BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah mengandung suatu pengertian dan sebagai suatu kegiatan atau ajakan, baik bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya. Yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok, agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian dan sikap, penghayatan serta pengalaman, terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa ada unsur-unsur paksaan.[1] Dalam hal ini dakwah dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan.[2] Dapat pula diartikan mengajak, menyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau perbuatan nyata.[3]

Dalam bukunya Ilmu Dakwah, Ali Aziz mengemukakan bahwa secara umum, definisi dakwah yang dikemukakan oleh para ahli menunjuk pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Karena tujuannya baik, maka kegiatannya juga harus baik. Ukuran baik dan buruk adalah syariat islam yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Hadis. Ukuran teks ini lebih stabil dibanding ukuran akal yang senantiasa dinamis sesuai konteksnya, meski teks sendiri memerlukan penafsiran

---

[1] Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hlm. 17.
[2] Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: Yayasan penyelenggara penerjemah/penafsiran Al qur'an, 1972), hlm. 27.
[3] Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela kepentingan Siapa*, (Jakarta: P3M Pesantren, 1987), hlm. 2.

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

konteks. Dengan ukuran ini, metode, media, pesan, teknik harus sesuai dengan maksud syariat islam (maqashid al-syariah). Karenanya, pendakwah pun harus seorang muslim. Berdasar pada rumusan beberapa definisi, maka secara singkat, Dakwah adalah kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam.[4]

Dakwah secara praktis telah berlangsung sejak adanya interaksi antara Allah dengan hamba-Nya (periode Nabi Adam AS), dan akan berakhir bersamaan dengan berakhimya kehidupan di dunia ini. Pada awalnya Allah mengajari Nabi Adam AS nama-nama benda, Allah melarang Nabi Adam mendekati pohon dan Allah memerintahkan para malaikat sujud kepada Nabi Adam, semua Malaikat sujud kecuali Iblis, dia enggan dan takabur.

Manusia diciptakan oleh Allah sebagai khalifah di bumi. Berdakwah, adalah salah satu fungsi strategis kekhalifahan manusia, fungsi tersebut berjalan terus-menerus seiring dengan kompleksitas problematika kehidupan manusia dari zaman ke- zaman, dakwah tidak berada dalam sket masyarakat yang statis, tetapi berada dalam sket masyarakat yang dinamis dan tantangan dakwah yang semakin luas dan komplek, oleh karena itu peningkatan kualitas kompetensi muballigh harus secara terus menerus dilakukan secara efektif. Disamping itu perlu adanya sebuah metode yang bagus untuk menjawab tantangan dakwah yang semakin hari semakin komplit.

Islam sendiri merupakan agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada

[4] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 19.

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

seluruh umat manusia.[5] Seperti yang diterangkan dalam QS. Ali Imron ayat 104 sebagai berikut:

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُو۟لَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya:

dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.[6]

Selain itu dalam Al-qur'an juga kita diperintahkan untuk berdakwah dengan cara-cara yang baik. Seperti dalam QS. An Nahl ayat 125 berikut:

ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ ۖ وَجَٰدِلْهُم
بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ ۖ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِٱلْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya :

"serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." [7]

[5] A. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1979), hlm. 11.
[6] Kementrian agama, *Al Qur'an Dan Terjemahnya*
[7] Ibid

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

Agama Islam sendiri berusaha untuk menyiarkan ajarannya dengan berbagai jalan. Termasuk dengan cara memanfaatkan era informasi dan teknologi yang semakin canggih.

Di masa sekarang ini, para pemikir dan pemuka Islam sudah sejak lama merisaukan tentang metode dakwah yang selama ini kurang bisa menyesuaikan diri dengan perubahan atau perkembangan sosial yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Oleh sebab itu, perlu adanya pengkajian ulang serta pencarian langkah yang baru untuk menemukan metode dakwah yang efektif dan kontekstual.

Sejarah menunjukkan bahwa mengajak orang kepada kebaikan, dan berbuat kebajikan serta mencegah kemunkaran (al-khair, amar ma'ruf, dan nahi munkar) tidak mudah, apalagi dakwah masa kini (kontemporer). Dakwah kontemporer menghadapi berbagai tantangan, terutama banyaknya informasi atau pesan media massa yang tidak sejalan dengan dakwah seperti manipulasi informasi dalam periklanan dan tayangan kekerasan dan pornografi. Demikian juga banyak konten di jejaring sosial atau internet di dunia maya, yang justru langsung menantang dakwah terutama konten pornografi yang didukung oleh liberalisme, pragmatisme, materialisme dan sekuralisme serta kebebasan informasi yang sedang melanda dunia melalui globalisasi.[8]

Dakwah tidak cukup apabila hanya dilakukan dan disampaikan sebatas lisan saja, tetapi para da'i harus mampu dan kreatif dalam berdakwah. Peralatan komunikasi dalam berdakwah itu dapat berupa pers (percetakan),

[8] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 225.

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

radio, film, dan televisi. Berdakwah melalui kata-kata sangtlah terbatas, berbeda dengan peralatan komunikasi massa jangkauan dakwahnya tidak lagi terbatas pada waktu dan ruang.[9]

Pemikiran dakwah terutama dari segi urgensinya di era kontemporer dirasakan sangat penting. Sebagai fenomena agama yang berkaitan dengan konteks sosial, dakwah menghadapi juga konfrontasi dengan pengaruh lain yang bertentangan dengan dakwah, seperti pengaruh liberalisme, sekularisme, materalisme, dan pragmatisme yang tumbuh pesat sejalan dengan berkembangnya masyarakat industri dan arus globalisasi. Oleh karena itu dakwah sebagai bentuk dan aktivitas rekayasa sosial, maka dakwah harus memiliki strategi dalam memenangkan konfrontasi tersebut, agar dakwah mencapai efektivitas dalam operasionalnya. Dakwah adalah kelanjutan risalah Nabi Muhammad yang merupakan amanah bagi ummat Islam, dan wajib dilaksanakan secara efektif dengan strategi yang mantap.[10]

Era ini adalah masa kemajuan dunia dalam berbagai aspek kehidupan yang memukau, tetapi juga mengkhawatirkan. Masa kemajuan yang dimaksud, adalah abad ke-21, di mana umat manusia di segala penjuru dunia dihadapkan pada dinamika kehidupan modern yang serba kompleks, yang tentu saja dakwah dihadapkan pada dinamika tersebut.

Abad ke-21 yang disebut juga Era *millenium* ketiga, disebut pula era global yang menjadi konsep sebagai gambaran fenomena dunia yang menurut John Naisbit ditandai dengan munculnya saling ketergantungan

[9]Yunus Hanis Syam, *Panduan Berdakwah Lewat Jurnalistik*, (Yogyakarta: Pinus, 2006), hlm. 11.
[10] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 227.

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

(*interdependensi*) dalam hampir seluruh dimensi kehidupan, dan dalam hubungan antar negara-bangsa (*nation state*), serta hubungan transnasional (*trasnational relation*). Dengan demikian, setidaknya ada tiga hal yang menggejala era ini, yakni saling hubungan, integrasi, dan saling keterkaitan. Ketiga hal ini pula melahirkan maraknya pemikiran Islam di bidang dakwah kontemporer.[11]

Selain itu revolusi informasi dan teknologi di era kontemporer ini merupakan kekuatan yang mendorong terjadinya perubahan-perubahan dalam tata kehidupan manusia baik dalam lingkup yang sempit, seperti lingkungan keluarga, maupun dalam konteks yang lebih luas yang menyangkut hubungan antar manusia, antar lembaga, bahkan antar bangsa. Teknologi komunikasi telah merubah cara dan gaya hidup manusia, termasuk tata cara bekerja, belajar, berbelanja, bermain, dan tata cara berkomunikasi.

Ketika kita melihat revolusi teknologi tersebut, satu hal yang tak dapat dihindari adalah terjadinya revolusi perilaku atau polah tingkah manusia. Karena itu mau atau tidak mau, suka atau tidak suka, dakwah Islam sebagai corong agama dituntut harus mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi komunikasi tersebut. Dalam hal ini harus pula terjadi percepatan gerakan dakwah dengan menggunakan media komunikasi yang semakin canggih tersebut. Kegagalan dakwah dalam merespon perkembangan media ini akan berakibat terhadap terus tertinggalnya kegiatan dakwah, yang kemudian akan berakibat pula terhadap semakin jauhnya masyarakat terhadap

[11] Muliaty Amin, *Pemikiran dakwah di era kontemporer*, (Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Al Fikr: Vol. 14 No.2 2010 pp. 283-293)

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

kegiatan dakwah. Ilmu dan teknologi merupakan produk kerja dari akal dan penalaran serta keterampilan manusia, yang sangat berguna bagi memakmurkan bumi serta mengembangkan kebudayaan dan peradaban. Ilmu dan teknologi juga sangat diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan dakwah yang efektif. Tanpa pemanfaatan ilmu dan teknologi, dakwah tidak akan berkembang efektif, dan bahkan dapat dikalahkan oleh "lawan dakwah" yang justru sarat dengan muatan ilmu dan teknologi. [12]

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang akselerasi dengan perkembangan kehidupan manusia sebagaimana telah tersebut, maka penggunaan media untuk berdakwah juga mengalami perkembangan. Dakwah yang pada awalnya hanya menggunakan media tradisional, kemudian berkembang menjadi lebih banyak alternatifnya yaitu dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi modern, baik melalui media cetak (buku, koran, majalah, tabloit dan lain-lain) maupun dengan media elektronik (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya). Belum pernah dalam sejarah, manusia dapat menyebarkan gagasannya dan dapat menyampaikan isi dakwah kepada banyak orang dengan cepat, atau memperoleh informasi sedemikian beragamnya sebelum ada surat kabar, film, radio, dan televisi, yang kemudian dikenal sebagai media massa.[13] Perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi dimaksud guna kemaslahatan umat manusia.

---

[12] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 15.
[13] Ibid, hlm. 87.

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

Salah satu media modern yang memiliki beberapa kelebihan, dan telah dijadikan sebagai media dakwah, yang akan menjadi fokus pembahasan adalah media televisi. Televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar obyek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk menyiarkan pertunjukan, berita, dan sebagainya.[14] Televisi merupakan media jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan heterogen sedangkan yang ditransmisikan oleh pemancar televisi, selain suara juga gambar.[15]

Televisi biasa dilihat sebagai media yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Pandangan ini dapat terjerumus menjadi dasar bagi komunikasi yang bersifat *top down*, baik yang diselenggarakan oleh institusi negara maupun oleh masyarakat. Di sini, komunikasi merupakan upaya mengubah sasaran bertujuan untuk menanamkan nilai, ideologi, atau gagasan yang dipandang penting dan luhur oleh komunikator. "Pengubahan" itu dapat berupa pendidikan, propaganda, dan sosialisasi, yang semuanya bersifat satu arah.

Televisi sebagai salah satu hasil karya teknologi komunikasi memiliki berbagai kelebihan, baik dari sisi programatis maupun teknologis. Dilihat dari

[14] Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), hlm. 919.
[15] Onong Uchajana Efendy, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1997), hlm. 21.

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

sisi dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya seharusnya bisa menjadi media dakwah yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Karena dakwah melalui media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat,[16] mengingat pemirsa televisi di Indonesia mayoritas beragama Islam. Selain itu secara ekonomis, dakwah melalui media televisi sebenarnya juga mempunyai pangsa pasar yang potensial jika digarap secara profesional pula.

Sebuah paradigma baru digagas dan dicanangkan dimaksudkan untuk mengganti paradigma lama yang sudah usang atau tidak memadai lagi (out of date). Ketetapan ini juga berlaku bagi dakwah di media televisi. Paradigma baru program acara dakwah di media televisi, harus memuat pembaharuan dalam kemasannya. Hal itu setidaknya menyangkut 4 (empat) hal pokok, yaitu pembaharuan menyangkut konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan/kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan sekunder untuk mendanai program dakwah, dan peningkatan kualitas dan kuantitas da'i dan da'iah, khususnya yang sudah populer di media televisi.[17]

Dakwah melalui media televisi bisa hadir dalam berbagai segmen dan beragam ekspresi. Dengan semakin kaya dan warna-warni ekspresi keislaman di Indonesia, menjadikan masyarakat semakin mudah memperoleh gambaran dan pemahan ajaran Islam lebih luas. Para intelektual dan penceramah agama bermunculan dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Sehingga,

[16] http://www.fandyiain.blogspot.com/. Diakses pada tgl. 9 Des 2014
[17] Fatmawati, *Paradigma baru mengemas dakwah melalui media televisi di era globalisasi* (Jurusan Dakwah, STAIN Purwokerto, komunika: Vol.3 No.2 Juli-Desember 2009 pp.184-194)

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

format dan kemasan dakwahnya semakin variatif, tidak hanya bersifat ceramah di atas mimbar, namun disajikan dalam bentuk yang beragam, seperti; dakwah dengan media film, sinetron, iklan, talkshow, music, realityshow, dan lain sebagainya.

Namun di balik bukti dan pengakuan itu masih sering muncul pertanyaan dari kita (masyarakat muslim), khususnya para aktifis dakwah, yang mempertanyakan tentang: ***Pertama***, mengapa siaran dakwah di televisi durasi tayangnya hanya sedikit (rata-rata sekali tayang hanya 30 menit) dan tidak sebanding dengan acara-acara lain. ***Kedua,*** mengapa jam tayang acara dakwah di televisi kebanyakan hanya pada pagi hari (jam 05.00), bukankah pada jam-jam itu kemungkinan sasaran dakwahnya masih tidur atau mungkin masih memiliki kesibukan lain untuk menyelesaikan pekerjaan rumah tangga. Kalaupun ada penonton, kemungkinan penonton acara dakwah ini mereka yang sebenarnya dari sisi agama sudah mapan, yaitu mereka yang sudah terbiasa bangun pagi dan mau melakukan sholat subuh, tetapi bagaimana terhadap sasaran dakwah lain. ***Ketiga***, mengapa siaran dakwah di televisi hanya marak pada bulan ramadhan. Dan mungkin masih banyak pertanyaan-pertanyaan lain yang mempersoalkan siaran dakwah di televisi. Untuk itu, penulis mencoba untuk mengurai problematika format program siaran dakwah.

Penulis mencoba mengangkat problematika format program siaran dakwah, yang memang penelitian tentang apa saja yang menjadi masalah

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

dalam produksi program siaran dakwah sendiri masih belum banyak diangkat di lingkup penelitian UIN Sunan Ampel Surabaya.

Sehubungan dengan hal tersebut Jawa Pos Media Televisi mempunyai beberapa program siaran dakwah yang hadir menyuguhkan tayangan yang berupa siraman rohani dan memuat ajaran-ajaran islam, yang insyaallah dapat memberikan solusi dalam menghadapi suatu permasalahan dengan memberikan informasi tentang islam yang belum diketahui oleh umat islam. Dan dalam rangka memenuhi kebutuhan umat untuk meningkatkan spiritualnya serta sikap religiusnya, melalui program siaran dakwahnya. Selain itu Jawa Pos Media Televisi juga termasuk salah satu stasiun televisi lokal yang sudah menarik banyak perhatian masyarakat dengan suguhan program acaranya yang menarik. Hal tersebutlah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk menjadikan Jawa Pos Media Televisi Surabaya sebagai tempat penelitian.

Selain alasan tersebut, ke-efisienan waktu dan dekatnya jarak juga menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian di Jawa Pos Media Televisi Surabaya (JTV). Oleh karena itu, penulis mencoba mengangkat problematika format program siaran dakwah yang ada di Jawa Pos Media Televisi Surabaya (JTV).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

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

1. Apa yang menjadi problematika format program siaran dakwah di Jawa Pos Media Televisi (JTV)?”
2. Upaya apa yang dilakukan oleh Jawa Pos Media Televisi (JTV) dalam meminimalisasi problem format program penyiaran dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa sajakah yang menjadi problematika format program siaran dakwah di jawa timur televisi (JTV) Surabaya. Selain itu, juga untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan oleh Jawa Pos Media Televisi dalam meminimalisasi problem format program penyiaran dakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan apresiasi pemikiran dalam penerapan teori-teori di bidang komunikasi untuk dakwah dan media massa, khususnya dunia pertelevisian agar menimbulkan sikap yang diharapkan dari penikmat televisi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap studi komunikasi secara komprehensif yang dikaitkan secara utuh dengan keadaan sosial.
3. Bagi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tolak ukur dalam memahami problematika

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

keilmuan dengan mengkaji secara ilmiah mengenai suatu media yang menjadi sarana dalam berkomunikasi.

4. Bagi pembaca. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan ilmu pengetahuan dan manfaat dalam bidang komunikasi khususnya bidang pertelevisian dan ajaran agama.
5. Bagi Media, khususnya televisi. Menghasilkan tayangan dakwah di televisi ataupun media lainnya yang benar-benar berkualitas, dan bisa memberikan wawasan islami yang berkualitas kepada para penikmat televisi media lainnya.

E. Definisi Konsep

Definisi Konseptual Variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas.[18] Supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini, maka peneliti perlu untuk menjelaskan maksud dan pengertian tentang problematika format program siaran dakwah.

Istilah problema/problematika berasal dari bahasa Inggris yaitu "problematic" yang artinya persoalan atau masalah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, problema berarti hal yang belum dapat dipecahkan; yang menimbulkan permasalahan.[19]

Adapun format program dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu bentuk rancangan penyajian acara siaran yang ada di Jawa Pos Media Televisi

[18] Imam Chourmain, *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Al-Haramain Publishing House, 2008), hal. 36.
[19] Debdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2002), hal. 276

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

(JTV) Surabaya yang telah terkemas sedemikian rupa. Adapun format program dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada 2 hal yaitu:

1. Program acara yang dapat dijadikan sebagai wadah dakwah. Dalam hal ini yang penulis maksud adalah program acara dakwah islamiyah yang ada di Jawa Pos Media Televisi (JTV) Surabaya.
2. Proses produksi program acara, mulai dari pra-produksi, produksi, pasca-produksi.

Sedangkan siaran dakwah merupakan suatu paket acara siaran yang didalamnya menyajikan dan membahas tema-tema dakwah Islamiyah yang mencakup aqidah, syari`ah, dan akhlaq.

Terkait dengan format program siaran dakwah, dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengkaji tentang problematika format program siaran dakwah yang ada di Jawa Pos Media Televisi (JTV) Surabaya dan kemudian menganalisisnya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berpikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain:

Bab I adalah pendahuluan, bab pertama dari skripsi yang mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan. Dalam bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat

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

penelitian, serta definisi konsep dalam penelitian problematika program siaran dakwah di televisi khususnya di JTV.

Bab II adalah kajian kepustakaan, berisi tentang kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penelitian kualitatif kajian kepustakaan diarahkan pada penyajian informasi terkait yang mendukung gambaran umum tentang fokus penelitian, yaitu tentang problematika program siaran dakwah di televisi, khususnya di Jawa Pos Media Televisi.

Bab III adalah metode penelitian, pada bab ini memuat uraian secara rinci tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, tahapan penelitian, teknik pengumpulan, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah penyajian data dan temuan penelitian, serta analisis data. Pada bab ini memaparkan tentang hasil yang didapat oleh peneliti selama melaksanakan penelitian dan juga beserta analisisnya. Pemaparan berisi deskripsi subjek penelitian, data dan fakta subjek yang terkait dengan rumusan masalah, serta akan dijelaskan dan dianalisis secukupnya agar pembaca mengetahui hal-ikhwal sasaran penelitian.

Bab V adalah penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan. Serta berisikan saran-saran ataupun rekomendasi yang sekiranya diperlukan.

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