# ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM MADANGNO ATI DI JTV BOJONEGORO

#### **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



## Oleh:

RISTA AYU NOVITASARI NIM: B71214056

PROGAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2018

# PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

## Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama

: Rista Ayu Novitasari

NIM

: B71214056

Jurusan

: Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Alamat

: RT.01 RW.06 Ds. Sudu Kec. Gayam Kab. Bojonegoro Prov. Jawa

Timur

Judul skripsi : Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Program Madangno Ati di JTV

Bojonegoro

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

 Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun,

2. Skripsi ini adalah benar-benar karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain,

3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang tersedia.

Surabaya, 10 Januari 2018

Yang Menyatakan

NIM: B71214056

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rista Ayu Novitasari telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 10 Januari 2018

Pembimking,

Dosen Pembimbing:

Wahyu Ilaihi, MA NIP. 197804022008012026

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang disusun oleh Rista Ayu Novitasari ini telah dipertahankan di depan Tim penguji Skripsi.

Surabaya, 23 Januari 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dakwah dan Komunikasi

Dr. Hiskr. Suhartini, M.S.

95801131982032001

Penguji

Wahyu Ilaihi, MA NIP. 197804022008012026

enguji II,

Dr. H. Sunarto AS, M.El

NIP. 195912261991081001

Penguji III,

Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag

NIP. 1957060919831031003

Penguji IV

Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I, MA

NIP.197805092006041004



# KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya: : Rista Auu Novitasari Nama NIM B71214056 FDK / Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas/Jurusan E-mail address ristaayu oo @gmail. com Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah: ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (......) ☑ Sekripsi yang berjudul: PROGRAM MADANGNO ISI PESAN DAKWAH DALAM ANALISIS DI JTV BOJONEGORO beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pemyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2018

Penulis

( Rista Ayu Novitasari)
nama terang dan tanda tangan

#### **ABSTRAK**

**Rista Ayu Novitasari**, NIM. B71214056, 2018. *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro*.

Kata kunci: Pesan Dakwah, Analisis Isi

Penelitian ini mengambil tema Pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" di Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah apa saja yang terkandung didalam program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut secara mendalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah analisis isi dengan melakukan penyajian data dengan menghitung frekuensi menggunakan rumus distribusi frekuensi, dan terakhir pengambilan keputusan.

Dari penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa Program "Madangno Ati" mengandung tiga kategori isi pesan dakwah, diantaranya yaitu pesan akhlak, pesan aqidah, dan pesan syariah. Keseluruhan materi dakwah tersebut bersumber dari Alquran dan Hadits. Dengan frekuensi yang muncul masing-masing kategori pesan dakwah sebanyak 11,5 % untuk pesan aqidah yang berjumlah 3 pesan. 84,6 % untuk pesan akhlak yang berjumlah 22 pesan, dan untuk pesan syariah yang berjumlah 1 pesan dengan presentase sebanyak 3,9 %.

Bagi penelitian selanjutnya, Peneliti memberikan rekomendasi kepada para peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memperdalam isi dari hasil penelitian ini, dan bisa meneliti dengan jangkauan lebih luas lagi tentang Pesan Dakwah Pada Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

## **DAFTAR ISI**

JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
PERTANGGUNG JAWABAN	iv
M0TTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
A. Latar Detakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	0
C. Tujuan Penelitian	
D. Manfaat Penelitian	
1. Manfaat Teoritis	
2. Manfaat Praktis	
E. Konseptualisasi	
1. Pesan Dakwah	
2. Program Madangno Ati	
F. Sistematika Pemb <mark>ah</mark> asan	9
BAB II PESAN DAKWAH DAN PROGRAM RELIGI DI TELEVIS  A. Kajian Konseptual	
1. Pengertian Pesan Dakwah	11
2. Macam-macam pesan dakwah	
3. Televisi sebagai Media Dakwah	
B. Kajian Teori Analisis Isi	
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	A 77
B. Unit Analisis	
C. Populasi dan Sampel	
D. Teknik Pengumpulan Data	
E. Indikator Penelitian	
F. Teknik Analisis Data	58
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	62
1. Profil JTV Bojonegoro	
2. Logo JTV Bojonegoro	

3. Visi dan Misi	65
4. Struktur Kepegawaian	66
5. Program Acara	
6. Jadwal Program Tayang	
7. Jangkauan Siaran	
8. Peta Wilayah Siaran	71
B. Data tentang Pesan Dakwah	
1. Program Madangno Ati	
2. Transkip Data Edisi 15 November 2017	
C. Analisis Data	
1. Kategorisasi Pesan Dakwah	78
2. Distribusi Frekuensi	
D. Hasil Penelitian	87
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Rekomendasi	90
DAEWAD DUCKAYA	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

7	าล	h	ρÌ

2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	.41
3.1 Indikator Penelitian	. 57
4.1 Nama-Nama Program Acara di JTV Bojonegoro	. 67
4.2 Daftar Beberapa Daerah Yang Dapat Menerima Siaran JTV Bojonegoro	. 70
4.3 Kategorisasi Pesan Dakwah	. 79
4.4 Jumlah total masing-masing Pesan Dakwah	. 85
4.5 Frekuensi Dan Presentase Pesan Dakwah	. 87
Gambar	
4.1 Gambar Kantor JTV Bojonegoro	. 63
4.2 Tabel List Penonton TV Lokal di Daerah	. 64
4.3 Logo JPMC	. 64
4.4 Logo JTV Bojonegoro	
4.5 Tabel Daftar Tayang Program Acara di JTV Bojonegoro	. 69
4.6 Peta Wilayah Jangkauan Siaran JTV Bojonegoro	.71
4.7 Tampilan Bumper Program Madangno Ati	.73
4.8 Salah Satu Cuplikan Tayangan Program Madangno Ati	.75
4.9 Diagram Frekuensi Pesan Dakwah	. 87

#### **BABI**

#### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang

Islam merupakan agama dakwah, oleh sebab itu harus wajib disebarkan ke seluruh umat manusia. Dengan demikian umat Islam bukan hanya untuk diamalkan sebagai kewajiban melaksanakan semua ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, melainkan mereka juga harus menyampaikan semua ajaran agama Islam atau mendakwah kebenaran ajaran agama Islam setiap tahap orang lain. Dakwah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, dakwah juga dapat dilakukan melalui media publik. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin cepat, maka penggunaan media untuk berdakwah juga mengalami perkembangan.

Dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain termasuk Sabil Allah SWT bukan untuk mengikuti pendakwah atau kelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa berdakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Adbulal Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *ummah*.

Proses komunikasi merupakan aktifitas yang mendasar bagi manusia sebagai makhluk sosial. Dalam proses komunikasi tersebut mencakup sejumlah komponen atau unsur, salah satu komponen atau unsur tersebut adalah pesan. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah panduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi keluhan, keyakinan, himbauan, anjuran dan sebagainya. Pesan-pesan (*message*) daripada komunikasi ini secara khas adalah bersumber dari Al-Qur'an.

Pada dasarnya semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai pendakwah atau komunikator, artinya orang yang harus menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u atau komunikan sesuai dengan perintah sampaikanlah walau hanya 1 ayat. Sudah menjadi keharusan bahwa setiap Muslim mempunyai tugas dan kewajiban mulia untuk menyampaikan dakwah kepada orang lain, sesuai dengan pengertian dakwah itu sendiri ialah mendorong atau mengajak manusia dengan hikmah untuk melakukan kebijakan, kebaikan serta mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasulnya, menyuruh mereka berbuat baik serta melarang mereka melakukan perbuatan munkar, agar memperoleh kesejahteraan dan kebahagian dunia dan akhirat.<sup>2</sup>

Dalam penyampaian dakwah itu sendiri harus sesuai dengan perkembangan zaman agar pesan dakwah yang kita sampaikan mampu diterima dengan baik oleh *audience* atau penerima pesan dakwah tersebut. Seperti halnya saat ini, bahwa selama ini tidak seorangpun yang menyangkal bahwa Masjid merupakan pusat penyampaian pesan dakwah yang sangat efektif. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi yang pesat

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2010), h. 14-15

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 10-11.

dari tahun-ke tahun, kini dakwah tidak cukup disampaikan di masjid saja tanpa mencoba mencari alternatif lain untuk mengembangkannya dengan menggunakan berbagai sarana prasarana yang tersedia.<sup>3</sup>

Bisa dikatakan bahwa sesungguhnya media massa memiliki peranan penting dan berhubungan erat dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Bahwa apa yang ada di masyarakat, maka itulah yang tercermin di media. Bila memang hanya dijadikan sebagai gambaran dari suatu keadaan, maka bisa diambil hikmah positifnya. Melalui perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi dimaksud guna kemaslahatan umat manusia. Untuk menyampaikan pesan dakwah pada saat ini tidak hanya dapat dilakukan melalui radio, internet, ataupun media cetak saja, televisi juga merupakan media informasi yang hingga sekarang masih memiliki cukup banyak pemirsa.

Seperti halnya media televisi, sebagai salah satu hasil karya teknologi komunikasi memiliki berbagai kelebihan, baik dari sisi programatis maupun teknologis. Dilihat dari sisi dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya seharusnya bisa menjadi media dakwah yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Karena dakwah melalui media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat, mengingat pemirsa televisi di Indonesia

irman Eka Ardhana *Turnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pust

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 17

mayoritas beragama Islam. Selain itu secara ekonomis, dakwah melalui media televisi sebenarnya juga mempunyai pasar yang potensial jika digarap secara profesional pula. Karena dengan menggunakan media televisi yang notabennya hanya sebagai hiburan, *audience* akan merasa terhibur dan mampu menyerap intisari dari pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam program acara televisi yang ditontonnya, disamping itu program acara televisi juga memberikan pengaruh besar pada jiwa manusia.<sup>4</sup>

Pesatnya pertumbuhan dan kecenderungan masa depan industri televisi di Indonesia, terutama dengan lahirnya banyak stasiun televisi lokal di daerah, menjanjikan banyak harapan. Harapan bukan hanya pada pertumbuhan usaha di bidang itu sendiri, melainkan yang tidak kalah pentingnya adalah dampak positif dari hadirnya televisi lokal.<sup>5</sup>

Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu penonton televisi dapat menikmati acara televisi sambil duduk santai menyaksikan berbagai informasi. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi, dengan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. Pesan-pesan yang disampaikan langsung mempengaruhi otak, emosi, perasaan dan sikap pemirsa.<sup>6</sup>

-

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung : Benang Merah Press, 2004) h. 93-94

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 10

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 6

Karena melalui program acara yang terkenal hanya sebagai hiburan, *audience* akan merasa terhibur dan mampu menyerap intisari dari pesan-pesan dakwah. Program acara kini semakin banyak yang menggambarkan tentang dakwah seperti ceramah agama, talk show tentang agama, bahkan kilasan informasi berita yang bernuansa Islami. Maka dari itu, televisi bisa menjadi media untuk berdakwah, menyebarkan ajaran agama Islam ke berbagai pelosok tanah air. Oleh karena itu, stasiun televisi harus mampu mengemas dengan baik isi siaran dakwah yang akan ditayangkan sesuai dengan sasaran yang dituju, seperti dewasa, remaja bahkan anak-anak.

Dengan diikuti munculnya televisi lokal di beberapa daerah Jawa Timur. Ada 10 Biro yang terletak di Jawa Timur, diantaranya Biro Madiun, Trenggalek, Pacitan, Kediri, Malang, Jember, Bondowoso, Banyuwangi, Madura dan Bojonegoro. Itu membuktikan baiknya perkembangan televisi dengan banyaknya biro yang tersebar, termasuk Bojonegoro. JTV Bojonegoro merupakan sebuah media televisi lokal dengan mayoritas penduduk muslim. Meliputi daerah Eks-karesidenan Bojonegoro, yaitu Bojonegoro, Tuban, Lamongan, Nganjuk, dan Ngawi. Masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya dapat menerima siaran pada channel 41 Frekuensi 631,25 UHF. Televisi ini terletak di Jalan Ahmad Yani 39 (Komplek Radar) Bojonegoro. Dengan lokasi pemancar di desa Ngandong – Grabagan – Tuban.

Walaupun televisi lokal sudah masuk dalam kategori Biro, JTV Bojonegoro mempunyai tayangan Program Dakwah di stasiun ini. Hal ini diwujudkan oleh JTV Bojonegoro dengan menampilkan Program Acara "Madangno Ati" dalam format televisi yang tayang mingguan. "Madangno Ati" disiarkan setiap Jumat pukul 16.30 WIB, dan sudah berlangsung lama, mulai dari tahun 2010 sampai saat ini. Ini dapat dibuktikan dengan berhasil mengudarakan tayangannya hingga ke beberapa wilayah di Jawa Timur. Ternyata mendapat antusias dari pemirsa dengan variasi pesan dakwah yang disampaikannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Program Acara "Madangno Ati" karena program tersebut merupakan program dengan segmentasi yang ringan untuk kalangan para mad'u yang mayoritas masyarakat desa. Oleh karena itu, peneliti mengangkat sebuah judul "Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program Acara Madangno Ati di JTV Bojonegoro".

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah:

- Apa saja isi Pesan Dakwah dalam Tayangan Program "Madangno Ati"
   Edisi 15 November 2017 di JTV Bojonegoro?
- Bagaimana Frekuensi yang ada didalam tayangan "Madangno Ati"
   Edisi 15 November 2017?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui apa saja isi Pesan Dakwah yang terkandung dalam tayangan Program Acara "Madangno Ati" Edisi 15 November 2017 di Jtv Bojonegoro.
- Untuk mengetahui Frekuensi yang ada didalam tayangan "Madangno Ati" Edisi 15 November 2017 di JTV Bojonegoro.

#### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Secara teori

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi perkembangan ilmu penyiaran dalam dakwah di masa depan, terutama yang berkaitan dengan Pesan Dakwah.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pembelajaran, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

## 2. Secara praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dalam perkembangan media televisi, terutama dalam segi Penyiaran Agama Islam pada televisi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur atas keberhasilan JTV Bojonegoro dalam Pesan Dakwah pada Program Acara "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

### E. Konseptualisasi

Definisi konseptual merupakan batasan terhadap variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian ini sehingga tujuan atau awal arahnya tidak menyimpang. Guna menghindari adanya kesalahan interpretasi bagi pihak-pihak yang membaca dan mengkaji lebih dalam tentang penelitian ini nantinya, maka perumusan dan penjelasan tentang definisi konseptual judul penelitian isi sangat diperlukan. Berikut ini peneliti menjelaskan tentang kerangka berpikir penelitian berupaya mendeskripsikan definisi konsep judul penelitian ini, yang meliputi antara lain:

#### 1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Jadi dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah adalah sebuah penyampaian ide, gagasan, atau informasi yang berupa ajakan atau seruan kepada kebenaran dan untuk menaati perintah Allah SWT secara bijaksana untuk mengamalkan ajaran Islam di kehidupannya agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Yang dimaksud pesan dakwah dalam penelitian ini adalah Pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

## 2. Program "Madangno Ati"

Program "Madangno Ati" merupakan salah satu program di JTV Bojonegoro. Peneliti mengambil program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro. Program yang bergenre religi ini berisikan ceramah

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20

agama ini, disajikan dalam 30 menit. Hadir setiap hari Jum'at pukul 16.30 WIB yang akan memberikan siraman-siraman rohani kepada pemirsa setia JTV Bojonegoro.

#### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi. Untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan yang terbagi atas sub bab yang lebih terperinci diantaranya sebagai berikut:

Bab I : menjelaskan tentang pendahuluan, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

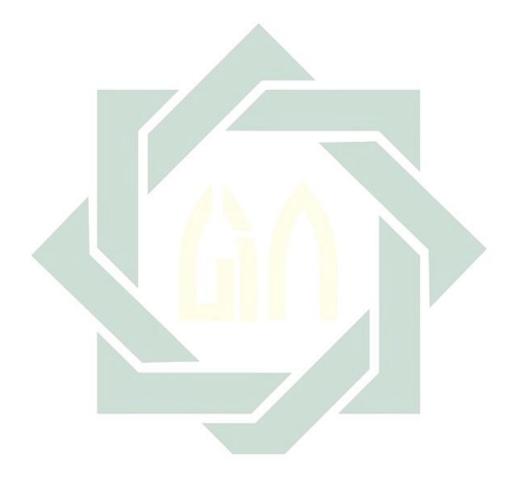
Bab II: menjelaskan tentang tentang kajian teoritik dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bab ini menjelaskan tentang teori dan kepustakaan dari judul penelitian, langkah yang diambil dalam penyelesaian bab ini adalah mencocokkan beberapa literatur yang ada, baik dari buku, skripsi, maupun jurnal yang sesuai dengan judul penelitian.

Bab III : menjelaskan tentang metode penelitian yang dipergunakan peneliti untuk mencocokkan data atau informasi yang telah didapat. Sehingga mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi dengan persetujuan dosen pembimbing.

Bab IV: menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, data tentang pesan dakwah, analisis data, dan hasil penelitian, dimana hasil penelitian ini adalah yang terpenting dalam penulisan skripsi.

Bab V : menjelaskan tentang penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan rekomendasi dari peneliti.

Pada akhirnya bagian dari skripsi ini disertakan pula daftar kepustakaan yang peneliti gunakan sebagai referensi dalam penulisan skripsi ini.



#### **BAB II**

#### PESAN DAKWAH DAN PROGRAM RELIGI DI TELEVISI

#### A. Kajian Konseptual

#### 1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.<sup>8</sup> Pesan merupakan isyarat atau simbol yang disampaikan oleh seseorang untuk saluran tertentu dengan harapan bahwa pesan itu akan mengutarakan atau menimbulkan suatu makna tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak berkomunikasi.<sup>9</sup>

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada mad'u. dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *content*, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media.<sup>10</sup>

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Sedangkan dakwah tersebut berasal dari bahasa arab *da'a* – *yad'u*, yang bentuk masdarnya adalah dakwah.<sup>11</sup> Dakwah dalam arti seperti diatas banyak dijumpai dalam ayat al-Quran diantara lain: [Yunus (10):25]

\_

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Haffied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 23

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Kincaid & Wilbur. Azas-azas Komunikasi Antar Manusia, (Jakarta: LPES, 1998), h. 99

 $<sup>^{\</sup>rm 10}$ Wahyu Ilaihi,  $\it Komunikasi Dakwah,$  (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 98

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013), h. 1

Artiya: Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (islam). 12

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk kedalam sabil Allah SWT, bukan untuk mengikuti dai atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk memengaruhi manusia supaya mengikuti Islam.<sup>13</sup>

Dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, walaupun tidak setiap aktivitas komunikasi adalah dakwah. Dakwah adalah seruan atau ajakan berbuat kebajikan untuk menaati perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dan Muhammad Rasulullah SAW, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.<sup>14</sup>

Dakwah adalah komunikasi yang didasari oleh keyakinan (*belief*) dan tujuan untuk mengajak menjalankan ketentuan-ketentuan Allah dan memperoleh ridla-Nya. Bagi muslim sebaik-baik aktivitas komunikasi adalah dakwah, yakni aktivitas yang sungguh-sungguh dalam bentuk mengajak manusia mendekat (*taqarrub*) kepada Allah, dengan memberi dan menjadi teladan kebaikan sebagai suatu kewajiban.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Al-Kaffah, 2012), h. 212 13 Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 14

<sup>14</sup> Hamidi, Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah, (Malang, Umm Press), h.6

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Hamidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang, Umm Press, 2010), h. 2

Pada hakikatnya dakwah adalah sebuah upaya untuk mengubah situasi-kondisi individu dan sosial-budaya masyarakat. Sebuah perubahan yang dilakukan oleh subyek pengubah (*agent of change*) untuk semua manusia (Q.S Saba' ayat 28), bahkan untuk seluruh alam semesta (Q.S Al-Anbiya ayat 107). Sebagai suatu upaya, dakwah sebenarnya terbatas memberikan informasi, dan berusaha semaksimal mungkin menurut kemampuan manusia (muslim). Di dalamnya tidak terkandung pemaksaan agar seorang masuk Islam. Hal ini sesuai dengan bunyi Q.S Al-Baqarah ayat 256 tentang tidak ada paksaan dalam berislam. <sup>16</sup>

Artinya: Tidak ada paksaan untuk memasuki agam islam sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. Karena itu barang siapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.<sup>17</sup>

Menurut M. Natsir, Dakwah Islam Amar Ma'ruf Nahi Mungkar menentukan tegak atau robohnya suatu masyarakat. Islam tidak bisa berdiri tegak tanpa jamaah (masyarakat) dan tidak bisa membangun

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Nawari Ismail, *Pergumulan Dakwah Islam Dalam Konteks Sosial Budaya Analisis Kasus Dakwah*, Yogyakarta, Pustaka, 2010, Cetakan ke-1, h. 7

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Departemen Agama RI, Alquran dan Terjemahnya, (Jakarta: Al-Kaffah, 2012), h. 115

masyarakat tanpa dakwah maka jadikanlah dakwah itu sebagai kewajiban bagi tiap-tiap umat Islam, dan ini tidak boleh dilupakan. <sup>18</sup>

H.S.M. Nasaruddin Latif dalam bukunya teori dan praktek Dakwah Islamiyah, mendefinisikan dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyerbu, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah dan syari'at serta akhlaq islamiyah. Menurut Drs. H. Masdar Helmy mendefinisikan dakwah sebagai berikut: mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk amar ma'ruf nahi munkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>19</sup>

Ada banyak definisi tentang dakwah. Menurut Thoha Yahya, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana ke jalan yang sesuai dengan perintah Allah, demi kemaslahatan dan kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat. Berbeda dengan pendapat beberapa tokoh diatas, Syekh Ali Mahfudz mengartikan dakwah sebagai usaha mendorong atau memberikan motivasi kepada umat manusia agar melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk yang telah ditetapkan Allah dan Rasul-Nya, serta beramar makruf dan bernahi munkar supaya manusia memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>20</sup>

\_

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Thohir Luth, M. Natsir, *Dakwah Dan Pemikirannya*, Gema Insani, 1999.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 2

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Najamuddin, *Metode Dakwah Menurut Al-Qu'an*, (Yogyakarta, Pustaka Insan Madani, 2008), h.

Meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan definisi dakwah, akan tetapi setiap ta'rif dakwah mesti memiliki tiga unsur pengertian pokok, yaitu:

- Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain yang dilakukan dengan sadar dan sengaja.
- Penyampaian ajaran Islam tersebut berupa amar ma'ruf (ajakan pada kebaikan) dan nahi munkar (mencegah segala bentuk kemaksiatan).
- 3) Proses penyelenggaraan usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu mendapatkan kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.<sup>21</sup>

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah: Pertama, ajakan ke jalan Allah SWT. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah SWT. Keempat, sasaran bisa secara *fardiyah* atau jama'ah. Pada buku Desain Ilmu Dakwah dalam pengertian keagamaan dakwah dimasukkan ke aktivitas *tabligh* (penyiaran), *tatbig* (penerapan/pengalaman), dan *tandhim* (pengelolaan).<sup>22</sup>

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas,

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 3

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 15

sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan ruang dan waktu. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.<sup>23</sup>

Sebenarnya, keragaman pengertian tentang dakwah bersumber dari banyaknya idiom dakwah di dalam Al-Qur'an dan Hadis. Berikut akan kita perinci satu persatu idiom yang bermakna dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis:

a. Dakwah berarti *amr ma'ruf nahi munkar*. Dengan kata lain, berdakwah adalah menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Surah Ali Imran [3]:104 berikut ini:

Artinya: Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>24</sup>

\_

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 17

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Al-Kaffah, 2012), h. 64

- b. Dakwah juga berarti menyampaikan ajaran-ajaran Allah kepada seluruh umat manusia. Hal ini sesuai dengan hadis Rasulullah SAW, "sampaikanlah apa yang datang dariku walaupun hanya satu ayat". Dari hadis tersebut, hakikatnya dakwah adalah hanya semata ajakan, seruan, atau upaya penyampaian ajaran-ajaran Allah dan hadis-hadis Rasul dari seseorang kepada orang lain.
- c. Dakwah bisa juga dimaknai sebagai *tazkirah* (peringatan), yakni memberikan peringatan agar setiap orang memelihara diri dan keluarganya, serta seluruh umat manusia dari azab Allah. Dakwah dalam pemahaman ini adalah memberikan peringatan kepada sesama manusia. Dalam surat Al-Gasyiyah [88]:21

Artinya: Maka berilah peringatan, karena sesungguhnya engkau (Muhammad) hanyalah pemberi peringatan.<sup>25</sup>

d. *Tabsyir* dan *Tanzir* (memberi kabar gembira dan peringatan).

Dakwah juga bisa dipahami sebagai memberi kabar gembira bagi orang-orang yang saleh serta memberikan peringatan bagi orang-orang yang lali terhadap perintah-perintah-Nya. Dalam surah al-Isra' [17]:105 Allah berfirman

ं

وَ نَذِيرً ا

Artinya: dan kami turunkan (Al-Qur'an) itu dengan sebenarnya dan (Al-Qur'an) itu turun dengan (membawa) kebenaran. Dan kami

 $<sup>^{25}</sup>$  Departemen Agama RI,  $Alquran\ dan\ Terjemahnya,$  (Jakarta: Al-Kaffah, 2012), h. 593

(Muhammad), sebagai mengutus engkau hanya pemberi peringatan.<sup>26</sup>

e. Mau'izzah dan wasiyyah, yakni memberi wasiat, pesan, atau memberikan pelajaran berharga sesuai dengan perintah agama.

Semua idiom diatas pada hakikatnya mengacu kepada makna dakwah. Meski secara redaksi bahasa berbeda, intinya adalah menyampaikan, menyeru, dan mengajak menuju jalan yang telah ditetapkan oleh Allah.<sup>27</sup>

Dakwah harus dilaksanakan secara total, dimana setiap muslim harus mendayagunakan kemampuannya masing-masing dalam rangka mempengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan tugas suci dan mission saore dari ajaran-ajaran Islam tersebut.<sup>28</sup>

Dakwah harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan mencurahkan pikiran, tenaga, uang, dan harta yang dikemas dalam bentuk perencanaan atau perumusan strategi dakwah. Yang demikian mutlak dilakukan karena medan dakwah sangat kompleks baik secara natural maupun sosial, yang sangat menghajatkan akan kajian keilmuan, perencanaan dan strategi.<sup>29</sup>

Berdakwah bukan mengajak dan menyeru secara asal-asalan tanpa dilandasi sumber-sumber yang benar dan dapat dipercaya. Berdakwah

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Departemen Agama RI, Alquran dan Terjemahnya, (Jakarta: Al-Kaffah, 2012), h. 294

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Najamuddin, *Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2008

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 40

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Hamidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang, Umm Press, 2010) h. 2

adalah proses terencana. Sebelum seorang dai berdakwah kepada masyarakat, seharusnya ia sudah memiliki bahan materi dari sumber yang benar dan terpercaya, dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi. Kedua kitab inilah yang menjadi sumbrer utama pesan dakwah.<sup>30</sup>

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur berbahasa arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah "materi dakwah" yang diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah". Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Maudhu atau pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i (subjek dakwah) kepada mad'u (objek dakwah), yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam kitabullah maupun sunah rasul-Nya.<sup>32</sup>

-

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Najamuddin, *Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2008)

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) h. 318

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), h. 80

Maudhu (pesan) dakwah adalah seluruh ajaran islam yang sering disebut dengan syari'at islam, yang oleh Schiko Murata dan William C. Chitick disebut sebagai Trilogi Islam (Islam, Iman, Ihsan), dan menurut Asisi (1994), Al-Jauzi (1089), dan Subandi (1994) diantara materi (pesan) dakwah bisa dalam bentuk pesan taubat, dzikr, shalat, shaum dan penyadaran diri akan fitrah kemanusiaan. Bahkan menurut Shalim (1995) bahwa taubat, dzikir, shalat, shaum itu secara tegas dijelaskan oleh al-Qur'an dan penjelasannya banyak menggunakan ungkapan perintah, dan setiap perintah menunjukkan wajib.<sup>33</sup>

Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. 34 Jadi dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah adalah sebuah penyampaian ide, gagasan, atau informasi yang berupa ajakan atau seruan kepada kebenaran dan untuk mentaati perintah Allah SWT secara bijaksana untuk mengamalkan ajaran Islam di kehidupannya agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dengan demikian yang menjadi pesan dalam dakwah adalah syariat Islam sebagai kebenaran hakiki yang datang dari Allah melalui Malaikat Jibril disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Pesan dakwah ini dalam Al-Qur'an diungkapkan dengan istilah yang beraneka ragam yang kandungannya menunjukkan fungsi ajaran Islam,

<sup>34</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), h. 81

misal dalam QS. An-Nahl ayat 125 disebut sebagai *sabili rabbika* (jalan Tuhan).<sup>35</sup>

#### 2. Macam-macam Pesan Dakwah

Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

#### a. Pesan Akidah

Akidah menurut bahasa, berasal dari kata *al-'aqd*, yaitu ikatan, memintal, menetapkan, menguatkan, mengikat dengan kuat, berpegang teguh, yang dikuatkan, dan yakin. Dalam kamus Al-Munawwir bahwa akidah adalah mengokohkan, mengadakan, perjanjian, mempercayai dan meyakini. Jadi, akidah adalah hukum yang tidak menerima keraguan didalamnya bagi orang yang meyanikinya. Akidah dalam agama, maksudnya adalah keyakinan tanpa perbuatan, seperti keyakinan tentang keberadaan Allah dan diutusnya para Rasul.<sup>36</sup>

Akidah menurut istilah, adalah hal-hal yang wajib dibenarkan oleh hati dan jiwa merasa tentram kepadanya, sehingga menjadi keyakinan kukuh yang tidak bercampur dengan keraguan. Maksudnya keyakinan kokoh yang tidak dapat ditembus oleh keraguan bagi orang yang meyakininya dan keimanan tersebut wajib selaras dengan kenyataan, tidak menerima keraguan dan dugaan. Jika ilmu tidak sampai pada derajat keyakinan yang

<sup>36</sup> Abdullah Bin Abdil Hamd Al-Atsari, *Panduan Akidah Lengkap*, Terj. Ahmad Syaikkhu, (Bogor: Pustaka Ibnu Katsir, 2005), h. 27-29

<sup>35</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), h. 81

kuat, maka tidak bisa disebut akidah. Disebut akidah karena manusia mempertalikan hatinya kepadanya.<sup>37</sup>

Pesan akidah meliputi iman kepada Allah SWT. Iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada Rasul-Nya, iman kepada hari akhir, iman kepada Qadha-Qadhar. 38

## b. Pesan Syariah

Dalam studi Islam saat ini, kata syariah merujuk pada hukum Ilahi yaitu: yang dibolehkan agama (mubah), dianjurkan (sunnah), diharuskan (wajib), dilarang (haram), dan dinilai kurang baik (makruh), yang berkaitan dengan persoaln ibadah, keluarga, interaksi sosial, ekonomi, tindak pidana, dan politik. Syariah merupakan aturan yang harus diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, karena syariah yang mengatur hubungan manusia dengan tuhan, dan hubungan manusia, Pesan syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji, serta mu'amalah.

- Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.
- Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum Negara, hukum perang dan damai.<sup>40</sup>

<sup>39</sup> A. Hanafie, dkk, *Syariah Islam dan Ham*, (Jakarta: CSRC UIN Syarif Hidayatullah, 2007), h. 23

<sup>40</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20

-

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> Nur Hidayat, *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015) h. 25

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20

#### c. Pesan Akhlak

Secara etimologi kata akhlak berasal dari bahasa Arab *akhlaq* dalam bentuk jama', sedang *mufrad*nya adalah *khuluq*. Ada beberapa kara Arab seakar dengan kata *al-khuluq* ini dengan perbedaan makna. Karena ada kesamaan akar kata, maka sebagai makna tersebut tetap saling berbuhungan. Diantaranya adalah kata *al-khalq* artinya ciptaan.<sup>41</sup>

Sementara itu dari sudut terminology (istilah), ada banyak pendapat yang mengemukakan istilah akhlak. Diantaranya adalah yang dikemukakan Al-Ghazali yaitu akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah dan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.<sup>42</sup>

Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya. 43

Sedangkan Ali Yafie menyebutkan bahwa pesan materi dakwah itu terbagi menjadi lima pokok yang meliputi:

#### a. Masalah kehidupan

.

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Alwan Khoiri, *Akhlak/Tasawuf*, (Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2005), h. 5

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Nur Hidayat, *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015) h.

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 20

Dakwah memperkenalkan dua jenis kehidupan yaitu kehidupan bumi atau duniawi dan kehidupan akhirat yang memiliki sifat kekal abadi.

#### b. Masalah manusia

Pesan dakwah yang mengenai masalah manusia ini adalah menempatkan manusia pada posisi yang "mulia" yang harus dilindungi secara penuh. Dalam hal ini, manusia ditempatkan pada dua status yaitu sebagai:

- 1) *Ma'sum*, yaitu memiliki hak hidup, hak memiliki, hak berketurunan, hak berfikir sehat, dan hak untuk menganut sebuah keyakinan Imani.
- 2) *Mukhallaf*, yaitu diberi kehormatan untuk menegaskan Allah SWT, yang mencakup:
  - a) Pengenalan yang benar dan pengabdian yang tulus kepada Allah
  - b) Pemeliharaan dan pengembangan dirinya dalam perilaku dan perangai yang luhur.
  - Memelihara hubungan yang baik, yang damai, dan rukun dengan lingkungannya.

#### c. Masalah Harta Benda

Pesan dakwah dalam bentuk ini, lebih pada penggunaan harta benda untuk kehidupan manusia dan kemaslahatan *ummah*.

Ada hak tertentu yang harus diberikan kepada orang yang berhak untuk menerimanya.

#### d. Masalah ilmu pengetahuan

Dakwah Islam sangat mengutamakan pentingnya pengembangan ilmu pengetahuan. Pesan yang berupa ilmu pengetahuan disampaikan melalui tiga jalur ilmu yaitu:

- 1) Mengenal tulisan dan membaca
- 2) Penalaran, dalam penelitian dan rahasia-rahasia alam.
- 3) Penggambaran di bumi seperti *study tour* atau ekspedisi ilmiah.

#### e. Masalah akidah

Akidah dalam pesan utama dakwah, memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan kepercayaan lain, yaitu:

- Keterbukaan melalui kesaksian (syahadat). Dengan demikian seorang muslim selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- Cakrawala yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah
   SWT adalah Tuhan alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu.
- 3) Kejelasan dan kesederhanaan. Seluruh ajaran akidah, baik soal ketuhanan, kerasulan, ataupun alam ghaib sangat mudah untuk dipahami.

4) Ketuhanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. 44

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Quran dan Hadis. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Quran dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Quran sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Quran dan hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Quran dan hadis).

Kelebihan dan keistimewaan ajaran agama Islam jika dibanding dengan ajaran agama lain diantaranya ialah:

a. Islam bersifat ajaran Ilahi

Ajaran Islam merupakan ajaran Ilahi. Ajaran ini tidak memberi tempat untuk berkecimpungnya akal manusia, seperti ajaran-ajaran buatan manusia. Sifat ini menyebabkan ajaran Islam itu dapat hidup abadi, dan

<sup>45</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) h. 319

.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 102-103

mampu menanggulangi masalah-masalah kehidupan yang terus menerus berkembang.

#### b. Islam bersifat sempurna

Islam itu sempurna, mencakup segala peraturan yang dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Ada peraturan yang menetapkan bagaimana hubungan individu dengan jiwanya sendiri, bagaimana hubungannya dengan keluarganya, dengan Tuhannya, dengan masyarakatnya, dengan negaranya dan seterusnya.

## c. Islam bersifat merombak dan membangun

Islam berisikan peraturan-peraturan yang bertujuan merombak masyarakat Jahiliyah secara keseluruhan, kemudian membangun masyarakat Islam dengan struktur yang baru. Islam tidak menuntut untuk ditetapkan sebagai agama Negara, dengan pengertian bahwa rakyat di Negara itu melakukan ibadahnya hanya menurut Islam, akan tetapi yang dituntut adalah agar ajaran Islam merupakan satusatunya sumber peraturan dan pandangan hidup dalam Negara itu.

#### d. Islam bersifat abadi

Ajaran Islam itu dapat dan mampu menanggulangi segala persoalan hidup, memimpin dan mengarahkan kehidupan manusia dalam segala zaman dan periode. Sedang Islam berisikan landasan peraturan yang memungkinkan ia dapat berlaku selamanya. Islam memiliki sifat stabil yang menyebabkan peraturannya dapat diterapkan untuk memimpin umat manusia dalam waktu dan periode yang bermacam-macam.

## e. Islam berlaku untuk seluruh dunia

Ajaran Islam itu berlaku untuk seluruh dunia, maksudnya bahwa undang-undang dan peraturan-peraturan Islam sanggup menyerap segala persoalan hidup manusia yang terus-menerus berkembang dan meningkat di segala tempat di seluruh pelosok dunia ini. Islam sanggup mengatur kehidupan manusia dimana saja, di seluruh permukaan bumi ini. 46

# 3. Televisi sebagai Media Dakwah

## a. Media Dakwah

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. 47 Secara bahasa wasilah meruakan bahasa Arab, yang bisa berarti: *al-wushlah, al-ittishal*, yaitu segala hal yang dapat menghantarkan tercapainya kepada sesuatu yang dimaksud. Sedangkan menurut Ibn Mandzur, *al-Washilah* secara bahasa merupakan bentuk jamak dari kata *al-*

\_

<sup>47</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 104

<sup>46</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 46-49

wasalu dan al-wasailu yang berarti singgasana raja, derajat, atau dekat. Sedangkan secara istilah adalah segala sesuatu yang dapat mendekatkan kepada suatu lainnya.<sup>48</sup>

Dengan demikian, media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dawah yang keberadaannya sangat urgent dalam menentukan perjalanan dakwah.<sup>49</sup>

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

- 1) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, yaitu dengan menggunakan media cetak. Dalam hal ini bisa melalui buku, majalah, surat kabar, korespondensi (surat, *e-mail*, sms), spanduk, flash card dan lain-lain.
- Lukisan, yaitu dengan menggunakan gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, *slide*, hp, internet, dan sebagainya.

\_

<sup>49</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), h. 93

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Enjang AS, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), h. 93

5) Akhlak, yaitu dengan perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u. <sup>50</sup>

Dari segi sifatnya, media dakwah dapat digolongkan menjadi dua golongan:

- 1) Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang kulit, wayang orang, drama, dan sebagainya. Melihat kenyataan budaya bangsa Indonesia yang memiliki beraneka ragam media tradisional, maka dapat dipahami mengapa para wali songo menggunakan media ini sebagai media dakwah dan ternyata pilihan media para wali itu menghasilkan masyarakat muslim, yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia.
- Media modern, yaitu diistilahkan juga dengan "media elektronika" yaitu media yang dihasilkan dari teknologi.
   Yang termasuk media modern ini antara lain televisi, radio, pers, dan sebagainya.

Media modern yang mutlak harus dipergunakan dalam pelaksanaan dakwah islam yang memiliki efektifitas yang tinggi adalah:

-

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 21

### a) Pers

Media dakwah pers ini amat besar manfaatnya, sebab ia termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarakat, karena dia hampir bisa disebut sebagai "makanan pokok" masyarakat yang mendambakan informasi dan selalu mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui media ini dapat berbentuk berita-berita Islami, penulisan artikel-artikel islami, dan sebagainya.

# b) Radio

Kelebihan radio sebagai media dakwah adalah antara lain: bersifat langsung, radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan, radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat, biaya yang relatif murah, mampu menjangkau tempat-tempat terpencil, dan tidak terhambat oleh tingkat ketidakmampuan baca tulis.

## c) Film

Kalau pers bersifat visual semata dan radio bersifat audial semata, maka film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihannya sebagai media audiovisual. Akan tetapi yang perlu diingat bahwa dakwah melalui media ini memerlukan biaya yang cukup mahal.

### d) Televisi

Sebagaimana film, media televisi ini juga merupakan media yang bersifat audiovisual, artinya bisa dilihat dan didengar sekaligus. Sesungguhnya televisi ini adalah penggabungan antara radio dan film, sebab televisi dapat meneruskan peristiwa dalam gambar hidup dengan suara dan bahkan dengan warna ketika peristiwa tersebut berlangsung.<sup>51</sup>

## b. Televisi

Televisi 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, televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Fungsi televisi ialah memberikan informasi, menghibur dan memengaruhi. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media ini. Tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Pesan yang akan disampaikan melalui media televisi, memerlukan pertimbangan-pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak sasaran. Factor-faktor yang perlu diperhatikan itu adalah pemirsa, waktu, durasi, dan metode penyajian. <sup>52</sup>

5 1

<sup>52</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 424

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 52-56

Televisi merupakan media massa yang mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia. Meski lahir paling belakangan dibanding media massa cetak, dan radio, namun pada akhirnya media televisilah yang paling banyak diakses oleh masyarakat dimanapun di dunia ini. Menurut DeFleur dan Dennis (199/50), 98% rumah tangga di Amerika Serikat memiliki pesawat televisi, dan bahkan 50% diantaranya memiliki lebih dari satu pesawat.<sup>53</sup>

Media televisi sebagai media massa yang semakin digandrungi oleh masyarakat mempunyai kekurangkan dan kelebihan. Tetapi televisi memiliki karakter yang sangat berbeda dengan media massa lainnya. Kerakteristik televisi sebagai media massa maupun karakteristik teknis dari televisi itu sendiri sebagai media elektronik serta sebagai media visual gerak.<sup>54</sup>

Televisi merupakan media informasi sekaligus media hiburan yang dapat di jumpai dimana-mana, baik dirumah kecil maupun dirumah mewah, baik di warung-warung kopi maupun di Televisi bagi kebanyakan masyarakat restaurant-restaurant. Indonesia dijadikan sebagai sarana hiburan dan sumber informasi utama. Di beberapa daerah terutama di daerah pedesaan masyarakat berjam-jam duduk di muka televisi untuk mengikuti keseluruhan acara. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 11

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 39-40

media paling modern dan paling efektif ini, maka sudah jelas jangkauan dakwah menjadi amat luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkannya amat mendalam.<sup>55</sup>

Media audio visual televisi muncul karena perkembangan teknologi. Kehadirannya setelah beberapa penemuan seperti telepon, telegraf, fotografi serta rekaman suara. Media televisi ada setelah radio dan media cetak. Dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak penemu maupun inovator yang terlibat baik perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. <sup>56</sup>

Perkembangan dan perubahan media televisi, baik dalam programnya maupun dalam peningkatan teknologi barunya, akan menawarkan cara baru bagi publik dalam pemanfaatan sarana televisi di masa mendatang. Pada gilirannya, sangat mungkin apabila pola konsumsi informasi yang baru ini juga akan berakibat pada pembentukan gaya hidup para pemilik dan penonton televisi.<sup>57</sup>

# c. Dakwah melalui Media Televisi

Sesungguhnya televisi merupakan perhubungan antara radio dan film, sebab media ini dapat meneruskan peristiwa dalam

<sup>56</sup> Adi badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 5

٠

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup> Hasan Bisri, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya, PT Revka Petra Media, 2013) h. 56

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Ahmad Zaini, *Dakwah Melalui Televisi*, AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, STAIN Kudus, Vol. 3, No. 1 Juni 2015, h. 9

bentuk gambar hidup dengan suara bahkan dengan warna ketika peristiwa itu berlangsung. Oleh karena itu kekurangan dalam film mengenai aktualitasnya dapat ditutupi. Saat ini tidak ada satu detikpun yang lewat tanpa tayangan televisi, baik nasional dan internasional dengan berbagai alat-alat komunikasi yang canggih, dan tidak ada satu wilayahpun yang tidak bisa dijangkau dengan media ini. Pendek kata daya tarik televisi sampai hari ini belum ada yang menandingi demikian juga pengaruhnya. Namun umat islam masih amat sedikit memanfaatkan media ini untuk dakwah Islam.<sup>58</sup>

Televisi bagi kebanyakan masyarakat Indonesia dijadikan sarana hiburan dan sumber informasi utama. Di beberapa daerah terutama di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.<sup>59</sup>

Keberhasilan dakwah melalui media televisi akan sangat bergantung pada sumber daya manusia yang menggunakan. Kemajuan dan kecanggihan teknologi termasuk televisi tidak akan ada artinya jika sumber daya manusia tidak dapat mengoprasikannya dan memanfaatkannya, sesuai dengan istilah *the man behind the gun*. Seorang dai dituntut untuk memahami dan

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004),h. 425

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004),h. 154

mengerti bagaimana media televisi agar dapat memanfaatkannya dengan benar, termasuk menemukan format yang tepat dalam menggunakan media televisi sebagai media dakwah.<sup>60</sup>

Televisi sebagai media massa, merupakan jenis ke empat yang hadir di dunia., setelah kehadiran pers, film, dan radio. Televisi telah mengubah dunia dengan terciptanya dunia baru bagi masyarakat, dengan seluruh keunggulan dan kelemahannya sebagai media. Televisi telah merupakan penggabungan antara radio dan film, tidak lagi dijumpai dalam penyiaran televisi. Dari sini, maka televisi sangat penting untuk menjadi media dakwah.<sup>61</sup>

# d. Kelebihan dan Kekurangan televisi sebagai Media Dakwah

Televisi sebagai media dakwah merupakan suatu penerapan dan pemanfaatan teknologi modern dalam aktivitas dakwah. Dengan pemanfaatan televisi ini, diharapkan seluruh pesan-pesan dakwah dapat mencapai sasaran secara lebih optimal, baik kualitatif maupun kuantitatif. Dakwah melalui televisi banyak memperoleh kelebihan dibandingkan dengan media dakwah lainnya, diantaranya:

 Dakwah melalui media televisi dapat disampaikan kepada masyarakat melalui suara dan gambar

.

<sup>&</sup>lt;sup>60</sup> M. Alfandi, *Format Dakwah Melalui Media Televisi*, Jurnal Ilmu Dakwah, (Volume 25, Nomor 1, Januari 2005) h.47

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup> Ahmad Zaini, *Dakwah Melalui Televisi*, AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, (STAIN Kudus, Vol. 3, No. 1 Juni 2015), h. 10

- Dari segi mad'u, televisi dapat menjangkau jutaan pemirsa di seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sehingga lebih efektif dan efisien.
- Efek kultural televisi lebih besar dibandingkan media lain, khususnya bagi pembentukan perilaku prososial dan anti sosial anak-anak.<sup>62</sup>

Meskipun kelebihan-kelebihan televisi menonjol bukan berarti televisi paling baik sebagai media dakwah, karena televisi memiliki beberapa kekurangan diantaranya:

- 1) Siaran televisi hanya dapat sekali didengar dan dilihat
- 2) Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran
- 3) Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.
- 4) Sukar dijangkau oleh masyarakat (mahal)
- 5) Kadang-kadang masyarakat dalam menonton hanya sebagai pelepas lelah, sehingga selain program hiburan mereka tidak senang.<sup>63</sup>

Media dakwah dengan televisi sangat banyak memperoleh kehebatan dibanding media-media lainnya. Dakwah melalui media

<sup>63</sup> M. Alfandi, *Format Dakwah Melalui Media Televisi*, Jurnal Ilmu Dakwah, (Volume 25, Nomor 1, Januari 2005) h. 47

<sup>&</sup>lt;sup>62</sup> M. Alfandi, *Format Dakwah Melalui Media Televisi*, Jurnal Ilmu Dakwah, (Volume 25, Nomor 1, Januari 2005), h. 46

massa seperti di radio, televisi, koran, memang sangat menghemat waktu dan sasaran yang ingin dicapaipun lebih banyak, namun biaya yang dikeluarkan tidak sedikit bahkan bisa mencapai ratusan juta rupiah.

Keberadaan dakwah melalui media diakui memiliki efektifitas yang tinggi dibandingkan dengan dakwah dalam bentuk ceramah atau tabligh akbar. Melalui media audiens yang dapat dijangkau jauh lebih banyak dan luas. Jika dalam tabligh akbar yang bisa mengakses adalah mereka yang hadir dan jumlahnya hanya sedikit, maka melalui media materi dakwah akan diakses pula oleh masyarakat luas, dimanapun mereka berada.

Direktur Penerangan Agama Islam, Drs. Ahmad jauhari, M.Si, menegaskan bahwa peningkatan volume dakwah melalui media ini diahrapkan dpaat menyentuh lapisan masyarakat secara luas. Lebih lanjut beliau menyamaikan bahwa selama ini masih banyak masyarakat yang tidak etrsentuh dakwah. Hal ini bisa disebabkan beberapa hal, diantaranya masih konvennsionalnya metode dakwah yang hanya melalui mimbar atau tabligh akbar. Bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi atau daerah terpencil, menghadiri sebuah ceramah tentunya sangat mengganggu aktifitas. Dengan adanya siaran di televisi dan radio diharapkan mereka yang memiliki mobilitas tinggi dan tidak sempat datang ke majlis taklim atau karena jarak, dapat

mengaksesnya melalui siaran keduanya tanpa mengganggu aktifitasnnya masing-masing.<sup>64</sup>

# B. Kajian Teori Analisis Isi

Analisis isi pesan yang diaksud dalam penelitian ini adalah penelitian yang manifest (tampak) saja secara objektif tanpa mencampurkan interpretasi pribadi peneliti didalamnya. Dalam penelitian ini pembahasan yang akan dibahas lebih menitikberatkan kepada bagaimana Pesan Dakwah dalam Program Acara "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan landasan teori ekologi media. Dimana teori ini banyak membahas tentang perkembangan teknologi komunikasi khususnya pada dampak sosial yang ditimbulkan oleh teknologi tersebut. Teori ekologi media merupakan teori hasil pemikiran dari Marshall McLuhan. McLuhan menyatakan bahwa teknologi memengaruhi kehidupan manusia sehari-hari. Manusia tidak akan bisa hidup tanpa teknologi. Manusia dan teknologi itu sendiri memiliki hubungan yang bersifat simbiosis, artinya teknologi merupakan sesuatu yang diciptakan manusia itu sendiri, dan sebagai akibatnya, teknologi yang telah diciptakan manusia tersebut menciptakan kembali diri manusia yang menggunakan teknologi tersebut.

-

<sup>&</sup>lt;sup>64</sup> Diakses peneliti dari artikel <a href="http://www.bimasislam.depag.go.id">http://www.bimasislam.depag.go.id</a> pada tanggal 16 Januari 2018

Teknologi sebagai media dinilai mampu memengaruhi persepsi dan pemikiran manusia. McLuhan juga mengatakan dalam teorinya bahwa masyarakat dunia tidak mampu menjauhkan diriya dari pengaruh teknologi, ia juga menyatakan bahwa teknologi tetap akan menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan. Teori ekologi media paling dikenal karena adanya slogan 'medium adalah pesan'. Walaupun pengikut McLuhan terus memperdebatkan makna pasti dari persamaan ini, pernyataan ini merepresentaskan nilai-nilai ilmiah McLuhan: isi dari pesan yang menggunakan media adalah nomor dua dibandingkan mediumnya (atau saluran komunikasi). Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana kita berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekeliling kita.

McLuhan tidak menyampingkan pentingnya isi. Sebaliknya, sebagaimana dinyatakan oleh Paul Levinson (2001), McLuhan merasa bahwa isi mendapatkan perhatian lebih dari khalayak dibandingkan yang didapat medium. McLuhan berpendapat bahwa walaupun sebuah pesan memengaruhi keadaan sadar khalayak, adalah medium yang memengaruhi dengan lebih besar lagi keadaan bawah sadar khalayak. Jadi, misalnya, khalayak sering kali tidak sadar menganggap televisi sebagai sebuah medium saat menerima pesan yang disiarkan dari seluruh dunia. 65

<sup>&</sup>lt;sup>65</sup> Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanka, 2008), h. 145

# C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Kajian penelitian terdahulu dimaksudkan untuk mengkaji hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini, sejauh eksplorasi peneliti, belum ada penelitian yang membahas penelitian dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program Acara "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro. Namun, ada beberapa yang membahas tentang "Pesan Dakwah", penelitian-penelitian tersebut antaranya:

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Analisis Pesan	Persamaannya	Perbedaannya	Hasil penelitian ini
	Dakwah Program	yaitu ama-sama	terletak pada	menemukan
E.	"Wayang	meneliti tentang	objek media	berbagai macam
	Kampung Sebelah"	pesan dakwah,	televisinya,	pesan dakwah.
	di MNCTV karya	sama-sama	analisis yang	Dalam penelitian
	Teguh Elfan	mengambil objek	digunakan	ini, dikaji beberapa
	Hidayat Fakultas	di salah satu	degan peneliti	pesan diantaranya
	Dakwah Dan	program di	juga beda,	pesan akidah, pesan
	Komunikasi	televisi.	peneliti	syariah, dan pesan
	Jurusan		menggunakan	akhlaq. <sup>66</sup>
	Komunikasi Prodi		analisis isi	

<sup>&</sup>lt;sup>66</sup> Teguh Elfan Hidayat, *Analisis Pesan Dakwah Program Wayang Kampong Sebelah Di Mnctv*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014), h. 96

Penyiaran Islam UINSA Surabaya 2014.  2 Representasi Pesan Persamaannya Perbedaannya Dalam pe	nelitan
2014.	nelitan
	nelitan
2 Representasi Pesan Persamaannya Perbedaannya Dalam pe	nelitan
2 Representasi i esair i ersamaaniiya i erocdaaniiya Dalani pe	IICIItaii
Dakwah Sabar Dan yaitu sama-sama penelitian ini ini, dikaji me	ngangi
Dakwan Sabai Dan yaitu sama-sama penentian ini ini, dikaji me	ngenai
Ikhlas dalam FTV meneliti tentang lebih khusus sabar dan ket	egaran
Religi "Mahabah pesan dakwah, lagi yakni seorang toko	oh dan
Terindah" Di sama-sama objek kepada sabar juga repre	sentasi
Indosiar karya penelitiannya dan ikhlas. dari pesan d	akwah
Nonik Mauludiyah program religi di Metode yang itu sendiri. <sup>67</sup>	
Fakultas Da <mark>kw</mark> ah televisi. digunakan juga	
Dan Komunikasi beda yakni	
Jurusan kualitatif	
Komunikasi Prodi deskriptif.	
Komunikasi	
Penyiaran Islam	
UINSA Surabaya	
2015	
3 Analisis Isi Pesan Sama-sama Apabila Pesan dakwa	h yang
Dakwah Dalam meneliti tentang penelitian ini terdapat	dalam

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> Nonik Maulidiyah, *Representasi Pesan Dakwah Sabar Dan Ikhlas Dalam Ftv Religi "Mahabah Terindah" Di Indosiar*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2015), h. 101

edisi
2016,
Pesan
entang
nanan
Pesan
entang
Pesan
entang
budi
hlak).
g
pesan
atas
kata
entase
hlak);
engan
31,8%
' kata
entase

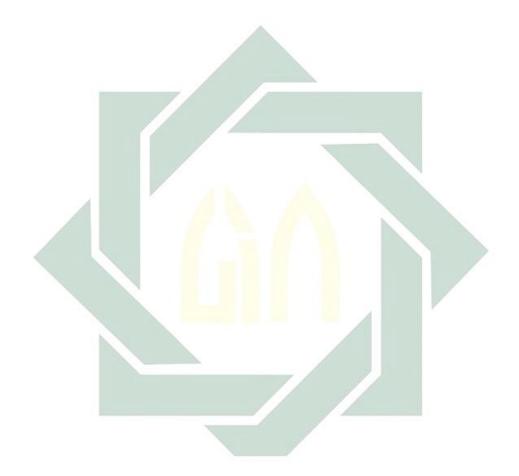
				26,1% (akidah). <sup>68</sup>
				, ,
4	Analisis Isi Pesan	Sama-sama	Perbedaan	Adapun hasil
	Dakwah Terhadap	meneliti tentang	terdapat pada	penelitian
	Program	pesan dakwah,	salah satu	menunjukkan
	"Khazanah"	sama-sama	rumusan	bahwa
	Trans7 Episode	menggunakan	masalah yakni	kecenderungan
	November 2013	medote	penelitin	pesan dakwah yang
	karya Fatimah	kauntitatif	tersebut	ditayangkan dalam
	Pallawagau	analisis isi, dan	menanyakan	program
1	Fakultas Dakwah	juga sama-sama	apa faktor	"Khazanah" Trans7
	dan Komun <mark>ik</mark> asi	m <mark>en</mark> gambil objek	pendukung dan	adalah materi
	UIN Ala <mark>ud</mark> din	program acara di	penghambat	dakwah secara
	Makassar 2014.	televisi.	penerapan	universal dengan
			orientasi pesan	berlandaskan pada
			dakwah dalam	Al-Qur'an dan
			program acara.	hadits dalam
				kategori akidah,
				syariah, dan akhlak
				dan relevan dengan

 $<sup>^{68}</sup>$ Rizal Muhammad Arif, Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Majalah Hidayah Islam Edisi Bulan Agustus, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2017), h. 114

				realitas kehidupan
				masyarakat. <sup>69</sup>
5	Analisis Isi Pesan	Persamaannya	Perbedaan	Penelitian ini
	Dakwah Mario	yaitu sama-sama	terletak pada	menemukan bahwa
	Teguh dalam	meneliti tentang	program acara	isi pesan pada
	Acara "Mario	pesan dakwah,	yang diteliti,	program acara
	Teguh Golden	sama-sama	yaitu di stasiun	Mario Teguh
	Ways" Metro TV	menggunakan	televisi yang	Golden Ways
	Karya Sumantri	medote	berbeda.	terdapat 56 pesan
	Fakuktas Dakwah	kauntitatif		yang didalamnya
	dan Komunikasi	a <mark>nal</mark> isis isi, <mark>dan</mark>		terdiri dari 7
	UIN Syarif	juga sama-sa <mark>m</mark> a		segmen.
	Hidayatullah	mengambil objek	4	Berdasarkan
	Jakarta 2015.	program acara di		pengelompokkan
		televisi.		pesan yang dibuat
				menjadi kategori
				yaitu aqidah,
				syariah, dan akhlak,
				diperoleh hasil
				yakni pesan aqidah
				berupa 31,41 %,

 $<sup>^{69}</sup>$  Fatimah Pallawagau, Analisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Program Khazanah Trans7 Episode November, (Makassar: UIN Alauddin, 2013), h. 88

		pesan syariah 26,28
		% dan pesan akhlak
		42,28 %. <sup>70</sup>



\_\_

 $<sup>^{70}</sup>$ Sumantri, Analisis Isi Pesan Dakwah Mario Teguh dalam Acara Mario Teguh Golden Ways Metro Tv, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015), h. 73

#### **BAB III**

#### METODE PENELITIAN

Metode merupakan salah satu aspek penting dalam penelitian. Metode merupakan acuan ataupun pedoman dalam melakukan penelitian. Metode penelitian menurut Sugiono adalah cara ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah diartikan yaitu, rasional (terjangkau akal), empiris (bisa diamati indra manusia) dan sistematis (menggunakan tahapan tertentu yang bersifat logis). Oleh karena itu keabsahan suatu penelitian ditentukan dari metode penelitian.

Adapun metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang dalam menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti, guna menghasilkan kesimpulan-kesimpulan yang dalam digeneralisasikan.<sup>72</sup>

# A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Aspek yang penting dalam menyusun penelitian adalah pendekatan analisis isi. Dilihat dari pendekatan analisis isi, dapat dibagi kedalam tiga bagian besar, yakni analisis isi deskriptif, eksplanatif, dan prediktif. Analisis isi deskriptif sebatas hanya menggambarkan pesan, sementara analisis isi eksplanatif berusaha untuk menguji hubungan diantara variabel. Adapun analisis isi

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> M. Hariwijaya, Triton, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi* (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2007), h. 51.

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> Cholid N & H. Abu, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 44

prediktif ditujukan untuk menguji prediksi variabel lain dengan menggunakan suatu variabel.<sup>73</sup>

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis isi deskriptif, karena penelitian ini bertujuan hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian dengan penelitian yang ingin menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi deskriptif adalah penelitian kuantitatif dengan format deskriptif yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan diantara varabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspekaspek dan karakt<mark>eri</mark>stik dari suatu pesan.<sup>74</sup>

Menurut Berelson & Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematik, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd (1967), analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilau komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.<sup>75</sup>

Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 46

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 47

<sup>75</sup> Rachmat Kriyantono, Teknik Praktik Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 230

gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliable, dan dapat direplikasi. Menurut Krippendorf (1980:21;2006:8) Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sahih datanya dengan memerhatikan konteksnya.<sup>76</sup>

Analisis isi berhubungan dengan isi komunikasi.<sup>77</sup> Sehubungan dengan hal tersebut, maka jenis analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif dengan menggambarkan pesan dakwah yang nampak dalam program acara "Madangno Ati" dengan cara meringkas atau menyusun data yang diperoleh dari penelitian yang didasarkan pada pada distribusi nilai variabel dan frekuensi pesan dakwah yang terdapat pada nilai variabel tersebut.

Adapun alasan memilih analisis isi kuantitatif, karena peneliti ingin mengetahui muatan atau pesan dakwah yang tampak dalam televisi, dengan cara menghitung frekuensi dan presentase masing-masing kategori pesan dakwah yang ada dalam Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

-

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 15

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h. 233

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa manfaat atau tujuan. McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* mengatakan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah:

- Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media
- 2. Membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial
- 3. Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat
- 4. Mengetahui fungsi dan efek media
- 5. Mengevaluasi media performance
- 6. Mengetahui apa ada bias media<sup>78</sup>

## B. Unit analisis

Langkah awal yang penting dalam analisis isi ialah menentukan unit analisis. Krippendorf (2007:97), mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat. Penentuan

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 231

unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian.<sup>79</sup>

Unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisi isi unit analisisnya adalah teks, pesan, atau medianya sendiri. Yang dimaksud dengan unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek atau sasaran penelitian (sasaran yang dijadikan analisis atau fokus yang diteliti). Unit analisis suatu penelitian dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya.

Secara umum, dari berbagai jenis unit analisis yang ada dalam analisis isi, dapat dibagi kedalam tiga bagian besar, yakni unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Unit sampel adaalah bagian dari objek yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami. Sedangkan unit pencatatan adalah bagian atau aspek dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Sementara unit konteks adalah konteks apa yang diberikan oleh peneliti untuk memahami atau memberikan arti pada hasil pencatatan.

Secara umum beberapa unit analisis dalam analisis isi antara lain adalah: Unit tematik, Unit fisik, Unit referens, Unit sintaksis. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan unit tematik dan unit sintaksis dengan satuan ukurannya adalah salah satu video tayangan

80 Rachmat Kriyantono, Teknik Praktik Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 235

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 59

pada program "Madangno Ati" edisi *15 November 2017*. Dengan dibatasi pada subyek yang dikaji ini, diharapkan nantinya tidak akan melebar pada persoalan-persoalan yang jauh dari subyek-subyek tersebut.

# C. Populasi dan Sampel

Dalam analisis isi, ada dua dimensi yang digunakan untuk menentukan populasi, yaitu topik dan periode waktu. <sup>81</sup> Obyek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data disebut populasi. <sup>82</sup> Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya. <sup>83</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu keseluruhan pesan-pesan dakwah yang telah ditayangkan setiap episodenya dalam program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro yaitu selama bulan November 2017 sebanyak 4 episode. Diantaranya edisi 8 November, 15 November, 22 November, dan 29 November 2017.

Sedangkan sampel adalah bagian atau sejumlah tertentu dari populasi yang akan diriset.<sup>84</sup> Dalam analisis isi terdapat beragam metode dalam penarikan sampel. Secara umum, dari beragam metode penarikan sampel ini, dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yakni penarikan sampel acak (*random/probability sampling*) dan penarikan sampel tidak acak (*non-random/non-probability sampling*). Penarikan

Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 236

Raciniat Kriyantono, *Teknik Traktik Risel Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), n. 230 82 P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 23

<sup>&</sup>lt;sup>83</sup> Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 109

<sup>&</sup>lt;sup>84</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 236

sampel acak adalah teknik penarikan sampel yang menggunakan hukum probabilitas, dimana memberi kesempatan atau peluang yang sama kepada anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Sementaran penarikan non acak adalah teknik penarikan sampel yang tidak menggunakan hukum probabilitas. Anggota populasi tidak mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.<sup>85</sup>

Teknik penarikan sampel yang akan dipakai oleh peneliti adalah purposive sampling. Teknik sampling ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Sampel yang diambil berdasarkan waktu penelitian yang diperlukan oleh peneliti terhadap objek penelitian. Dengan berdasarkan pada tujuan peneliti, maka sampel yang ditarik berdasarkan waktu penelitian yaitu minggu kedua pada bulan November 2017, yaitu pada 15 November 2017. Peneliti memilih edisi 15 November 2017 karena video tayangan tersebut sudah ditonton sebanyak 2.034.764 kali penayangan dan sudah mencapai 2799 subscriber 7, ini terbukti video tersebut banyak diminati oleh masyarakat dan menjadi alasan dari peneliti.

Ketertarikan terhadap isi pesan dari tayangan tersebut juga menjadi alasan bagi peneliti, karena dalam penarikan non acak sampel bisa

٠

<sup>&</sup>lt;sup>85</sup> Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 115

<sup>&</sup>lt;sup>86</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001) h.

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup> Diakses Peneliti dari Channel Youtube JTV Bojonegoro, pada tanggal 26 Desember 2017

diambil karena subjektivitas peneliti.<sup>88</sup> Peneliti secara sengaja memilih sampel atau periode tertentu atas dasar pertimbangan ilmiah. Pemilihan sampel memang tidak dilakukan secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan yang kuat dari peneliti.<sup>89</sup>

Sampel diambil dalam penelitian sebagai pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya. Dalam penelitian pengambilan sampel yang tepat merupakan langkah awal dari keberhasilan penelitian, karena dengen pemilihan sampel yang dilakukan dengan tidak benar akan menghasilkan temuan-temuan yang kurang memenuhi sasarannya. 90

# D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam riset kuantitatif dikenal metode pengumpulan data: kuesioner (angket), wawancara (biasanya berstruktur), dan dokumentasi. 91

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitianya adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi

<sup>&</sup>lt;sup>88</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 117

<sup>&</sup>lt;sup>89</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 147

<sup>&</sup>lt;sup>90</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004) h. 29

<sup>91</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 93

standar yang ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

## 1. Metode Pengamatan (Observasi)

Observasi merupakan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, dan berpartisipasi secara langsung pada objek penelitian, guna memperoleh data yang diperlukan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif moderat, dimana peneliti dalam mengumpulkan data observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan akan mengikutinya, namun tidak semuanya. 92

Observasi yang dimaksud yakni teknik penelitian menggunakan dengan cara secara langung melalui media yang bersangkutan. Dalam hal ini, akan dilakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek penelitian.

Dalam teknik observasi ini peneliti melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Observasi dilakukan oleh peneliti terhadap Pesan-pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro.

## 2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung menjadi data

<sup>92</sup>Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D cetakan XXI*. Alfabeta, Bandung, h. 227.

skunder. Pemakaian metode dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah ilmiah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan lain sebagainya. <sup>93</sup>

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi. Dokumentasi terdiri atas tulisan pribadi seperti surat-surat, dokumen resmi, seperti notula rapat, laporan dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" di JTV Bojonegoro. Dalam hal ini, tayangan video tersebut menjadi data dokumentasi untuk mengkaji permasalahan secara lebih mendalam.

Setelah peneliti melakukan pengamatan dokumentasi, lalu, peneliti memohon izin untuk meminta *copy*an data dokumentasi kepada lembaga yang berhak. Metode dokumentasi, akan mendukung hasil penelitian. Sehingga, hasil penelitian lebih terpercaya. Tetapi, peneliti perlu mencermati dari dokumentasi, karena tidak semua dokumentasi memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi. <sup>94</sup>

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data berupa video tayangan program "Madangno Ati" edisi 15 November 2017.

.

<sup>&</sup>lt;sup>93</sup> Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D cetakan XXI*. Alfabeta, Bandung, h. 277.

<sup>&</sup>lt;sup>94</sup> Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D cetakan XXI*. Alfabeta, Bandung, h. 240

Data tersebut akan dikumpulkan dengan cara wawancara sesuai dengan kebutuhan peneliti.

# E. Indikator Penelitian

Penyusunan data dalam penelitian ini memerlukan salah satu cara dengan mengelompokkan beberapa ciri yang membedakan dalam pesan dakwah. Karena didalam penyusunan isi pesan dakwah meliputi 3 bagian yakni pemilahan pesan dakwah akhlak, aqidah, dan syariah.

Tabel 3.1 Indikator Pesan Dakwah

No	<mark>Kategori</mark>	Sub Kategori	
1.	Akhlak	a. Akhlak terhadap allah swt	
		b. Akhlak terhadap manusia	
		c. Akhlak terhadap diri sendiri	
		d. Akhlak terhadap tetangga	
		e. Akhlak terhadap bukan manusia ( flora dan fauna )	
2.	Aqidah	a. Iman kepada allah swt	
		b. Iman kepada malaikat	
		c. Iman kepada kitab	
		d. Iman kepada rasul	
		e. Iman kepada hari kiamat	
		f. Iman kepada qadha dan qadhar	
3.	Syariah	a. Ibadah thaharah	
		b. Shalat	

c. zakat
d. Puasa
e. Haji
f. Muamalah
g. Hukum perdata dan pidana

## F. Teknik Analisis Data

Dalam analisis data kuantitatif dikenal dua macam statistik, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan pada riset deskriptif, yang berupaya menggambarkan gejala atau fenomema dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku, atau objek tertentu lainnya. Beberapa jenis teknik yang termasuk kategori statistik deskriptif yang sering digunakan antara lain: tabel (distribusi) frekuensi, tendensi sentral, dan standart deviasi. 95

Tahap awal dari analisis data adalah mendeskripsikan temuan. Ini menggunakan statistik yang disebut sebagai statistik deskriptif. Karena statistik ini bertujuan mendeskripsikan dan menjabarkan temuan dan data yang didapat dari analisis isi. Hasil analisis isi dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel frekuensi. Selain lewat tabel,

95 Rachmat Kriyantono, Teknik Praktik Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 167

<sup>96</sup> Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 305

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyajian data hasil analisis isi juga dapat disimpulkan dalam bentuk grafik. Lewat grafik, data dapat disajikan secara lebih menarik dan enak dibaca. Secara umum ada tiga bentuk grafik yang dapat dipilih, yakni diagram batang, diagram garis, dan diagram pastel (lingkaran). <sup>97</sup>

Ada banyak teknik statistik yang dapat dipakai dalam analisis isi. Tetapi, pilihan teknik statistik apa yang dipakai haruslah disesuaikan dengan tujuan dan pendekatan dari analisis isi. Dalam penelitian ini akan menggunakan statistik deskriptif, karena analisis isi dilakukan untuk menggambarkan fakta, gejala, atau fenomena. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi sekedar menggambarkan secara deskriptif aspek-aspek dari isi. Jika peneliti melakukan analisis dengan tujuan ini, maka teknik statistik yang diperlukan adalah statistik deskriptif. 98

Dalam penggunaan perhitungan statistik, peneliti menggunakan distribusi frekuensi. Pada teknik analisis yang terakhir ini, peneliti menggunakan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi merupakan pembagian data ke dalam beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam persentase. Dengan cara ini dapat diketahui jumlahnya yaitu ditunjukkan oleh nilai persentase yang tertinggi dan demikian sebaliknya.

<sup>&</sup>lt;sup>97</sup> Eriyanto, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 309

<sup>&</sup>lt;sup>98</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 318

Selain itu, kegunaan lain dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian. Alat analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi masing-masing.

Disini peneliti akan membuat table distribusi frekuensi, yang merupakan suatu table yang menunjukkan sebaran atau distribusi data yang kita miliki, yang tersusun atas frekuensi tiap-tiap kelas atau kategori yang telah diterapkan. Frekuensi tiap kelas/ kategori menunjukkan banyaknya pengamatan dalam kelas atau kategori yang bersangkutan.

Pada penelitian kuantitatif deskriptif, terdapat pengolahan hasil penelitian dengan statistic deskriptif. Dalam penelitian ini, teknik statistic yang digunakan memakai distribusi frekuensi. Yakni digunakan untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi pada suatu data.

Selain itu, kegunaan lain dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaiman distribusi frekuensi dari data penelitian. Alat analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi masing-masing. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung frekuensi pesan dakwah yang terandung dalam tayangan program madangno ati di JTV Bojonegoro, yakni dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{Fx}{N} 100 \%$$

Keterangan:

P = Prosentase Frekuensi

Fx = Frekuensi Kategori Muncul

N = Jumlah Kejadian / Nilai Keseluruhan

Secara sederhana tabel distribusi frekuensi menyatakan skala pengukuran yang diperoleh dengan mendaftar setiap kata, kalimat, dan paragraph dari per pesan kedalam kolom dari terendah hingga tertinggi atau sebaliknya. Disamping itu, kita tuliskan frekuensi yaitu banyaknya lambang X untuk judul kolom kata, kalimat, dan paragraf di setiap pesan dan F untuk judul frekuensi.

#### **BAB IV**

#### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

# A. Penyajian Data

- 1. Deskripsi Objek Penelitian
  - a. Profil JTV Bojonegoro

JTV yang merupakan singkatan dari Jawa Pos Media Televisi, adalah sebuah stasiun televisi regional di Kota Surabaya, Jawa Timur. JTV adalah televisi swasta regional pertama di Indonesia sekaligus yang tersebar di Indonesia hingga saat ini. Jangkauan JTV meliputi hampir seluruh provinsi Jawa Timur secara terrestrial, juga bisa diterima di seluruh Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Filipina, dan sebagian Australia dengan parabola melalui satelit PalapaD, dan fasilitas televisi berlangganan Transvision, Groovia TV, HOMElinks, Innovate, First Media, Big TV dan viva+. 99

Stasiun televisi ini merupakan anggota jaringan Jawa Pos TV dan dimiliki oleh Grup Jawa Pos, yang juga memiliki afiliasi surat kabar dan biro JTV di Surabaya, salah satunya di Bojonegoro. JTV Bojonegoro adalah sebuah media televisi lokal yang lahir di Bojonegoro pada tanggal 17 November 2007. Dan berkantor di Jalan Ahmad Yani 39 (Komplek Radar) Bojonegoro.

Berikut ini gambar kantor JTV Bojonegoro:

-

<sup>99</sup> Diakses Peneliti dari https://id.wikipedia.org/wiki/JTV pada tanggal 26 Desember 2017



Gambar 4.1 Tampak dari depan kantor JTV Bojonegoro Sumber: Diambil oleh peneliti pada tanggal 18 Desember 2017

Lokasi pemancar ada di dusun Ngesong, desa Ngandong, kecamatan Grabagan, kabupaten Tuban. Dengan antena yang diarahkan ke Surabaya, masyarakat bojonegoro dan sekitarnya dapat menerima siaran JTV Bojonegoro pada channel 41 Frekuensi 631,25 UHF dan JTV Surabya pada channel 60 UHF.

Siaran JTV Bojonegoro meliputi daerah eks-karesidenan bojonegoro, yaitu kabupaten Bojonegoro, kabupaten Tuban, kabupaten Nganjuk, kabupaten Ngawi, dan sebagian wilayah Rembang Jawa Tengah. JTV Bojonegoro berjaringan dengan JTV Surabaya dan 8 (delapan) biro lain di wilayah Jawa Timur, yaitu JTV Biro Madiun, Trenggalek, Pacitan, Kediri, Malang, Jember, Bondowoso, Banyuwangi, dan Madura. Dan untuk masyarakat Bojonegoro, jumlah penonton TV lokal khususnya JTV Bojonegoro termasuk tinggi, dengan pemirsa lebih dari 80 %.



Gambar 4.2 Tabel list penonton TV lokal di daerah Sumber: *The Nielsen Company Confidential And Proprietary Riset* 2017

JTV berjaringan dengan JPMC (Jawa Pos Media Corporation), media televisi audio visual Jawa Pos Group, yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dengan berjaringan, memungkinkan JTV Bojonegoro untuk sharing program dan iklan, sehingga dapat mempromosikan potensi yang ada di Bojonegoro dan sekitarnya pada daerah lain.



Gambar 4.3 Logo JPMC

Sumber: www.jtvbojonegoro.com

JTV Bojonegoro senantiasa aksi dan membuka diri berusaha menjadi mitra pemerintah dan swasta untuk mengangkat

potensi lokal yang ada di wilayah Bojonegoro dan sekitarnya. Dengan sumber daya manusia yang berkompeten yang dibidangnya, yakni 90% adalah putra daerah asli Bojonegoro dan Tuban, sehingga dapat beradaptasi dengan baik dengan masyarakat dan sekitarnya. Dengan bekal wawasan yang cukup tentang bojonegoro dan sekitarnya, kami dapat menyusun konsep tayangan yang selaras dengan warna budaya dan kehidupan masyarakatnya, dan apa yang disajikan akan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya. 100

b. Logo JTV Bojonegoro



Gambar 4.4 Logo JTV Bojonegoro Sumber: <a href="https://www.jtvbojonegoro.com">www.jtvbojonegoro.com</a>

c. Visi dan Misi

Visi:

\_

 Menjadi sebuah media informasi yang dapat mengangkat potensi-potensi yang ada di Bojonegoro menjadi lebih dikenal

<sup>&</sup>lt;sup>100</sup> Diakses Peneliti dari Data Administrasi JTV Bojonegoro

dan dapat dikembangkan untuk peningkatan kesejahteraan

masyarakat.

2) Menjadi media promosi bagi hasil karya dan produk lokal

masyarakat Bojonegoro eks-karesidenan.

Misi:

1) Menciptakan program tayangan yang menampilkan budaya,

adat istiadat, wisata alam yang ada di wilayah Bojonegoro eks-

karesidenan.

2) Memberi kesempatan kepada tenaga kerja lokal untuk turut

berkecimpung dalam dunia pertelevisian.

3) Memberi kesempatan bagi para wirausahawan lokal untuk

memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat

dengan biaya yang terjangkau.

4) Menambah wawasan hidup khususnya bagi masyarakat

Bojonegoro eks-karesidenan mulai dari sejarah, seni, dan ilmu

pengetahuan.

5) Menawarkan informasi penting mulai dari kesehatan,

ekonomi, sosial, budaya, dan entertainment.

6) Membantu pemirsa dalam pencapaian tujuan mereka. <sup>101</sup>

d. Struktur Kepegawaian

Kepala Biro : Somad, S.Ag

Kepala Produksi : Moch. Wahab

\_

101 Diakses peneliti dari <u>www.jtvbojonegoro.com</u> pada tanggal 18 Desember 2017

Manager News : Ach Imam Mabrurin

Administrasi Dan Keuangan : Siti Cholisa A.Md

Kepala Marketing : Somad Rahardiyan

Reporter : Imam Mabrurin, Khusni Mubarok,

Shohibul Umam, Avrizal Ilmi

Presenter : Ayun Saritilawah, Ossa Adnan,

Soraya Sarah, Siti Cholisa

Cameramen :Yanto, Ach Maimun

Editor : Mochammad Wahab, Ryan Shahruli

Petugas Transisi : Heru, Hadi, Ali

Petugas kebersihan dan jaga malam: Pak Min (karyawan Radar Bojonegoro). Jumlah karyawan biro ada 12 orang + 3 orang presenter freelance + 3 orang penjaga pemancar. Total 18 orang, dibantu beberapa rekanan yang menjadi *marketing freelance*. <sup>102</sup>

## e. Program Acara

Tabel 4.1 Nama-nama Program Acara di JTV Bojonegoro

No	Nama Program	Jenis Program
1	Sketsa Bengawan	News
2	Daun Jati	Event
3	Madangno Ati	Religi
4	Sudut Kota	Soft News
5	Pena	Hiburan (Anak)

\_

<sup>102</sup> Profil Perusahaan, diakses peneliti dari Data Staff Administrasi JTV Bojonegoro

6	G-Tol	Olahraga (Senam)
7	Kabar Sepasar	News Daerah

JTV Bojonegoro mempunyai beberapa program acara, diantaranya:

## 1) Sketsa Bengawan

Sketsa Bengawan adalah program News berdurasi 60 menit, yang hadir setiap hari Senin – Sabtu pada jam 05.00 WIB dan 15.30 WIB yang menyampaikan berbagai informasi peristiwa yang terjadi di daerah Bojonegoro dan sekitarnya.

#### 2) Daun Jati

Daun Jati adalah sebuah program yang menampilkan event atau moment seperti pelantikan, wisuda, ceremonial, atau yang lain.

#### 3) Madangno Ati

Program religi yang hadir setiap hari Jum'at pukul 16.30 WIB ini akan memberikan siraman-siraman rohani kepada pemirsa setia JTV Bojonegoro.

#### 4) Sudut kota

Program Soft News yang mengangkat berbagai sisi kehidupan masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya seperti kehidupan jalanan, komunitas, wisata dll. Hadir setiap hari Kamis pukul 16.30 WIB.

#### 5) Pena

Pena atau Pentas Anak yang ditayangan setiap hari Rabu pukul 06.30 WIB dan 16.30 WIB adalah sebuah program yang akan

menyuguhkan berbagai polah tingkah anak-anak tingkat PAUD, Playgroup dan TK yang dikemas secara menarik dan menghibur.

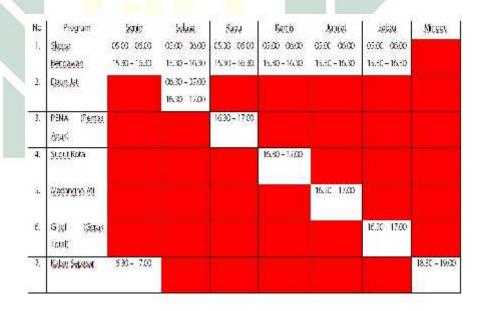
#### 6) G-Tol

Gerak Total, program senam yang meliputi senam massal atau yang diadakan oleh sebuah lembaga dengan durasi 60 menit yang tayang setiap hari Sabtu pukul 16.30 WIB.

### 7) Kabar Sepasar

Program News dari wilayah Bojonegoro dan Tuban selama Sepasar (Lima Hari Pasar) yang dikemas menjadi satu menggunakan bahasa "Jonegoroan", berdurasi 30 Menit.

## f. Jadwal Progr<mark>am Tayang</mark>



Gambar 4.5 Tabel daftar tayang program acara di JTV Bojonegoro Sumber: Data Administrasi JTV Bojonegoro

# g. Jangkauan Siaran

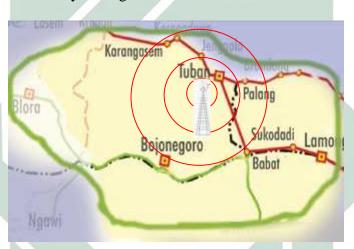
Berikut ini adalah beberapa daerah kecamatan yang dapat menjangkau siaran dari stasiun televisi JTV Bojonegoro 42 UHF, namun hanya warna merah yang bisa menerima siaran, antara lain:

Tabel 4.2 Daftar beberapa daerah yang dapat menerima siaran JTV Bojonegoro

No	Bojonegoro	Tuban	Lamongan
1	Kota	Kota	Kota
2	Kapas	Semanding	Deket
3	Balen	Palang	Turi
4	Sumberrejo	Plumpang	Tikung
5	Kanor	Widang	Kembangbahu
6	Baureno	Rengel	Sukodadi
7	Kepohbaru	<b>Gra</b> bagan	Pucuk
8	Kedungadem	Soko	Sekaran
9	Sugihwaras	Parengan	Karanggeneng
10	Sukosewu	Singgahan	Babat
11	Dander	Bangilan	Kedungpring
12	Temayang	Senori	Sugio
13	Gondang	Kenduruan	Modo
14	Sekar	Jatirogo	Ngimbang
15	Bubulan	Bancar	Sambeng
16	Ngasem	Tambakboyo	Bluluk
17	Ngambon	Jenu	Sukorame
18	Tambakrejo	Merakurak	Mantup
19	Ngraho	Kerek	Karangbinangun
20	Margomulyo	Montong	Glagah
21	Kalitidu		Kalitengah

22	Purwosari	Nganjuk kota	Paciran
23	Padangan	Cepu	Solokuro
24	Kasiman	Blora	Brondong
25	Kedewan		Laren
26	Malo		Maduran
27	Trucuk		Sarirejo

## h. Peta Wilayah Jangkauan Siaran



Gambar 4.6 Peta wilayah jangkauan siaran JTV Bojonegoro Sumber: <a href="https://www.jtvbojonegoro.com">www.jtvbojonegoro.com</a>

# B. Data tentang Pesan Dakwah

#### 1. Program Madangno Ati

Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi. 103

Kata program berasal dari bahasa Inggris programe atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak mengunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan demikian pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audience. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran, baik itu televisi atau radio. 104

Program acara merupakan sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. 105

Program "Madangno Ati" merupakan salah satu program JTV Bojonegoro. Program yang bergenre religi berisikan ceramah agama ini, disajikan dalam 30 menit. Hadir setiap hari Jum'at pukul 16.30 WIB yang akan memberikan siraman-siraman rohani kepada pemirsa setia JTV Bojonegoro. Dengan menampilkan ustadz atau ustadzah

104 Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 209-210.

<sup>103</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h.121

<sup>105</sup> Naratama, Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Muti Camera, (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 63.

ternama asli daerah Bojonegoro, tentunya dengan bahasa yang sederhana dan dapat dipahami oleh kalangan pendidikan menengah kebawah.

Episode pertama program ini pada minggu pertama bulan Agustus tahun 2010. Dan sampai sekarang sudah mecapai 300 lebih episode. Tayang setiap hari jumat jam 16.30-17.00 WIB. Hari jumat dipilih karena merupakan hari yang penuh berkah, dan di jam itu juga merupakan waktu dimana jam istirahat dan bersantai, banyak orang yang sudah pulang dari kesibukan kerja masing-masing. Dengan durasi 30 menit terbagi menjadi 3-4 segmen.



Gambar 4.7 Tampilan Bumper Program Madangno Ati Sumber: Channel Youtube JTV Bojonegoro

Adapun para crew yang terkait dalam program "Madangno Ati" JTV Bojonegoro antara lain dibawah ini:

Penanggung Jawab : Somad Rahardian

Manager Produksi : M. Wahab

Produser : Achmad Maimun

Cameramen : Yanto

Editor : Ryan

Presenter : Kondisional

Teknik : Maim

Grafis : Wahab

Master Control/ Transmisi: Umar, Effendi, Hadi

Tujuan adanya program "Madangno Ati" adalah seperti namanya, yakni memberikan pencerahan dan juga sekaligus sebagai syiar agama Islam. Selain itu, program "Madangno Ati" juga sebagai media pembelajaran, khususnya tentang pendidikan agama, karena konsep dari "Madangno Ati" beragam, mulai dari dialog, ceramah, dan juga kuliah agama. Dari hasil komposisi siaran JTV Bojonegoro dapat dilihat untuk tayangan berbasis agama mempunyai presentasi sebanyak sehingga dapat disimpulkan program "Madangno Ati" mampu diterima oleh masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya. <sup>106</sup>

## 2. Transkip Data Program Madangno Ati Edisi 15 November 2017

Pada episode kali ini, pengajian umum dilaksanakan di lapangan Kesbang Polinmas di Bojonegoro. Dengan narasumber K.H. Imam Sadeli dari desa Pelem kecamatan Purwosari yang juga sekaligus Pengasuh Pondok Pesantren Darun Najad, dusun Klubuk, Pelem, Purwosari, Bojonegoro. Temanya adalah mendorong

<sup>106</sup> Hasil wawancara dengan Produser Program Madangno Ati, pada tanggal 18 Desember 2017

kehidupan kesolehan sosial dalam bersatu melangkah maju dibuka dengan salam.



Gambar 4.8 Salah satu cuplikan tayangan program Madangno Ati Sumber: Channel Youtube JTV Bojonegoro

## Segment 1

Dengan diawali dengan salam, pada episode kali ini membahas tentang kesholehan. Yang bertujuan mendorong kesolehan sosial bersatu melangkah maju. Narasumber menjelaskan bahwa memperbaiki kesholehan masyarakat di bidang sosial bahkan termasuk di bidang keagamaan, kesholehan sosial dibidang apapun bisa terbentuk eksis konsis kuat itu tidak lain ialah harus dimodali iman yang kuat untuk Islam khususnya, agamanya yang kuat.

Allah SWT memberikan isyaroh berupa kemerdekaan sebagai modal pembangunan yang sangat pokok pertama. Tanpa kemerdekaan kita tidak mungkin kita bisa membangun. Modal utama kita membangun apapun pembangunan yang dibentuk itu tidak lepas karena kita sudah merdeka. Andaikan masih dalam penjajahan, jangankan melakukan pengajian dengan masyarakat yang banyak, mengaji dengan hanya beberapa orang saja sudah dicurigai oleh penjajah dan diancam akan dianiaya.

Para da'i bingung pada saat itu, bahkan ada salah satu kitab yang dilarang diajarkan di pesantren yaitu *iddotun nasihin*. Karena kitab tersebut berisi tentang mengobarkan, membakar semangat perjuangan. Ditutup sama penjajah. Paling susah jadi kyai disaat di fitnah, dilarang mengaji, dan saat jalanpun juga dibully banyak

orang. Hanya doa dan ikhlas demi kemerdekaan, atas ijin allah dan atas rahmat allah.

Bangsa Indonesia kalau imannya kuat, tegak islamnya, tegak agamanya insya allah Negara ini akan baldatun toyyibah warobbun ghofur. Merdeka pada saat jumat legi (kalender jawa) bulan puasa, kalau dalam masehi 17 agustus 1945 jam 10 pagi hari jumat, secara keyakinan islam, hari jumat adalah paling bagusnya hari (*saiyyidul ayyam*). Sebaik-baiknya hari adalah hari jumat, kalau bisa nikah memilih hari jumat, ketika ada orang yang meninggal dunia saat hari/malam jumat maka tidak disiksa kubur sampai hari kiamat, kalau nikah sunnah, matipun tidak di siksa di alam barzah.

Selama konsis, eksis, kuat imannya, tegak Islamnya, tegak agamanya, Negara ini akan dibuat murah sandang pangan gemah ripah loh jinawi. Tapi kenyataan yang ada di Indonesia banyak yang belum mencapai target yang diinginkan. Sebab kekuatan iman masih lemah, kekuatan agama masih lemah. Mestinya Nabi menjamin, barang siapa yang imannya kuat, islamnya kuat, sampai ada hadits: Barang siapa yang bisa menjalankan sholat jamaah rutin, akan dibuka pahala rizkinya dari langit dan bumi. Contohnya mekkah. Negaranya sangat kaya karena rajin sholat berjamaah, kuat imannya, kuat Islamnya, dibuka keberkahannya.

Sedangkan Indonesia mengapa masih lemah? Karena imannya masih lemah, Islamnya juga lemah, sumber daya manusianya sangat lemah karena 350 tahun dijajah belanda, mati pikirannya ditekan oleh Belanda. Kalau sumber daya manusianya sudah kuat, iman diperkuat, Islam juga kuat, persatuan tidak udah dicari. Barang siapa yang mengaku iman, cintanya kepada saudara lebih dari cintanya kepada diri sendiri, cintanya kepada Allah lebih dari cintanya kepada diri sendiri, sudah pasti akan terjalin persatuan yang kokoh, tidak mungkin fitnah tetangga, tidak mungkin fitnah temannya, yang ada justru rasa ingin membantu, baik kepada teman, itulah konsep mukmin.

Maka dari itu mari saling mensyukuri kemerdekaan. Barangsiapa yang kuat iman Islamnya, baik perilaku sosialnya, suka membantu teman, rukun dengan tetangga, akrab persatuan, kompak kerukunan, Allah berjanji di surat An-Nahl yang artinya: Barang siapa yang kuat iman dan islamnya, kebiasaannya baik, laki-laki maupun perempuan, muda maupun tua, maka niscaya Allah akan memberikan kemudahan hidup, jalan menuju rizki, hidup mapan dan kondusif, harmonis keluarganya, tidak ada halangan, sehat wa alfiat, mulia di dunia akhirat, calon penghuni syurga, amiin allahumma amiin.

### Segment 2

Kerukunan ditata mulai dari keluarga, sampai ditengah masyarakat, masuk ke RT RW sampai kelurahan bahkan terus meluas sampai nasional ke seluruh Negara Indonesia , kerukunan bisa terbentuk karena adanya iman tadi, contohnya berbakti kepada suami sama halnya dengan ibadah sunnah lebih besar dari ibadah 60 tahun, bahkan hanya tersenyum saja seperti ibadah sunnah 20 tahun. Masyarakat harus tetap bersatu bertetangga walaupun beda agama. Semua sudah ada aturannya.

Ciri khas orang iman kalau berbicara pasti yang benar yang membawa arti dan hikmah, kalau tidak, lebih baik diam. Sebab nabi bersabda: barang siapa yang mengaku iman kepada allah, jika berbicara hendaklah bicara yang baik sopan yang mengandung penuh arti, apabila tidak lebih baik diam. Selalu berhati-hati setiap perkataan yang akan diucapkan. Tidak bicara kasar dengan perempuan, tidak bicara kasar pada laki-laki. Berbicara yang sopan santun yang penuh isi dengan sesama tetangga dan temannya.

Jadilah kerukunan yang semakin solid, kesatuan semakin kuat, kebersamaan terbina. Intinya mengajak rukun baik di keluarga, masyarakat, ditengah bangsa, jangan sampai terjadi pecah belah, tetap NKRI harga mati. Perlu digali potensi supaya bangsa tidak meninggalkan dan lupa pada dasarnya Negara. Pada zaman Suharto, pernah mengadakan penataran P4 yang bertujuan supaya masyarakat memahami isi dari pancasila, tidak hanya hafal dasarnya lima, tetapi juga paham isinya. Akhirnya supaya kuatlah pemahaman nasionalisme kebangsaan dan juga kuat persatuan kebangsaan, diadakan penataran P4.

Sekolah jaman sekarang sudah jarang diajarkan nilai-nilai pancasila, benar harus diajarkan yang menunjang kemajuan bangsa, tapi tidak selayaknya melupakan konsep-konsep dasar negara yakni pancasila. Akhirnya banyak yang tidak mengetahui isi dari butir-butir pancasila, tidak paham tata gelar pancasila, inilah yang menimbulkan perpecahan, permusuhan, padahal ada yang namanya persatuan Indonesia. Kalau sampai ditinggalkan, akan terjadi pertikaian suku bangsa, Negara kita kan ambruk jika tidak dipahami dasar Negara. Padahal sebenarnya, pancasila bersumber dari Alquran. Contohnya sila pertama ketuhanan yang Maha Esa, kalau di Alquran berarti *Qulhuwallah hu ahad. Wa ila hukum ila hu wahid.* 

Kalau iman sudah kuat dengan mengkaji keilmuan Islam, InsyaAllah akan rukun dan bersatu dengan sendirinya, karena ditekan oleh keimanan dan aqidah Islam. Mari diperkuat imannya 6 rukunnya, tegakkan Islam 5 rukunnya,

### Segment 3

Maka dari itu mari sholat berjamaah, selain menambah pahala, juga menambah kekompakkan lingkungan kerukunan. Kesbang Polinmas punya tujuan supaya kesatuan bangsa dengan sekian suku, sekian agama, sekalipun berbeda agama, beda suku, ada Bhinneka Tunggal Ika. Walau berbeda suku, walau berbeda keyakinan agama, tetapi tetap satu kesatuan NKRI. Sudah diatur didalam Alquran, *Lakum diinukum waliyadiin*, bagimu agamamu bagiku agamaku.

Sehingga tidak saling ganggu mengganggu, saling fitnah memfitnah, yang ada justru saling sadar, saling melakukan ibadah sesuai keyakinan. Tidak ada cemoohan, tidak ada kritikan, tidak ada masalah. Karena sudah diatur oleh Alquran, semua ada aturannya. Sehingga akhirnya persatuan kesatuan bangsa tidak goyah, persatuan kesatuan tidak pecah, tetep eksis karena didasari oleh iman lewat pedoman Alquran dan Hadits.

Sehingga kita sebagai umat Islam tidak suka bertengkar, tidak suka pecah, suka menata persatuan, kerukunan, kesatuan, kebersamaan, bersama-sama insyaAllah tidak hanya di dunia namun juga di akhirat, kumpul bersama di padang mahsyar dan masuk ke surga Allah, *amiin allahumma amiin*.

Islam punya kitab suci Alquran, mari dijadikan pedoman sekaligus bacaan harian para anak-anak dididik mengaji Alquran di TPQ, TPA, dibentuk lembaga-lembaga yang lain. Insya Allah anak juga mengerti Alquran, Pancasila, mengetahui UUD 45, jika dipahami benar maka akan terjadi persatuan bangsa eksis, kesatuan Islam eksis, akhirnya internal Islam rukun, saling rukun Islamnya, saling menghormati. Kalau bisa seperti itu bangsa Indonesia akan kokoh utuh dan semakin teguh, tidak mudah runtuh, *amiin allahumma amiin*.

Mari kita berusaha sekuatnya, menata kerukunan mulai dari keluarga sampai lingkungan masyarakat desa, mari menata kerukunan yang baik, kesatuan yang bagus, kekompakkan gotong royong, insya Allah jika seperti itu akan terjalin kompak jamaah. Harapannya adalah dapat rahmat dari Allah bisa selamat dunia akhirat, merdeka dari neraka dan masuk surga, *amiin bi barokatil faatihah*.

#### C. Analisis Data

#### 1. Kategorisasi Pesan Dakwah

Setelah menyajikan data yang akan dianalisis diatas, selanjutnya adalah peneliti melakukan tahap pengelompokkan

pesan-pesan dakwah berdasarkan kriteria yang sudah dijabarkan di bab II.

Berikut penyajian data yang telah peneliti kategorisasikan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Kategorisasi pesan dakwah

No	Pesan Dakwah	Kategori	Segment
1.	Memperbaiki kesolehan		
	masyarakat di bidang		
	apapun (bidang sosial,		
	bahkan di bidang		
	keaga <mark>ma</mark> an) b <mark>isa terb</mark> entuk	Akhlak	Segment 1
	kuat <mark>itu tidak lain</mark> ialah		
	harus dimodali iman yang		
	kuat untuk Islam		
	khususnya, agamanya yang		
	kuat.		
2.	Hanya doa dan ikhlas demi		
	kemerdekaan, atas ijin	Akhlak	Segment 1
	Allah dan atas rahmat allah.		
3.	Sebaik-baiknya hari adalah		
	hari jumat. Kalau bisa nikah		
	memilih hari jumat, ketika		
	ada orang yang meninggal	Aqidah	Segment 1
	dunia saat hari/malam		
	jumat, maka tidak disiksa		
	kubur sampai hari kiamat,		

	kalau nikah sunnah,		
	matipun tidak di siksa di		
	alam barzah.		
4.	Barang siapa yang bisa		
	menjalankan sholat jamaah		
	rutin, akan dibuka pahala	Akhlak	Segment 1
	rizkinya dari langit dan		
	bumi.		
5.	Barang siapa yang mengaku		
	iman, cintanya kepada		
	saudara lebih dari cintanya		
	kepada diri sendiri, cintanya		
	kepada Allah lebih dari	Akhlak	Segment 1
	cintanya kepada diri sendiri,		
	sudah pasti akan terjalin		
	persatuan yang kokoh.		
	TC: 1.1 1: C: 1	4	
6.	Tidak mungkin fitnah		
	tetangga, tidak mungkin		
	fitnah temannya, yang ada	Akhlak	Segment 1
	justru rasa ingin membantu,		
	baik kepada teman, itulah		
	konsep mukmin.		
7.	Saling mensyukuri	Akhlak	Segment 1
	kemerdekaan.	AKIIIAK	beginent i
8.	Barang siapa yang kuat		
	iman Islamnya, baik	A 1:1-1-1-	Comment 1
	perilaku sosialnya, suka	Akhlak	Segment 1
	membantu teman, rukun		

	dengan tetangga, akrab		
	persatuan, kompak		
	kerukunan, Allah berjanji di		
	surat An-Nahl yang artinya:		
	Barang siapa yang kuat		
	iman dan Islamnya,		
	kebiasaannya baik, laki-laki		
	maupun perempuan, muda		
	maupun tua, maka niscaya		
	Allah akan memberikan		
	kemudahan hidup, jalan		
	menuju rizki, hidup mapan		
	dan k <mark>on</mark> du <mark>s</mark> if, har <mark>moni</mark> s		
	keluar <mark>ga</mark> nya, tida <mark>k</mark> ada		
	halan <mark>ga</mark> n, <mark>sehat</mark> wa alfiat,		
	mulia di <mark>duni</mark> a akhirat,		
	calon penghuni surga.		
9.	Kerukunan ditata mulai dari		
).	keluarga, sampai ditengah		
	masyarakat, masuk ke RT		
	RW sampai kelurahan	Akhlak	Segment 2
	bahkan terus meluas sampai	AKIIIak	Segment 2
	nasional ke seluruh Negara		
	Indonesia.		
	indonesia.		
10.	Berbakti kepada suami		
	sama halnya dengan ibadah		
	sunnah lebih besar dari	Akhlak	Segment 2
	ibadah 60 tahun, bahkan		
	hanya tersenyum saja		
	seperti ibadah sunnah 20		

	tahun.		
11.	Masyarakat harus tetap bersatu bertetangga walaupun beda agama.	Akhlak	Segment 2
12.	Barang siapa yang mengaku iman kepada Allah, jika berbicara hendaklah bicara yang baik sopan yang mengandung penuh arti, apabila tidak lebih baik	Akhlak	Segment 2
13.	diam.  Selalu berhati-hati setiap		
	perkataan yang akan diucapkan. Tidak bicara kasar dengan perempuan, tidak bicara kasar pada lakilaki. Berbicara yang sopan santun yang penuh isi dengan sesama tetangga	Akhlak	Segment 2
14.	dan temannya.  Mengajak rukun baik di		
	keluarga, masyarakat, ditengah bangsa, jangan sampai terjadi pecah belah, tetap NKRI harga mati.	Akhlak	Segment 2
15.	PancasilabersumberdariAlquran.Contohnyasilapertamaketuhananyang	Aqidah	Segment 2

	Maha Esa, kalau di Alquran		
	berarti Qulhuwallah hu		
	ahad. Wa ila hukum ila hu		
	wahid.		
16.	Kalau iman sudah kuat		
10.	dengan mengkaji keilmuan		
		Akhlak	Sagment 2
	Islam, insyaAllah akan	AKIIIAK	Segment 2
	rukun dan bersatu dengan		
	sendirinya.		
17.	Maka dari itu mari sholat		
	berjamaah, selain		
	menamb <mark>ah</mark> pahala, juga	Akhlak	Segment 3
	menambah kekompakkan		
	lingk <mark>un</mark> gan kerukunan.		
18.	Walau berbeda suku, walau		
10.	berbeda keyakinan agama,		
	tetapi tetap satu kesatuan	Akhlak	Segment 3
	NKRI.		
	Wild.		
19.	Sudah diatur didalam		
	Alquran, Lakum diinukum	Aqidah	Segment 3
	waliyadiin, bagimu	4	2-8
	agamamu bagiku agamaku.		
20.	Tidak saling ganggu		
	mengganggu, saling fitnah		
	memfitnah, yang ada justru		
	saling sadar, saling	Akhlak	Segment 3
	melakukan ibadah sesuai		
	keyakinan.		

21.	Tidak ada cemoohan, tidak ada kritikan, tidak ada masalah. Karena sudah diatur oleh Alquran, semua ada aturannya	Akhlak	Segment 3
22.	Persatuan kesatuan bangsa tidak goyah, persatuan kesatuan tidak pecah, tetep eksis karena didasari oleh iman lewat pedoman Alquran dan Hadits.	Akhlak	Segment 3
23.	Kita sebagai umat Islam tidak suka bertengkar, tidak suka pecah, suka menata persatuan, kerukunan, kesatuan, kebersamaan, bersama-sama insyaAllah tidak hanya di dunia namun juga di akhirat, kumpul bersama di Padang Mahsyar dan masuk ke surga Allah.	Akhlak	Segment 3
24.	Islam punya kitab suci Alquran, mari dijadikan pedoman sekaligus bacaan harian para anak-anak dididik mengaji Alquran di TPQ, TPA, dibentuk lembaga- lembaga yang lain.	Syariah	Segment 3
25.	Mari kita berusaha	Akhlak	Segment 3

	sekuatnya, menata		
	kerukunan mulai dari		
	keluarga sampai lingkungan		
	masyarakat desa, mari		
	menata kerukunan yang		
	baik, kesatuan yang bagus,		
	kekompakkan gotong		
	royong, insyaAllah jika		
	seperti itu akan terjalin		
	kompak jamaah.		
26.	Saling mendoakan sesama		
	muslim agar dapat rahmat		
	dari Allah bisa selamat	Akhlak	Segment 3
	dunia <mark>ak</mark> hirat, <mark>m</mark> erd <mark>ek</mark> a dari		
	nerak <mark>a dan masuk sur</mark> ga.		

Secara keseluruhan data yang diperoleh dari penyajian data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Jumlah total masing-masing Pesan Dakwah

Edisi 15 November 2017	Aqidah	Akhlak	Syariah
Segment 1	1	7	-
Segment 2	1	8	1
Segment 3	1	7	-
Jumlah	3	22	1

Setelah melakukan penelitian terhadap program "Madangno Ati" Edisi 15 November di JTV Bojonegoro. Maka dapat diketahui jumlah-jumlah pesan dakwah pada program "Madangno Ati" edisi 15 November 2017.

#### 2. Distribusi Frekuensi

Dari data kategorisasi pesan dakwah yang didapat diatas, terdapat beberapa pesan dakwah yang kemudian akan di distribusikan dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{Fx}{N} 100 \%$$

Keterangan:

P = Prosentase Frekuensi

Fx = Frekuensi Kategori Muncul

N = Jumlah Kejadian / Nilai Keseluruhan

Hasil dari prosentase pesan dakwah yang telah digolongkan menurut pesan aqidah, akhlak, dan syariah dan yang telah dihitung sesuai rumus frekuensi

- a. Perhitungan kategori pesan aqidah  $P = \frac{3}{26} \times 100\% = 11.5\%$
- b. Perhitungan kategori pesan akhlak  $P = \frac{ZZ}{26} \times 100\% = 84.6\%$
- c. Perhitungan kategori pesan syariah  $P = \frac{1}{26} \times 100\% = 3.9\%$

Tabel 4.5
Frekuensi Dan Presentase Pesan Dakwah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Aqidah	3	11,5 %
Akhlak	22	84,6 %
Syariah	1	3,9 %
Jumlah	26	100 %

Berdasarkan daftar distribusi frekuensi pada tabel diatas, terdapat beberapa pesan dakwah yang terkandung dalam program "Madango Ati". Sesuai dengan kategori yang ditentukan, ada 11,5 % berupa pesan aqidah, 84,6 % pesan akhlak dan pesan syariah sebanyak 3,9 % yang terkandung di dalam tayangan "Madangno Ati" edisi 15 November di JTV Bojonegoro.

Gambar 4.9
Diagram Frekuensi

Pesan Aqidah
pesan Akhlak
pesan Syariah
Slice 4

#### D. Hasil Penelitian

Dengan melihat data diatas, hasil dari penelitian Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program "Madangno Ati" edisi 15 November 2017 di JTV Bojonegoro yakni diperoleh frekuensi keseluruhan sebanyak 26 kali pesan, dengan 3 kategori pesan dakwah. Yakni pesan aqidah, pesan akhlak, dan pesan syariah. Frekuensi tertinggi terdapat pada kategori akhlak yakni sebanyak 22 pesan dengan presentase 84,6 %. Sedangan pesan aqidah mempunyai frekuensi sebanyak 3 pesan dengan presentase 11,5 % dan pesan syariah mempunyai frekuensi paling rendah yakni hanya ada 1 kali dengan 3,9 %.

Hakikat pesan yang disampaikan ialah probematika yang terjadi di masyarakat seperti kehidupan sosial yang mana didalamnya ditegakkan menurut syariat ajaran agama Islam dan pedoman sunnah Rasululah SAW. Pesan-pesan tersebut antara lain yaitu ajakan untuk memperkuat keimanan, mengajak sholat berjamaah secara rutin, berperilaku baik kepada tetangga dan teman, menjaga kerukunan dari keluarga sampai masyarakat, berbakti kepada suami, berhati-hati disetiap perkataan, dan saling mendoakan sesama muslim. Keseluruhan materi dakwah tersebut bersumber dari Alquran dan Hadits.

#### **BAB V**

#### **PENUTUP**

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dengan melalui proses analisa data berupa perhitungan analisis isi kuantitatif, maka hasil penelitian pesan dakwah Program "Madangno Ati" yang ditayangkan stasiun televisi JTV Bojonegoro, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Program "Madangno Ati" Edisi 15 November 2017 di JTV Bojonegoro mengandung tiga kategori isi pesan dakwah, diantaranya yaitu pesan aqidah (tentang masalah keimanan) dalam bentuk ajakan untuk memperkuat keimanan. Yang kedua yaitu pesan akhlak (tentang masalah budi pekerti) dalam bentuk ajakan untuk berperilaku baik kepada tetangga dan teman, menjaga kerukunan dari keluarga sampai masyarakat, berbakti kepada suami, berhati-hati disetiap perkataan. Yang ketiga yaitu pesan syariah (tentang keislaman) dalam bentuk mengajak sholat berjamaah secara rutin, saling mendoakan sesama muslim. Dan keseluruhan pesan dakwah tersebut bersumber dari pedoman yakni Alquran dan Hadits.
- 2. Berdasarkan pengolahan data secara analisis isi, frekuensi yang muncul masing-masing kategori pesan dakwah diatas sebanyak 11,5 % untuk pesan aqidah yang berjumlah 3 pesan. 84,6 % untuk pesan akhlak yang berjumlah 22 pesan, dan untuk pesan syariah yang berjumlah 1 pesan dengan presentase sebanyak 3,9 %. Jadi pesan

akhlak adalah pesan dakwah yang paling dominan dalam program "Madangno Ati" edisi 15 November 2017 di JTV Bojonegoro.

#### B. Rekomendasi

Dengan adanya hasil penelitian ini. Peneliti memberikan rekomendasi kepada para peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memperdalam hasil penelitian ini, karena peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil dari penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat dibutuhkan demi perbaikan selanjutnya. Peneliti selanjutnya hendaklah lebih mendalami isi masalah yang telah dijadikan subjek kajian dalam penelitian ini. Tentunya dengan merujuk pada hasil penelitian yang sudah ada, dengan harapan agar penelitian yang dihasilkan nantinya dapat menjadi lebih baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

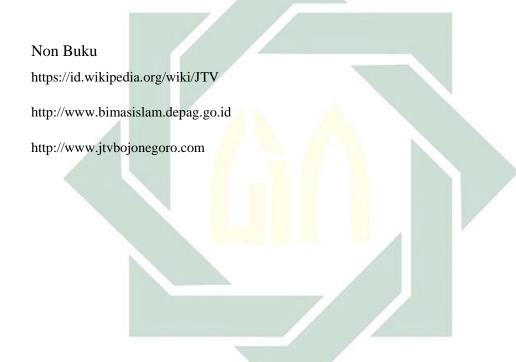
- Al-Atsara, Abdullah Bin Abdil Hamd, 2005, *Panduan Akidah Lengkap*, Terj.

  Ahmad Syaikkhu, Bogor: Pustaka Ibnu Katsir.
- Alfandi, M. 2005, Format Dakwah Melalui Media Televisi, Jurnal Ilmu Dakwah, Volume 25, Nomor 1, Januari.
- Aliyudin, Enjang AS, 2009, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Tim Widya Padjadjaran.
- Alwan Khoiri, 2005, *Akhlak/Tasawuf*, Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Amin, Samsul Munir, 2009, Ilmu Dakwah, Jakarta: Amzah.
- Ardhana, Sutirman Eka, 1995, *Jurnalistik Dakwah* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arif, Rizal Muhammad, 2017, Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Rubrik Majalah Hidayah Islam Edisi Bulan Agustus.
- Aziz, Moh. Ali, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- Badjuri, Adi, 2010, Jurnalistik Televisi, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bisri, Hasan, 2013, Ilmu Dakwah, Surabaya, PT Revka Petra Media.
- Bungin, Burhan, 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Haffied, 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama RI, 2012, Alguran dan Terjemahnya, Jakarta, Al-Kaffah.
- Eriyanto. 2011, Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana.
- Hamidi, 2010, Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah, Malang, Umm Press.
- Hanafie, A, dkk, 2007, Syariah Islam dan Ham, Jakarta, CSRC UIN Syarif

### Hidayatullah

- Hariwijaya , M., Triton, Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi
- Hariyantono, Rachmat, 2009, Teknik Praktik Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana.
- Hidayat, Teguh Elfan, 2014, *Analisis Pesan Dakwah Program Wayang Kampong Sebelah Di Mnctv*, Surabaya.
- Ilaihi, Wahyu, 2010, Komunikasi Dakwah, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ismail, Nawari, 2010, Pergumulan Dakwah Islam Dalam Konteks Sosial Budaya Analisis Kasus Dakwah, Yogyakarta, Pustaka.
- Kincaid & Wilbur, 1998, Azas-azas Komunikasi Antar Manusia, Jakarta: LPES.
- Kriyantono, Rachmat, 2009, Teknik Praktik Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana.
- Kusnawan, Aep, 2004, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bandung: Benang Merah Press.
- Luth, Thohir, M. Natsir, 1999, *Dakwah Dan Pemikirannya*, Gema Insani.
- Maulidiyah, Nonik, 2015, Representasi Pesan Dakwah Sabar Dan Ikhlas Dalam Ftv Religi "Mahabah Terindah" Di Indosiar.
- Morissan, 2013, Manajemen Media Penyiaran, Jakarta: Kencana.
- N, Cholid & H. Abu, 2014, *Metodologi penelitian*. Jakarta: Bumi aksara.
- Najamuddin, 2008, *Metode Dakwah Menurut Al-Qu'an*, Yogyakarta, Pustaka Insan Madani.
- Naratama, 2004, Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Muti Camera, Jakarta: Grasindo.
- Nur Hidayat, 2015, *Akidah Akhlak Dan Pembelajarannya*, Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Pallawagau, Fatimah, 2013, Analisis Isi Pesan Dakwah Terhadap Program Khazanah Trans7 Episode November.

- Subagyo, P. Joko, 2004, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D cetakan XXI*. Alfabeta, Bandung.
- Sumantri, 2015, Analisis Isi Pesan Dakwah Mario Teguh dalam Acara Mario Teguh Golden Ways Metro Tv.
- Zaini, Ahmad, 2015, *Dakwah Melalui Televisi*, AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, STAIN Kudus, Volume. 3, No. 1 Juni.



#### **BIODATA PENULIS**



Nama : Rista Ayu Novitasari

Jenis Kelamin : Perempuan

TTL: Bojonegoro, 13 Agustus 1996

Alamat : RT.01 RW.06 Ds. Sudu Kec. Gayam Kab. Bojonegoro

Email ristaayu00@gmail.com

Nama orang tua

Ayah : Ratiyo

Ibu : Sri Mantun

Pekerjaan : Petani

Anak ke : 1 dari 2 bersaudara

Pendidikan : SDN SUDU 01 Gayam Bojonegoro

SMPN 1 Padangan Bojonegoro

MA Islamiyyah Sunnatunnur Senori Tuban

UIN Sunan Ampel Surabaya,

Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam