

**PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM MAGHRIB BAROKAH EPISODE 67  
SEGMENT 2 DI BBS TV (Analisis Semiotik)**

**SKRIPSI**

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



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Disusun Oleh :**

**Elma Miftahul Husnah  
NIM. B71214037**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2018**

## PERNYATAAN

### PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Elma Miftahul Husnah

NIM : B71214037

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Alamat :Desa Pucakwangi, RT. 04 Rw. 01, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 06 April 2018

Yang menyatakan,



Elma Miftahul Husnah

B71214037







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:

Nama : ELMA MIFTAHUL HUSNAH  
NIM : 071214037  
Fakultas/Jurusan : KOMUNIKASI DAN DAKWAH / KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
E-mail address : Aditelm377@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul:

PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM MAGHRIB BAROKAH EPISODE 67  
SEGMENT 2 DI BBS TV (ANALISIS SEMIOTIK)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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 pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

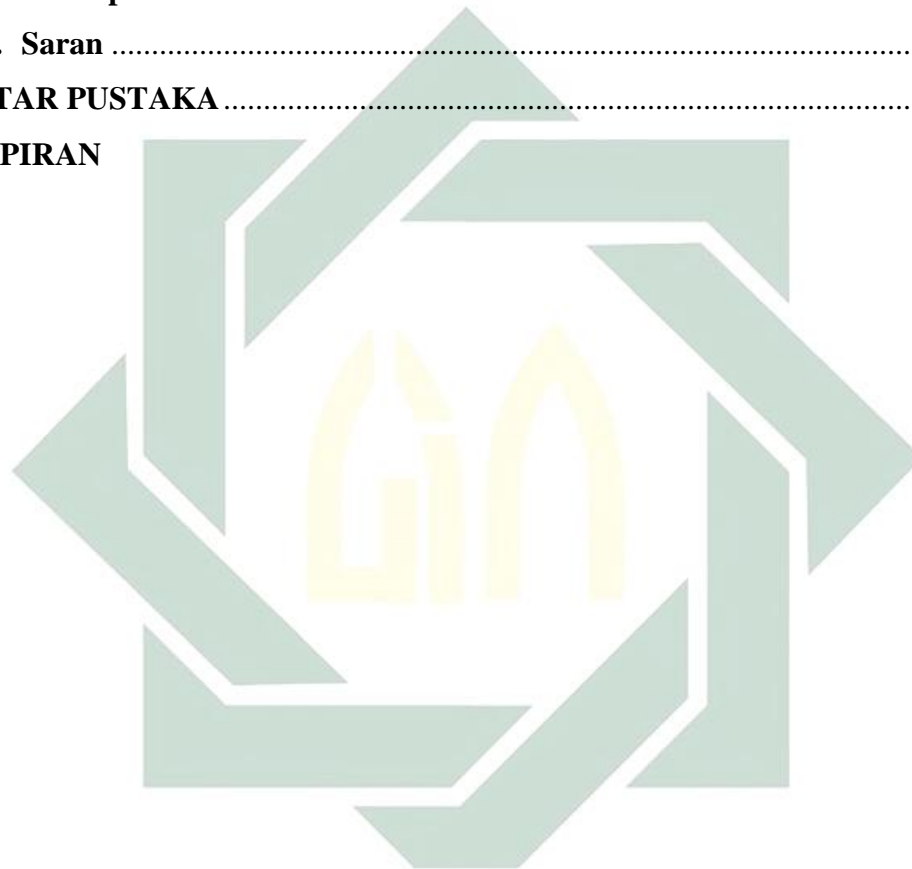
Penulis

( Elma Miftahul Husnah )  
nama terang dan tanda tangan





<b>C. Analisis Data</b> .....	82
<b>D. Temuan Data</b> .....	84
<b>E. Interpretasi</b> .....	85
<b>BAB V (PENUTUPAN)</b>	
<b>A. Kesimpulan</b> .....	87
<b>B. Saran</b> .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b>	





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perintah berdakwah terdapat di dalam Al-Quran yakni perintah menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia ber-*sabilillah* di “jalan Allah”.<sup>1</sup> Allah berfirman melalui surat Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Yang artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang meyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Maka merekalah orang-orang yang beruntung.”<sup>2</sup>

Pengertian dakwah itu terdapat dua istilah, yaitu dakwah Islamiah atau *di'ayah Islam* dan dakwah. Pengertian dakwah Islamiah atau *di'ayah Islam* mengacu pada seruan Islam, Panggilan Islam, dan ajaran-ajaran yang terdapat dalam al-Quran dan al-Hadits, yaitu *sabilillah*. Sedangkan “dakwah” mengandung arti kewajiban bagi semua kaum muslimin untuk memanggil umat manusia dengan melakukan dakwah Islamiah tersebut. Dengan kata lain merupakan kewajiban untuk menyiarkan ajaran Islam.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.10

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, QS. Ali-Imron ayat 104, h.79

<sup>3</sup> *Ibid*, h.12



perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun.<sup>6</sup>

Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu penonton televisi dapat menikmati acara televisi sambil duduk santai menyaksikan berbagai informasi. Penyampaian isi pesan program televisi 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.

Kehadiran teknologi televisi, mempengaruhi kehidupan manusia dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan negara. Batas-batas negara pun tidak sulit untuk diterjang, karena media televisi dapat hadir di dunia maya. Karena itu, bila informasi media televisi dari berbagai belahan dunia tidak terkontrol maka akan menimbulkan efek yang cukup besar, misalnya penjajahan negara dalam hal informasi.<sup>7</sup>

Sebagai media massa yang tumbuh belakangan, dan merupakan konvergensi dari media radio, surat kabar, industri musik, pertunjukkan panggung, dan sebagainya, televisi memiliki kekuatan yang sangat besar dibanding jenis media massa lain. Meskipun teknologi internet hadir dengan berbagai kelebihannya namun sampai saat ini internet belum mampu menggeser dominasi televisi. Di mana-mana presentase penggunaan jenis media massa masih dikuasai oleh televisi. Kemampuan televisi mendominasi media lain karena media ini mempunyai sejumlah kelebihan,

---

<sup>6</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 5

<sup>7</sup> Ibid, h. 6

antara lain karena media memiliki sejumlah kelebihan yaitu bersifat dengar pandang, menghadirkan realitas sosial, *simultaneous*, memberi rasa intim atau kedekatan, mnenghibur, menentukan kelompok yang dituju, cenderung mengabaikan isu-isu mendalam dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

Tidak bisa dipungkiri bahwa media elektronik merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan selama hal ini pesan keagamaan kepada khalayak penerima dakwah, pada era sekarang ini media elektronik dalam hal ini, Televisi sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak ramai. Oleh karena itu, dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik ini, agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif. Dakwah melalui televisi itu cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dan pemirsa yang mengikuti acara pengajian subuh, maghrib dan lainnya.<sup>9</sup>

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif. Media dakwah denga televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan dibanding dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatannya antara lain televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Ibid,h.14-16

<sup>9</sup> Yusuf Amrozi,*Dakwah Media dan Teknologi*,(Surabaya:UIN Sunan Ampel Press,2014)h.76

<sup>10</sup> Asmuni Syukir,*Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*,(Surabaya: Al-Ikhlash,1983),h.177

Pesan dakwah itu sendiri jika dalam Ilmu Komunikasi adalah *message*, yaitu simbol. 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.<sup>11</sup>

BBS TV adalah televisi berjaringan di Surabaya yang memberikan sarana informasi kepada masyarakat Surabaya dan sekitarnya untuk dapat mengkonsumsi informasi yang bermutu dalam bidang politik, ekonomi, pendidikan, hukum, sosial, agama dan hiburan yang sifatnya informatif, komunikatif, edukatif dan tetap menjadi sebuah produk kreatif yang mampu menghibur khalayaknya pada media pertelevisian.<sup>12</sup>

Program acara Maghrib Barokah merupakan salah satu program baru di BBS TV yang memberikan informasi dimana program tersebut bertujuan untuk membuka cakrawala atau wawasan yang bersifat tematik bukan religi terutama tentang dunia Islam. Program tersebut tayang setiap Setiap hari dengan durasi 60 menit dengan jeda iklan, dari jam 5 sore hingga jam 6 sore. Program tersebut bertujuan memberikan informasi seputar dunia Islam di berbagai belahan dunia dengan kemasan yang berbeda yakni dengan penyajian dalam bentuk soft news atau secara ringan. Keunikan dari program tersebut adalah dimana program tersebut bukan hanya

---

<sup>11</sup> Moh.Ali Aziz,*Ilmu Dakwah*,(Jakarta:fajar Interpratam Offset,2004),hh.318-319

<sup>12</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/BBS\\_TV](https://id.m.wikipedia.org/wiki/BBS_TV)(diakses tanggal 23 November 2017)

menyajikan informasi tentang dunia islam yan dikemas dengan ringan tetapi juga menayangkan musik yang bernuansa religi sehingga penonton akan dibuat rileks. Program acara maghrib barokah terdiri dari terdiri dari lima segmen, empat diantaranya berisi tentang empat informasi tentang kesilaman dan enam musik religi.<sup>13</sup> Program acara dakwah ini juga sebagai salah satu contoh dari pengembangan metode dakwah yaitu dakwah bil lisan yang dikembangkan melalui publikasi penyiaran dengan menggunakan media televisi, agar kegiatan dakwah bisa diterima oleh masyarakat secara komperhensif.<sup>14</sup>

Peneliti memilih program Maghrib Barokah episode 67 yang terdiri dari 5 segmen yang berisi materi tentang keislaman dan diselingi oleh lagu religi. Peneliti memilih episode 67 karena dalam episode tersebut, materi pembahasannya senada yakni dari segmen pertama hingga terakhir membahas tentang keistimewaan surat dalam al-Quran. Peneliti membatasi hanya meneliti dari episode 67 segmen 2 yaitu khasiat dan manfaat surat al-Humazah dengan diiringi lagu berjudul “Kuasamu” dari penyanyi Bunga Citra Lestari. Peneliti juga membatasi hanya meneliti materi tentang dakwahnya tidak disertai dengan selingan lagu religinya.

Untuk mengetahui pesan dakwah dalam program Maghrib Barokah, peneliti menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce untuk mengetahui bagaimana cara media memaknai, memahami dan menandai sebuah pesan. Semiotik sendiri adalah ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda dan lambang-

---

<sup>13</sup> Novendra Ashar ardiansyah, Producer Program Maghrib Barokah, Wawancara, Surabaya,

<sup>14</sup> Samsul Munir amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), h.28

lambang, sistem-sistemnya dan proses pelambangan, bagaimana karya itu ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat lewat tanda-tanda atau lambang-lambang.<sup>15</sup>

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah :

1. Bagaimana pesan dakwah yang diambil dari program “Maghrib Barokah” Episode 67 segmen 2 di BBS TV dengan analisis semiotik?

## C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang diambil dari program “Maghrib Barokah” Episode 67 segmen 2 di BBS TV dengan analisis semiotik.

## D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan luas terhadap perkembangan hazanah keilmuan, khususnya dalam hal menganalisa program dakwah “Maghrib Barokah” di BBS TV menggunakan analisis framing.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bagi peneliti maupun masyarakat serta dapat menambah wawasan dan pemahaman terhadap disiplin ilmu komunikasi dan ilmupenyiaran, sehingga dapat bermanfaat bagi para pengelola stasiun televisi menjadikan televisi sebagai media dakwah.

---

<sup>15</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.96

## E. DEFINISI KONSEP

Pada dasarnya, konsep merupakan unsur yang sangat penting dari suatu penelitian yang merupakan definisi singkat dari sejumlah fakta atau gejala-gejala yang diamati. Oleh sebab itu konsep-konsep yang dipilih dalam penelitian ini sangat perlu dibatasi ruang lingkup dan batasan masalahnya, sehingga pembahasannya tidak akan melebar dan kabur. Sesuai dengan judul yang diteliti oleh penulis, maka kami menganggap penting ada pembatasan konsep dari judul yang ada. Untuk itu perlu dijelaskan istilah yang terdapat di dalamnya. Istilah-istilah yang perlu di jelaskan adalah sebagai berikut :

### **1. Pesan Dakwah Melalui Televisi**

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif. Media dakwah dengan televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan dibanding dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatannya antara lain televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.<sup>16</sup>

### **2. Program Maghrib Barokah**

Maghrib barokah itu adalah ensiklopedia islam yang dikemas dalam bentuk infotainment yang berupa informasi yang menghibur. Didalam satu episode terdapat

---

<sup>16</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.177



tiga informasi disertai dengan hiburan musik yang terdapat didalam setiap segmen. Tujuan dari program maghrib barokah itu sendiri adalah untuk memberi wawasan yang luas khususnya kepada orang islam agar lebih tau tentang dunia islam baik di Indonesia maupun penjuru dunia, apapun yang berbaur tentang keislaman akan menjadi sebuah informasi dalam program maghrib barokah tersebut.

### **3. Analisis Semiotik**

Analisis semiotik adalah ilmu yang secara sistematis mempelajari tentang tanda-tanda dan lambang-lambang, sistem-sistemnya dan proses pelambangan, bagaimana karya ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat lewat tanda-tanda atau lambang-lambang.<sup>17</sup>

#### **F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Untuk mempermudah dalam menelaah proposal ini, maka dalam penyusunannya dibuat sistematika sebagai berikut:

Bagian awal, berisi tentang halaman judul, abstrak, halaman pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Bab I, pada bab ini dikemukakan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi, dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi kajian mengenai landasan teori yang mendasari penelitian diantaranya menguraikan beberapa penelitian terdahulu, kajian teoritis mengenai pesan dakwah dalam program dakwah di televisi.

---

<sup>17</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h.96



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. Pesan Dakwah dalam Televisi Kepada Masyarakat

###### a) Pesan Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti “panggilan, ajakan atau seruan”. Dalam Ilmu Tata Bahasa Arab, kata dakwah berbentuk sebagai “*isim mashdar*”. Kata ini berasal dari fi’il (kata kerja) “*da’a-yad’u*”, artinya memanggil, mengajak atau menyeru.<sup>18</sup> Menurut Asmuni Syukir dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, mengatakan bahwa arti dakwah menurut istilah memiliki dua segi atau sudut pandang yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan. Pembinaan artinya suatu kegiatan untuk mempertahankan dan menyempurnakan sesuatu hal yang telah ada sebelumnya. Sedangkan pengembangan berarti suatu kegiatan yang mengarah kepada pembaharuan atau mengadakan sesuatu hal yang belum ada.<sup>19</sup>

Sedangkan jika mengambil salah satu definisi dakwah menurut Syekh Muhammad al-Khadir Husain, dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebaikan dan melarang

---

<sup>18</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.17

<sup>19</sup> Ibid, h.20

kemungkarannya agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat, dengan demikian, yang dimaksudkan atas pesan dakwah secara singkat ialah: semua pernyataan yang bersumberkan Al-Qur'an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.<sup>20</sup>

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.<sup>21</sup>

Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Quran dan hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Quran dan hadits).

#### 1. Ayat-ayat Al-Quran

Al-Quran adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT, kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Quran. Dengan mempelajari Al-Qur'an, seseorang dapat mengetahui kandungan Kitab Taurat, Kitab Zabur, Kitab Injil, *Shahifah* (lembaran wahyu) Nabi Nuh a.s, *Shahifah* Nabi Ibrahim a.s, *Shahifah* Nabi Musa a.s, dan *shahifah* yang lain. Selain itu Al-quran juga membuat keterangan diluar wahyu-wahyu

---

<sup>20</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Radar Jaya Pratama, 1997), h.43

<sup>21</sup> Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993), h.35-36

yang terdahulu. Untuk melihat kandungan Al-Quran, kita bisa menelaah antara lain kandungan surat al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qu'ran. Dalam surat al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan netral dakwah, yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam.<sup>22</sup>

## 2. Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW. yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadis. Untuk melihat kualitas kesalihan hadis, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadis. Tidak harus menelitinya sendiri. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadis yang sahih serta memahami kandungannya. Jumlah hadis Nabi SAW. yang bermaktub dalam beberapa kitab hadis sangat banyak. Terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Pendakwah cukup membuat klasifikasi hadis berdasarkan kualitas dan temannya.<sup>23</sup>

## 3. Pendapat para sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW., pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW. memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW. dan proses belajarnya yang langsung dari beliau. Di antara para sahabat Nabi SAW., ada yang termasuk sahabat senior (*kibar al-shahabah*) dan sahabat yunior (*shighar al-*

---

<sup>22</sup> Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2004),h.319

<sup>23</sup> Ibid,h.321

*shahabah*). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW. Hampir semua perkataan sahabat dalam kitab-kitab hadis berasal dari sahabat senior.<sup>24</sup>

#### 4. Pendapat para ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Dengan pengertian ini, kita menghindari pendapat ulama yang buruk (*'ulama 'al-su'*), yakni ulama yang tidak berpegang pada Al-Qur'an dan hadis sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya. Pendapat ulama apa pun isi dan kualitasnya harus dihargai, karena ia dihasilkan dari pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber utama hukum Islam serta telah mendiskusikannya dengan pendapat ulama-ulama yang telah ada. Pendapat ulama dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-muttafaq 'alaih*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhtalaf fihi*).<sup>25</sup>

#### 5. Hasil penelitian Ilmiah

Tidak sedikit ayat Al-Quran yang bisa kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil sebuah penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Masyarakat modern amat menghargai hasil penelitian. Bahkan orang sekuler lebih mempercayainya

---

<sup>24</sup> Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2004),h.323

<sup>25</sup> Ibid,h.323

daripada kitab suci. Sifat dari hasil penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya dapat berubah. Reflektif, karena ia mencerminkan realitasnya. Hasil penelitian bisa berubah oleh penelitian berikutnya atau penelitian dalam medan yang berbeda.<sup>26</sup>

#### 6. Kisah dan pengalaman teladan

Ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan, kita mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, kita mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan. Salah satu diantaranya adalah menceritakan pengalaman seseorang atau pribadi yang terkait dengan topik.

#### 7. Berita dan peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan daripada pelakunya seperti uraian di atas. Berita (*kalam khabar*) menurut istilah *‘Ilmu al-Balaghah* dapat benar atau dusta. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah. Dalam Al-Qur’an, berita sering diistilahkan dengan kata *al-naba’*, yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti, dan membawa manfaat yang besar.<sup>27</sup>

#### 8. Karya sastra

---

<sup>26</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2004), h. 325

<sup>27</sup> Ibid, h. 328

Pesan dakwah perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa sya'ir, puisi, pantun, nasyid atau lagu dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Hampir setiap karya sastra memuat pesan-pesan bijak.

Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijakan. Keindahannya menyentuh perasaan, sementara kebijakannya menggugah hati dan pikiran. Pesan yang bijak akan mudah diterima dengan perasaan yang halus. Namun, tidak semua karya sastra bisa menjadi pesan dakwah, sebab ada karya sastra yang digunakan untuk pemujaan berhala, mengungkapkan cinta asmara, menggambarkan keindahan dunia, dan sebagainya.<sup>28</sup>

#### 9. Karya seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun. Jadi, bersifat subyektif. Tidak semua orang mencintai atau memberikan apresiasi karya seni. Bagi pecinta karya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berpikir tentang Allah SWT. Dan makhluk-Nya, lebih daripada ketika hanya mendengar ceramah agama.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2004),h.329

<sup>29</sup> Ibid,h.330



## b) Materi Dakwah

Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Keseluruhan pesan yang lengkap dan luas akan memberikan tugas bagi da'i untuk memilih materi dakwah sehingga dapat di sesuaikan dengan memperhatikan situasi dan kondisi serta timing yang ada. Dan juga harus memberikan prioritas-prioritas mana yang wajib dan mana yang sunnah yang di sampaikan.<sup>30</sup> Secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok :

### 1. Masalah aqidah

Kata aqidah berasal dari bahasa arab aqidah, yang bentuk jama'nya adalah *aqa'id* dan berarti *faith, belief* (keyakinan dan kepercayaan). Namun menurut Louis Ma'luf adalah *ma uqida 'alayh alqalb wa al-dlamir*, yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.<sup>31</sup>

Aqidah dalam Islam adalah bersifat *i'tiqad bathiniyah* yang mencakup masalah-malsah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Dalam bidang aqidah ini pembahasannya bukan hanya tertuju pada masalah-masalah yang wajib di imani, akan tetapi materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

### 2. Masalah Syari'ah

---

<sup>30</sup> Mahfud Syamsul Hadi dkk, *Rahasia Keberhasilan Dakwah*, (Surabaya: Ampel Suci, 1994), h.122-123

<sup>31</sup> Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2005), h.75

Secara bahasa, kata syari'ah berarti "jalan tempat keluarnya air untuk minuman", dan kemudian dari bangsa arab menggunakan kata ini untuk konotasi jalan lurus. Namun pada saat akan di gunakan dalam sebuah pembahasan hukum, maka menjadi "segala sesuatu yang disyari'atkan Allah kepada hamba-hamba-Nya" sebagai jalan lurus untuk memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat kelak.<sup>32</sup>

*Syari'ah* dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Masalah yang berhubungan dengan masalah *syar'iyah* bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi juga masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia. Seperti hukum jual beli, berumah-tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal shaleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (nahi anil munkar).<sup>33</sup>

### 3. Masalah Budi Pekerti (akhlaqul karimah)

Akhlaq secara etimologis berasal dari bahasa arab yang merupakan bentuk Jama' dari "*khuluqun*" yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabi'at. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dan perkataan "*khalqun*" yang berarti kejadian yang di ciptakan. Dari keterangan

---

<sup>32</sup> Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press), h. 106

<sup>33</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash), h. 62-63

di atas, terdapat pengertian adanya keterpaduan antara tuhan (kholiq) dengan perilaku manusia (makhluk).<sup>34</sup>

Namun dari segi terminologi, ada beberapa pakar yang telah mendefinisikan tentang akhlak, antara lain : Menurut Abd Al-Karim Zaidan adalah Akhlak merupakan kumpulan dari nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, dimana seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk untuk kemudian harus melakukan atau meninggalkannya.<sup>35</sup>

Masalah akhlaq dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting di bandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak adalah sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.<sup>36</sup>

#### c) Sumber-Sumber Materi Dakwah

Keseluruhan materi dakwah pada dasarnya bersumber dari dua sumber, yaitu:

##### 1. Al-Quran dan Al-Hadits

Agama Islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah yakni Al-Quran dan al-hadits Rasulullah saw. yang mana kedua ini merupakan

---

<sup>34</sup> Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:Kencana,2006)hh.26-27

<sup>35</sup> Abd Al-Karim Zaidan, *Pengantar Study Islam*, (Surabaya:IAIN Supel Press,2005),h.109

<sup>36</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*, (Surabaya:Al-Ikhlash),h.63

sumber utama ajaran-ajaran islam. Oleh karenanya materi dakwah Islam tidaklah dapat terlepas dari dua sumber tersebut, bahkan bila tidak berstandar dari keduanya (Al Quran-hadits) seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia dan dilarang oleh syariat Islam.

## 2. Rakyat Ulama (opini ulama)

Islam menganjurkan ummatnya untuk berpikir-pikir, berijtihad menemukan hukum-hukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dan akwil Al-Quran dan hadits. Maka dari hasil pemikiran dan peneliti para ulama ini dapat pula dijadikan sumber kedua setelah Al-Quran dan Al-Hadits. Dengan kata lain penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Al-Quran dan AL-Hadits dapat pula dijadikan sebagai sumber materi dakwah.<sup>37</sup>

### d) Televisi Sebagai Media Dakwah

Tidak bisa dipungkiri bahwa media elektronik merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan selama hal ini pesan keagamaan kepada khalayak penerima dakwah, pada era sekarang ini media elektronik dalam hal ini, Televisi sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak ramai. Oleh karena itu, dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik ini, agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif. Dakwah melalui televisi itu cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dan pemirsa yang mengikuti acara pengajian subuh, maghrib dan lainnya.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Ibid,h.63-64

<sup>38</sup> Yusuf Amrozi,*Dakwah Media dan Teknologi*,(Surabaya:UIN Sunan Ampel Press,2014)h.76

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif. Media dakwah dengan televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan dibanding dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatannya antara lain televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.<sup>39</sup>

Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu penonton televisi dapat menikmati cara 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 sevara audio dan terlihat secara visual. Pesan-pesan yang disampaikan langsung mempengaruhi otak, emosi, perasaan dan sikap pemirsa.<sup>40</sup>

Dakwah melalui televisi itu cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dan pemirsa yang mengikuti cara pengajian shubuh, maghrib dan lainnya. Dalam hal ini da'i sebagai komunikator dalam melakukan aktifitas dakwahnya menyampaikan pesan-pesan ajaran agamanya.

Dalam hal ini da'i sebagai seorang komunikator dalam melakukan aktifitas dakwahnya harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan

---

<sup>39</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dawkah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 177

<sup>40</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h. 5-6

karakteristik televisi yang dipergunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan.<sup>41</sup>

## 2. Media Dakwah

### a) Pengertian Media

Arti istilah media bila dilihat dari asal katanya (etimologi), berasal dari Bahasa Latin yaitu “median”, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata media merupakan jamak daripada kata median tersebut. Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.<sup>42</sup>

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Komunikasi dakwah pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunikasi dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang dijadikan sasaran diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nirmasa.<sup>43</sup>

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak

---

<sup>41</sup> Yusuf Amrozi, *Dakwah Media dan Teknologi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014) h. 76

<sup>42</sup> Ibid, h. 163

<sup>43</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) h. 105

digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

Keuntungan dakwah menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.<sup>44</sup>

Media nirmasa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Seperti surat, telepon, sms, telegram, faks, papan pengumuman, poster, kaset audio, CD, *e-mail* dan lain-lain. Secara terperinci, Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

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

---

<sup>44</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) h. 105

5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.<sup>45</sup>

Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

1. *The spoken words* (berbentuk ucapan)

Yang termasuk dalam kategori ini adalah alat yang mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga dan biasa disebut dengan *the audial media* dan dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon, radio dan lain-lain.

2. *The printed writing* (berbentuk tulisan)

Yang termasuk didalamnya adalah barang-barang cetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, tulisan-tulisan, (buku, surat kabar, majalah, brosur, smas dan sebagainya).

3. *The Audio Visual* (berbentuk gambar hidup)

Yaitu merupakan penggabungan dari kedua golongan diatas, yang termasuk dalam kategori ini adalah film, video, DVD, CD, dan sebagainya.

#### b) Sejarah Televisi

Media audiovisual 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

---

<sup>45</sup> Ibid,h.106



terlibat baik perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun.

Awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, yaitu hukum Gelombang Elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday (1831) yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik. George Carey (1876) menciptakan Selenium Camera yang digambarkan dapat menyebut tembakan gelombang sinar dalam tabung hampa itu dinamakan sebagai Sinar Katoda.

Julius Paul Gottlieb Nipkow (1860-1940) atau lebih dikenal Paul Nipkow, Ilmuwan Jerman memiliki ide (1884) bagaimana dapat mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ke tempat lain dan ia berhasil mengirim gambar elektronik menggunakan kepingan logam yang disebut Teleskop Elektrik dengan resolusi 18 garis. Temuannya disebut sebagai cikal bakal lahirnya televisi. Karena ketekunannya Paul Nipkow akhirnya menemukan sebuah alat yang kemudian disebut “Jantra Nipkow” atau disebut juga “Nipkow Sheibu”. Penemuan itu melahirkan *electrische teleskop*, atau televisi elektris. Dengan penemuan itu, Paul Nipkow disebut sebagai “bapak” televisi.<sup>46</sup>

Kemunculan televisi pada awalnya ditanggapi biasa saja oleh masyarakat. harga pesawat televisi ketika itu masih mahal, selain itu belum tersedia banyak program untuk disaksikan. Pengisi acara televisi pada masa

---

<sup>46</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.5-6

itu bahkan meragukan masa depan televisi. Mereka tidak yakin televisi dapat berkembang dengan pesat.

Perang Dunia ke-2 sempat menghentikan perkembangan televisi. Namun setelah perang usai, teknologi baru yang telah disempurnakan selama perang, berhasil mendorong kemajuan televisi. Kamera televisi baru tidak lagi membutuhkan terlalu banyak cahaya sehingga para pengisi acara di studio tidak lagi kepanasan. Selain itu, layar televisi sudah menjadi lebih besar, terdapat lebih banyak program yang tersedia dan sejumlah stasiun televisi lokal mulai membentuk jaringan. Masa depan televisi mulai terlihat menjanjikan.

Awalnya di tahun 1945, hanya terdapat delapan stasiun televisi dan 8000 pesawat televisi di seluruh AS. Namun seluruh tahun kemudian, jumlah stasiun televisi meningkat menjadi hampir 100 stasiun sedangkan jumlah rumah tangga yang memiliki pesawat televisi mencapai 35 juta rumah tangga atau 67 persen dari total rumah tangga.

Perkembangan industri televisi di AS mengikuti model radio untuk membentuk jaringan. Stasiun televisi lokal selain menayangkan, program lokal juga bekerja sama dengan tiga televisi jaringan yaitu CBS, NBC, dan ABC. Sebagaimana radio, ketiga televisi jaringan itu menjadi sumber program utama bagi stasiun afiliasinya.

Semua program televisi pada awalnya ditayangkan dalam siaran langsung (*live*). Pertunjukan opera di New York menjadi program favorit televisi dan disiarkan secara langsung. Ketika itu, belum ditemukan kaset

penyimpan suara dan gambar (*videotape*). Pengisi acara televisi harus mengulang lagi pertunjukannya beberapa kali agar dapat disiarkan pada kesempatan lain. Barulah pada tahun 1956, Ampex Corporation berhasil mengembangkan *videotape* sebagai sarana yang murah dan efisien untuk menyimpan suara dan gambar program televisi. Pada awal tahun 1960-an hampir seluruh program, yang ada awalnya disiarkan secara langsung, diubah dan disimpan dalam *videotape*.

Pesawat televisi berwarna mulai diperkenalkan kepada publik pada tahun 1950-an. Siaran televisi berwarna dilaksanakan pertama kali oleh stasiun televisi NBC pada tahun 1960 dengan menayangkan program siaran berwarna selama tiga jam setiap harinya.<sup>47</sup>

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.

Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang

---

<sup>47</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2008) h.6-7

merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global) serta beberapa televisi daerah. Tidak ketinggalan pula munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbaagai program dalam dan luar negeri.

Setelah Undang-Undang penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya didaerah yang terbagi dalam empat kategori yaitu televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas. Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

Televisi merupakan salah satu medium bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya, televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian yang memadai dan hanya berdasarkan semangat dan modal yang besar saja.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Ibid, h.9-10

### c) Program Siaran

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. *Slot* waktu masing-masing program ini dirancang sesuai tema program itu (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya.

Pada stasiun tertentu jadwal program ini telah dirancang dalam satu bulanan, bahkan enam bulan ke depan. Hal ini dikarenakan ketatnya persaingan mendapatkan *spot* iklan dan proses memasarkan produk program televisi harus melalui tahapan yang cukup panjang. Tetapi ada juga yang menerapkannya secara dinamis, artinya program acara dapat disesuaikan dengan situasi seperti terjadinya satu keadaan yang darurat. Dalam keadaan darurat, maka jadwal program ini dapat berubah, misalnya dengan istilah *stop press*, *breaking news*, dan sejenisnya, sehingga beberapa program acara yang terjadwal sebelumnya dapat bergeser waktu tayangannya dan bahkan

ditiadakan. Susunan jadwal program siaran ini biasa disebut juga sebagai *pola-acara*.<sup>49</sup>

Jenis program umumnya dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok besar, yaitu hiburan, informasi dan berita. Tetapi dari ketiganya dapat diperinci lagi menjadi jenis-jenis program yang lebih spesifik dan dengan nama yang bervariasi, seperti *talent show*, kompetitif *show*.

Program informasi di televisi, memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang dijual kepada audien. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melalui program berita dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga *talk show* (perbincangan), misalnya wawancara dengan artis, orang terkenal atau dengan siapa saja.<sup>50</sup>

Sedangkan program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukan.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2011) h.150-151

<sup>50</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2008) h.218

<sup>51</sup> *Ibid*,h.223

Terdapat juga klasifikasi jenis program tersebut hanya dua kelompok besar, yaitu program acara *karya artistik* dan *karya jurnalistik*. Kedua jenis program itu dapat disebutkan sifat proses produksi dan jenisnya sebagai berikut :

1. Program karya artistik

Sumber : Ide gagasan dari perorangan maupun tim kreatif.

Proses produksi : Mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan.

jenis : 1. Drama/sinetron

2. Musik

3. Lawak/akrobat

4. *Quiz* (ada pertanyaan, ada jawaban)

5. Informasi iptek

6. Informasi pendidikan

7. Informasi pembangunan

8. Informasi kebudayaan

9. Informasi hasil produksi, termasuk iklan dan *public service*

10. Informasi flora dan fauna

11. Informasi sejarah/dokumenter

12. Informasi apa saja yang bersifat nonpolitis

2. Program karya jurnalistik

Sumber : Masalah hangat (peristiwa dan pendapat)

Proses produksi : Mengutamakan kecepatan dan kebenaran

Jenis : Berita aktual (siaran berita), Berita non-aktual (*feature*, majalah udara), Penjelasan tentang masalah hangat (dialog, monolog, panel diskusi, *current affairs*).<sup>52</sup>

Tetapi, klasifikasi jenis program tersebut bukanlah sesuatu yang baku, sehingga masih dapat diperinci lagi tergantung pada pilihan dalam *programming*, yaitu pertimbangan aspek penekanan atau fokus pada satu atau beberapa topik tertentu. Sehingga pada jenis program karya artistik, antara jenis hiburan dan informasi masih dipisahkan. Salah satu contoh, pada salah satu TV swasta di Indonesia, yang membagi jenis program menjadi enam pokok program, yaitu :

1. *Series*, di antaranya program sinetron (kejar tayang), *The Oprah Winfrey Show*, *Mr. Bean*
2. *Movie*, terdiri dari berbagai program film layar lebar
3. *Entertainment*, berisi berbagai hiburan ringan seperti *Extravaganza*
4. *News (hard news)*, terdiri dari berbagai reportase berita
5. *Information (soft news)*, di antaranya berbagai macam wisata kuliner seperti *Cooking adventure with Willam Wongso*
6. *Religious* (Religi = Realita Religi), berisi berbagai pembahasan keagamaan.

### 3. Pemirsa Televisi

---

<sup>52</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2008), h.153



Pada awal perkembangan televisi swasta di Indonesia pada tahun 1980-an, semua stasiun televisi melakukan segmentasi dan *targeting* audien secara luas atau lebih tepat lagi tidak memiliki segmentasi audien. Harus diakui bahwa stasiun televisi ketika itu belum menerapkan betul-betul strategi segmentasi dan target audien. Salah satu sebabnya adalah industri pertelevisian Indonesia masih sangat langka, demikian pula para *programmer*. Semua stasiun televisi nasional masih mengandalkan pada paket-paket film yang berasal dari Amerika, India, Hong Kong, dan Jepang. Sehingga tak heran kalau semuanya memiliki napas siaran dan program yang sama. Akibatnya stasiun-stasiun televisi mengalami kesulitan dalam melakukan segmentasi audien yang jelas dan tajam.

Menjelang tahun 2000 sejumlah stasiun televisi baru muncul. Dan walaupun pada awalnya beberapa stasiun televisi baru itu mencoba untuk menjadi televisi dengan target kelompok pemirsa tertentu namun hingga tahun 2004 belum ada televisi yang betul-betul menjadi televisi yang memiliki segmen khusus. Stasiun televisi umumnya menyajikan program acara yang bersifat beragam seperti supermarket yang menyediakan segala barang. Segmentasi audien televisi biasanya hanya terjadi pada waktu siaran tertentu, misalnya, pada sore hari lebih banyak menayangkan program acara untuk anak-anak seperti film kartun karena kebanyakan anak-anak menonton televisi pada sore hari, sementara pagi hari waktu siaran lebih banyak diisi dengan program drama yang disukai ibu-ibu dan pembantu rumah tangga yang tinggal di rumah.

Pada tahun 2005 beberapa stasiun televisi di Indonesia mulai terarah (fokus) dalam menentukan segmen audiennya. Stasiun televisi mulai melakukan segmentasi dan berupaya mengarahkan programnya pada target audien tertentu. pengelola televisi lebih serius memikirkan segmentasi audien yang jelas dan mampu melayani segmen itu dengan baik yang akan berhasil.<sup>53</sup>

Pada awal perkembangan industri penyiaran di Indonesia pengelola media penyiaran pada umumnya membidik audiennya secara intuitif yaitu berdasarkan perkiraan saja. Mereka mengira tahu persis siapa audiennya dan apa yang menjadi kebutuhan audien. Pandangan mereka tentang audien cenderung ditentukan oleh kacamata mereka sendiri, yaitu membayangkan dirinya sendiri sebagai salah seorang target dari program yang dibuatnya.

Khalayak audien umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya. Oleh karenanya harus dipilih segmen-segmen audien tertentu saja dan meninggalkan segmen lainnya. Bagian atau segmen yang dipilih itu adalah bagian yang homogen yang memiliki ciri-ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dengan demikian, belum tentu audien suatu program adalah seluruh penduduk Indonesia yang berjumlah 230 juta jiwa lebih. Audien sebanyak 230 juta ini sangat tersegmentasi. Oleh karena itu, pasar audien masa depan

---

<sup>53</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2008), h. 175

adalah pasar yang tersegmentasi. Hanya mereka yang paham betul konsep segmentasi audien dengan baik yang akan berhasil.

Pengelola program penyiaran harus memilih satu atau beberapa segmen audien saja yang memiliki karakter atau respons yang sama dari seluruh penduduk Indonesia. Dengan memahami siapa audiennya, amka praktisi penyiaran dapat menentukan bagaimana cara menjangkaunya, program apa yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan audien dari program pesaing.

Segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju. Untuk memprmosikan suatu program misalnya, praktisi penyiaran harus tahu siapa yang akan menjadi audiennya.

Pengelola program siaran harus memahami kebutuhan audien dalam upaya untuk dapat mendesain program yang dapat memenuhi kebutuhan mereka secara efektif. Identifikasi terhadap target audien dilakukan dengan mengelompokkan sejumlah audien yang memiliki gaya hidup, kebutuhan, dan kesukaan yang sama.

Bagaimana menyeleksi audien sangat ditentukan oleh bagaimana pengelola program melihat audien itu sendiri. Dengan demikian, audien yang dilihat oleh dua orang yang berbeda, yang didekati oleh metode segmentasi yang berbeda akan menghasilkan peta audien yang berbeda pula. Oleh karena

itulah penting dipahami struktur-struktur atau kelompok-kelompok audien yang ada di tengah masyarakat.<sup>54</sup>

Pola menonton televisi, umumnya menunjukkan jumlah audien terbesar terjadi pada saat prime time, malam hari yaitu antara jam 19.00 hingga jam 22.00, dan terus menurun hingga tengah malam dan menjelang dini hari dan kembali mulai meningkat pada siang hari. Di Amerika Serikat jumlah audien televisi tertinggi antara jam 20.00-21.00. jumlah audien televisi pada umumnya tidak sama pada setiap jam siarannya.<sup>55</sup>

Diantara penonton televisi, lebih banyak wanita daripada pria yang menonton program siang hari namun lebih banyak pria daripada wanita yang menonton program berita tengah malam. Jumlah penonton pria di Amerika Serikat selalu lebih banyak dari wanita pada program olahraga, namun jumlah audien wanita dan pria sama banyaknya pada pertandingan olahraga tenis atau pacuan kuda. Penonton remaja tidak terlalu tertarik dengan program olahraga kecuali pertandingan bola basket NBA.<sup>56</sup>

## B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Nur Chafshoh, 2017, judul penelitian pesan dakwah rubrik cerpen anak majalah Nurul Hayat edisi bulan Maret-April 2017: analisis semiotik model Charles Sanders Peirce.

---

<sup>54</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2008), h.178

<sup>55</sup> Ibid, h.201

<sup>56</sup> Ibid, h.205

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah dan sama-sama menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce.

Lalu yang membedakan penelitian ini, yaitu terletak pada obyek penelitian. Peneliti terdahulu yang menjadi obyek penelitiannya adalah rubrik cerpen anak majalah Nurul Hayat edisi bulan Maret-April 2017. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, yang menjadi obyek penelitiannya adalah program acara Maghrib barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.

2. Siti Kholifatul Anisa, 2015, Judul Penelitian Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Program Acara “Berita Islami Masa Kini” Trans TV: Edisi 10 Februari 2015.

Persamaan penelitian ini terletak pada obyek dan media penelitian yakni tentang program dakwah dalam media televisi dan analisis yang digunakan. Peneliti terdahulu meneliti tentang pesan dakwah dalam program acara “Berita Islami Masa Kini” di Trans TV dan menggunakan analisis semiotik model Charles Sander Peirce. Sedangkan saya akan meneliti tentang pesan dakwah dalam program acara “Maghrib Barokah” di BBS TV dan juga menggunakan analisis model Charles Sander Peirce.

Perbedaannya terletak pada program acara televisi yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti program acara Berita Islami masa kini di Trans TV. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, meneliti program acara Maghrib Barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.

3. Febrianto Al Qossam, 2015, judul penelitian pesan dakwah dalam novel (analisis semiotik Charles Sanders Pierce terhadap novel moga bunda disayang Allah karya Darwis Tere Liye).

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah. Persamaan dari penelitian ini juga terletak pada analisis yang digunakan yakni sama-sama menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce.

Perbedaannya terletak pada program acara televisi yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti novel moga bunda disayang Allah karya Darwis Tere Liye. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, meneliti program acara Maghrib Barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.

4. Yani Roifatul Adawiyah, 2015, judul penelitian pesan dakwah melalui bulletin At Takhobbar edisi 128-129 bulan Januari 2015: Analisis semiotik model Charles Sander Pierce.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah. Persamaan dari penelitian ini juga terletak pada analisis yang digunakan yakni sama-sama menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce.

Perbedaannya terletak pada obyek penelitian yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti bulletin At Takhobbar edisi 128-129 bulan Januari 2015. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, meneliti program acara Maghrib Barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.

5. Sholihul Abidin, 2012, Judul penelitian Analisis semiotik rambu peringatan lalu lintas sebagai pesan dakwah.

Persamaan penelitian ini adalah terletak pada analisis yang digunakan dan juga meneliti tentang pesan dakwah. Analisis yang digunakan sama-sama menggunakan analisis semiotik.

Perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Peneliti terdahulu meneliti tentang rambu-rambu lalu lintas sedangkan penelitian yang akan saya lakukan meneliti tentang program acara Maghrib Barokah.

**Tabel 2.1**  
**Mapping Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Nur Chafshoh, 2017	pesan dakwah rubrik cerpen anak majalah Nurul Hayat edisi bulan Maret-April 2017: analisis semiotik model Charles Sanders Pierce	sama-sama meneliti tentang pesan dakwah dan sama-sama menggunakan analisis semiotik model Cahrles SandersPierce.	terletak pada obyek penelitian. Peneliti terdahulu yang menjadi obyek penelitiannya adalah rubrik cerpen anak majalah Nurul Hayat edisi bulan Maret-April 2017. Sedangkan penelitian yang akan	Tanda pesan dakwah akhlaq dan akidah meliputi penjelasan tokoh dalam kutipan langsung, yakni pernyataan keyakinan tokoh terhadap Allah SWT dan rasulnya, pernyataan perilaku











		Liye)	menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce.	Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, meneliti program acara Maghrib Barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.	memiliki kesempatan melawan takdir menyakitkan miliknya! Tahu darimana tentang keputusan Tuhan? Bah! Melati punya kesempatan lebih banyak dibandingkan siapapun, bahkan dibandingkan dengan kesempatan kita melemparkan bola mengenai anak tangga pualan itu!”. Dan yang termasuk akhlaq terdapat dalam cuplikan “Ba.... Ma..... A..... “Melati berseru, suda berjalan sembarang arah. “Kita sarapan, Sayang!” Bunda
--	--	-------	---	--	--

					mendekatinya, gemetar meraih tanan Melati membimbingnya berjalan. Jadi peneliti membagi tanda kedalam aspek aqidah dan aspek akhlak.
4.	Yani Roifatul Adawiyah, 2015	pesan dakwah melalui bulletin At Takhobbar edisi 128-129 bulan Januari 2015: Analisis semiotik model Charles Sander Pierce.	sama-sama meneliti tentang pesan dakwah. Persamaan dari penelitian ini juga terletappada analisis yang digunakan yakni sama-sama menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce.	Perbedaannya terletak pada obyek penelitian yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti bulletin At Takhobbar edisi 128-129 bulan Januari 2015. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan, meneliti program acara Maghrib Barokah di BBS TV edisi 30 Oktober 2017.	Adapun makna yang terdapat dalam bulletin At Takhobbar edisi 128 (Moment Maulid: pesan akidah mencakup tentang arti sebuah keimanan, dalam hal ini yang dimaksudkan adalah beriman kepada Rasul. Pesan Syari'ah mencakup sebagai seorang muslim memanfaatkan



					Rasulullah dengan setulus hati kita.
5.	Sholihul Abidin, 2012	Analisis semiotik rambu peringatan lalu lintas sebagai pesan dakwah.	terletak pada analisis yang digunakan dan juga meneliti tentang pesan dakwah. Analisis yang digunakan sama-sama menggunakan analisis semiotik.	Perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Peneliti terdahulu meneliti tentang rambu-rambu lalu lintas sedangkan penelitian yang akan saya lakukan meneliti tentang program acara Maghrib Barokah.	Kajian tanda pada rambu peringatan lalu lintas yaitu memberikan peringatan adanya ancaman bahaya dari jalur yang akan dilewati para pengguna jalur. Rambu peringatan lalu lintas memberikan peringatan kepada para pengguna jalan tentang adanya ancaman bahaya dari jalan yang akan dilewati. Peringatan tersebut mengajak kepada para pengguna jalan untuk berhati-hati dalam berlalu







## BAB III

### METODE PENELITIAN

Peristilahan metodologi penelitian (*research methodology*) dari kata metoda (*methodology*) dan penelitian (*research*), secara persial mempunyai arti sendiri-sendiri. Dan apabila digabung juga mempunyai arti tersendiri. Secara etimologi *metode* artinya suatu cara untuk melakukan sesuatu secara tepat. Dan *logos* yang mempunyai arti ilmu atau pengetahuan. Kedua kata tersebut bila digabungkan menjadi metodologi yang artinya suatu cara untuk melakukan suatu aktivitas dengan menggunakan pemikiran secara rasional untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian (*research*) dari kata *re* dan *to search* yang berarti mencari kembali, dalam kata latin *research* artinya mengungkap atau membuka. Pengertian ini merupakan sebuah investigasi sistematis yang dirancang untuk menghasilkan suatu pengetahuan, alat atau metoda.<sup>57</sup>

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Secara konseptual metode penelitian adalah membahas konsep teoritis berbagai metoda, kelebihan dan kelemahannya yang dalam karya ilmiah diteruskan dalam pemilihan metoda yang digunakan. Sedangkan metoda penelitian mengemukakan secara teknis tentang metoda yang digunakan dalam penelitian.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Ismail Nawawi Uha, *Metoda Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: CV.Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), h.1

<sup>58</sup> Ibid,h.2

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan berupa angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian ini akan berisi kutipan data untuk memberi gambar penyajian laporan tersebut.<sup>59</sup>

Penelitian deskriptif ini juga berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada, mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang tengah berkembang di masyarakat.<sup>60</sup> Penelitian ini juga menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

Penelitian deskriptif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti yang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Setelah menyusun rencana penelitian, kemudian peneliti ke lapangan tidak membawa alat pengumpulan data, melainkan langsung melakukan observasi sambil mengumpulkan data dan melakukan analisis.<sup>61</sup>

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah

---

<sup>59</sup> Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: remaja Rosdakarya, 2011), h.11

<sup>60</sup> Sumanto, *Metode Penelitian Sosial Pendidikan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), h.77

<sup>61</sup> Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), h.61

dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif sebagai suatu metode untuk menangkap dan memberikan gambaran terhadap suatu fenomena, sebagai metode untuk mengekspresikan fenomena, dan sebagai metode untuk memberikan penjelasan dari suatu fenomena yang diteliti.<sup>62</sup>

Esensi dari penelitian kualitatif adalah memahami yang diartikan sebagai memahami apa yang dirasakan orang lain, memahami pola pikir dan sudut pandang orang lain, memahami sebuah fenomena (*central phenomena*) berdasarkan sudut pandang sekelompok orang atau komunitas tertentu dalam latar alamiah. Memahami yang dimaksud adalah benar-benar memahami dari sudut pandang subjek atau sekelompok subjek dan fungsi peneliti hanya sebagai orang yang mengemas apa yang dilihat oleh subjek alam sekelompok subjek.

Menurut beberapa ahli penelitian kualitatif, setidaknya terdapat tujuh ciri penelitian kualitatif: 1) konteks dan setting-nya bersifat alamiah, 2) tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman tentang suatu fenomena tertentu, 3) adanya keterlibatan dan hubungan erat yang terjalin antara peneliti dengan subjek penelitian, 4) tanpa adanya perlakuan atau manipulasi variabel, 5) adanya usaha penggalian nilai, 6) bersifat fleksibel, dan 7) hubungan antara peneliti dengan subjek penelitian sangat memengaruhi tingkat akurasi data.<sup>63</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce. Peneliti menggunakan analisis semiotik untuk mengetahui bagaimana makna pesan dakwah

---

<sup>62</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012) h.6-7

<sup>63</sup> Ibid,h.18

itu ditafsirkan melalui tanda-tanda atau lambang-lambang.<sup>64</sup> Pesan dakwah tersebut diambil dari program “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 di BBS TV.

## B. Unit Analisis

Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah tayangan program acara “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 di BBS TV. Sedangkan obyek yang akan dianalisis teks yang ada di VCD yakni rekaman tayangan “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2. Program acara Maghrib Barokah merupakan salah satu program baru di BBS TV yang memberikan informasi dimana program tersebut bertujuan untuk membuka cakrawala atau wawasan yang bersifat tematik bukan religi terutama tentang dunia Islam. Program tersebut tayang setiap hari dengan durasi 60 menit dengan jeda iklan, dari jam 5 sore hingga jam 6 sore.

Tayangan yang akan diteliti yakni episode tentang khasiat dan manfaat surat Al-Humazah dan juga kandungan surat Al-Humazah yang merupakan suatu masalah yang terdapat ditengah-tengah masyarakat seperti tidak mau bersedekah dan suka mengumpat. Khasiat dan manfaat surat Al-Humazah terdapat pada episode 67 segmen 2 yang tayang pada tanggal 20 Oktober 2017 dengan durasi 6 menit 32 detik dengan jeda iklan.

Penelitian tayangan “Maghrib Barokah” yang peneliti lakukan seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, hanya difokuskan pada materi dakwah yang ada pada tayangan “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 saja, tidak termasuk

---

<sup>64</sup> Alex Sobur, *Analaisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2015), h.96

musik yang terdapat pada segmen tersebut. Peneliti juga meneliti aspek verbal dan juga gambar visual pada tayangan “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data-data yang diperoleh langsung dari informan dan VCD yakni rekaman tayangan “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2. Adapun data data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari informan yakni produser dari program yang diteliti.
- b. Data Sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dari kepustakaan yang mendukung dan melengkapi data primer.<sup>65</sup> Dalam hal ini peneliti juga mengumpulkan data-data tersebut berupa dokumentasi, wawancara, serta observasi yang berkaitan dengan penelitian.

### C. Tahapan Penelitian

#### 1. Mengangkat permasalahan

Dalam hal ini peneliti melakukan pemahaman dan memfokuskan pada topik tentang keistimewaan surat didalam Al-Qur’an. Ketika menonton program acara Maghrib Barokah di BBS TV episode 67 yang mana episodenya membahas tentang keistimewaan surat di dalam Al-Qur’an. Episode 67 tepatnya di segmen 2 membahas tentang “khasiat dan manfaat surat Al-Humazah” dimana banyak dari umat islam yang keseluruhannya dapat membaca dan menghafal surat Al-Humazah yang

---

<sup>65</sup> S. Nasution, *Metode Research atau Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 143

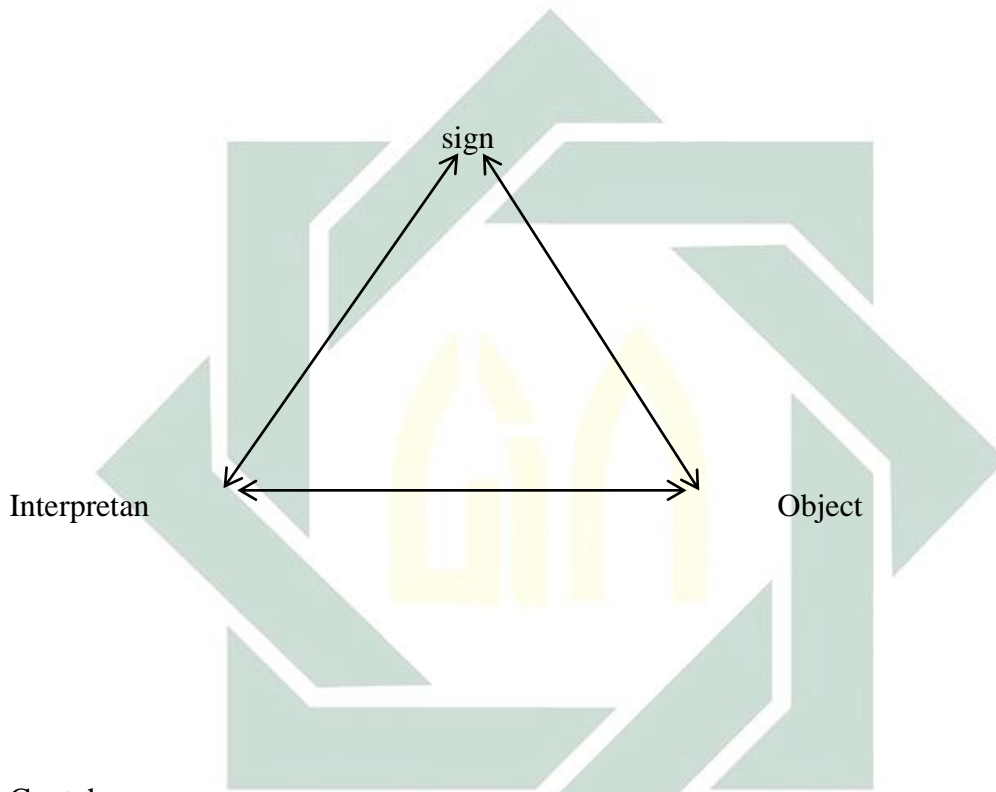
berjumlah 9 ayat, namun tidak banyak dari umat islam yang dapat memahami makna dari surat Al-Humazah serta manfaat ketika membaca surat tersebut.

Seiring berkembangnya teknologi, sebagian dari umat manusia lebih memilih menimba ilmu agama dengan menggunakan media dakwah yang lebih praktis. Televisi menjadi salah satu media yang banyak diminati oleh khalayak umum karena bersifat dengar pandang, menghadirkan realitas sosial, *simultaneous*, memberi rasa intim atau kedekatan, mnenghibur, menentukan kelompok yang dituju, cenderung mengabaikan isu-isu mendalam dan lain sebagainya. Sehingga peneliti mengajukan judul penelitian tersebut kepada ketua prodi, setelah disetujui peneliti melanjutkan membuat proposal yang telah dikonsultasikan dan disetujui oleh dosen pembimbing.

## 2. Memunculkan pertanyaan penelitian

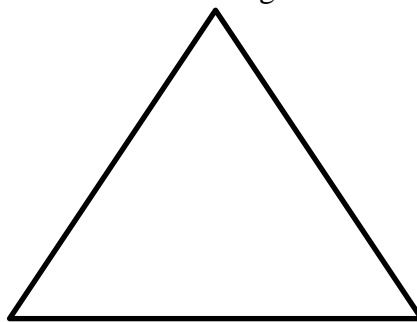
Dari penelitian yang dilakukan peneliti tentang program acara “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 tentang khasiat dan manfaat surat Al-Humazah, memberikan pesan tentang dakwah kepada khalayak umum. Dalam analisis semiotik model Charles Sanders Peirce, penyampaian pesan dakwah tersebut memunculkan bahwa salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna

muncul pada waktu berkomunikasi.<sup>66</sup> Hubungan segitiga makna Peirce lazimnya ditampilkan sebagai tampak dalam gambar berikut ini:



Contoh :

tanda = Maghrib Barokah



interpretan = penafsiran para ahli

ekspresi masyarakat terhadap

---

<sup>66</sup> Alex Sobur, *Analaisis Teks Media*,(Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2015)h.124-115



mengenai pesan (dari sumber teori)  
disebut premis 1

(dari sumber lapangan atau yang  
fakta empiris) yang disebut  
premis 2

Dari uraian tersebut memunculkan pertanyaan yang ingin digali oleh peneliti yaitu bagaimana makna pesan dakwah yang diambil dari program “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 di BBS TV dengan analisis semiotik.

### 3. Mengumpulkan data yang relevan

Beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti pada subyek, atau informan, sumber, atau responden penelitian untuk mendapatkan jawaban.<sup>67</sup> Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data skunder untuk melengkapi data primer. Metode wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan produser dari program “Maghrib Barokah” untuk mendapatkan data yang valid.

#### 2. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk memperoleh data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya. Observasi (observation) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data

---

<sup>67</sup> Ismail Nawawi Uha, *Metode penelitian Kualitatif*, (Jakarta: CV.Dwiputra Pustaka Jaya, 2012) h.251

dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>68</sup> Pada tahap ini peneliti akan melakukan observasi dengan mengamati dan mendalami langsung tentang kejadian-kejadian dan fenomena yang berhubungan dengan “Pesan Dakwah dalam Program Maghrib Barokah Episode 67 Segmen 2 di BBS TV (Analisis Semiotik)”.

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan fenomena, peristiwa, yang sudah berlalu yang di kumpulkan dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk misalnya foto, karya seni, yang berupa gambar, patung, film dan lain-lain.<sup>69</sup>

Dalam mendapatkan dokumentasi yang berupa VCD tayangan program acara “Maghrib Barokah”, peneliti mengcopy dari data program “Maghrib Barokah” milik produser dari program tersebut.

### 4. Melakukan analisis data

Setelah mengumpulkan data-data yang ada serta menyeleksi sehingga terhimpun dalam satu kesatuan maka langkah selanjutnya adalah analisa data. Analisa data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi

---

<sup>68</sup> Ibid,h.233

<sup>69</sup> Ibid,h.268

wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai tujuan bagi orang lain.<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena menganalisis tentang sebuah tayangan suatu program acara “Maghrib Barokah” di BBS TV, selain itu juga peneliti menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce yang cirinya bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi untuk memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada, yakni dengan menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikan data.

#### 5. Menjawab pertanyaan penelitian

Tahapan terakhir adalah menjawab pertanyaan penelitian. Hasil analisis data yang dilakukan kemudian dikaitkan kembali dengan fenomena yang diangkat untuk kemudian menjawab pertanyaan penelitian.

#### D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pertengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Hasil penelitian yang dihasilkan harus melalui proses analisis data terlebih dahulu agar dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Inti dari analisis data adalah mengurai dan mengolah data mentah menjadi data yang dapat ditafsirkan dan dipahami secara lebih spesifik dan diakui dalam suatu perspektif ilmiah yang sama, sehingga hasil dari

---

<sup>70</sup>Noeng Muhajir, *Metodologi Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin, 1989), h. 186.

analisis data yang baik adalah data olah yang tepat dan dimaknai sama atau relatif sama dan tidak bisa atau menimbulkan perspektif yang berbeda-beda.<sup>71</sup>

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milihnya menjadi satuan yang dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>72</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena menganalisis tentang sebuah tayangan suatu program acara “Maghrib Barokah” di BBS TV, selain itu juga peneliti menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Peirce. Di dalam lingkup analisis semiotik model Charles Sanders Peirce ini merujuk pada pemberian makna melalui tanda. Menurut Peirce mengusulkan kata semiotik sebagai sinonim kata logika. Menurut Peirce, logika harus mempelajari bagaimana orang bernalar. Penalaran itu, menurut hipotesis teori Pierce yang mendasar, dilakukan melalui tanda-tanda. “Tanda-tanda memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain, dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.”<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Penerbit Salemba Humanika, 2010) h.160

<sup>72</sup> Lexy Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja Rosda karya, 2008), h.248

<sup>73</sup> Alex Sobur, *Analaisis Teks Media*,(Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2015)h.110

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Obyek Penelitian**

##### **1. Profil Lembaga Penyiaran**

###### **a. BBS TV**

PT. Bama Berita Sarana Televisi (BBS TV) adalah sebuah stasiun televisi swasta lokal yang memperoleh ijin mengudara secara lokal di Surabaya. Usahanya dibawah kepemilikan BBS GRUP. Sejak 1 September 2008 mulai siaran resmi. Pada bulan oktober 2009 BBS TV telah mendapat IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran), berdasarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika R.I Nomor : 71/KEP/M.KOMINFO/10/2009. BBS TV akan selalu berusaha memberikan 3 sarana kepada masyarakat Surabaya dan sekitarnya untuk dapat mengkonsumsi informasi yang bermutu dalam bidang ekonomi, politik, hukum, sosial, pendidikan, agama dan hiburan yang sifatnya informatif, edukatif namun, tetap menjadi sebuah produk kreatif yang mampu menghibur khalayaknya melalui media televisi. BBS TV bisa dinikmati di channel 46 UHF dengan coverage area wilayah Surabaya dan sekitarnya. Selain Surabaya adapun beberapa kota yang dapat dijangkau oleh BBS TV yakni Surabaya, Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Sidoarjo, Lamongan dan

Pasuruan. Meskipun terlihat baru, BBS TV serius menggarap bisnis televisi local.<sup>74</sup>

### **Visi dan Misi BBS TV Surabaya**

#### 1. Visi

Menjadikan BBS TV sebagai saluran televisi lokal terdepan yang menyajikan berita, pendidikan, informasi dan hiburan, secara professional, bertanggung jawab dan bermutu serta mendidik kepada masyarakat dengan tidak meninggalkan budaya daerah dan aturan yang berlaku.

#### 2. Misi

Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dan menjadikannya bagian dari pengembangan televisi yang tidak terpisahkan dengan tidak meninggalkan aspek agama, sosial, politik dan budaya.

### **Struktur Perusahaan Pada BBS TV**

Direktur Utama	: Kikin Abdul Hakim
Direktur Operasional	: EM. Mas'ud Adnan
General Manager	: Wahyu A. Priambodo
Penanggung Jawab Program/Siar	: Ali Mudrik
Control/Traffic	: Rifdah
HRD/ Manager Keuangan	: Danny Aditya
Accounting	: Anggun
GA Staff	: Hadi Prayitno

---

<sup>74</sup> Dokumen Produser BBSTV, Diakses pada tanggal 6 Januari 2018, Pukul 13.00 WIB, di Studio BBSTV









9. Website : <http://www.BBSTV.ac.id>  
10. Website Streaming : <http://www.streaming.bbstv.co.id><sup>75</sup>

b. Program Maghrib Barokah

Maghrib barokah itu adalah ensiklopedia islam yang dikemas dalam bentuk infotainment yang berupa informasi yang menghibur. Didalam satu episode terdapat tiga informasi disertai dengan hiburan musik yang terdapat didalam setiap segmen. Bedanya dulu dengan sekarang, dulu lebih banyak musik clipnya, sekarang yang lebih banyak adalah materi tentang keislaman.

Tujuan dari program maghrib barokah itu sendiri adalah untuk memberi wawasan yang luas khususnya kepada orang islam agar lebih tau tentang dunia islam baik di Indonesia maupun penjuru dunia, apapun yang berbaur tentang keislaman akan menjadi sebuah informasi dalam program maghrib barokah tersebut.

Visi dan misi dari program “Maghrib Barokah” adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan misinya adalah untuk mencari rating yang tinggi karena di dalam dunia pertelevisian apabila rangkingnya rendah maka pengaruhnya ke iklan. Dari rating, dapat mengetahui berapa banyak penonton yang menyukai program tersebut.

Segmentasi dari program “Maghrib barokah” adalah usia remaja yang bisa membaca dan menulis dan juga kalangan orang tua. Jadi informasinya tak hanya ditujukan untuk kalangan orang tua saja, tetapi juga bisa dinikmati oleh kalangan

---

<sup>75</sup> Dokumen Produser BBSTV, Diakses pada tanggal 6 Januari 2018, Pukul 13.00 WIB, di Studio BBSTV

remaja. Kekuatan dari program “Maghrib Barokah” adalah di visualnya. Ketika kita hanya membaca dan mendengar audio tanpa visualnya dinilai kurang menarik. Seperti halnya dongeng anak kecil seperti Si kancil. Jika hanya berupa tulisan tanpa disertai dengan gambar maka kurang menarik atau tidak memiliki daya tarik. Seperti halnya jika membahas tentang Al-Quran jika disertai dengan gambar itu akan menjadikan kekuatan tersendiri untuk penonton.

Waktu tayang program maghrib barokah adalah menjelang maghrib yakni jam 17.30 WIB dengan durasi 60 menit dengan jeda iklan dan tayang setiap hari. Pemilihan waktu tersebut karena pada waktu tersebut orang-orang sudah tidak beraktivitas, hanya menunggu waktunya adzan maghrib tiba sehingga program “Maghrib Barokah” tayang pada jam tersebut. Jika pada jam tersebut diberi tayangan yang berat seperti berita maka akan kesulitan untuk memahainya karena kondisinya sudah santai. Jadi muncullah program “Maghrib Barokah” itu tadi, tayangan yang diperuntukkan untuk menunggu waktu adzan maghrib tiba. Bisa sambil minum kopi, menonton tayangan “Maghrib Barokah” yang berisi informasi diselingi dengan musik, jadi otak ringan untuk menangkap materi dari tayangan tersebut.<sup>76</sup>

## **B. Penyajian Data**

Data premier yang akan dianalisis adalah teks program Maghrib Barokah episode 67 segmen 2 “Khasiat dan Manfaat Surat Al-Humazah” edisi 30 Oktober 2017 melalui analisis semiotik model Charles Sander Peirce dengan penelitian non kancah. Peneliti mengambil data primer dengan mengcopy file episode tersebut dengan ijin

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Produser Program “Maghrib Barokah”, pukul 13.00, 27 Januari 2018, di Studio BBSTV

dari produser program “Maghrib Barokah”. Maka dalam bab ini, peneliti akan menyajikan data yang sudah didapat kedalam suatu pola khusus yang di desain secara jelas untuk memudahkan tahap selanjutnya.

**a. Pesan-Pesan Dakwah dalam Program Maghrib Barokah Episode 67 Segmen 2 “Khasiat dan Manfaat Surat al-Humazah”**

1. Gambar 4.1



Tayangan pertama adalah penayangan bumper program “Maghrib Barokah”. Penayangan bumper dengan bentuk ornamen masjid beserta dua menara dengan bertuliskan “Maghrib Barokah” menandakan program acara Maghrib Barokah segera tayang dan bertujuan untuk mengingatkan pemirsa atau penonton dirumah agar saat menjelang maghrib tiba, agar segera melaksanakan ibadah shalat maghrib tanpa menunda-nunda dengan meninggalkan segala pekerjaan.

Shalat fardhu lima kali sehari semalam telah disyari’atkan oleh Allah SWT menjadi kewajiban bagi setiap mukmin. Shalat fardhu yang dikerjakan dengan ikhlas semata-mata mengharap ridha Allah SWT dan ditunaikan tepat pada waktunya maka akan dapat menghantarkan dirinya dicintai oleh Allah SWT. Seorang hamba yang mampu memenuhi seruan azan dengan meninggalkan segala bentuk aktivitas keduniaan pertanda di dalam hatinya

tertanam kecintaan kepada Allah SWT melebihi kecintaannya terhadap kenikmatan dunia yang fana.

Seorang hamba yang mendirikan shalat fardhu tepat pada waktunya dan berjama'ah baik di masjid maupun di mushalla, menandakan dirinya adalah seorang hamba yang sadar akan panggilan azan dari Allah SWT. Selain akan mendapatkan nilai pahala dua puluh tujuh derajat dibandingkan dengan shalat sendirian di rumah, seiring dengan itu juga bisa membangun prestasi dalam shalat. Amalan shalat yang pertama yang akan dihisab nanti diakhirat, seperti yang tercantum dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 18 yang berbunyi:

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ  
فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

Artinya : *“Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk..”*(QS.At-Taubah:18)<sup>77</sup>

Keutamaan mengerjakan shalat tepat waktu diantaranya adalah badan selalu sehat dan segar, dijaga oleh malaikat, diturunkan berkah untuk rumah dan kehidupannya sehari-hari, wajahnya menunjukkan ciri orang yang sholeh, hati

---

<sup>77</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, QS. At-Taubah ayat 18, h.256

menjadi lembut, dapat melalui jembatan Shiratal mustaqim seperti kilat, diselamatkan dari siksa api neraka, ditempatkan dalam golongan yang tidak bersedih hidupnya sebab selalu dijaga Allah.

## 2. Gambar 4.2



Tayangan kedua adalah penayangan bacaan basmallah “*Bismillahirrahmanirrahim*” dalam bentuk kaligrafi disertai dengan tartil basmallah. Basmallah merupakan bacaan AL-Qur’an yang terdapat dalam setiap awalan surat didalam AL-Qur’an kecuali surat At-Taubah. Dengan niat ibadah dan dimulai dengan membaca bacaan basmallah.

Seperti sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Abu Dawud dari Abu Hurairah r.a yang artinya :

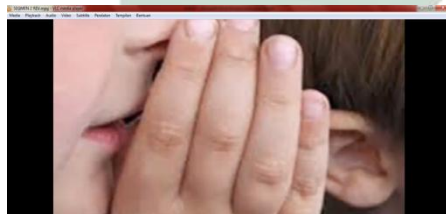
*“Semua perkara yang baik yang tiada dimulai mengerjakannya dengan bacaan Bismillahirrahmanirrahim, maka akan terputus (sia-sia belaka)”*. (HR. Abu Dawud dari Abu Hurairah)

Setiap langkah dan gerak yang kita lakukann baik yang dilakukan oleh tangan, kaki maupun ucapan yang menuju kearah perbuatan yang baik dan terpuji, harus kita mulai dengan bacaan basmallah dengan pengharapan hasil dari pekerjaan tersebut dengan sebaik-baiknya dan mendapat ridha dari Allah SWT, sebab pada

hakikatnya alat yang kita gunakan untuk mencapai semua yang kita inginkan adalah milik Allah SWT, dan hasil yang kita harapkan juga atas qudrat dan iradat Allah semata.

Adapun keutamaan membaca bacaan basmallah diantaranya adalah dapat membuat syetan menjadi kecil, menyempurnakan wudhu, membaca basmallah sebelum jima' kelak anaknya akan dijauhkan dari gangguan syetan, menjauhkan rumah dari syetan. Islam merupakan ajaran yang sempurna. Tidak ada satu pun kegiatan manusia yang tidak diatur dalam Islam. Mulai dari makan dan minum sampai pada urusan politik bahkan untuk memulai suatu pekerjaan pun kita disunnahkan untuk membaca basmallah. Mengucap basmallah, berarti kita telah mengalihkan kemampuan yang ada pada kita kepada kemampuan Allah. Ketika kita mengucapkan basmallah, Allah mendampingi kita, memberi kemudahan atas apa yang sukar bagi kita.

### 3. Gambar 4.3



Tayangan ketiga adalah penayangan gambar seorang ibu yang sedang berbisik di telinga anaknya dengan disertai bacaan tartil surat AL-Humazah ayat pertama dan voice over sebagai berikut :

*“Khasiat dan manfaat suarat Al-Humazah. Al-Humazah adalah surat ke 104 dalam Al-Qur’an”.*

*“Hammaz adalah orang yang menghina dengan perbuatan. Ancaman Allah terhadap orang-orang yang suka mencela orang lain, suka mengumpat dan suka mengumpulkan harta tetapi tidak menafkahnnya di jalan Allah.”*

Seorang ibu sedang mengingatkan kepada anaknya agar selalu melaksanakan shalat maghrib ketika waktu sudah tiba dan agar jangan mencela orang lain serta jangan mengumpat karena akan mendapatkan ancaman dan balasan dari Allah sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Humazah.

Shalat fardhu lima kali sehari semalam telah disyari'atkan oleh Allah SWT menjadi kewajiban bagi setiap mukmin. Shalat fardhu yang dikerjakan dengan ikhlas semata-mata mengharap ridha Allah SWT dan ditunaikan tepat pada waktunya maka akan dapat menghantarkan dirinya dicintai oleh Allah SWT. Seorang hamba yang mampu memenuhi seruan azan dengan meninggalkan segala bentuk aktivitas keduniaan pertanda di dalam hatinya tertanam kecintaan kepada Allah SWT melebihi kecintaannya terhadap kenikmatan dunia yang fana.

Seorang hamba yang mendirikan shalat fardhu tepat pada waktunya dan berjama'ah baik di masjid maupun di mushalla, menandakan dirinya adalah seorang hamba yang sadar akan panggilan azan dari Allah SWT. Keutamaan mengerjakan shalat tepat waktu diantaranya adalah badan selalu sehat dan segar, dijaga oleh malaikat, diturunkan berkah untuk rumah dan kehidupannya sehari-hari, wajahnya menunjukkan ciri orang yang sholeh, hati menjadi lembut, dapat melalui jembatan Shiratal mustaqim seperti kilat, diselamatkan dari siksa api neraka, ditempatkan dalam golongan yang tidak bersedih hidupnya sebab selalu dijaga Allah.



Rasulullah juga melarang umatnya untuk mencela dan menghina orang lain atau mencari-cari kesalahan orang lain. Sebab yang demikian hanya akan menghancurkan kerukunan dan kebersamaan kaum muslimin. Mengumpat adalah bagian dari akhlak tercela. Contoh orang yang suka mengumpat dan suka mencela adalah Al-Hamz. Al-Hamz adalah orang yang mencela dengan perbuatan.

Pengertian mengumpat adalah mengatakan sesuatu tentang orang lain yang apabila ia mendengar merasa tidak senang, sekalipun apa yang dikatakan itu benar adanya. Adapun tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *“Dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian saudara kamu yang lain. Sukakah salah seorang diantara kamu memakan daging saudara kamu yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya.”* (QS. Al-Hujurat : 12)<sup>78</sup>

#### 4. Gambar 4.4



<sup>78</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, QS. Al-Hujuraat ayat 12, h. 745

Tayangan berikutnya adalah seseorang yang hanya diperlihatkan tangannya sedang menghitung beberapa lembar uang dengan disertai bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 2 dan voice over sebagai berikut :

“Surat ini terdiri dari 9 ayat dan tergolong pada surah Makkiyah”.  
“Barang siapa yang membacakan surah al-Humazah ini kepada orang yang sakit mata”

Seseorang sedang menghitung lembaran uang. Jika tidak melakukan perbuatan mencela dan suka mengumpat serta rajin beribadah maka akan mendapat kemudahan dari Allah SWT.

Melakukan perbuatan mencela dan mengumpat orang lain merupakan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Perbuatan tersebut terlarang dan hukumnya haram karena perbuatan mencela dan mengumpat akan menimbulkan sakit hati dan merendahkan saudara sesama muslim. Perbuatan tersebut termasuk dosa besar dan wajib bagi seorang muslim untuk menjauhinya dan mengingatkan orang lain dari perbuatan tersebut. Dan perbuatan mencela serta mengumpat merupakan diantara sifat orang munafik dan orang kafir. adapun yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Hujuraat ayat 11, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ  
أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْقُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ  
وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman , janganlah sekumpulan orang laki-laki mencela sekumpulan yang lain, boleh jadi yang dicela itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan mencela sekumpulan lainnya, boleh jadi yang dicela itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman

*dan barangsiapa yang tidak bertaubat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.*” (QS.Al-Hujuraat: 11)<sup>79</sup>

Allah memberi imbalan bagi umat muslim yang menghindari perbuatan tersebut yaitu dengan diberi kemudahan seperti nikmat sehat dan juga harta yang melimpah. Sesuai dengan isi pokok isi kandungan surat Al-Humaah, manfaat yang diperoleh bagi yang membacanya dan mengamalkan isi pokok kandungannya adalah mendapatkan nikmat berupa badan yang sehat.

#### 5. Gambar 4.5



Tayangan berikutnya adalah seorang laki-laki separuh baya yang sedang memikul beberapa benih tanaman padi dengan disertai bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 3 dan voice over sebagai berikut :

*“kata Al-Humazah berrati pengumpat dan diambil dari ayat pertama surat Al-Humazah ini”.*

*“mudah-mudahan dengan izin Allah, ia akan segera sembuh. Barang siapa yang mau membacanya setiap selesai mengerjakan Sholat Sunnah Rawatib atau Sholat-sholat Sunnah yang lain, maka ia akan mendapat kelapangan rezeki dan hartanya juga akan bertambah banyak”.*

Kemudahan-kemudahan yang diterima termasuk memiliki tubuh yang sehat dan dapat bekerja. Jika memiliki tubuh yang sehat maka dapat bekerja keras untuk mencukupi kebutuhan keluarga dan juga dapat mengurangi kebiasaan-

---

<sup>79</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, QS. Al-Hujuraat ayat 11, h. 744

kebiasaan mengumpat dan mencela. Allah akan memberi bagi mereka yang mau berusaha seperti menjadi seorang petani yang rajin dan tekun untuk mendapatkan hasil panen yang melimpah. Namun jika telah mendapatkan rezeki yang cukup, maka Allah memrintahkan untuk menafkahkan sedikit hartanya di jalan Allah. Allah mengancam bagi mereka yang suka mengumpulkan harta tetapi tidak mau menafkahkan hartanya di jalan Allah.

Khasiat dan manfaat dari surat Al-Humazah salah satunya adalah apabila dibaca ketika melaksanakan shalat rawatib atau melakukan shalat sunnah yang lainnya maka akan diberikan rezeki yang melimpah dan diberi nikmat sehat. Hal itu dapat diperoleh apabila kita mau bersyukur dan mau berusaha dengan bekerja keras. Cara menjemput rezeki juga dengan cara bersedekah. Bersedekah adalah memberikan sebagian harta yang kita miliki kepada orang lain. Allah SWT menjanjikan ganti yang pasti kepada mereka yang mau bersedekah untuk orang lain baik sedekah materi maupun sedekah dalam bentuk lain. Allah menjelaskan hal ini dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 261, yang berbunyi :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ  
وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : *“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat*

*gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui. ”<sup>80</sup>*

Meskipun bersedekah pada awalnya dapat mengurangi harta yang kita miliki, namun selanjutnya Allah SWT akan mengganti dengan berlipat ganda. Tentunya juga orang-orang yang kita beri sedekah akan mendo’akan kita. Akan tetapi dalam bersedekah sebaiknya berharap ganti untuk di akhirat dibandingkan mengharap balasan di dunia. Selain itu Allah mengancam bagi seseorang yang tidak mau bersedekah dengan memasukkannya kedalam api neraka.

#### 6. Gambar 4.6



Tayangan berikutnya adalah penayangan bacaan basmallah “*Bismillahirrahmanirrahim*” dalam bentuk kaligrafi dengan background kipas tangan warna putih dengan hiasan gambar bunga disertai dengan bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 4 dengan voice over sebagai berikut :

*“Pokok isi surat Al-humazah ini adalah ancaman Allah terhadap orang-orang yang suka mencela orang lain atau suka mengumpat dan suka mengumpulkan harta”.*

---

<sup>80</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, QS. Al-Baqarah ayat 261, h.55

Setelah bekerja keras, kemudian beristirahat sejenak dengan menikmati atau mensyukuri segala pemberian dari Allah. Hamba yang bersyukur merupakan hamba yang dicintai oleh Allah Ta'ala. Seorang hamba dapat dikatakan bersyukur apabila memenuhi tiga hal:

1. Hatinya mengakui dan meyakini bahwa segala nikmat yang diperoleh itu

berasal dari Allah Ta'ala semata, sebagaimana firman Allah :

*“Dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, maka dari Allah-lah datangnya”*. (QS.An Nahl: 53)

2. Lisannya senantiasa mengucapkan kalimat Thayyibbah sebaai bentuk pujian terhadap Allah.

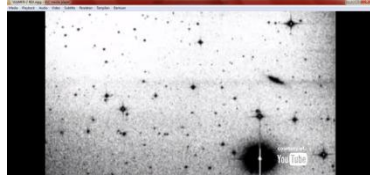
Hamba yang bersyukur kepada Allah ialah hamba yang bersyukur dengan lisannya. Allah sangat senang apabila dipuji oleh hamba-Nya. Allah cinta kepada hamba-hamba-Nya yang senantiasa memuji Allah. Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Adh-Dhuha ayat 11 yang berbunyi:

*“Dan terhadap nikmat Tuhanmu maka hendaklah kamu menyebut-nyebutnya dengan bersyukur”*. (QS. Adh-Dhuha: 11)

3. Menggunakan nikmat-nikmat Allah untuk beramal shalih.

Orang yang bersyukur kepada Allah akan menggunakan nikmat Allah untuk beramal shalih, tidak digunakan untuk bermaksiat kepada Allah. Ia gunakan matanya untuk melihat hal yang baik, lisannya tidak untuk berkata kecuali yang baik, dan anggota badannya ia gunakan untuk beribadah kepada Allah.

6. Gambar 4.7

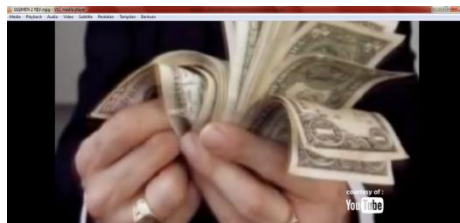


Tayangan selanjutnya adalah penayangan background warna hitam putih disertai dengan noda warna hitam seperti bintang disertai dengan bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 5 dengan voice over sebagai berikut :

*“tetapi tidak menafkahnnya di jalan Allah. Pada zaman Nabi Muhammad SAW”.*

Apapun yang diterima oleh manusia pasti tidak sempurna atau kurang sempurna karena sejatinya didalam dunia ini tidak ada yang sempurna. Sebagai manusia tentunya kita banyak sekali memiliki kekurangan, akan tetapi Allah menciptakan setiap manusia dengan kelebihanannya masing-masing. Allah memberikan bekal kepada umatnya untuk mendapatkan rezeki dalam hidupnya, tinggal bagaimana kita menggalinya dan menggunakannya.

7. Gambar 4.8



Tayangan selanjutnya adalah penayangan seseorang yang sedang menghitung beberapa jumlah uang yang hanya diperlihatkan bagian tangannya saja dengan bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 6 dengan voice over sebagai berikut :

*“terdapat seorang musyrik yang bernama Al-Akhnas bin Syuraiq. Dia adalah orang yang sangat membenci Nabi Muhammad SAW”.*

*“Barang siapa membacanya berterusan, niscaya ia akan bertambah kaya dan akan murah rezekinya Manfaat surat Al-Humazah adalah untuk menyadarkan manusia”.*

Seseorang menghitung beberapa lembar uang yang merupakan sebagian dari harta yang dimilikinya. Orang yang dapat menghindari perbuatan mencela dan mengumpat dengan cara bekerja, maka dapat menambah rezeki yang barokah. Sekalipun mendapatkan kemudahan dalam rezeki akan tidak sempurna apabila rezeki yang kita terima tidak digunakan dengan baik.

Dalam pokok kandungan surat Al-Humazah menjelaskan tentang orang yang suka mencela dan mengumpat seperti orang kafir yang gemar mengumpulkan harta dan sibuk menghitung kekayaannya, mereka lebih berkonsentrasi pada kehidupan dunia yang fana. Orang kafir menganggap bahwa harta yang dimiliki bisa membawa kesenangan selama-lamanya.

Tidak sempurna apabila kita memiliki harta yang melimpah tetapi tidak mau menafkahkan hartanya di jalan Allah untuk orang yang lebih membutuhkan. Apabila kita tidak melakukan perbuatan tercela seperti mengumpat dan mencela serta kikir maka rezeki akan mendekat kepada kita. Didalam pesan tersebut memberikan contoh seseorang yang gemar melakukan perbuatan mengumpat dan menghina orang lain serta tidak mau bersedekah adalah Al-Akhnas bin Syuraiq. Dia adalah orang yang sangat membenci Nabi Muhammad SAW. Setiap bertemu Nabi Muhammad SAW dia mencaci maki



Rasulullah. Jika Nabi Muhammad SAW tidak ada, dia menjelek-jelekkkan beliau di depan orang banyak.

#### 8. Gambar 4.9



Tayangan selanjutnya yakni tentang beberapa mata uang pada zaman dahulu disertai dengan bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 8 dengan voice over sebagai berikut :

*“Setiap bertemu Nabi Muhammad SAW dia mencaci maki Nabi Muhammad SAW”.*

Di dunia ini banyak orang yang hidup serba kekurangan. Apabila kita membagikan sedikit rezeki yang kita mereka kepada orang yang membutuhkan tersebut, makan orang tersebut juga akan mendo’akan kita. Kita diingatkan jangan seperti Al-Akhnas bin Syuraiq yang suka menumpulkan harta namun tidak mau menafkahkan hartanya dijalan Allah. Ia pun suka mengumpat, suka menjelek-jelekkkan Nabi Muhammad di depan orang banyak ketika Nabi Muhammad tidak ada.

#### 9. Gambar 4.10



Tayangan selanjutnya yakni gambar api yang sedang berkobar dengan bacaan tartil surat Al-Humazah ayat 9 dengan voice over sebagai berikut :

*“Jika Nabi Muhammad SAW tidak ada, dia menjelek-jelekan beliau di depan orang banyak”.*

*“tentang adanya siksaan bagi orang yang senang mengumpat orang lain dan suka menimbun hartanya tanpa memikirkan orang lain, karena neraka Huthamah disediakan bagi orang yg melakukan semua hal itu”.*

Apabila kita telah menafkahkan sebagian harta yang kita miliki kepada orang yang membutuhkan, tidak suka mengumpat dan tidak suka mencela, maka kita akan terhindar dari api neraka. Allah akan memasukkan orang yang suka mengumpat dan tidak menafkahkan hartanya di jalan Allah kedalam api neraka yang menyala-nyala dan sangat panas. Hal itu merupakan balasan bagi orang yang suka mengumpat dan tidak mau bersedekah.

10. Gambar 4.12



Tayangan berikutnya yakni gambar api yang menyala dengan background warna hitam dengan bacaan tartil basmallah *“bismillahirrahmanirrahim”* dengan voice over sebagai berikut :

*“Karena itu, Allah menurunkan surat Al-Humazah yang menjelaskan bahwa orang yang seperti itu akan celaka. Sekalipun begitu, ayat ini tidak hanya berlaku pada Al- Akhnas bin Syuraiq, tetapi juga bagi semua orang yang seperti Al-Akhnas bin Syuraiq”.*

Allah mengingatkan kembali bahwa orang yang suka mengumpat dan tidak mau bersedekah maka akan celaka yakni akan dimasukkan Allah ke neraka dimana didalam neraka penuh dengan api yang berkobar dan sangat panas yang mampu menghanguskan manusia.

11. Gambar 4.12



Tayangan selanjutnya tetap sama tentang api tetapi lebih menyala-menyala dengan bacaan tartil surat al-Humazah ayat 1 dengan voice over sebagai berikut :

*“Yaitu Hammaz adalah orang yang menghina dengan perkataan”.*

Allah kembali mengingatkan bahwa orang yang suka mengumpat , suka menghina seperti Hammaz dan tidak mau bersedekah maka akan celaka yakni akan dimasukkan Allah ke neraka dimana didalam neraka penuh dengan api yang berkobar dan sangat panas yang mampu menghanguskan manusia.

**b. Narasi Pesan Dakwah dalam Program Maghrib Barokah Episode 67**

**Segmen 2 di BBS TV “Khasiat dan Manfaat Surat al-Humazah”**

*“Surah AL-humazah adalah surah ke-104 dalam al-qur'an. Surah ini terdiri atas 9 ayat dan tergolong pada surah makkiyah. Kata AL-humazah berarti pengumpat dan diambil dari ayat pertama surat AL-humazah ini. Pokok isi surat AL-humazah ini adalah ancaman Allah terhadap orang-orang yang suka mencela orang lain, suka mengumpat dan suka mengumpulkan harta tetapi tidak menafkahnnya di jalan allah. Pada zaman Nabi muhammad saw terdapat seorang musyrik yang bernama Al-Akhnas bin Syuraiq. Dia adalah orang yang sangat membenci Nabi Muhammad SAW. Setiap bertemu nabi muhammad saw dia mencaci maki Nabi Muhammad Saw. Jika Nabi muhammad SAW tidak ada, dia menjelek-jelekan*

beliau di depan orang banyak. Karena itu, Allah menurunkan surat AL-humazah yang menjelaskan bahwa orang yang seperti itu akan celaka. Sekalipun begitu, ayat ini tidak hanya berlaku pada Al-Akhnas bin Syuraiq, tetapi juga bagi semua orang yang seperti Al-Akhnas bin Syuraiq, yaitu Hammaz adalah orang yang menghina dengan perkataan. Hammaz adalah orang yang menghina dengan perbuatan ancaman Allah terhadap orang-orang yang suka mencela orang lain, suka mengumpat dan suka mengumpulkan harta tetapi tidak menafkahnannya di jalan Allah. Barang siapa yang membacakan surah AL-humazah ini kepada orang yang sakit mata, mudah-mudahan dengan izin Allah, ia akan segera sembuh. siapa yang mau membacanya setiap selesai mengerjakan sholat sunnah rawatib atau sholat-sholat sunnah yang lain, maka ia akan mendapat kelapangan rezeki dan hartanya juga akan bertambah banyak. Barang siapa membacanya berterusan, niscaya ia akan bertambah kaya dan akan murah rezekinya. Manfaat surat AL-humazah adalah untuk menyadarkan manusia tentang adanya siksaan bagi orang yang senang mengumpat orang lain dan suka menimbun hartanya tanpa memikirkan orang lain, karena neraka huthamah disediakan bagi orang yg melakukan semua hal itu.”

### c. Hasil Wawancara dengan Produser Program Maghrib Barokah di BBSTV

Maghrib barokah itu adalah ensiklopedia islam yang dikemas dalam bentuk infotainment yang berupa informasi yang menghibur. Jadi dalam satu episode itu ada tiga informasi disertai dengan hiburan musik yang terdapat didalam setiap segmen. Bedanya dulu dengan sekarang itu, dulu lebih banyak musik clipnya, sekarang yang lebih banyak adalah materi tentang islamnya.<sup>81</sup> Tujuan dari program maghrib barokah itu sendiri adalah untuk memberi wawasan yang luas khususnya kepada orang islam agar lebih tau tentang dunia islam baik di Indonesia maupun penjuru dunia, apapun yang berbau islami akan kami jadikan sebagai informasi dalam program maghrib barokah. Visi dan misi dari program maghrib barokah ini adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan misinya adalah untuk mencari rating yang tinggi karena di dalam dunia pertelevisian apabila rangkingnya rendah maka pengaruhnya ke iklan<sup>82</sup>. Bagaimana kita tau kalau banyak yang menyukai program tersebut yakni dari rating. Segmentasinya adalah usia remaja yang bisa membaca dan menulis dan juga orang tua. Jadi informasinya tak hanya ditujukan untuk kalangan orang tua saja, tetapi juga bisa dinikmati oleh kalangan remaja. Kekuatan dari program maghrib barokah adalah di visualnya. Ketika kita hanya membaca dan mendengar audio tanpa visualnya itu kurang menarik. Seperti halnya dongeng anak kecil seperti Si kancil. Jika hanya berupa tulisan tanpa disertai dengan gambar maka kurang menarik atau tidak memiliki daya tarik. Seperti halnya jika membahas tentang Al-Quran jika disertai dengan

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Produser Program “Maghrib Barokah”, pukul. 13.00, 6 Januari 2018, di Studio BBSTV

<sup>82</sup> Wawancara dengan Produser Program “Maghrib Barokah”, pukul. 13.00, 13 Januari 2018, di Studio BBSTV



### C. Analisis Data

Sebelum menyajikan data dengan pembahasan lebih lanjut, maka dalam analisis data terhadap pesan dakwah dalam tayangan program “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 di BBS TV edisi 20 Oktober 2017, yang mana penulis akan mengkolerasikan berdasarkan pesan dakwah dan makna yang terkandung dalam tayangan program “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2 di BBS TV. Karena menurut penulis pesan yang disampaikan pada tayangan program “Maghrib Barokah” episode 67 segmen 2, merupakan sebuah penerapan dan contoh dari pesan dakwah. Mengingat kembali mengenai kategori pesan dakwah diantaranya ada aqidah, syariah dan akhlak.

#### **Analisis Pesan Melalui Tayangan *Infotainment* Maghrib Barokah Episode 67 Segmen 2 Edisi 30 Oktober di BBS TV**

<b>Interpretant</b>	<b>Objek</b>
Sumber : Pendapat Para Ahli	Sumber : Fakta Empiris
Ketika mad'u terlihat sulit memahami pesan dakwah, tidak antusias dalam mengerjakan ibadah, atau tidak yakin dengan aqidah, syari'ah dan muamalah. Perlu ada inovasi di bidang media dengan pendekatan sastra, seni, atau <i>infotainment</i> atau hiburan yang dapat	Ketika waktu shalat telah tiba, ada seorang ibu yang mengingatkan anaknya untuk segera meninggalkan tempat bermain dan kemudian bergegas untuk mengerjakan shalat. Didalam mengerjakan shalat secara otomatis dapat berhenti dan terhidar

<p>menjadi argumen atas kebenaran. Douglas Kellner mengungkapkan bahwa tontonan audio visual yang bersifat menghibur membantu dalam merangkai kehidupan sehari-hari, membentuk perilaku sosial bahkan memberi suplai untuk membentuk identitas seseorang.<sup>86</sup></p>	<p>dari perbuatan tercela seperti mencela dan juga mengumpat teman-temannya. Jika selesai mengerjakan shalat kemudian melakukan kegiatan positif seperti bekerja, maka Allah akan memberikan rezeki yang berkah. rezeki yang telah diperoleh difkahkan di jalan Allah seperti bersedekah kepada orang yang membutuhkan sehingga dapat keluar atau terhindar dari kesulitan hidup di dunia dan terhindar dari api neraka huthamah.</p>
--	---

**Premis 1** : ada inovasi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui saluran atau pemdekatan infotainment islam kepada mad'u.

**Premis 2** : orang yang rajin ibadah dan bekerja serta bersedekah kepada orang yang membutuhkan dapat mengubah kebiasaan mengumpat dan mencela serta dapat membuka akses rezeki dan terhindar dari api neraka huthamah.

**Kesimpulan** : pesan yang disampaikan secara inovatif dapat mengubah kebiasaan buruk menjadi kebiasaan baik.

---

<sup>86</sup> Eka Puspitasari, *Peran Media Massa dan Fungsinya Sebagai Agen Sosialisasi Gender*, (Jurnal Ilmu Berbagi, vol. 2014, No. 3 Januari 2014)h.4

#### D. Temuan Data

<p>Pesan dakwah (syariah dan akhlak)</p>	<p>Ketika waktu shalat telah tiba, ada seorang ibu yang mengingatkan anaknya untuk segera meninggalkan tempat bermain dan kemudian bergegas untuk mengerjakan shalat. Didalam mengerjakan shalat secara otomatis dapat berhenti dan terhindar dari perbuatan tercela seperti mencela dan juga mengumpat teman-temannya. Jika selesai mengerjakan shalat kemudian melakukan kegiatan positif seperti bekerja, maka Allah akan memberikan rezeki yang berokah. rezeki yang telah diperoleh difkahkan dijalan Allah seperti bersedekah kepada orang yang membutuhkan sehingga dapat keluar atau terhindar dari kesulitan hidup di dunia dan terhindar dari api neraka huthamah.</p>
--	--



## E. Interpretasi

Dari data analisis pesan dakwah yang terkandung dalam tayangan program maghrib barokah episode 67 segmen 2 di BBS TV yang telah dilakukan, mendapatkan beberapa nilai-nilai pesan dakwah yang telah dianalisis menggunakan analisis semiotik dan dikolerasikan dengan ayat Al-Qur'an an, Al-Hadits dan beberapa literatur.

Nilai-nilai pesan dakwah yang terdapat dalam tayangan program maghrib barokah episode 67 segmen 2 terdapat pesan yang bermuatan syariah dan akhlak. Adapun pesan dakwah yang bermuatan syariah dan akhlak adalah Ketika waktu shalat telah tiba, ada seorang ibu yang mengingatkan anaknya untuk segera meninggalkan tempat bermain dan kemudian bergegas untuk mengerjakan shalat. Didalam mengerjakan shalat secara otomatis dapat berhenti dan terhindar dari perbuatan tercela seperti mencela dan juga mengumpat teman-temannya. Jika selesai mengerjakan shalat kemudian melakukan kegiatan positif seperti bekerja, maka Allah akan memberikan rezeki yang berokah. rezeki yang telah diperoleh difkahkan dijalan Allah seperti bersedekah kepada orang yang membutuhkan sehingga dapat keluar atau terhindar dari kesulitan hidup di dunia dan terhindar dari api neraka huthamah.



## B. Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, peneliti telah melakukan analisis tentang makna pesan dakwah dalam program acara “Maghrib Barokah” di BBS TV edisi 30 Oktober 2017. Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan adanya saran-sar

an yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan serta pertimbangan oleh pihak-pihak terkait, khususnya peneliti.

1. Bagi para pembaca, harus lebih baik serta memperdalam hasil dari penelitian ini, dikarenakan peneliti menyadari bahwasanya hasil dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.
2. Bagi institusi khususnya Fakultas dakwah dan Komunikasi, diharapkan mampu mengembangkan penelitian-penelitian yang berhubungan dengan komunikasi ini dengan hal-hal baru, aktual, dan ilmiah.
3. Bagi mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya , diharapkan mampu mengembangkan serta menggunakan ilmu pengetahuannya agar bermanfaat bagi bangsa dan negara. Serta dapat menyajikan produk positif yang layak dikonsumsi sebagai materi.



Puspitasari, Eka, 2014, *Peran Media Massa dan Fungsinya Sebagai Agen Sosialisasi Gender*,  
Jurnal Ilmu Berbagi, vol. 2014, No. 3 Januari

Saefullloh, Aris, 2012. “*Cyber Dakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah*”. Jurnal  
Islamica. Vol. 7 No.1

Sobur, Alex, 2015, *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*, Surabaya: IAIN  
Sunan Ampel Surabaya

Suhandang, Kustadi, 2013, *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sumanto, 1995, *Metode Penelitian Sosial Pendidikan*, Yogyakarta: Andi Offset

Syukir, Asmuni, 1983, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlās

Tasmara, Toto, 1997, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Radar Pratama

Uha, Ismail Nawawi, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: CV Dwiputra  
Pustaka jaya

Zaidan, Abd Al-Karim, 2005, *Pengantar Study Islam*, Surabaya: IAIN Supel Press

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/BBS-TV>