

## BAB II

### KERANGKA TEORITIK

#### A. Kajian Kepustakaan

##### 1. Tinjauan tentang pola.

###### a. Pengertian pola

*Tom Degeneers* mendefinisikan pola sebagai suatu proses yang berhubungan dengan bimbingan kegiatan kelompok dan berdasarkan atas tujuan yang jelas dan harus dicapai dengan menggunakan sumber-sumber tenaga manusia dan bukan tenaga manusia<sup>1</sup>. Pola dapat diartikan juga sebagai “kemampuan seseorang untuk mempengaruhi, memanfaatkan kepandaian, keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran dalam usaha mencapai tujuan bersama”.<sup>2</sup>

Sedangkan pola secara operasional dapat diartikan sebagai pelaksanaan fungsi-fungsi unit-unit dalam organisasi untuk merencanakan, menganggarkan, mengorganisasikan, mengarahkan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi pekerjaan unit masing-masing untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi secara efisien dan efektif.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Suwandi Handaya ningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985), h. 19.

<sup>2</sup> Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2004), h. 39.

<sup>3</sup> Suwandi Handaya ningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Pola*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985), h. 2.

## b. Fungsi-fungsi pola

Ditinjau dari segi prosesnya, pola terdiri dari serangkaian tindakan-tindakan tertentu yang selanjutnya disebut dengan fungsi pola. Adapun fungsi pola menurut *GR. Terry* adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*planning*)
2. Pengorganisasian (*organizing*)
3. Penggerakan (*actuating*)
4. Pengawasan (*controlling*)<sup>4</sup>

Supaya pola dapat mencapai tujuan yang sebaik-baiknya sangatlah diperlukan adanya sarana-sarana atau alat-alat. Tanpa adanya unsur-unsur tersebut pola tidak akan dapat tercapai, sehingga sarana pola dapat dirumuskan dalam 6 M<sup>5</sup>, yaitu sebagai berikut:

### a. *Men* (sumber daya manusia)

Seorang yang bekerja di dunia penyiaran tidak cukup hanya menguasai teori tetapi juga harus dipraktekkan. Demikian juga, berpengalaman dalam praktek tanpa dilandasi teori. Perpaduan antara teori komunikasi dan praktek dalam memproduksi dan menyiarkan mata acara (program), akan meningkatkan kreativitas seseorang yang berkecimpung di dunia penyiaran untuk menciptakan program siaran yang menjadi layak.

---

<sup>4</sup> Suwandi Handaya ningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985), h. 25.

<sup>5</sup> Rosadi Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 13.

b. *Money* (kemampuan keuangan)

Keuangan adalah sumber yang paling pokok dalam proses produksi.

c. *Methods* (cara atau sistem yang digunakan untuk mencapai tujuan)

Ada beberapa sistem menyebarkan siaran, yaitu:

1. Sistem *Terrestrial*
2. Sistem Satelit
3. Sistem *Direct Broadcasting Satelit* (DBS)
4. Sistem Kabel dan Serat Optik.<sup>6</sup>

d. *Materials* (bahan-bahan yang dikuasai)

Bahan-bahan yang diperlukan dalam proses penyiaran salah satunya adalah macam-macam bentuk penyajian acara yang dimiliki oleh stasiun penyiaran.

e. *Machines* (alat-alat atau perkakas mesin yang dimiliki)

Dalam proses berlangsungnya siaran pada dasarnya hanya memerlukan beberapa peralatan.

f. *Market* (pasar, atau tempat menjual hasil produksi atau karya)

Definisi pola menurut *Henry Fayol* adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya manusia, sumber dana, dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran, melalui tindakan-tindakan perencanaan,

---

<sup>6</sup> Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), h. 10.

pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan, dan penilaian Fayol mencatat setidaknya ada 13 asas dalam pola, yaitu:

1. Pembagian tugas
2. Wewenang dan tanggung jawab
3. Disiplin
4. Kesatuan pengarahan
5. Ketertiban
6. Keadilan
7. Prakarsa
8. Stabilitas masa jabatan
9. Kesatuan
10. Jenjang kepangkatan
11. Penggantian pegawai
12. Pemindahan wewenang
13. Pengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi

Dari uraian di atas dapat dibagi menjadi 4 yang kemudian disingkat dengan *POAC* dan disebut sebagai fungsi pola, yaitu:

a. *Planning* (perencanaan)

*Planning* dapat diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya.<sup>7</sup> Dalam perencanaan disini seorang direktur atau pimpinan harus merencanakan suatu

---

<sup>7</sup> Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, (Semarang: Dahara Prize, 2007), hh. 167-168.

program kemudian merancang dan memikirkan seluruh konsep produksi yang akan ditangani apakah sudah sesuai agar program dapat berhasil dengan baik.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah yang meliputi pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai, dan lain lain. Pembentukan tersebut terbagi atas, melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk dan sebagainya.<sup>8</sup> Dalam pengorganisasian disini seorang yang bertugas dalam produksi siaran harus mempersiapkan terlebih dahulu yang berupa alat-alat produksi dan tim produksi.

c. *Actuating* (penggerakan)

*Actuating* adalah pengarahan operasionalisasi pekerjaan.<sup>9</sup> Dalam mengelola sebuah siaran diperlukan *actuating* (penggerakan) atau langkah-langkah nyata dari apa yang akan dipersiapkan untuk suatu acara siaran dan produksi. Pada tahap penggerakan disini merupakan tahap persiapan-persiapan yang bersifat teknis yang digunakan pada saat produksi dengan menggunakan cara atau metode.

---

<sup>8</sup> Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, (Semarang: Dahara Prize, 2007), h. 168.

<sup>9</sup> Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, (Semarang: Dahara Prize, 2007), h. 169.

d. *Controlling* (pengawasan)

*Controlling* atau pengawasan adalah kegiatan melihat pelaksanaan tugas yang telah dan akan dilakukan penyiarnya.<sup>10</sup> Padatahap pengawasan merupakan suatu tahap untuk mengetahui kelancaran dan mengetahui kesalahan-kesalahan dari awal sampai akhir produksi.

Fungsi-fungsi pola yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, kesemuanya itu berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk masa depan, jangka pendek dan jangka panjang dengan cara memperhatikan lingkungan luar untuk berpeluang. Untuk membuat suatu rencana maka kita harus memperhatikan dan menganalisa beberapa faktor, baik faktor ekstern maupun faktor intern yang dalam pola istilah lainya adalah *analisis SWOT (Strengths, Weaknes, Opurtunities, Treats)* yakni segi-segi kekuatan, organisasi, kelemahan-kelemahannya, peluang serta ancaman - ancamannya.

*Analisis SWOT* digunakan dalam rangka membantu pembuatan keputusan strategi. *Strengths*, atau kekuatan yang berupa kemampuan, modal bangunan sumber daya yang dimiliki, reputasi organisasi atau perusahaan. *Weaknes*, atau kelemahan dapat berupa masalah yang selalu dihadapi, ketergantungan, kekurangan sumber daya. *Oportunity*, atau peluang dapat berupa kecenderungan masa

---

<sup>10</sup> Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, (Semarang: Dahara Prize, 2007),, h. 169.

depan, berupa suatu lembaga atau organisasi lain yang tidak dapat melakukan, tetapi kita dapat melakukan yang berarti kita dapat berpeluang untuk merebut pasar dan hubungan baik dengan pihak luar. Sedangkan Treats, atau ancaman dapat berupa kurangnya minat seseorang terhadap institusi, lembaga yang orang pimpin atau terhadap hasil produksi atau sebuah usaha, kompetisi yang mencekam serta pengaruh budaya asing yang tidak terelakkan<sup>11</sup>.

## **2. Tinjauan tentang penyiaran.**

### **a. Pengertian komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna<sup>12</sup>.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk pembicaraan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam pembicaraan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna, jelas bahwa pembicaraan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dibicarakan.

---

<sup>11</sup> Ansyar Arsyad, *Pokok-pokok Manajemen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hh. 27-28.

<sup>12</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 9.

Pengertian komunikasi di atas dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yaitu agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi yang meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator (communicator)
2. Pesan (message)
3. Media (channel)
4. Komunikan (communicant)
5. Efek (effect)<sup>13</sup>

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan

---

<sup>13</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 10.



lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Adakalanya seseorang menyampaikan buah pikirannya kepada orang lain tanpa menampakkan perasaan tertentu. Pada saat lain seseorang menyampaikan perasaannya kepada orang lain tanpa pemikiran. Tidak jarang pula seseorang menyampaikan pikirannya disertai perasaan tertentu, disadari atau tidak disadari. Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jikasewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

#### b. Proses komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

##### 1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.

Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya berbahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang dan berkat kemampuan bahasa maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan<sup>14</sup>.

## 2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Tidak banyak orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa

---

<sup>14</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 12.

sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*), yaitu pikiran dan perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*) yang tampak tidak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tidak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, telepon, televisi atau yang lainnya<sup>15</sup>.

Seperti yang dijelaskan di atas, pada umumnya memang bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan pikiran, ide, pendapat dan sebagainya, baik mengenai hal yang abstrak maupun yang kongkret tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu atau pada masa yang akan datang. Karena itulah maka kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Seperti telah disinggung di atas bahwa surat, telepon, radio dan televisi adalah media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang hanya menggunakan bahasa.

### c. Komunikasi massa

#### 1) Ciri-ciri komunikasi massa

Seperti telah diterangkan di muka, para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa

---

<sup>15</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 16.

(*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (*mass media communication*). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Menurut mereka pidato di hadapan orang banyak misalnya, asal menunjukkan perilaku massa, itu dapat dikatakan komunikasi massa.

Seperti dikemukakan di atas, para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. Karena yang dibahas di sini adalah komunikasi, bukan psikologi sosial atau sosiologi, maka yang diartikan komunikasi massa di sini adalah menurut pendapat ahli komunikasi itu. Seperti ditegaskan di atas, media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio dan televisi. Jadi, media massa modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan.

## 2) Fungsi komunikasi massa

Sebelum membicarakan fungsi komunikasi massa, ada baiknya jika membahas dahulu fungsi komunikasi itu sendiri, dan dari situ bisa menyimak fungsi komunikasi massa sebab komunikasi lebih luas daripada komunikasi massa.

Mengenai fungsi komunikasi itu, diuraikan bahwa apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta dan ide, maka fungsinya dalam tiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a) Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b) Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan kesadaran akan fungsi sosial sehingga dapat aktif di dalam masyarakat.
- c) Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d) Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik,

menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

- e) Dakwah dan pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan dakwah dan pendidikan ketrampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- f) Memajukan kebudayaan: penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
- g) Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
- h) Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain<sup>16</sup>.

Seperti yang telah dipaparkan di atas itulah fungsi komunikasi, karena komunikasi massa merupakan bagian atau suatu bentuk dari komunikasi yang begitu luas, maka uraian di atas juga

---

<sup>16</sup> Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 28.

menjadi fungsi komunikasi massa dengan media massanya yang dapat menjangkau khalayak yang amat luas, baik local, nasional atau bahkan internasional.

### **3. Televisi sebagai media dakwah.**

Dalam konteks Indonesia di era globalisasi, di mana masyarakat sudah semakin kritis maka yang diperlukan adalah dakwah yang berorientasi dengan pendekatan partisipatif, yaitu pendekatan yang mengikuti atau sesuai dengan apa yang terjadi pada masa sekarang.

Media massa televisi yang merupakan salah satu media massa yang sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian dan sangat mudah pula dalam menghipnotis pemerhatinya untuk selalu mengikuti apa yang diberitakan atau apa yang dikeluarkan melalui media ini. Dengan demikian kita sebagai umat Islam atau para pelaku dakwah harus mampu memanfaatkan semua sarana penunjang dakwah salah satunya media massa televisi. Berarti dengan penggunaan sarana ini diharapkan dakwah Islam akan menjadi semakin maju dan berkembang.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi akan sangat menguntungkan dalam berdakwah apabila mampu dimanfaatkan secara bijak oleh para pelaksana dakwah, artinya pergerakan dakwah harus dilaksanakan secara matang, dikoordinir secara rapi dan diawasi secara serius serta mampu memanfaatkan seluruh media yang ada dalam masyarakat yang salah satunya media massa televisi ini.

Akhirnya sebagai umat yang hidup di zaman modern, diharapkan umat Islam dengan dakwahnya harus mampu bersanding dan bersaing dengan umat lain yang telah maju dengan cara menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi disamping memiliki iman dan ketaqwaan yang mantap.

#### 4. Siaran Dakwah

Menurut kamus bahasa Indonesia siaran berasal dari kata dasar “siar” yang memiliki kata kerja menyiarkan yang dapat diartikan memberitahukan pesan kepada umum, menyebarkan atau mempropagandakan (melalui radio, surat-surat kabar, dan lain sebagainya) sedangkan arti siaran itu sendiri, yaitu proses, cara perbuatan menyiarkan.

Sedangkan dalam hal ini dakwah sendiri dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan<sup>17</sup>. Dapat pula diartikan mengajak, menyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau perbuatan nyata<sup>18</sup>. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok.

Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasulnya (*amr ma'ruf nahi al-mungkar*). Usaha dakwah hendaknya dilakukan secara sadar dengan tujuan untuk terbentuknya individu dan keluarga bahagia (*khayr al-usrah*) dan masyarakat atau umat yang terbaik (*khayr al-ummah*)

---

<sup>17</sup>Mahmud Yunus , *Kamus Arab- Indonesia* ( Jakarta : Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsiran Al-Quran.1972 ), h. 127.

<sup>18</sup>Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa* (Jakarta: P3M Pesantren, 1987), h. 2.



dengan cara taat menjalankan ajaran Islam yang bisa dilakukan melalui bahasa, lisan, tulisan, maupun perbuatan/ keteladanan.<sup>19</sup>

Sedangkan yang dimaksud siaran dakwah dalam penelitian ini adalah cara bagaimana memberitahukan dan menyebarkan program-program acara berupa program siaran dakwah yang dilakukan oleh Televisi PP Pondok Pesantren Sunan Drajat.

## 5. Televisi

Televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar obyek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk menyiarkan, pertunjukan, berita dan sebagainya<sup>20</sup>.

Secara etimologi, istilah televisi terdiri dari “tele” yang berarti jauh, dan “visi” (vision) yang berarti penglihatan, kata “tele” (jauh), ditransmisikan dengan prinsip-prinsip radio, sedangkan kata “visi” (penglihatan), diwujudkan dengan prinsip-prinsip kamera sehingga menjadi gambar, baik dalam bentuk gambar hidup atau bergerak (*moving picture*), maupun gambar diam (*still picture*). Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar bergeraknya (*moving images*). Para pemirsa tidak mungkin menangkap siaran televisi,

---

<sup>19</sup>Rosyidi, *Dakwah Sufistik Kang Jalal*, (Jakarta: KPP Paramadina, 2004), h. 45.

<sup>20</sup>Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), h. 919.

kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya, dan tidak mungkin melihat gambar-gambar apabila kamera dengan lensanya tidak mengambil obyek yang akan dipertunjukkan di layar televisi (unsur-unsur film yang memvisualisasikannya).

Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan heterogen sedangkan yang ditransmisikan oleh pemancar televisi, selain suara juga gambar<sup>21</sup>.

## **B. Penelitian Terdahulu yang relevan**

Dalam kajian pustaka ini penulis mencoba menarik beberapa referensi yang ada kaitannya dengan skripsi yang penulis angkat, baik itu dari referensi buku maupun dari referensi yang lainnya.

Selain dari referensi buku penulis juga mengangkat dari karya skripsi yang mendukung dalam penulisan skripsi ini, karya skripsi yang penulis ambil meskipun kajiannya banyak di radio,

tetapi yang penulis ambil untuk mendukung penulisan skripsi ini adalah pola sistem polanya yang itu terdapat dalam skripsi-skripsi ini diantaranya adalah :

1. Skripsi karya Arief Munajad, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2002), yaitu Pola Penyiaran Agama Islam dalam acara Sasisoma di Radio

---

<sup>21</sup> Onong Uchjana Efendy, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1997), h. 21.

Geronimo Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian kasus. Pengumpulan data dengan observasi, interview (wawancara), dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan cara deskriptif yang isi kesimpulannya adalah lebih kepada sebuah tatanan praktis yang dilakukan oleh radio Geronimo dalam acara Sasisoma saja.

Radio Geronimo lebih menekankan pola yang lebih menyesuaikan dalam acara Sasisoma tersebut, dan dalam penelitian tersebut bahwa pola penyiaran di radio Geronimo adalah bagaimana acara Sasisoma tersebut dapat terus diterima oleh pendengar dengan cara penerapan strategi-strategi pendekatan terhadap masyarakat untuk memperoleh masukan dengan lebih banyak menfokuskan pada program acara yang mengajak masyarakat aktif secara langsung (program acara interaktif), dan menetapkan pola sistem pola pada tatanan profesional kerja, yaitu semua kinerja berjalan sesuai dengan apa yang menjadi tanggung jawab setiap divisi masing-masing yang harus diselesaikan sesuai target.

2. Skripsi karya Mifrokhah, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2002), yaitu Studi Tentang Radio Sebagai Media Dakwah (Tinjauan Pola di Rakosa Female Radio). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif sedangkan pengumpulan datanya menggunakan interview, observasi dan dokumentasi. Metode analisis datanya menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif. Hasil penelitiannya

yaitu lebih menjalankan pola pola di Rakosa Famale tentang program siaran dakwah yang hanya sebagian kecil dari seluruh program yang ada, tetapi Rakosa Famale Radio sangat memperhatikan dengan serius dalam penerapan pola secara keseluruhan mulai dari struktur yang paling atas sampai yang paling bawah agar setiap program berjalan dengan baik, berkualitas dan sesuai dengan target sasaran yang diinginkan.

Proses pelaksanaan pola dakwah di Rakosa Famale Radio sudah berjalan dengan baik sesuai dengan pola pola yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang semua itu sudah dilaksanakan dengan baik dan profesional oleh semua pihak yang bersangkutan sesuai tugasnya masing-masing, hal itulah yang menyebabkan program siaran dakwah di Rakosa Famale Radio tetap eksis dan mampu menjadi salah satu program andalan di Rakosa Famale Radio.

3. Skripsi karya Nanang Qosim, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2007), yaitu Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Swara Al- Mabruur) Kabupaten Klaten (Tinjauan Pola). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian kasus sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dan analisis datanya menggunakan analisis data secara induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penyiaran dakwah yang saling membutuhkan antara penyampai dakwah dan penerima dalam

hal ini pendengar, dan mampu melibatkan komponen-komponen yang saling berhubungan yang bergerak bersama dengan dinamis dalam mengajak audien tanpa adanya unsur paksaan, yaitu penyampai dakwah dalam hal ini pihak radio mengajak para pendengar ikut berperan aktif baik itu pemberian masukan atau bahkan pertanyaan kepada penyampai dakwah, dan sebaliknya pihak radio mampu membaca situasi apa dan bagaimana keinginan masyarakat (pendengar) agar kedua belah pihak dapat berjalan berdampingan. Sedangkan untuk sistem pola yang diterapkan menggunakan pola job diskripsi sesuai tugas masing-masing di setiap divisi yang di dalamnya termanifestasi oleh fungsi-fungsi pola yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang semua itu sudah berjalan dengan baik.