

yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan umat di dunia dan di akhirat.

- 2) Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut : dakwah Islam yaitu mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
- 3) Hamzaah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- 4) Prof. Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi munkar.
- 5) Syaikh Abdullah Ba'lawi mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalanya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

dakwah merupakan bentuk komunikasi itu sendiri, tetapi bukan komunikasi semata. Dakwah merupakan bentuk komunikasi yang khas, adapun yang membedakan dari bentuk komunikasi yang lain adalah cara dan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku. Demikian juga dengan dakwah. Seorang da'i sebagai komunikator sangat berharap agar mad'u sebagai komunikan dapat berbuat dan bersikap sesuai isi pesan yang disampaikan. Untuk itulah dakwah melalui media televisi dapat digolongkan sebagai salah satu bentuk komunikasi massa.

Mengutip pendapatnya JB. Wahyudi dalam Komunikasi Jurnalistik, Wawan Kuswandi menegaskan bahwa komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan berupa perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks dan pembiayaan yang besar. Dalam sisi yang lain media televisi hanya bersifat “transitory” (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat

Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.

- b) Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.
- c) Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
- d) Media televisi bersifat audio visual. Hal ini memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.

Selain memiliki beberapa kelebihan sebagaimana disebutkan diatas, dakwah menggunakan media televisi juga mempunyai berbagai kelemahan. Dalam kasus di Indonesia hal ini tidak bisa dilepaskan dari kondisi pertelevisian yang ada. Dalam bidang sinetron misalnya, Srikrit Syah mengungkapkan

3). *Capital*

Sebagai stasiun televisi lokal atau televisi Pondok pesantren, maka PERSADA TV secara kelayakan dinyatakan *eksis* apabila mampu menghidupi dirinya dengan mempunyai sumber modal yang cukup. Modal yang mencakup modal finansial, dana pemasukan iklan, sumber daya manusia, sarana teknologi dan fasilitas lainnya.

c. Riset Rating

Rating adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui jumlah khalayaknya. Selain tiga sumber utama yang menjadi penunjang kehidupan media dalam teori Ekologi Media, media juga harus memperhatikan riset ratingnya.

Ada beberapa metode mengukur rating yang diperkenalkan A.C.Nielsen yakni *Audimeteri* alat pencatat elektronik yang bisa ditempelkan baik pada radio maupun televisi serta melakukan pencatatan pada satu pita (*tape*) apabila radio atau televisi dinyalakan. *Chanel diaries* yakni meminta khalayaknya untuk mengisi atau merekam aktivitas mengonsumsi media dalam sebuah buku harian. *Phone interview* riset rating bisa menggunakan interview melalui telepon. Dan *People Meter* alat yang dikendalikan secara manual dan sedikit lebih besar dari selektor saluran televisi

terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap atau dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat.

Ungkapan dianggap atau dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Dari kedua padanan kata di atas, maka difusi inovasi adalah suatu proses penyebaran serapan ide atau hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Tujuan utama dari difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi sampai kepada masyarakat

Peneliti memilih kerangka teoritik difusi inovasi, karena peneliti ingin mengetahui apakah ada inovasi-inovasi atau hal baru dari PERSADA TV Lamongan yang membuat menarik dan selalu di minati pemirsa untuk bisa mempertahankan ke eksistensinya.

2. Skripsi dengan judul EKSISTENSI TELEVISI LOKAL (Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran) Oleh Rinowati.N.A Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2009. dalam skripsi ini masalah yang diteliti adalah bagaimana eksistensi TV lokal, dengan studi kasus pada TVKU sebagai TV lokal yang memiliki differensiasi sebagai TV lokal pendidikan. Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti ini menggunakan analisis studi kasus yang bersifat kualitatif. Metode studi kasus digunakan agar didapatkan gambaran mendalam mengenai kondisi TVKU sebagai entitas bisnis, sekaligus upaya-upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi.

Persamaan dari penelitian di atas adalah sama-sama meneliti eksistensi televisi dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya sangat jelas terletak pada Lokasi dan juga Objek yang diteliti tentang ke Eksistensian itu sendiri.

3. *Radio dan dakwah; studi tentang peran dan pola program di radio Gelora Surabaya dalam melaksanakan dakwah di kota Surabaya*, Arif Rahman, Fakultas Dakwah, KPI 2001. Pada penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa pola program acara di radio Gelora Surabaya seperti Mimbar Agama Islam yang penayangannya setiap hari Kamis mulai pukul 18.30 sampai 19.30 Wib, debat masalah keagamaan melalui kesenian yang ditayangkan setiap hari Jum'at dan Minggu dari pukul 16.00—17.00 Wib. Mempunyai peran cukup besar dalam

