BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan salah satu unsur penting bagi Agama Islam. Berlangsungnya ajaran Islam mulai jaman Rasulullah saw. hingga pada jaman modern dan era globalisasi ini tidak lain merupakan bukti nyata peran dakwah bagi Islam, sebagaimana yang ditulis oleh Moh. Ali Aziz, "Umat Islam ditentukan oleh keagamaannya, sementara keagamaannya ditentukan oleh pengetahuan agamanya, dan pengetahuan agamanya tergantung pada dakwah".[1]

Pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semuasegi kehidupan manusia dengan menggunakan cara tertentu.[2]

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, sebagaimana diterangkan dalam al-Qur'an Surat Ali 'Imran ayat 110 :

[1] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 112
[2] Amrullah Ahmad dalam Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: GEMA INSANI PRESS, 2000), h.67-68

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

كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِٱللَّهِ ۗ وَلَوْ

ءَامَنَ أَهْلُ ٱلْكِتَٰبِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم ۚ مِّنْهُمُ ٱلْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ ٱلْفَٰسِقُونَ ﴿١١٠﴾

110. *Kamu (Umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.*[3]

Ditinjau dari segi bahasa , dakwah berasal dari bahasa Arab "*da'wah*". *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi dan meratap.[4]

Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan)[5]. Maka dakwah juga memiliki beberapa komponen yang sama dengan komunikasi yakni diantaranya : da'i (komunikator), mad'u (komunikan), pesan, metode, media, dan efek (*feedback)*. Komunikasi dakwah sebenarnya - semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunikan dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang dijadikan sasaran, diklasifikasikan menjadi dua yaitu "media massa" dan "media nirmassa". Keuntungan dakwah dengan menggunakan media

[3] Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Widya Cahaya, 2011), h. 19
[4] *Ibid*., h. 6
[5] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA, 2010), h. 24

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

massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak.[6] Media massa memiliki peran penting dalam masyarakat, sebagaimana dijelaskan dalam buku Media and Society "*The media entertain us, educate us, sell things to us (and sell us, as audiences, to advertisers), and indoctrinate us-among others things. The media help shape our identities, our attitudes toward racial and ethnic minorities, and our attitudes about sexuality*".[7] (Media menghibur kita, mendidik kita, menjual sesuatu pada kita (dan menjual kita sebagai pemirsa kepada para pengiklan) dan mendoktrin kita diantara hal hal yang lain. Media membantu membentuk identitas kita, sikap kita terhadap ras dan etnis minoritas, serta sikap kita tentang seks). Salah satu media massa yang banyak digunakan dalam masyarakat adalah televisi.

Televisi merupakan media massa yang sangat populer di tengah masyarakat. Ia ada hampir di setiap tempat-tempat umum, kantor, rumah, bahkan kamar. Data terakhir menunjukkan saat ini ada sekitat 20-23 juta rumah tangga yang memiliki pesawat TV. Tidak kurang dari 18 jam sehari berbagai acara dan informasi dijejalkan kepada para pemirsa seluruh tanah air. Pemirsa televisi tidak sesantai pendengar radio. Tidak mungkin mereka memirsa televisi sambil baca koran atau mengemudikan kendaraan, walaupun persamaan radio tetap ada, yaitu sifat komunikasinya yang satu arah dan bahasa yang digunakannya tetap bahasa

[6] *Ibid*, h.105
[7] Arthur Asa Berger, *Media and Society A Critical Perspective*, (Rowman & Littlefield Publishers), h.16-17

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

tutur[8]. Selain itu televisi juga mampu menjadi solusi bagi komunikator terhadap komunikan yang beragam baik usia, tingkat ekonomi, etnik, kelas, dan sebagainya seperti yang dikatakan oleh Jeff Greenfield dalam buku Media Impact "*Cutting Through geographic, ethnic, class, and cultural diversity. It is the single binding thread of this country, the one experience that touches young and old, rich and poor, learned and illiterate. A country too big for homogenity, filled by people from all over the globe, without any set of core values, America never had a central unifying bond. Now we do, Now it is possible to answer the question, What does America do? We watch television.*"[9] (penyatuan secara geografis, etnis, kelas, dan ragam budaya, adalah benang pengikat tunggal dari negara ini, satu satunya pengalaman yang menyentuh muda dan tua, kaya dan miskin, terpelajar dan tidak . Sebuah negara terlalu besar untuk homogenitas, diisi oleh orang-orang dari penjuru dunia, tanpa seperangkat nilai-nilai inti, Amerika tidak pernah memiliki sebuah ikatan pemersatu sentral. Sekarang kami memilikinya, sekarang ini menjadi mungkin untuk menjawab pertanyaan, Apa yang dilakukan Amerika? Kami menonton televisi).

Desentralisasi bidang penyiaran membawa dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah stasiun TV swasta lokal di Jawa Timur. Hingga saat ini, terdapat 32 TV swasta lokal yang mengudara di Jawa Timur. Daerah layanan *(service area)* Jawa Timur sendiri terbagi dalam 11 wilayah layanan siaran. Surabaya Raya (wilayah I) yang meliputi daerah Gresik, Bangkalan,

---

[8] Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: BENANG MERAH PRESS, 2004), h. 73-75

[9] Shirley Biagi, *Media Impact: An Introduction to Mass Media*, h.159

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

Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan (Gerbangkertasusila) merupakan wilayah terpadat dengan 10 stasiun lokal.

TV swasta lokal tersebut adalah *JTV, SBO-TV, Surabaya-TV, Arek-TV, MN-TV, MH-TV, TV-Anak Surabaya, BC-TV, TV-9,* dan *BBS-TV*. Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) untuk TV lokal Surabaya ini menjadi rekor IPP terbanyak di Indonesia. Bahkan, hingga saat ini, tercatat hanya wilayah layanan Surabaya Raya yang manjadi satu-satunya daerah pemohon IPP TV di Indonesia yang dikabulkan oleh pemerintah dengan menggunakan kanal sekunder *(co-channel).* Dengan demikian, jumlah TV *free to air* yang bisa dinikmati masyarakat Surabaya Raya adalah sebanyak 21 TV (TV lokal dan TV nasional)[10]. Maka dari fakta ini dapat menjadi suatu peluang bagi dakwah untuk mamanfaatkan televisi sebagai upaya internalisasi nilai-nilai keislaman pada pemirsa televisi yang merupakan hampir seluruh manusia di belahan dunia ini.

Fatmawati menjelaskan mengenai paradigma baru dakwah melalui media televisi. Menurutnya, paradigma baru digagas dan dicanangkan dimaksudkan untuk mengganti paradigma lama yang sudah usang atau tidak memadai lagi. Pun juga berlaku bagi dakwah di media televisi. Pembaharuan itu setidaknya menyangkut empat hal pokok yaitu menyangkut konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan/kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan sekunder untuk memadai program dakwah,

[10] Surochiem, *Survivalitas TV-TV Surabaya*, Surochiem.blogspot.com, diakses pada tanggal 10 Maret 2015

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

dan peningkatan kualitas dan kuantitas da'i dan da'iah, khususnya yang sudah populer di media televisi.[11]

Salah satu aspek yang menentukan kualitas da'i – da'iah adalah gaya retorika. Dapat disaksikan bersama beragam gaya atau *style* para da'i – da'iah yang seringkali muncul di layar televisi mampu mendapatkan tempat sendiri bagi pemirsa televisi. Gaya atraktif serta penampilan yang mencolok seperti yang diperagakan Ustadz Maulana yang terkenal dalam Program "Islam itu Indah" mampu menarik perhatian masyarakat, terbukti program tersebut mampu bertahan sampai sekarang. Ustadz Wijayanto dengan humor cerdasnya, beliau seringkali memainkan kata-kata sehingga membuat audien terpancing untuk tertawa. Kemudian Mama Dedeh seorang da'iah dengan gayanya yang tegas serta lantang dalam menyampaikan materinya, dan masih banyak lagi gaya-gaya yang dikembangkan oleh para da'i-da'iah untuk menunjang dakwahnya seperti pantun, nyayian, puisi, bahkan sulap.

Stasiun-stasiun televisi di Surabaya, diantaranya juga mmproduksi program religi yang disiarkan secara reguler seperti : Bengkel Keluarga Sakinah-TV 9 yang diisi oleh Ustadz Sumarkan Ilhamullah, Ngaji Blusukan-JTV, ASALAM (Ayo Sinau Agama Islam) di TVRI Jawa Timur. Masing-masing program religi tersebut diisi oleh da'i-da'iah yang berkualitas. Tidak semua da'i-da'iah dapat berdakwah melalui televisi, seorang muballigh yang tampil di depan kamera TV, hendaknya menyesuaikan diri dengan karakteristik kamera serta peralatan yang lain yang menopang suatu produksi audio-visual, seperti cahaya

[11] Fatmawati, *Paradigma Baru Mengemas Dakwah Melalui Media Televisi di Era Globalisasi* dalam Jurnal Komunika Vol.3, 2 Juli-Desember 2009

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

(*lighting*). Ketidakbiasaan berbicara di bawah sorotan cahaya lampu yang ribuan watt dan di depan kamera peralatan studio canggih dapat membuat seorang muballigh kikuk. Kekakuan di hadapan kamera membawa dampak tegang dan tidak santai yang berakibat arus pesan komunikasi dakwah yang disampaikan menjadi tersendat-sendat.[12] Bagi seorang muballigh yang bertabligh di hadapan kamera televisi, selain mengendalikan fleksibilitas suaranya, tidak kalah penting ialah faktor bahasa tubuh (body language): ekspresi wajahnya dan gerak gerik anggota tangannya yang itu semua termasuk dalam gaya retorika.

Atas dasar alasan-alasan itulah, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana karakteristik gaya retorika da'i program religi televisi Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Karakteristik Gaya Retorika Da'i Program Religi Televisi di Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui Karakteristik Gaya Retorika Da'i Program Religi Televisi di Surabaya

[12] Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung: BENANG MERAH PRESS, 2004), h. 75

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

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis :

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan dakwah.

b. Hasil penelitian juga diharapkan mampu menjadi bahan kajian kader-kader dakwah, khususnya yang akan berdakwah melalui media televisi.

2. Praktis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu acuan bagi juru dakwah dalam menyampaikan pesan dakwahnya, khususnya melalui media televisi.

E. Konseptualisasi

1.Karakteristik Gaya Retorika Da'i

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata "karakteristik" adalah mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu[13]. Maka dalam penelitian ini yang dimaksud karakteristik ialah sifat khas gaya retorika da'i program religi televisi Surabaya.

Dalam bukunya, Asmuni Syukir menjelaskan : Gaya (*style*) adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar (*audience*), biasanya gaya atau *style* ini meliputi gerakan tangan, gerak anggota tubuh, mengkerutkan kening, arah pandang, melihat persiapan, membuka

[13] www.kbbionline.com

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

lembaran buku, persiapan dan sebagainya[14]. Sedangkan menurut Gorys Keraf, gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dan sebagainya.[15] Salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam komunikasi non-verbal yaitu ekspresi wajah. Senyuman, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget, dan sebagainya dapat menekankan atau mengungkapkan maksud pembicara.

Dari beberapa penjelasan diatas maka dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai gaya retorika meliputi :

a) Gaya bahasa; cara seseorang menggunakan bahasa. Dalam penelitian ini digunakan 3 kategori sebagai acuan peneliti yaitu : 1. Kejujuran, 2. Sopan santun dan 3. Menarik sebagaimana yang dituliskan dalam buku "Diksi dan Gaya Bahasa" karya Gorys Keraf.

b) Gaya Irama Suara; bagaimana seseorang memberi tekanan-tekanan tertentu pada bagian yang memerlukan perhatian khusus. Dalam penelitian ini ada 8 unsur yang menjadi perhatian peneliti yakni : *rate*, *pause*, *duration*, *rhytm*, *pitch*, *volume*, *enunciation*, dan *fluency*.

c) Gaya Gerak Tubuh; gerak-gerik tubuh (badan) seseorang dalam berkomunikasi. Gerak tubuh dalam penelitian ini meliputi : kontak

[14] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 118-119
[15] Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa,* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 113

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

mata, ekspresi wajah, gestur, gerakan tubuh, dan pakaian yang sesuai.

Ketiganya dijelaskan lebih rinci dalam bab dua yakni kajian pustaka.

2. Program Religi Televisi Surabaya

Program religi merupakan program yang diproduksi oleh media sebagai sarana internalisasi nilai-nilai atau ajaran agama kepada masyarakat luas. Untuk ke-efektifan pengumpulan data maka dalam penelitian ini, peneliti membatasi stasiun televisi yang menjadi sasaran penelitian, yaitu : TV 9, TVRI, dan JTV. Alasan dipilihnya TV 9, karena merupakan satu-satunya stasiun televisi milik dari salah satu organisasi sosial keagamaan terbesar di Indonesia yakni NU atau lebih tepatnya PWNU Jawa Timur. Sedangkan dipilih TVRI sebagai sasaran penelitian karena merupakan satu-satunya televisi milik pemerintah dan merepresentasikan televisi nasional. Sedangkan JTV, merupakan televisi swasta regional pertama di Indonesia sekaligus yang terbesar hingga saat ini.[16] Ketiganya juga menyiarkan program religi sehingga ketiga stasiun televisi itu dipandang mampu mewakili beberapa stasiun televisi lain di Surabaya.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan penelitian ini, maka peneliti merasa perlu untuk menyusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dan terbagi atas sub-bab yang lebih terperinci diantaranya sebagai berikut :

[16] http://id.wikipedia.org/wiki/JTV diakses tanggal 11 Maret 2015

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

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang pembahasan mengenai dakwah melalui media televisi, retorika, retorika dalam dakwah, gaya retorika, dan penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandingan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dipakai, subyek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, serta teknik peneriksaan keabsahan data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Berisi tentang penyajian data mengenai setting penelitian (TVRI, TV 9, dan JTV) dan profil da'i televisi, analisis penelitian, dan relevansi temuan penelitian dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir dalam penelitian, yang nantinya akan memuat kesimpulan dan rekomendasi.

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