yang harus dikeluarkan untuk penyelenggaraan program-program pendidikan melalui televisi tetap saja tinggi.

b. Persaingan antartelevisi

Keberadaan media televisi harus diakui sebagai suatu kemajuan di bidang informasi. Masyarakat pun semakin menggandrungi keberadaan media televisi. Persaingan antar stasiun televisi pun ketat. Demi menjaga eksistensi masing-masing, lahirlah kelompok-kelompok usaha tersebut terdiri dari RCTI, TPI, dan Global TV dan TV 7 dimiliki oleh kelompok usaha yang sama. Bersamaan dengan hal itu lahir pula stasiun-stasiun televisi lokal.

**c. Fungsi Media Televisi**

Menurut Robert K. Avery dalam bukunya “Communication and The Media” dan Sanford B. Wiendberg dalam “Message – A Reader in Human

Communication”. Random House, New York 1980, mengungkapkan 3 fungsi media yaitu:<sup>23</sup>

1. *The Surveillance of the environment*, yaitu mengamati Lingkungan
2. *The correlation of the part of society in responding to the environment*, yaitu mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, maksudnya ialah menyalurkan nilai – nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Ketiga fungsi di atas pada dasarnya memberikan satu penilaian pada media massa sebagai alat atau sarana yang secara sosiologis menjadi perantara untuk menyambung atau menyampaikan nilai – nilai tertentu pada umumnya.

#### **d. Sinetron**

##### **a. Pengertian Sinetron**

Istilah Sinetron atau *Telesinema*, secara gramatikal yang dimaksud kata *Tele* dalam istilah *Telesinema* adalah televisi. Istilah Telesinema merupakan terjemahan bahasa Indonesia dari bahasa Inggris: *tele (vision) sinema*. Dengan demikian istilah Telesinema berarti “*Sinema Televisi*” atau dipendekkan menjadi Sinetron.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 24

<sup>24</sup> Muh Labib, *Potret Sinetron Indonesia*, (Jakarta: PT. Mandar Utama Tiga Books Division, 2002), h. 66



Kajian atas televisi ini menjadi penting karena stasiun sejak awal telah turut campur dan andil atas pijakan sinetron – sinetron yang ditayangkan. Karena sinetron menjadi favorit seluruh penonton dalam penyajiannya.

### **b. Jenis Sinetron**

Jenis sinetron dibedakan menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Drama adalah komposisi syair atau prosa yang diharapkan dapat menggambarkan kehidupan dan watak melalui tingkah laku (acting) atau dialog yang di pentaskan; atau cerita atau kisah, terutama yang melibatkan konflik atau emosi yang khusus disusun untuk pertunjukan teater.<sup>25</sup>

Dasar Jenis Cerita drama meliputi:

- a. Drama Keluarga yaitu mengangkat persoalan – persoalan keluarga, dengan pemeran seluruh anggota keluarga (anak – anak, remaja, ayah dan ibu)
  - b. Drama Komedi yaitu sandiwara ringan yang penuh dengan kelucuan – kelucuan meskipun kelucuan – kelucuan itu bersifat menyindir dan berakhir dengan bahagia dan membuat orang yang menonton tertawa.
  - c. Drama Misteri yaitu mengangkat masalah misteri atau menciptakan situasi yang mencekam
2. Laga adalah perkelahian atau berkelahi<sup>26</sup>.

Dasar Jenis Cerita Laga meliputi :

---

<sup>25</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 212

<sup>26</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 458



- a. Laga Misteri kolosal yaitu mengangkat pertarungan – pertarungan dengan tema misteri dengan pemeran dalam jumlah besar.
- b. Laga Drama yaitu dram yang mengangkat pertarungan – pertarungan dengan setting masa kini.

### **c. Faktor Sinetron Diminati Penonton**

Ada beberapa faktor yang membuat sinetron ini disukai dan diminati, yaitu :

1. Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa.
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat (pemirsa).
3. Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Karena ketiga faktor diatas itulah, maka acara sinetron selalu mendapat sambutan hangat dari pemirsa.

### **3. Kajian tentang Framing**

Analisis Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dikonstruksi oleh media.<sup>27</sup> Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas cerita. Dalam framing ada dua dimensi besar yang menjadi bagian dalam proses pembentukan konstruksi realita oleh media masa. Pertama adalah aspek seleksi isu, aspek ini berhubungan dengan seleksi fakta yang harus dipilih untuk disajikan. Dalam aspek seleksi isu ini fakta yang ada

---

<sup>27</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta; LKIS 2002), h. 225



diseleksi, fakta yang tidak sesuai dengan kepentingan media tersebut akhirnya tidak dipilih karena dianggap tidak menguntungkan. Dalam proses seleksi isu ini aspek pertimbangan untung rugi sangat mempengaruhi dalam pemilihan fakta yang disajikan. Bagian kedua adalah penonjolan aspek isu tertentu. Dalam aspek penonjolan isu tertentu, isu yang tidak sesuai dengan kepentingan media tersebut akan dikesampingkan dan tidak akan dimunculkan. Sebaliknya aspek yang menguntungkan mendapat ruang yang besar dan terus dipublikasikan. Sehingga khalayak terhegemoni oleh isu tersebut.

Proses pembentukan dan konstruksi realita tersebut hasil akhirnya ada bagian-bagian tertentu yang ditonjolkan dan ada bagianbagian yang lain disamarkan atau bahkan dihilangkan. Aspek yang tidak ditonjolkan kemudian akan terlupakan oleh khalayak karena khalayak digiring pada satu realitas yang ditonjolkan oleh media

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Di tambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan dengan berita tersebut.<sup>28</sup> Disini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih menyentuh dan diingat oleh khalayak. Pengonstruksian fakta tergantung pada kebijakan redaksional yang dilandasi politik media. Salah satu cara yang dipakai atau digunakan untuk menangkap cara masing-masing media membangun sebuah realitas adalah dengan framing. Analisis framing merupakan versi terbaru dari

---

<sup>28</sup>Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 167



pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisa teks media. Analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisa fenomena atau aktivitas komunikasi. Dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain, dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, penempatan yang mencolok (di headline depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi dan simplifikasi. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

## **B. Kajian Teoritik**

Teori di dalam penelitian kualitatif adalah sebagai sebuah pintu gerbang untuk memulai sebuah penelitian. Karena hakekatnya penelitian ini diharapkan bisa melahirkan sebuah teori baru berdasarkan obyek penelitian yaitu sinetron Para Pencari Tuhan jilid 7 di SCTV. Suatu teori pada hakekatnya merupakan hubungan antara dua fakta atau lebih, atau pengaturan fakta menurut cara – cara tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Analisis Framing. Sedangkan analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut melalui proses



konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan makna tertentu.<sup>29</sup> Kaitannya dengan analisis framing. Dedy Mulyana berpendapat bahwa: “ analisis framing sangat tepat digunakan untuk melihat konteks social budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideology. Menurut analisis framing dapat digunakan untuk melihat siapa mengendalikan siapa dalam struktur kekuasaan, lpihak mana yang diuntungkan dan dirugikan, siapa si penindasan dan siapa si tertindas, tindakan politik mana yang konstitusional dan inkonstitusional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung.

Sedangkan framing pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1955 yang semula bermakna struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori – kategori standar untuk mengapresiasi realitas.<sup>30</sup>

Konsep ini kemudian dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan – kepingan perilaku (strip of behavior) yang membimbing individu dalam membaca realitas. Kemudian berkembang lebih jauh khususnya bagi disiplin ilmu komunikasi. Di mana Alex Sobur berpendapat bahwa framing dipakai untuk membedah cara – cara atau ideology media saat konstruksi fakta.

Gamson dan Modigliani adalah peneliti yang konsisten mengimplementasikan konsep framing, menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang

---

<sup>29</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, h. 3

<sup>30</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h.162



akan diberitakan. Menurut mereka, frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana.

Kemasan (*package*) adalah serangkaian ide-ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan. *Package* adalah semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. Package tersebut dibayangkan sebagai wadah atau struktur data yang terorganisir sejumlah informasi yang menunjukkan posisi atau kecenderungan politik, dan yang membantu komunikator untuk menjelaskan muatan–muatan dibalik suatu isu atau peristiwa. Keberadaan suatu package terlihat dari adanya gagasan sentral yang kemudian didukung oleh perangkat-perangkat wacana seperti kata, kalimat, pemakaian gambar atau grafik tertentu atau proposisi dan sebagainya, awalnya elemen dan struktur wacana tersebut mengarah pada ide tertentu dan mendukung ide sentral suatu berita. Disini media memberikan ruang kepada salah satu realita untuk terus ditonjolkan. Dan ini merupakan sesuatu realita yang direncanakan oleh suatu media untuk ditampilkan. Dalam menampilkan suatu realita ada pertimbangan terkait dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan.<sup>31</sup> Seperti menyunting memilih mana yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain.

---

<sup>31</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h.178

Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu.

### 1. Aspek dalam Framing

Ada dua aspek yang terdapat dalam framing. Kedua aspek tersebut yaitu:

#### a. Memiliki fakta atau realitas

Proses pemilihan fakta adalah berdasarkan asumsi dari wartawan akan memilih bagian mana dari realitas yang akan diberitakan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan memilih *angle* dan fakta tertentu untuk menentukan aspek tertentu akan menghasilkan berita yang berbeda dengan media yang menekankan aspek yang lain.

#### b. Menuliskan fakta

Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Cara penyajian itu meliputi pemilihan kata, kalimat, preposisi, gambar dan foto pendukung yang akan ditampilkan. Tahap menuliskan fakta itu berhubungan dengan penonjolan realitas. Aspek tertentu yang ingin ditonjolkan akan mendapatkan alokasi dan perhatian yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

### 2. Perangkat framing Gamson dan Modigliani

Struktur model Gamson dan Modigliani didasari konstruksionis yang terlihat representatif media, terdiri atas *package* interpretatif yang mengandung



kontruksi makna tertentu. Dalam *package* mempunyai dua unsur *core frame* (gagasan sentral) dan *condensing symbol* (symbol yang di manfaatkan) struktur pertama merupakan merupakan pusat organisasi elemen-elemen ide yang membantu komunikator untuk untuk menunjukan subtansi isu yang tengah dibicarakan.

Sedangkan setruktur yang kedua mengandung dua substruktur, yaitu *framing devices* (perangkat framing) dan *reasoning devices* (perangkat penalaran). Struktur *framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depictions*, dan *visual images* menekankan aspek bagaimana melihat suatu isu, struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara melihat isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeals to principle* (klaim moral).

Framing analisis yang dikembangkan Gamson dan Modigliani memahami wacana media sebagai satu gugusan prespektif interpretasi (*interpretative package*) saat mengkontruksi dan memberi makna suatu isu.

- *Core Frame* (gagasan sentral)

Berisi *elemen*-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan makna isu—yang dibangun *condensing symbol* (simbol yang “dimampatkan”

- *Condensing Symbol*

Pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik (*framing devices* dan *reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain.

Struktur *framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depictions*, dan *visual images* menekankan aspek bagaimana “melihat” suatu isu.

- *Metaphors*

Cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta analogi, atau memakai kiasan *dengan* menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana. Metafora berperan ganda; pertama, sebagai perangkat diskursif, dan ekspresi piranti mental; kedua, berasosiasi dengan asumsi atau penilaian, serta memaksa teks membuat *sense* tertentu.

- a. *Exemplars*

Mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

### *b. Catchphrases*

Bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat *tertentu*. Dalam teks berita, *catchphrases* mewujud dalam bentuk jargon, slogan, atau semboyan.

### *c. Depictions*

Penggambaran fakta dengan memakai istilah, kata, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk *membangkitkan* prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. *Depictions* dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.

### *d. Visual Images*

Pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk *menekspresikan* kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta pemakaian warna. *Visual images* bersifat sangat natural, sangat mewakili realitas yang membuat erat muatan ideologi pesan dengan khalayak.

Struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara “melihat” isu, yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeals to principle* (klaim moral).



*a. Roots (analisis kausal)*

Pembenaran isu dengan menghubungkan suatu objek atau lebih yang dianggap menjadi sebab timbulnya atau terjadinya hal yang lain. Tujuannya, membenarkan penyimpulan fakta berdasar hubungan sebab-akibat yang digambarkan atau dibebarkan.

*b. Appeal to Principle (klaim moral)*

Pemikiran, prinsip, klaim moral sebagai argumentasi pembenar membangun berita, berupa pepatah, cerita rakyat, mitos, doktrin, ajaran, dan sejenisnya. *Appeal to principle* yang apriori, dogmatis, simplistik, dan monokausal (nonlogis) bertujuan membuat khalayak tak berdaya menyanggah argumentasi. Fokusnya, memanipulasi emosi agar mengarah ke sifat, waktu, tempat, cara tertentu, serta membuatnya tertutup/keras dari bentuk penalaran lain.

**C. Penelitian terdahulu yang relevan**

1. Dakwah Melalui Sinetron Pesantren & Rock N' Roll (Analisis Framing) oleh Supriyono, NIM B0120732, 2012. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Supriono tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. adapun persamaan pada penelitian ini terletak pada pendekatan penelitian yaitu kualitatif. Dalam pengambilan datanya Supriono hanya menfokuskan objek



penelitian pada satu episode saja, hal ini juga menjadi persamaan dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk perbedaannya yakni terletak pada objek penelitian yang diambil dan model analisis yang dipakai, yaitu analisis framing dengan model Pan dan Kosicki. Supriono mengambil sinetron "Rock N'Roll" sebagai objek penelitian, sedangkan peneliti mengambil *talk show* Assalamu'alaikum Ustadz sebagai objek penelitian dengan menggunakan analisis framing milik Gamson dan Modigliani. Meskipun sama-sama ditayangkan melalui media audiovisual, namun pada dasarnya sinetron dan *talk show* mempunyai perbedaan yang spesifik.

Hasil dalam penelitian yang dilakukan Supriyono ini adalah bahwa berdakwah melalui sinetron dapat dilakukan sejauh melibatkan dua kelompok atau lebih dengan karakter yang berbeda, ada alur cerita, sutradara, aktor, aktris, dengan mempertimbangkan kecenderungan pemirsa yang religius sehingga jika ditayangkan oleh Televisi mendapat respon positif dari masyarakat meskipun di dalamnya terdapat kejanggalan alur cerita meski telah idom daerah tertentu yang sudah populer dan mudah dipahami.

## 2. Pesan Dakwah dalam Tayangan Wak Kaji Show JTV episode 08

Oleh Muthmainnah, 2006. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Penelitian tersebut hampir sama dengan penelitian ini baik analisis yang dipakai ataupun media yang diteliti yaitu analisis framing Gamson



Modigliani dan media yang dipakai adalah media televisi. Perbedaannya terdapat pada program acara dan stasiun televisi saja.

Penelitian tersebut detail dalam baik analisisnya yang terbagi menjadi beberapa frame berbentuk narasi dan tabel. Penyajian data, pengumpulan data, dan analisis yang disajikan juga fokus. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa program acara Wak Kaji Show memiliki pesan dakwah. Pesan itu disampaikan dalam bahasa kasar, namun penjelasan *da'i* tidak memberikan solusi semua dikembalikan kepada Allah SWT, dan materi dakwah yang disampaikan lebih sedikit daripada cendanya.