



**PERAN SURAU TV DALAM MENYEBARKAN DAKWAH**

**SKRIPSI**

*Ditulis sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar*

**Oleh:**

**MUHAMMAD FADILLAH SYAHDANTA  
1630302031**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
2021**

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD FADILLAH SYAHDANTA**

Nim : 16 3030 2031

Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Oktober 1997

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Peran Surau TV dalam Menyebarkan Dakwah”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 24 Februari 2021

Saya yang Menyatakan



**Muhammad Fadillah Syahdanta**  
NIM. 1630302031

#### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing SKRIPSI atas nama MUHAMMAD FADILLAH SYAHDANTA, NIM 1630302031, judul : **PERAN SURAU TV DALAM MENYEBARKAN DAKWAH**, memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk di ajukan ke sidang *Munagasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Batusangkar, 25 Desember 2020




Pembimbing





Syafriwaldi, S.Sos.I.,MA

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama MUHAMMAD FADILLAH SYAHDANTA, NIM: 1630302031, judul: "PERAN SURAU TV DALAM MENYEBARKAN DAKWAH", telah diuji dalam Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Selasa, 19 Januari 2021, dan dinyatakan lulus sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Syafriwaldi, S.Sos.L, MA NIDN. 201702011020	Ketua Sidang/ Pengji Pendamping		24/02 2021
2	Marhen, S.Sos.L., M.Pd.I NIDN. 201702011012	Penguji Utama		24/02 2021
3	Zafirah Quroatun 'Uyun, S.I.Kom., MA NIP. 19922902201903 2 010	Anggota Penguji Utama		23/02 2021

Batusangkar, 24 Januari 2021  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab  
dan Dakwah

  
  
Dr. Akhyar Hanif, M.Ag  
NIP. 19680120 199403 1 004

## ABSTRAK

**Muhammad Fadillah Syahdanta, NIM 1630302031**, judul skripsi **Peran Surau TV dalam Menyebarkan Dakwah**, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi dan wawancara (*interview*) para anggota/*crew* Surau TV, Padang serta menggunakan dokumentasi dalam bentuk gambar dan rekaman suara. Peran menurut Gibson adalah sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh orang yang memiliki kedudukan dalam masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Surau TV sebagai televisi yang berlandaskan al-Qur'an dan Sunnah mampu menjalankan perannya dengan baik sebagai televisi dakwah. Menyiarkan tayangan-tayangan yang islami, menghibur tapi mendidik. Tayangan dikemas sebaik mungkin dengan melibatkan para anggota/*crew* dan juga para *Da'i* yang istiqomah dalam menyebarkan dakwah Sunnah Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*. Jangkauan serta kualitas siaran yang sudah sangat baik, sehingga bisa dinikmati oleh para penonton baik itu dalam negeri serta luar negeri. Sebagai televisi dakwah, Surau TV juga menyiarkan tayangannya untuk semua kalangan, tanpa mengkhususkan mitra dakwah/*Mad'u* tertentu. Surau TV juga ikut dalam membentuk sebuah kerjasama baik itu dengan pemerintah maupun asosiasi Islam lainnya yang bertujuan untuk menjadi media dakwah yang bisa memberikan solusi bagi permasalahan-permasalahan yang ada di tengah-tengah masyarakat kita.

**Kata Kunci: Peran, Televisi, Dakwah, Anggota/Crew. Surau TV, Da'i, Mitra Dakwah/Mad'u.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>PERSTUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Sub Fokus Penelitian .....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Definisi Ilmiah.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
1. Peran .....	8
2. Media Massa .....	9
a. Pengertian Media Massa .....	9
b. Jenis-Jenis Media Massa.....	10
c. Fungsi dan Tujuan Media Massa .....	11
3. Televisi.....	11
a. Pengertian Televisi.....	11
b. Sejarah Perkembangan Televisi Dunia dan Indonesia .....	12
4. Dakwah .....	13
5. Unsur-Unsur Dakwah .....	17
6. Teori Dakwah .....	23

7. Manajemen Dakwah .....	25
8. Strategi Dakwah.....	29
B. Penelitian yang Relevan .....	31
C. Kerangka Berpikir .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Latar dan Waktu Penelitian .....	33
C. Instrumen Penelitian .....	34
D. Sumber Data .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Teknik Analisis Data .....	37
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Temuan Hasil Penelitian.....	40
1. Tanggapan Pemirsa Terhadap Tayangan Surau TV. ....	40
2. Peran Tim Kreatif Surau TV dalam menyebarkan dakwah. ....	45
3. Awal Mula Surau TV sebagai Televisi Dakwah serta Faktor Pendukung dan Penghambat Surau TV dalam Menyebarkan Dakwah. ....	49
B. Pembahasan .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media massa dan manusia sangat erat hubungannya. Melalui media massa, kita bisa mendapatkan informasi yang menyangkut dirinya, orang lain, maupun lingkungannya. Media massa adalah suatu alat yang digunakan seseorang untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas atau banyak.

Alat-alat atau instrumen media massa sudah digunakan oleh masyarakat luas sejak lama dan akan terus berkembang sampai sekarang ini. Media massa tersebut ialah buku, koran, majalah, film, radio, televisi, dan bahkan saat ini sudah ada yang namanya internet. Tentunya ini akan lebih memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi yang lebih luas serta cepat.

Walaupun internet sudah menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat kita pada saat sekarang ini, akan tetapi media lainnya tetap berusaha untuk tetap eksis dan bisa dinikmati oleh masyarakat luas, misalnya televisi. Media konvensional ini masih mampu untuk menarik banyak minat masyarakat karena media ini murah serta mudah dijangkau oleh semua kalangan. Kita bisa menemukan media televisi ini di tempat manapun seperti rumah, warung, dan lainnya.

Salah satu media massa ini yaitu televisi merupakan gabungan dari media gambar dan dengar yang bisa menampilkan informasi, hiburan, dan pendidikan, atau gabungan dari ketiga unsur tersebut secara kasat mata. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu penonton dapat menikmati acara sambil duduk santai menyaksikan berbagai informasi yang disuguhkan melalui televisi ini.



Televisi merupakan salah satu media massa yang paling luas dan dapat dijangkau oleh setiap anggota masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat serta menjadi konsumsi sehari-hari bagi masyarakat Indonesia. Media elektronik ini sebagai media *audio-visual* yang tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Masyarakat dapat menikmati berbagai tayangan yang ada di televisi sesuai dengan keinginan masing-masing.

Jika kita lihat dari fungsi yang dimiliki oleh televisi bahwa televisi merupakan salah satu media massa yang sangat berperan dalam masyarakat. Seperti apa yang ditulis oleh Effendy (2009:30) dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* menjelaskan bahwa fungsi-fungsi dari media adalah untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).

Masalah fungsi dari media pada saat ini, terutama televisi telah mengalami ketidak-seimbangan fungsi. Tayangan-tayangan yang disuguhkan kepada para pemirsa saat ini lebih banyak kepada hiburan dibandingkan pendidikan. Jika kita lihat kebanyakan televisi-televisi swasta di Indonesia, secara garis besar tayangan-tayangan yang mereka berikan adalah *infotainment*, *games*, *sinetron*, *reality show*, acara yang berbau mistis, dangdut dan lainnya.

Tanpa melihat serta menyadari apa yang sudah mereka tayangkan, ternyata lebih banyak dampak negatif yang ditimbulkan untuk masyarakat. Tenggelamnya nilai-nilai moral dan etika masyarakat, terutama bagi kaum muslimin sebagai mayoritas yang beragama Islam di Indonesia.

Saat ini, salah satu fenomena yang sehari-hari dinikmati oleh publik Islam di Indonesia, adalah merebaknya aktivitas dakwah Islam. Dakwah tidak lagi hanya berada di tempat-tempat konvensional dakwah seperti masjid, pesantren, dan *majlis ta'lim*. Dakwah kini bahkan sudah berada di hotel-hotel, rumah sakit, radio, televisi bahkan melalui media internet dan menjamur di kantor-kantor pemerintah maupun swasta sekalipun.

Lahirnya televisi-televisi Islam di Indonesia sangat diperlukan oleh umat Islam agar umat Islam tidak terpengaruh dengan kepada elemen-elemen deislamisasi yang bisa merusak umat Islam kearah kesesatan. Televisi Islam berperan besar bagi masyarakat, yaitu dengan menyebarkan dakwah Islam serta ajaran yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah.

Tentunya ini akan menjadi tugas bagi para pelaku dakwah atau *Da'i* harus berusaha mengemas dan mensosialisasikan pesan-pesan dakwah dengan lebih produktif. Materi dakwah harus disinergikan dengan kebutuhan umat kekinian dalam berbagai sektor kehidupan, yang tidak hanya membicarakan atau berorientasi pada akhirat, tetapi juga menyeimbangkannya dengan kehidupan dunia. Dakwah bukan saatnya lagi jika hanya berorientasi dari mimbar ke mimbar, akan tetapi ia harus mampu menembus ramainya mall-mall dan pusat perbelanjaan lainnya agar umat di sekitar tersebut dapat menikmati pesan Islam (Wahid, 2015:73)

Namun, program yang bernilai Islam ini sering dikatakan tidak menghibur, hambar, topik tidak menarik dan bahkan ada yang menganggap bahwa program-program tersebut hanya untuk orangtua. Ini terjadi karena cara penyampaian yang tidak kreatif, dan inovatif. Banyak dari kalangan anak-anak dan remaja yang kurang tertarik untuk menonton program-program yang ditayangkan oleh televisi-televisi Islam.

Oleh karena itu, Surau TV hadir sebagai televisi adalah televisi bernuansa islami yang diluncurkan pada tanggal 24 November 2013. Dari namanya, Surau TV merupakan stasiun tv yang berdasarkan manhaj *Ahlu Sunnah Wal Jama'ah* yang menyajikan tontonan mendidik, dan menghibur namun dengan nuansa islami. Surau TV merupakan saluran TV yang dipancarkan dari Kota Padang, Sumatra Barat, Minangkabau. Tontonan Surau TV tak hanya menjangkau seluruh belahan nusantara, tapi juga sampai ke beberapa daerah di luar negeri seperti Australia, Arab saudi, Kuwait, Qatar, Bahrain, Uni Emirat Arab, dan Asia Tenggara (Sisca Oktri Santi, 2017).

“Alasan Surau TV menjadi sebuah televisi yang berjalan di bidang dakwah adalah kembali kepada penamaan surau itu sendiri. Itulah kenapa kita menghadirkan Surau TV, karena kami ingin menghadirkan ilmu-ilmu yang bermanfaat untuk masyarakat. Dimana pada hari ini sudah banyak masyarakat yang meninggalkan surau sebagai sarana untuk pendidikan. Surau itu kadang-kadang hanya digunakan untuk sholat lima waktu, kadang sholat tiga waktu, kadang dua waktu. Artinya, surau itu sudah ditinggalkan dari filosofi awalnya di Minangkabau. Oleh karena itu, kita ingin membangkitkan filosofi surau sebagai saran bagi masyarakat untuk mendapatkan ilmu agama dan tentunya ilmu agama yang baik dan benar, yaitu sesuai dengan tuntunan al-Qur’an dan Sunnah Nabi *Shallallahu ‘Alaihi Wasallam*”. (Pausil, 23 November 2020)

Sebagai televisi Islam, Surau TV harus mampu menjalankan perannya yaitu dengan memberikan tayangan islami yang bersumberkan dari al-Qur’an dan Sunnah serta pemahaman *Salaf*, menghibur dan juga mendidik. Surau TV juga harus mampu bersaing dengan televisi-televisi dakwah lainnya untuk memberikan kualitas yang terbaik kepada para penonton agar dakwah Islam bisa lebih meluas dan merata.

Akan tetapi, hambatan serta rintangan perlu dihadapi oleh Surau TV, apalagi Surau TV masih bisa dikatakan sebagai televisi dakwah baru, dikarenakan sudah ada televisi-televisi dakwah sebelumnya. Masih banyak yang beranggapan bahwa Surau TV adalah sebuah televisi dakwah yang berada pada sebuah “aliran” atau organisasi Islam tertentu.

Tentunya ini akan menjadi tantangan bagi Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Surau TV harus mampu mengemas dakwahnya agar Surau TV bisa diterima oleh semua kalangan, karena Surau TV akan menjadi sebuah televisi Islam yang akan menjawab permasalahan umat di zaman sekarang ini

Atas dasar fenomena ini, maka penulis terdorong untuk meneliti dan membahas hal yang dituangkan dalam penelitian dengan judul: **“Peran Surau TV dalam Menyebarkan Dakwah”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka penelitian ini difokuskan pada peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

## **C. Sub Fokus Penelitian**

1. Bagaimana tanggapan pemirsa terhadap tayangan Surau TV?
2. Bagaimana peran Tim Kreatif Surau TV dalam menyebarkan dakwah?
3. Bagaimana awal mulanya Surau TV sebagai televisi dakwah, serta apa faktor pendukung dan penghambat Surau TV dalam menyebarkan dakwah?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pemirsa terhadap tayangan Surau TV.
2. Untuk mengetahui bagaimana peran Tim Kreatif Surau TV dalam menyebarkan dakwah.
3. Untuk mengetahui bagaimana awal mulanya Surau TV sebagai televisi dakwah, serta apa faktor dan penghambat Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dan akan diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Penulis
  - a. Penelitian ini bermanfaat bagi penulis sebagai syarat untuk penulisan skripsi.
  - b. Penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis teliti.

2. Surau TV
  - a. Sebagai bahan informasi bagi Surau TV mengenai penyebaran dakwah.
  - b. Sebagai bahan acuan bagi Surau TV dalam hal penyebaran dakwah.
3. Akademik
  - a. Sebagai tambahan informasi dan referensi bagi lembaga kampus yang terkait dengan penyebaran dakwah menggunakan televisi di lingkungan akademik yaitu Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah terkhusus Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
  - b. Sebagai acuan dan pembanding terhadap penelitian-penelitian lainnya.

## **F. Definisi Ilmiah**

Untuk menghindari terjadi kesalahpahaman pada penelitian, dan memperjelas istilah-istilah yang digunakan pada penulisan. Adapaun istilah tersebut antara lain adalah peran, Surau TV, dan dakwah.

### **1. Peran**

Peran adalah suatu tindakan yang dilakukan individu atau sekelempok orang dalam suatu kejadian atau peristiwa, serta merupakan suatu pembentukan tingkah laku yang diharapkan dari seseorang yang mempunyai kedudukan di masyarakat. Peran adalah suatu aspek dinamis dari status sosial atau kedudukan. Artinya, ketika seseorang dapat melaksanakan kewajiban dan mendapatkan haknya maka orang tersebut telah menjalankan sebuah peran.

### **2. *Salaf***

Sebagaimana yang ditulis oleh (Jawas, 2006: 33-34) di dalam bukunya “*Syarah ‘Aqidah Ahlussunnah Wal Jama’ah*” bahwa menurut bahasa (etimologi), *Salaf* (السَّلَفُ) artinya yang terdahulu, yang lebih tua dan lebih utama. *Salaf* berarti para pendahulu. Sedangkan menurut istilah

(terminologi), kata *Salaf* berarti generasi pertama dan terbaik dari ummat (Islam) ini, yang terdiri dari para Sahabar, *Tabi'in*, *Tabi'ut Tabi'in*, dan para Imam pembawa petunjuk pada tiga kurun (generasi/masa) pertama yang dimuliakan oleh Allah *Subhaanahu Wa Ta'ala*, sebagaimana sabda Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*:

(خَيْرُ النَّاسِ قَرْنِي ثُمَّ الَّذِينَ يُلُونَهُمْ ثُمَّ الَّذِينَ يُلُونَهُمْ)

*Artinya:*

“Sebaik-baiknya manusia adalah pada masaku ini (yaitu masa para Sahabat), kemudian yang sesudahnya (masa *Tabi'in*) kemudian yang sesudahnya (masa *Tabi'ut Tabi'in*). (HR.Al-Bukhari dan Muslim)

### 3. Televisi

Sugono (2008: 1479), dalam *Kamus Bahasa Indonesia* mengartikan bahwa televisi ialah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang didengar.

### 4. Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti: panggilan, ajakan, dan seruan. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah adalah bentuk *isim masdar* yang berasal dari kata kerja دعا-يدع-دعوة artinya: menyeru, memanggil, mengajak. Pengertian yang integralistik dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk jalan Allah, dan secara bertahap menuju peri kehidupan yang islami. (Ritonga, 2015:84).

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

Landasan teori yang akan penulis paparkan disini adalah bertujuan untuk lebih memperjelas serta memperkuat dasar dan alasan penulis akan apa yang penulis teliti, yaitu dengan memaparkan teori-teori yang ada, baik dari jurnal maupun buku ilmiah.

##### **1. Peran**

Menurut Friedman dalam (Wulandari, 2013:1543) menjelaskan bahwa pengertian peran adalah serangkaian perilaku yang diharapkan pada seseorang sesuai dengan posisi sosial yang diberikan baik secara formal maupun secara informal. Peran didasarkan pada preskripsi (ketentuan) dan harapan peran yang menerangkan apa yang individu-individu harus lakukan dalam suatu situasi tertentu agar dapat memenuhi harapan-harapan mereka sendiri atau harapan orang lain menyangkut peran-peran tersebut .

Masih juga dalam (Wulandari, 2013:1543) Soekanto menjelaskan bahwa peran adalah bagian yang dimainkan seseorang atau tindakan yang dilakukan seseorang dalam suatu peristiwa. Peranan atau peran merupakan aspek yang dinamis dalam kedudukan (status). Apabila seseorang yang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peranan. Demikian, jika seseorang melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan kedudukannya baik dalam organisasi maupun dalam masyarakat, maka orang tersebut sudah menjalankan perannya.

Marsam dkk dalam (Wulandari, 2013:1543) menyebutkan bahwa peran adalah tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat dan harus dilaksanakan sehingga dapat diartikan bahwa peran menyangkut suatu perilaku seseorang yang diharapkan dapat membuat suatu perubahan serta harapan yang mengarah

pada kemajuan, meskipun tidak harus sesuai dengan apa yang menjadi tujuan akhir serta dapat menjadi tolak ukur dalam menjalankan tugas-tugas yang sudah menjadi tanggung jawabnya sehingga akan membuat seseorang dapat memaksimalkan kinerja dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Wulandari (2013:1543) mengutip bahwa menurut Gibson, peran adalah merupakan sesuatu yang diharapkan dimiliki oleh orang yang memiliki kedudukan dalam masyarakat. Selain itu, Gunawan mengatakan bahwa peran adalah sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya hal atau peristiwa.

Selain beberapa pendapat para ahli yang dapat diambil kesimpulan bahwa peran adalah merupakan sesuatu yang dimiliki seseorang dalam berlaku atau bertindak, hal yang berbeda diungkapkan oleh R. Linton, yang menyebutkan bahwa peran adalah *the dynamic aspect of status*. Dengan kata lain, seseorang menjalankan perannya sesuai hak dan kewajibannya (Wulandari, 2013:1544).

## **2. Media Massa**

### **a. Pengertian Media Massa**

Media massa atau merujuk ke seluruh institusinya yang merupakan pembawa pesan. Koran, majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang secara serentak. Sebagai pranata sosial, keberadannya tidak hanya membuahkan manfaat namun juga masalah: kontrol, pembatasan pemerintah, sarana penunjang ekonomi. Oleh sebab itu, komunikasi dapat diartikan dalam dua cara yakni, komunikasi oleh media dan komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media setiap cenderung memilih khalayak, dan demikian pada sebaliknya khalayak pun memilih-memilih media (Rivers, 2003:18).

Sedangkan menurut Bungin (2006:72) media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara



massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Informasi massa adalah milik publik, bukan ditujukan kepada individu masing-masing. *Gatekeeper* adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan. Bahkan mereka memiliki kewenangan untuk memperluas, membatasi informasi yang akan disiarkan tersebut. Seperti, wartawan, *desk* surat kabar, *editor*, dan sebagainya, bahkan penerima telepon di institusi media massa memiliki kesempatan untuk menjadi *gatekeeper* ini.

#### **b. Jenis-Jenis Media Massa**

Soyomukti (2012:200) di dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* membagi jenis-jenis media menjadi tiga jenis. Pertama, adalah media cetak, contohnya adalah surat kabar yaitu memiliki ciri seperti, pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama misalnya simbol verbal, gambar, dan berwarna, bersifat portabel, umpan balik bersifat verbal (pembaca, kritik), dan non-verbal (penjualan). Surat kabar juga terdapat di dalamnya isi pesan yang bersifat informatif, berfungsi sebagai *public sphere* (ruang publik menyampaikan gagasan), relatif bebas dari regulasi serta wilayah jangkauannya masih didominasi oleh masyarakat perkotaan.

Kedua, media *audio*, misalnya radio, ia bersifat suara, bisa dibawa kemana-mana, tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kembali (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali. Pesan bersifat laporan langsung, proses komunikasi umpan balik, baik verbal maupun non-verbal serta ditunjang oleh kebanyakan iklan. Ketiga, adalah *audio-visual*, seperti televisi yang dapat dilihat dan didengar oleh penonton.

### c. Fungsi dan Tujuan Media Massa

Nurudin (2007:65) dalam bukunya *Pengantar Komunikasi Massa* menjelaskan fungsi serta tujuan dari media massa. Pertama, memberi informasi (*to inform*) yang bertujuan untuk mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, dan meraih keputusan. Kedua, mendidik (*to educate*) yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan, mempelajari nilai dan tingkah laku. Ketiga, mempersuasi/mempengaruhi (*to influence*) yang bertujuan untuk memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku, aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakat. Keempat, menyenangkan (*to entertain*) yang bertujuan untuk menggembarakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

## 3. Televisi

### a. Pengertian Televisi

Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra dan gambar” dalam bahasa latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh.

Televisi adalah sebuah teknologi yang sangat berpengaruh dalam perkembangan teknologi informasi di seluruh dunia. Pada awal perkembangannya, televisi adalah gabungan teknologi optik mekanik dan elektronik yang digunakan untuk merekam, menampilkan dan menyiarkan gambar visual (Arief Budiman dkk, 2013).

Televisi mendistribusikan pesan yang mempengaruhi, menggambarkan budaya dari masyarakat dan menyediakan informasi secara simultan pada sejumlah besar audiens yang heterogen, menjadikan media sebagai bagian dari kekuatan institusi masyarakat. Tentunya, media lebih dari sekedar mekanisme sederhana dalam penyebaran informasi, melainkan suatu sistem organisasi dengan mekanisme yang kompleks dan menjadi institusi sosial yang penting dari suatu masyarakat. Televisi

adalah pranata sosial mutakhir, yang secara bertahap telah mampu melampaui efektivitas pranata sosial lain (Triwardani, 2011).

**b. Sejarah Perkembangan Televisi Dunia dan Indonesia**

Perkembangan televisi berawal dari penyiaran televisi ke rumah pertama yang dilakukan pada tahun 1928 secara terbatas ke rumah tiga orang eksekutif *General Electric*, menggunakan alat yang sangat sederhana. Sedangkan penyiaran televisi elektrik pertama kali dilakukan pada tahun 1936 oleh *British Broadcasting Corporation*. Sedangkan di Jerman penyiaran televisi pertama kali terjadi pada tanggal 11 Mei tahun 1939. Stasiun televisi itu kemudian diberi nama *Nipko*, sebagai penghargaan terhadap Paul Nipkow, ilmuwan terkenal Jerman dan salah seorang penemu alat televisi (Mufid, 2005:29).

Ketika dekade yang berakhir dengan perang itu hampir selesai, maka televisi dipertontonkan kepada umum di Pameran Dunia New York pada tahun 1939 dimana Roosevelt berbicara: bahkan telah ada sebuah “*Television Hall of Fame*”. Tetapi baru pada tahun 1941, televisi terbatas disebabkan peperangan serta permusuhan. Hingga akhirnya, televisi kembali mendapat sambutan yang bagus dari kelompok berpenghasilan tinggi pada tahun 1947-1952 dengan peningkatan 178.000 menjadi 15 juta buah televisi. Penonton televisi meningkat setiap minggu dan sekarang kebanyakan orang mempunyai televisi di rumah masing-masing (Briggs, 2006: 286-287).

Televisi semakin melejit tatkala teknologinya semakin maju dimana dari hitam-putih menjadi berwarna khalayak penonton televisi pun semakin luas, termasuk di Indonesia pada 24 Agustus 1962 mulai memiliki stasiun TVRI, stasiun pertama di Indonesia yang didirikan dalam rangka penyelenggaraan *Asian Games* 1962 di Jakarta.

Fungsi televisi pun semakin luas, yang pada awalnya hanya sebagai media hiburan kemudian melebar memiliki fungsi informasi dan edukasi. Mulai dekade 70-an di Indonesia siaran menjadi industri media

massa karena industri barang dan jasa sudah mulai mempromosikan produknya melalui televisi ini, dan media *audio visual* ini pun dianggap media massa paling efektif dibanding media massa lainnya karena lebih atraktif dan pesawat televisi ini dimiliki oleh sebagian besar rumah tangga.

Mulai era 70-an di negara-negara maju stasiun televisi bersaing ketat, sementara di Indonesia saat itu siaran televisi masih dimonopoli oleh TVRI sebagai lembaga siaran milik pemerintah. Televisi swasta di Orde Baru belum diijinkan untuk berdiri di Indonesia, pertimbangannya amat politis karena televisi dianggap memiliki pengaruh yang tinggi terhadap khalayaknya. TVRI di masa Orde Baru lalu digunakan sebagai media propaganda pemerintah dengan dalih sebagai media komunikasi pembangunan serta menjaga stabilitas nasional.

Televisi swasta baru dapat berdiri di Indonesia setelah pemohon ijinnya adalah putra-putri serta kerabat dekat Presiden Soeharto sendiri. RCTI adalah stasiun televisi swasta pertama milik Bambang Trihatmojo, putra sulung Soeharto. Kemudian ada SCTV milik konglomerat Soedawikatmono, kerabat dekat Soeharto juga. Putri sulung Soeharto, Siti Hadiani mendirikan TPI dan konglomerat yang amat dekat dengan Istana Orde Baru, Sudono Salim diijinkan untuk membuka Indosiar, semua berdiri di era 80-an. Setelah itu bermunculan stasiun televisi swasta lainnya (Abdullah dan Puspitasari, 2018:104-105).

#### 4. Dakwah

Dakwah disini terbagi menjadi dua pengertian, yaitu pengertian secara etimologis atau bahasa dan pengertian secara terminologis atau istilah. Berikut penjelasannya:

##### 1). Pengertian Secara Etimologis

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu: *دعا-يدع-دعوة* (*da'a-yad'uu-da'watan*) yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu,

mendo'a, atau memohon. Kata (*kalimat*) tersebut dengan segala perubahannya (turunannya) dalam al-Qur'an diulang sampai 215 kali. Makna-makna tersebut dapat ditemukan dalam berbagai ayat dalam al-Qur'an, seperti:

Dakwah yang berarti menyeru terdapat dalam surat Yunus ayat 25:

○ ٢٥ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ  
Artinya:

“Allah menyeru (*manusia*) ke Darussalam (*surga*) dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (*Islam*)” (Yunus:25).

Dakwah yang berarti mengajak sebagaimana tercantum dalam surat Al-Baqarah ayat 221:

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَاتِ حَتَّىٰ يُؤْمِنَ ۚ وَلَأَمَةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ  
وَلَوْ أَعْجَبَتْكُمْ ۗ وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ  
خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ ۚ وَلَوْ أَعْجَبَكُمْ ۗ أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۗ وَاللَّهُ يَدْعُو  
إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۗ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ  
○ ٢٢١

Artinya:

“Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. sesungguhnya wanita yang mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun dia menarik hatimu. dan janganlah kamu menikahkan orang-orang musyrik (dengan wanita-wanita mukmin) sebelum mereka beriman. sesungguhnya budak yang mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun dia menarik hatimu. mereka mengajak ke neraka. dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.” (Al-Baqarah:221)

Dakwah yang berarti do'a atau permohonan sebagaimana disebutkan dalam surat Al-Baqarah ayat 186:

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ۝١٨

Artinya:

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang-Ku, maka (jawablah), bahwasannya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah)-Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran.” (Al-Baqarah:186).

Dakwah yang berarti undangan termaktub dalam hadist Nabi:

أَتُّوا الدَّعْوَةَ إِذَا دُعِيتُمْ (رواه مسلم)

Artinya:

“Datangilah undangan apabila engkau diundang.” (HR. Muslim)

Dakwah yang berarti ajakan sebagaimana disebutkan dalam surat Yusuf ayat 33:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ ۗ وَإِلَّا تَصْرِفَعَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُنْ مِنَ الْجَاهِلِينَ ۝٣٣

Artinya:

“Yusuf berkata: ‘Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka padaku’”. (Yusuf:33).

El Ishaq dalam bukunya (2016:6-8) mengutip makna-makna etimologis tersebut berdasarkan buku-buku dakwah seperti buku *Prinsip dan Strategi Dakwah* karya Rafi'udin dan Maman (1997), buku *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* karya Asmuni (1983), dan buku-buku dakwah lain. Ada yang menjelaskan pengertian dakwah secara etimologis secara panjang lebar dan ada yang membahasnya secara ringkas.

## 2). Pengertian Secara Terminologis

Secara terminologis atau istilah, kata dakwah di definsikan oleh banyak dengan berbagai pengertian (*ta'rif*).

### a) Menurut A. Hasjmy

Dakwah Islamiyah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengalami aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamankan oleh pendakwah sendiri.

### b) Menurut HMS. Nasarudin Latif sebagaimana dikutip oleh Moh. Ali Aziz dari buku *Teori dan Praktik Dakwah Islamiyah*:

Dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah *Subhaanahu Wa Ta'ala.*, sesuai dengan garis-garis aqidah dan syari'ah serta akhlak islamiyah.

### c) Menurut Syekh Ali Mahfudz sebagaimana juga dikutip oleh Moh. Ali Aziz dari kitab *Hidayatul Mursyidin* dinyatakan bahwa dakwah adalah mengajak (mendorong) manusia untuk mengikuti kebenaran dan petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan *munkar* agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

### d) Menurut Sayyid Quthub dakwah adalah sebuah usaha mewujudkan sistem Islam dalam kehidupan nyata dari tataran yang paling kecil, seperti keluarga, hingga yang paling besar, seperti negara atau *ummah* dengan tujuan mencapai kebahagiaan dunia akhirat.

### e) Menurut Prof. H.M. Thoha Yahya Omar

Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

### f) Menurut Hamzah Yakub

Dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikut petunjuk Allah dan Rasul-Nya.

g) Menurut Masdar Helmy, dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk *amr ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dari beberapa definisi tersebut dapat digaris bawahi bahwa pengertian dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis dan damai dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Demi untuk membangun kesadaran obyek dakwah maka dakwah pun harus dilakukan dengan langkah dan cara yang bijaksana (El Ishaq, 2016:8-10).

## 5. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *Da'i* (pelaku dakwah), *Mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah). Berikut unsur-unsur dakwah:

### a. *Da'I* (Pelaku Dakwah)

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum kata *Da'i* ini sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Siapa saja yang menyatakan sebagai pengikut Nabi Muhammad hendaknya menjadi seorang *Da'i*, dan harus dijalankan



sesuai dengan *hujjah* yang nyata dan kokoh. Maka dari itu, wajib baginya untuk mengetahui kandungan dakwah baik dari sisi aqidah, syariah, maupun akhlak. Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, maka kewajiban berdakwah dibebankan kepada orang tertentu.

*Da'i* juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihidirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng (Munir dan Iliahi, 2006:21-22).

Kesimpulannya adalah bahwa tugas seorang *Da'i* tidaklah hanya berdakwah dari mimbar ke mimbar saja atau berkhotbah di depan jama'ah. Seorang *Da'i* harus mampu berdakwah dalam skala kecil atau besar, baik individu atau kelompok. Saat sekarang ini, *Da'i* juga harus mampu berdakwah dengan menggunakan media-media yang ada seperti televisi, radio, internet dan media-media lainnya.

b. *Mad'u* (Mitra Dakwah)

*Mad'u*, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti untuk agama Islam; sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam, dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Munir dan Iliahi (2006:23) mengutip bahwa Muhammad Abduh membagi *Mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu:

- 1). Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.

- 2). Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3). Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Menurut Moh. Ali Aziz yang dikutip oleh El Ishaq (2016:77-78) Materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek dakwah kepada obyek-obyek dakwah. Materi dakwah yang meliputi seluruh ajaran Islam yang termuat dalam al-Qur'an dan Sunnah Rasul, yang pokoknya meliputi tiga hal, yaitu:

- 1). Aqidah, yaitu sistem keimanan kepada Allah *Subhaanahu Wa Ta'ala*, yang meliputi iman kepada Allah, kepada malaikat, kitab rasul, qadha dan qadar, dan hari akhir/kiamat. Sistem ini yang seharusnya menjadi landasan *fundamental* dalam sikap dan aktivitas serta perilaku sehari-sehari.
- 2). Syari'ah, yaitu serangkaian tuntunan atau ajaran Islam menyangkut tentang tata cara beribadah, baik langsung ataupun tidak langsung, meliputi pola hidup sehari-hari khususnya menyangkut hal yang boleh dan tidak boleh, yang dilarang, dianjurkan, dan dibolehkan, sebagai seorang. Syari'ah Islam merupakan seperangkat sistem ibadah sebagai manifestasi keimanan seseorang.
- 3). Muamalah, yakni seperangkat sistem interaksi dan hubungan antar manusia, baik secara individu maupun kelompok
- 4). Akhlaq, yaitu menyangkut tata cara menghias diri dalam melakukan hubungan dengan Allah (ibadah) dan berhubungan dengan sesama manusia dan sesama makhluk. Pembahasan tentang akhlaq sangat luas karena menyangkut baik buruk, pantas dan tidak pantas, bahkan menyangkut rasa terhadap sesama. Dalam bahasa Arab, kata akhlaq

dengan jamak *khuluq* dimaknai dengan budi pekerti, perangai, tingkah laku, dan tabi'at.

d. *Wasilah* (Media Dakwah)

*Wasilah* (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *Mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Munir dan Ilaihi mengutip Hamzah Ya'qub (2006:32) membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, *audiovisual*, dan akhlak.

- 1). Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2). Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat (korespondensi), spanduk, dan sebagainya.
- 3). Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4). *Audiovisual* adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film *slide*, OHP, internet, dan sebagainya.
- 5). Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *Mad'u*.

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman yaitu *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos*, artinya jalan yang dalam

bahasa Arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud (Munir, 2003:6).

Menurut Munir dan Ilaihi (2006:33) Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk surat An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ  
○۱۲۵

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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”.

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu: *bi al-hikmah*; *mau'izatul hasana*,; dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Secara garis besar ada tiga pokok metode (*thariqah*) dakwah, yaitu:

- 1). *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- 2). *Mau'izatul hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3). *Mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika berdakwah telah dilakukan oleh seorang *Da'i* dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respon dan efek (*atsar*) pada *Mad'u* (penerima dakwah).

*Atsar* (efek) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *Da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*). Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan (Munir dan Ilaihi,2006:34).

Kesimpulan dari unsur-unsur dakwah yang telah dipaparkan bahwa di dalam sebuah dakwah pasti ada yang namanya unsur-unsur dakwah. Tanpa adanya unsur-unsur tersebut, praktik atau aktivitas dakwah tidak akan berjalan, karena dengan unsur-unsur inilah dakwah akan mampu disampaikan dan bisa menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku dakwah atau *Da'i* dalam menyampaikan dakwahnya dengan lebih baik, dan tertata.

## 6. Teori Dakwah

Teori adalah seperangkat pernyataan dengan kadar abstraksi yang tinggi yang saling berkaitan, dan daripadanya proposisi bisa dihasilkan, dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasannya dapat dilakukan prediksi mengenai perilaku. Teori merupakan seperangkat dalil atau prinsip umum yang kait mengait (semula merupakan hipotesa yang telah teruji berulang kali) mengenai aspek-aspek suatu realitas. Teori berfungsi menerangkan, meramalkan, dan menemukan keterpautan fakta-fakta secara sistematis, ada dua jenis teori, yaitu teori yang secara khusus berkaitan dengan suatu subjek tertentu dan teori yang bersifat umum. Jenis teori umum merupakan seperangkat lambang dan hubungan logis di antara lambang-lambang yang dapat diterapkann melalui analogi terhadap beberapa kejadian atau proses.

Secara istilah, teori dapat didefinisikan sebagai pernyataan-pernyataan berupa generalisasi, hukum, aturan, atau proposisi-proposisi mengenai realitas, fakta atau kejadian. Teori adalah proposisi-proposisi ilmiah yang menghubungkan keterkaitan antara satu kaidah dengan kaidah lainnya dan menyatukannya pada kesatuan prinsip yang daripadanya dapat diambil kepastian dan kaidah ilmiah (Saputra, 2011:115-116).

Teori dakwah adalah konseptualisasi (proses abstraksi dalam bentuk pernyataan dan proposisi) mengenai realitas dakwah. Teori dakwah tidak lain berupa akumulasi dari hasil-hasil penelitian yang telah teruji kebenarannya mengenai objek formal ilmu dakwah, sebagai hasil dari penerapan metode *nadzariah syumuliah qur'aniyah*. Saputra (2011:117) dalam bukunya mengutip Syukriadi Sambas, membagi teori dakwah berdasarkan penggunaan metode tersebut sebagai berikut:

- a. Teori citra, yaitu proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqra* mengenai *Da'i*.
- b. Teori pesan adalah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqra* mengenai pesan dakwah.

- c. Teori efektivitas yaitu proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai metode dan media dakwah.
- d. Teori medan dakwah adalah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai berbagai persoalan *Mad'u*.
- e. Teori dakwah *nafsiyah*, ialah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai proses dakwah *nafsiyah*, yaitu proses dakwah yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. *Da'i* dan *Mad'u* adalah satu orang yaitu diri seseorang sendiri ketika dia secara pribadi berusaha meningkatkan keberagamannya.
- f. Teori dakwah *fardhiyah*, adalah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai proses dakwah yang terjadi ketika *Da'i* dan *Mad'unya* bersifat perseorangan, dalam bentuk tatap muka langsung.
- g. Teori dakwah *fi'ah*, yaitu proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai proses dakwah dimana *Da'inya* perorangan sedangkan *Mad'unya* terdiri dari sekelompok kecil orang (+3-20 orang) yang berlangsung secara tatap muka dan bersifat dialogis.
- h. Teori dakwah *hizbiyah* adalah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai proses dakwah yang *Da'i* perorangan sedangkan *Mad'unya* terdiri dari sekelompok orang yang terorganisasi (secara kuantitatif agak lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan *Mad'unya* dalam dakwah *fi'ah*).
- i. Teori dakwah *ummah*, yaitu proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai dakwah *ummah*, yaitu proses dakwah yang *Da'inya* perorangan dan *Mad'unya* sejumlah orang banyak, baik tanpa maupun dengan menggunakan media massa siar atau cetak, namun bersifat monologis.
- j. Teori dakwah *qabailiyah*, yaitu proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlra* mengenai proses dakwah yang terjadi antar suku dan budaya yang berlainan antara *Mad'u* dan *Da'inya*, namun masih

dalam wilayah kesatuan bangsa. Dakwah semacam ini dapat berlangsung dalam konteks dakwah *fardhiyah*, *fi'ah*, *hizbiyah* maupun *ummah*.

- k. Teori dakwah *syu'ubiyah*, ialah proposisi-proposisi sebagai hasil dari *istinbath*, *iqtibas*, dan *istiqlal* dalam penelitian dakwah antar bangsa, dimana *Da'i* dan *Mad'unya* berlainan suku dan budaya, tidak dalam satu kesatuan wilayah kebangsaan.

## 7. Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah seringkali dilupakan. Faktor keyakinan bahwa manusia hanya sekedar sebagai pemberi peringatan atau penyampaian kabar dalam aktivitas dakwah menjadikan banyak aktivitas dakwah tidak dijalankan dengan manajemen yang baik dan profesional. Aktivitas dakwah tidak dijalankan dengan perencanaan yang baik dan jeli, organisasi dakwah tidak jelas, kontrol tidak dilakukan, dan evaluasi terhadap aktivitas dakwah pun juga tidak dilakukan. Akibatnya, banyak kegiatan dakwah yang tidak berjalan efektif dan efisien. Dakwah seolah menjadi aktivitas rutin yang tidak membawa hasil dan bahkan sia-sia.

### a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *management* (Inggris) yang diartikan dengan “*ketatalaksanaan, tata pimpinan*”. Manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. Secara terminologis manajemen diartikan dengan berbagai macam definisi. Definisi yang banyak digunakan adalah: dalam *Encyclopedia of Social Sciences*, manajemen adalah adalah proses pelaksanaan pencapaian tujuan tertentu yang diselenggarakan dengan pengawasan. Dalam bahasa Arab istilah manajemen diartikan dengan istilah *idarah*, *tadbir*, *siyasah*, dan *qiyadah*.

Menurut L. Gulick dalam buku (El Ishaq, 2016: 142) manajemen adalah ilmu pengetahuan yang menjelaskan mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan mengajarkan bagaimana sistem kejasama yang lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.



#### b. Pengertian Manajemen Dakwah

Jika aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen, maka “*citra profesional*” dalam dakwah akan terwujud pada kehidupan masyarakat. Demikian, dakwah tidak dipandang dalam objek *ubudiyah* saja, akan tetapi diinterpretasikan dalam berbagai profesi. Inilah yang dijadikan inti dari pengaturan secara manajerial organisasi dakwah. Sedangkan efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan dakwah adalah merupakan suatu hal yang harus mendapatkan prioritas. Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif jika apa yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai, dan dalam pencapaiannya dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar. Atau lebih tepatnya, jika kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakan menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan dan akan menumbuhkan sebuah citra (image) profesionalisme di kalangan masyarakat, khususnya dari pengguna jasa dan profesi *Da'i*.

Sedangkan, A. Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, mengimpun, dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah (Munir dan Ilaihi, 2006:36)

#### c. Ruang Lingkup Manajemen Dakwah

Menurut El Ishaq (2016:147-148) ruang lingkup kajian manajemen dakwah difokuskan pada bagaimana mengelola unsur-unsur dakwah yang meliputi Sumber Daya Manusia (SDM) atau *Da'I*, materi dakwah, obyek dakwah, dan media dakwah. Pertama, SDM, yang meliputi orang atau kelompok orang yang mendakwahkan Islam. Mereka berasal dari golongan agamawan, yaitu orang yang menekuni materi keagamaan, profesional dari berbagai bidang keilmuan, politikus, pengusaha, praktisi, dan sebagainya. Tentu, tidak semua SDM harus menyampaikan melakukan materi dakwah

secara verbal, yakni berceramah ataupun khutbah. Menjalankan profesi serta kegiatan sosial yang mengantarkan orang lain mengenal dan menjalankan ajaran agama dengan niat untuk menegakkan dan menyia-kan Islam adalah termasuk dalam ruang lingkup. Sebab, dakwah adalah kegiatan multidimensi. Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* berdakwah tidak hanya melalui khutbah, tetapi juga melalui lobi politik. Melakukan kerjasama dengan para sahabat yang memiliki keahlian yang berbeda-beda. Ada yang pengusaha, ada yang tukang kebun, bahkan ada yang budak. Semuanya menjadi satu kesatuan.

- 1). Materi berarti pengetahuan tentang keislaman yang mencakup ilmu agama secara khusus maupun ilmu umum sebagai ilmu pendukung. Saat ini, dalam konteks masyarakat modern, dakwah islamiyah juga memerlukan ilmu pendukung. Pesantren, sebagai contoh, yang tidak memasukkan materi-materi ilmu umum, secara perlahan ditinggalkan oleh calon santri. Oleh karenanya, materi dakwah yang tidak lain adalah Islam itu, harus ditunjang dengan ilmu-ilmu modern yang memang dibutuhkan oleh masyarakat.
- 2). Obyek berarti sasaran dakwah. Sasaran dakwah secara garis besar dapat dibagi menjadi dua, yakni umat Islam sendiri dan umat non-muslim. Dakwah kepada umat Islam dimaksudkan untuk meningkatkan keimanan dan keislaman mereka. Sedangkan dakwah kepada umat non-muslim, tidak lain adalah untuk memberikan *stimulus* kepada mereka agar tertarik kepada ajaran Islam, dan selanjutnya mereka menerima dan memeluk Islam.
- 3). Media yang berarti sarana yang dapat dimanfaatkan untuk berdakwah. Sarana dakwah dalam setiap kurun waktu terus mengalami perkembangan. Teknologi komunikasi dan informasi mendorong penyebaran pesan kian meluas dan massif. Satu pesan dalam satu waktu dapat disebutkan dapat disebarkan dan diterima secara bersamaan oleh ratusan, bahkan ribuan penerima. Tentu ini harus dimanfaatkan sebagai

media dakwah, dengan cara menyampaikan pesan pesan dakwah melalui media ini.

#### d. Fungsi Manajemen Dakwah

Menurut El Ishaq (2016:149-150) bahwa manajemen dakwah dibutuhkan dalam kerangka untuk mengatur kegiatan dakwah agar dapat berjalan secara sistematis. Antar berbagai unsur dakwah tidak terjadi tumpang tindih. Unsur unsur dalam manajemen dakwah mencakup:

##### 1). *Takthith* (Perencanaan Dakwah)

Perencanaan dakwah diperlukan untuk menentukan langkah dan program agar sesuai dengan karakter setiap sasaran, penggunaan sarana-prasarana, media, serta personel *Da'i* yang akan diterjunkan, dan materi dakwah. Tidak selalu program yang sesuai (bagus) untuk semua obyek atau sasaran dakwah. Demikian juga sarana, media, serta *Da'i* yang diterjunkan untuk berdakwah.

##### 2). *Tanzhim* (Pengorganisasian Dakwah)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokkan sumber daya manusia, alat-alat, tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian rupa, sehingga tercipta bagian-bagian kerja yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya laksana sebuah orggan (tubuh). Semuanya bergerak dan dapat dijalankan secara sistematis dalam rangka mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditentukan.

##### 3). *Tawjih* (Pergerakkan/Pelaksanaan Dakwah)

Pelaksanaan dakwah merupakan suatu proses pemberian motivasi kerja kepada seluruh sumber daya manusia yang ada di dalamnya, sehingga mereka mau dan mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. Motivasi merupakan dorongan dari seorang pimpinan kepada bawahan sehingga staf bekerja dengan penuh gairah dan semangat.

#### 4). *Riqaabah* (Pengendalian Dakwah)

Pengendalian manajemen dakwah dapat dikatakan sebagai sebuah pengetahuan teoritis praktis. Yakni bagaimana memantau kinerja sumber daya manusia yang ada agar berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan bersama dan disepekatkan demi untuk mencapai tujuan dimaksudkan adalah tujuan dakwah yang telah ditetapkan di awal pelaksanaan dakwah. Dengan demikian, para *Da'i* yang tergabung dalam organisasi dakwah perlu menyadari pentingnya pengendalian dakwah adalah menjaga komitmen tim dakwah dalam menjalankan sebuah organisasi dakwah secara efisien dan efektif.

### 8. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
- b. Sanjaya dalam buku Aziz (2017:300) Strategi disusun untuk mencapai tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Seperti yang dikutip Aziz (2016:301-302) dalam bukunya bahwa Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yaitu:

#### 1). Strategi Sentimentil

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athfi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode-metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan

(marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mualaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi sentimental ini diterapkan oleh Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* saat menghadapi kaum musyrik Mekkah. Tidak sedikit ayat-ayat *Makkiyah* (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Mekkah atau sebelum Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (humanisme), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

## 2). Strategi Rasional

Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuka Yahudi. Mereka terkenal dengan kecerdikannya. Saat ini, kita menghadapi orang-orang terpelajar yang ateis-rasionalis. Mereka telah memproklamasikan kematian Tuhan. Dipelopori oleh Friedrich Nietzsche dan Jean Paul Satre yang menganggap dunia materi ini abadi. Selain itu, kita juga menghadapi aliran-aliran sempalan yang berbeda secara mendasar dengan ajaran Islam. Mereka mengklaim memiliki nabi baru, penjelmaan Tuhan, mengetahui kepastian Hari Kiamat dan sebagainya. Kepada mereka, strategi rasional adalah strategi yang tepat.

### 3). Strategi Indrawi

Strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Diantara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.

Dahulu, Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* mempraktikkan Islam sebagai perwujudan strategi indrawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutnya dengan *tafsir 'Ilmi*. Adnan Oktar, penulis produktif dari Turki yang memakai nama pena Harun Yahya, menggunakan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. M. Quriash Shihab, pakar tafsir kenamaan dari Indonesia, juga sering menguraikan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat al-Qur'an.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Yani mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Tahun 2008, dengan judul "*Peranan TVRI Yogyakarta dalam Mensyi'arkan Agama Islam*" dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya sebuah peranan media dalam mensyiarkan agama Islam sebagai agama yang dapat membentuk akhlaq yang baik serta dapat memberikan alternatif lain akibat meledaknya program-program acara yang cenderung kontradiktif dengan misi dakwah.

Penelitian yang dilakukan oleh Riska Indah Cahyani mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu

Komunikasi Tahun 2018, dengan judul “*Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah*” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peran media pada saat ini sangatlah berpengaruh khususnya media sosial Instagram sebagai media baru dalam melakukan penyebaran dakwah di zaman modernisasi seperti sekarang. Tujuan dari pembuatan akun Instagram Akhyar TV ini selain bentuk pemberitahuan jadwal ceramah, namun juga bisa lebih mendekatkan kepada masyarakat khususnya para remaja yang sering menggunakan *gadget*-nya setiap hari dan selalu mengakses media sosial Instagram untuk lebih melihat konten yang bermanfaat.

### C. Kerangka Berpikir

Televisi merupakan media elektronik untuk menyampaikan isi pesan dalam bentuk *audio-visual* dan gerak. Televisi merupakan sistem atau seni dalam pengambilan gambar, penyampaian pesan dan menyuguhkan berbagai gambar menarik melalui tenaga listrik. Karena sifatnya yang *audio-visual* maka televisi sangat menarik perhatian dan sangat disukai oleh masyarakat. Sehingga televisi sangat berperan dalam mempengaruhi baik secara perilaku, sikap, dan pola pikir masyarakat.

Popularitas televisi semakin hari semakin menonjol. Media ini sangat digemari oleh semua kalangan masyarakat baik anak-anak orang dewasa bahkan orangtua. Media televisi telah membuat banyak orang jatuh cinta sehingga mereka dapat menghabiskan waktunya berjam-jam bahkan seharian untuk melihat program-program yang ditayangkan di televisi (Nurchayati, 2015:63).

Pemakaian media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi yang dilakukan umat manusia teruta bila dibandingkan sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet, dan sebagainya. Oleh karena itu, sudah seyogyanya bagi para *Da'i* memanfaatkan peluang ini dalam menyebarkan ajaran Islam diantaranya menggunakan televisi (Atabik, 2013:194).

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di suatu lokasi, ruangan yang luas atau di tengah-tengah masyarakat. Peneliti secara langsung melaksanakan penelitian di Surau TV, Padang.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2006:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Moleong (2006:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya secara holistik (menyeluruh). Selain itu juga dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.

Tujuan penelitian deskriptif ini untuk memberikan gambaran, mendeskripsikan, dan mengungkapkan tanggapan para pemirsa Surau TV mengenai tayangan yang disiarkan, dan peran Surau TV beserta para *crew*/anggota dalam menyebarkan dakwah.

#### **B. Latar dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Surau TV Jalan Belanti Barat 6 No. 12, Lolong Belanti, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang. Waktu yang dibutuhkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu mulai dari bulan Oktober tahun 2020 sampai bulan Februari 2021.



### **C. Instrumen Penelitian**

Penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2013:223-224) dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan.

### **D. Sumber Data**

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

#### **1. Sumber Data Primer**

Menurut Sugiyono (2013:225) Sumber data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Objek penelitian ini adalah pemirsa Surau TV dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh Surau TV mampu menjalankan perannya sebagai televisi dakwah.

#### **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013:225). Mencari referensi berupa buku-buku pengamatan juga pencatatan terhadap informasi atau hal yang berkaitan dengan Surau TV.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan dokumen pendukung sebagai data dari penelitian ini, seperti dokumen yang diperoleh pihak terkait, buku-buku referensi dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

## 1. Observasi

Observasi yaitu sebagai salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku dan lingkungan (sosial dan *material*) individu yang sedang diamati. Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan mengikuti serta melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan oleh crew/anggota Surau TV dalam keberlangsungannya proses penyebaran dakwah.

## 2. Wawancara

Estenberg dalam Sugiyono (2013:231) mendefinisikan interview/wawancara sebagai berikut: “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Peneliti akan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya kepada para informan untuk diwawancarai yaitu *General Manager*, Bendahara, *editor*, Manajer Teknis & IT, Manajer Sarana dan Prasarana Surau TV. Penulis juga akan mewawancarai beberapa pemirsa Surau TV secara *random* atau acak yakni mulai dari kalangan remaja sampai tua.

Estenberg dalam Sugiyono (2013:233-234) mengemukakan beberapa wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak terstruktur.

### a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen

penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

b. Wawancara Semistruktur

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Saat melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang ditemukan oleh informan.

c. Wawancara Tak Berstruktur

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Wawancara tidak terstruktur atau terbuka sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada obyek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam obyek. Misalnya akan melakukan penelitian tentang iklim kerja perusahaan, maka dapat dilakukan wawancara dengan pekerja tingkat bawah, *supervisor*, dan manajer.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang digunakan dalam bentuk tulisan, buku, arsip, gambar, maupun dokumentasi perusahaan ataupun dokumentasi resmi yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi merupakan instrumen pendukung yang mampu mendukung data maupun hasil penelitian. Teknik dokumenter disebut juga teknik dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun terekam.

Pada penelitian ini, peneliti mendokumentasikan proses wawancara terhadap *crew*/anggota dan pemirsa Surau TV yaitu dengan menggunakan foto atau gambar seperti hasil *screenshot* dari Whatsapp, dan rekaman *audio* yang digunakan untuk penelitian ini agar hasil dari penelitian ini bisa dipertanggungjawabkan.

### F. Teknik Analisis Data

Bogdan dalam Sugiyono (2013:244) menyatakan bahwa “*Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others*” Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Sugiyono (2013:245), analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum peneliti memasuki lapangan, selama berada di lapangan,

dan sesudah berada di lapangan. Dikatakan juga bahwa analisa data sebelum memasuki lapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan menentukan fokus penelitian.

Sedangkan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013:246) aktivitas analisis data dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

1. *Reduction*

Peneliti akan mengumpulkan, merangkum, memilih informasi pokok, memfokuskan pada informasi penting, dan dicari tema dan polanya. Berdasarkan reduksi data akan terlihat lebih jelas tentang peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

2. *Display*

Pemeran deskriptif berdasarkan temuan di lapangan dengan bahasa yang khas ditambah dengan pandangan emik dari informan agar mudah dipahami oleh pembaca. Peneliti juga akan melakukan interpretasi data (apa yang telah diinterpretasikan oleh informan terhadap masalah yang diteliti). Hasil data yang sudah didapatkan oleh peneliti dari informan yaitu beberapa *crew/anggota* dan pemirsa Surau TV yang kemudian peneliti akan menambahkan kata-kata kedalam hasil data dengan tujuan pembaca bisa mengerti.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Penginterpretasian data sesuai dengan konteks permasalahan dan tujuan peneliti. Berdasarkan interpretasi data inilah akan diperoleh kesimpulan dan jawaban dari pertanyaan peneliti yang tergambar dalam rumusan masalah. Hasil data yang didapatkan oleh peneliti dari informan akan disimpulkan, sehingga permasalahan yang ada di sub fokus penelitian.

## **G. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Sebagai peneliti, teknik yang akan digunakan dalam menguji keabsahan data yaitu triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan

keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut.

Triangulasi dalam penyajian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Sugiyono (2010:274) membagi triangulasi menjadi tiga jenis.

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti akan melakukan perbandingan antara hasil wawancara informan dengan informan yang lain. Hasil ini kemudian bisa digunakan untuk menganalisis dan menjawab sub fokus penelitian.

#### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara lalu dicek dengan cara observasi.

#### 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga mempengaruhi kredibilitas data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik sebagai validitas data, yang sama triangulasi ini bertujuan untuk menguji dan menjamin keabsahan data yang diperoleh dari beberapa sumber tentang data tersebut. Sugiyono menjelaskan dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada (Sugiyono, 2013:241).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Temuan Hasil Penelitian**

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pegawai/*crew* yang ada di Surau TV, Kota Padang. Peneliti terus menggali dan mendalami bagaimana strategi, peran, faktor pendukung serta penghambat Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Disini peneliti mewawancarai beberapa informan di antaranya: Deli Hermanto, Jamaris Abadi, Jefri, Pausil, dan Sepfi Wahyudi, Usamah, Muhammad Afrizal, Fazhira Hanifah, Hamzah Defri, dan Aulia Rahman.

##### **1. Tanggapan Pemirsa Terhadap Tayangan Surau TV.**

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

###### **a. Ketertarikan mengenai tayangan Surau TV**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan U mengenai tanggapan pemirsa terhadap tayangan Surau TV. Informan U tertarik dengan tayangan yang disuguhkan oleh Surau TV karena ustadz-ustadz yang ditonton sudah dikenal dan mereka juga menyampaikan dakwah yang haq, yaitu sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para *Salafush Shalih*. Sehingga dengan demikian pemirsa merasa aman ketika menonton tayangan tersebut.

Kemudian peneliti mewawancarai informan HD yang juga tertarik dengan mengatakan bahwa Surau TV hadir dengan menghadirkan program-program dakwah yang mana melalui program-program tersebut bisa belajar serta memperdalam akan pengetahuan agama Islam.

Peneliti juga mewawancarai informan MA, FH, dan AR dengan jawaban serta keterarikan yang sama, mereka mengatakan

bahwa Surau TV sebagai televisi dakwah yang berada di Kota Padang memiliki karakteristik yang khas dari televisi dakwah lainnya, yaitu kebanyakan dari program-programnya juga menggunakan bahasa dan istilah Minang, serta Surau TV juga membahas adat-adat Minangkabau yang kemudian dikorelasikan dengan ajaran agama.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, sebagai televisi dakwah, Surau TV memiliki ustadz-ustadz yang sudah diakui akan keilmuannya, serta sudah dikenal. Sehingga memudahkan dakwah Sunnah ini sampai kepada para pemirsanya. Kemudian Surau TV memiliki karakteristik yang berbeda dengan televisi dakwah lainnya dikarenakan kebanyakan dari program-program acaranya menggunakan istilah dan bahasa Minang dikarenakan Surau TV berada di Sumatera Barat, lebih tepatnya di Kota Padang.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah bahwa Surau TV adalah para pemirsa tertarik dengan tayangan yang disuguhkan oleh Surau TV dikarenakan Surau TV memiliki ciri khas yang berbeda dengan tv lainnya. Dengan menyebarkan dakwah Islam yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah, dan juga membahas adat Minangkabau. Tentunya ini akan menjadi ketertarikan bagi pemirsa terutama masyarakat Minangkabau.

b. Kualitas siaran yang diterima oleh pemirsa

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan U mengenai kualitas siaran yang diterima. Informan U mengatakan bahwa untuk kualitas siaran Surau TV yang diterima bagus dan tidak ada kendala walaupun kita menonton di daerah pelosok.

Senada dengan jawaban diatas, peneliti mewawancara informan MA, FH, HD, dan AR. Mereka mengatakan bahwa kualitas siaran Surau TV bagus dan tidak ada kendala. Tayanagannya bersih, gambar/video dan sound yang dihasilkan juga sinkron.



Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa pemirsa tidak memiliki kendala terhadap kualitas siaran, dikarenakan Surau TV dapat menjangkau siarannya hingga ke pelosok daerah.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah dengan meluasnya jangkauan siaran Surau TV saat ini. Para pemirsa bisa menikmati siaran Surau TV dengan baik dan jauh dari kendala siaran lainnya.

c. Materi dakwah/ceramah yang disampaikan oleh para *Da'i*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan U mengenai materi dakwah/ceramah yang disampaikan oleh para *Da'i*. Informan U yang mengatakan bahwa untuk masalah materi dakwah/ceramah yang disampaikan oleh para *Da'i* memang menarik serta terjamin akan materi yang disampaikan.

Kemudian juga peneliti mewawancarai informan FH yang senada dengan pernyataan diatas dengan menambahkan bahwa disamping menarik, materi dakwah yang disampaikan memang berasal dari sumbernya yaitu al-Qur'an dan hadist. Kemudian materi tersebut dikemas dengan baik sehingga menarik dan mudah dipahami.

Peneliti juga mewawancarai informan MA, AR, dan HD mereka mengatakan bahwa materi dakwah yang disampaikan sangat mengena, bermanfaat serta bagus sekali. Materi dakwah yang disampaikan beragam, mulai dari pembahasan materi yang tabu di masyarakat Minangkabau sampai pembahasan tokoh-tokoh ulama Nusantara yang tentunya akan sangat bermamfaat dan menambah wawasan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa Surau TV memiliki para *Da'i* yang memang kompeten serta istiqomah dalam menyebarkan dakwah Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan hadist atau Sunnah. Kemudian, sebagai televisi dakwah yang berlokasi di daerah Minangkabau, Surau TV juga menyiarkan tayangan-tayangan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat Minangkabau

dengan tujuan dakwah yang disiarkan ini bisa menyebar kepada mereka, karena sesuai dengan semboyan dari Minangkabau itu sendiri yaitu “*Adat basandi Syara’, Syara’ basandi Kitabullah*”. Hal ini semua bertujuan adalah supaya para pemirsa bisa mendapatkan haknya yaitu terdidik baik dari segi agama maupun yang lainnya.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil yaitu, materi dakwah yang disampaikan oleh para *Da’i* tidaklah kecuali bersumber dari al-Qur’an dan Sunnah atau hadist, dan kemudian dikemas oleh mereka dengan baik sehingga membuat para pemirsa tertarik.

d. Program-program yang mendidik dan menghibur.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan U mengenai program-program yang mendidik dan menghibur. Informan U yang mengatakan bahwa untuk program-program yang disiarkan oleh Surau TV sudah sangat mendidik, namun kalau untuk dikatakan menghibur masih belum terutama untuk anak-anak muda, dikarenakan tayangan yang lebih sering disiarkan adalah kajian, sehingga terkadang membuat anak-anak merasa bosan.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan AR yang senada dengan jawaban diatas. Informan AR juga menambahkan bahwa Surau TV juga perlu menambahkan program-program khusus untuk anak-anak, sehingga anak-anak akan lebih tertarik dengan program-program yang ditayangkan oleh Surau TV.

Berbeda dengan hasil yang peneliti dapatkan dari Informan MA, FH, dan HD dengan mengatakan bahwa program-program yang ditayangkan oleh Surau TV sudah sangat mendidik dan menghibur. Tayangan-tayangan yang diberikan oleh Surau TV memang sangat dibutuhkan terutama oleh masyarakat Minangkabau yaitu dengan adanya lakon-lakon yang dipersiapkan untuk menampilkan candaan-candaan yang menghibur.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa Surau TV adalah televisi dakwah yang bertujuan untuk menyebarkan dakwah Islam, dan mendidik. Akan tetapi, disamping itu juga Surau TV juga menayangkan program-program yang bertujuan untuk menghibur para pemirsa. Namun, program-program hiburan tersebut masih belum membuat anak-anak muda merasa terhibur. Ini bisa juga disebabkan karena masih sedikitnya program-program hiburan yang dimiliki oleh Surau TV.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah Surau TV sudah bisa dikatakan sebagai televisi yang mendidik karena banyaknya program-program mendidik yang dimiliki oleh Surau TV. Akan tetapi Surau TV juga harus memiliki program-program yang mungkin dikhususkan untuk anak-anak muda yang bertujuan menghibur tapi masih sesuai dengan ajaran agama.

e. Siaran Surau TV yang disiarkan selama ini

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan mengenai siaran yang sudah disiarkan oleh Surau TV selama ini. Informan U yang mengatakan bahwa siaran yang Surau TV siarkan selama ini sudah berjalan dengan baik, serta konsisten. Surau TV juga sudah profesional dalam menayangkan acara-acaranya. Karena acara-acara yang dimiliki sudah sangat tertata dengan baik.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan FH, HD, dan AR yang senada dengan jawab diatas bahwa siaran Surau TV selama ini sudah berjalan dengan sangat baik, dengan adanya Surau TV dakwah bisa tersebar terutama kepada masyarakat yang ada di Sumatera Barat.

Peneliti juga mewawancarai informan MA berbeda dengan jawaban informan lainnya yang mengatakan bahwa siaran Surau TV selama ini masih belum bisa dikatakan sangat baik dikarenakan

siarannya terkadang ada dan tidak yang mungkin bisa disebabkan dari frekuensi Surau TV itu sendiri.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah siaran Surau TV selama ini sudah berjalan dengan baik, yaitu dengan tertatanya program-program acara yang dimiliki serta konsisten dalam menyiarkan apa yang disiarkan. Surau TV yaitu televisi dakwah yang berlokasi di Kota Padang, Sumatera Barat hadir sebagai televisi dakwah yang bertujuan untuk menyiarkan dakwahnya di tanah Minangkabau. Akan tetapi, agar siaran televisi bisa diterima oleh para pemirsa dengan baik, tentu membutuhkan peningkatan kualitas terhadap kualitas siaran, sehingga siaran bisa diterima dengan baik oleh para pemirsa dimanapun mereka berada.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah Surau TV sudah menyiarkan siarannya dengan baik, yaitu dengan memiliki program-program yang tertata dan bekerja dengan profesional. Kualitas siaran pun sudah baik, namun perlu ditingkatkan agar bisa menjadi lebih baik.

## **2. Peran Tim Kreatif Surau TV dalam menyebarkan dakwah.**

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

### **a. Tim Kreatif**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan SW mengenai Tim Kreatif Surau TV. Informan SW mengatakan bahwa Surau TV tidak memiliki yang namanya Tim Kreatif.

Kemudian juga peneliti mewawancarai informan DH yang senada dengan jawaban diatas dengan menambahkan bahwa Tim Kreatif ada jikalau ada sebuah program yang telah disusun serta direncanakan, misalkan ada program “*Kato Urang*”, maka dari program tersebut membutuhkan yang namanya Tim Kreatif.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah Tim Kreatif memiliki peran di dalam berjalannya sebuah program acara. Mulai dari pembuatan acara, perlengkapan, properti *interior* dan *exterior*. Surau TV secara umum tidak memiliki Tim Kreatif, akan tetapi Tim Kreatif akan dibuat jikalau ada sebuah program acara akan dibuat.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, pada umumnya Surau TV tidak memiliki Tim Kreatif jikalau dilihat berdasarkan struktur yang ada. Akan tetapi Tim Kreatif tersebut akan sangat bergantung terhadap program-program yang ada. Maka dari itu, ketika adanya sebuah program yang memerlukan sebuah Tim Kreatif, maka *crew* Surau TV akan ditugaskan untuk menjadi Tim Kreatif.

b. Penamaan Tim Kreatif

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan SW mengenai nama dari Tim Kreatif. Informan SW mengatakan bahwa sebenarnya Surau TV tidak ada yang namanya Tim Kreatif, akan tetapi berdasarkan struktur yang ada adalah bagian program kreatif.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan DH yang mengatakan bahwa seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa Tim Kreatif ada berdasarkan program acara yang akan dirancang oleh Surau TV.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa Tim Kreatif tidak ada di dalam struktur, sehingga tidak ada penamaan dari Tim Kreatif tersebut. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa Tim Kreatif akan ada jikalau ada program yang akan dibuat.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, nama tersebut ialah Tim Kreatif itu sendiri serta tidak ada penamaan khusus atau semacamnya. Dan tim ini akan diperlukan bila adanya perancangan dari Surau TV itu sendiri.

c. Jumlah para anggota/*crew* Tim Kreatif

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan SW mengenai jumlah para anggota/*crew* Tim Kreatif. Informan SW mengatakan bahwa anggota dari program kreatif berjumlah 5 orang yang terdiri dari para *editor*, dan kemudian masing-masing mereka memegang beberapa program-program kreatif yang nanti akan ditayangkan.

Berbeda dengan yang dikatakan oleh informan DH kepada peneliti bahwa di dalam Tim Kreatif yang dibuat ini kita akan melihat berapa banyak *crew/anggota* yang dibutuhkan. Terkadang dikarenakan terbatasnya para *crew/anggota* yaitu sekitar 18 orang yang masing-masing dari mereka sudah memiliki tugasnya masing-masing, mereka semua bisa ditugaskan untuk ikut andil sebagai Tim Kreatif dalam sebuah program acara.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa jumlah *crew/anggota* dari Tim Kreatif itu tergantung dari seberapa butuhnya *crew/anggota* yang harus ikut andil untuk menjadi *crew/anggota* dari Tim Kreatif. Dikarenakan jumlah *crew/anggota* Surau TV hanya berjumlah 18 orang, maka bisa saja di keadaan tertentu mereka semua bisa diajak untuk membantu menjadi anggota Tim Kreatif dalam sebuah program acara.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, Tim Kreatif akan sangat bergantung dengan perancangan yang sudah dibuat oleh Surau TV. Anggota yang ada pada Tim Kreatif juga tidak menentu, dengan sedikitnya *crew* Surau TV yaitu yang berjumlah 18 orang, maka memungkinkan *crew* yang lainnya akan dilibatkan menjadi Tim Kreatif untuk sebuah program kreatif.

d. *Job desk* para anggota/*crew*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan SW mengenai *job desk/tugasnya* sebagai

anggota/crew Tim Kreatif. Informan SW mengatakan bahwa *job desk*/tugas yang dipegang oleh masing-masing anggota bisa sampai 3 program acara, dan minimalnya 1 program acara.

Kemudian peneliti mewawancarai informan DH yang mengatakan bahwa *job desk*/tugas yang diterima oleh para anggota/crew itu berdasarkan dari lembaran tugas atau *job desk*-nya. Kemudian mereka nanti akan mengerjakan tugasnya sesuai dengan *story board* atau *story line*. Misalkan *cameraman*, bagaimana tugasnya dalam pengambilan gambar tertentu, kemudian *editor*, dan *script writer*.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa masing-masing dari *crew*/anggota terutama setelah ditetapkan sebagai anggota Tim Kreatif, mereka akan menjalankan tugasnya berdasarkan *story board* atau *story line*-nya masing-masing.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, para anggota tentunya memiliki *job desk*-nya masing-masing yang mana sudah sesuai dengan *story board* atau *story line* yang ada.

e. Keterlibatan anggota/crew Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan SW mengenai keterlibatan anggota/crew Tim Kreatif. Informan SW mengatakan bahwa sebagai anggota yang sudah diberikan tugas terkadang harus bisa menjalankan tugas yang lainnya bilamana diperlukan oleh bagian lainnya apalagi dikarenakan sedikitnya anggota/crew yang ada, sehingga semuanya harus berjibaku untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan. Misalkan seorang *editor* harus bisa menjadi *soundman*, MCR, ataupun *Cameraman*.

Kemudian peneliti mewawancarai informan DH juga mengatakan bahwa untuk program siaran *live* atau siaran langsung ini juga tergantung kepada bentuk siaran langsungnya. Misalkan, jika siaran langsungnya di studio yang mana dalam prosesnya itu ada

*cameraman*, ada *lightman*, *soundman*, dan ada MCR atau operator. Sedangkan jika siaran langsungnya bersifat *outdoor* atau di lapangan atau di masjid atau ada *event* lainnya seperti *tabligh akbar* dan yang lainnya maka disana juga ada timnya yang turun ke lapangan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa para *crew/anggota* terlibat dalam berjalannya siaran Surau TV. Untuk yang di studio maka akan dipersiapkan bagian bagiannya seperti *cameraman*, *lightman*, *soundman*, dan operator, dan kemudian untuk yang ditugaskan diluar studio maka akan ada timnya yang turun ke lapangan.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, semua anggota yang telah dipilih untuk menjadi Tim Kreatif pasti semuanya akan terlibat. Dikarenakan sedikitnya anggota/*crew* Surau TV, maka semuanya akan terlibat walaupun tidak menjadi Tim Kreatif dikarenakan dalam sebuah siaran program baik itu di studio maupun di lapangan, diperlukan juga para anggota yang bertugas untuk menjadi operator untuk menyiarkan siaran tersebut.

### **3. Awal Mula Surau TV sebagai Televisi Dakwah serta Faktor Pendukung dan Penghambat Surau TV dalam Menyebarkan Dakwah.**

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

#### **a. Penamaan Surau TV**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai penamaan Surau TV. Informan P mengatakan bahwa penamaan Surau TV berasal dari kata Surau, yaitu nama sebuah tempat yang digunakan oleh masyarakat Minangkabau untuk beribadah. Tidak hanya itu, ternyata surau juga digunakan sebagai sarana untuk menggali ilmu serta mempelajari *silek/silat* oleh para pemuda Muslim Minangkabau.



Analisis dari pernyataan diatas adalah bahwa penamaan surau TV berasal dari kata Surau yang berarti sebuah sarana ibadah dan menggali ilmu agama serta untuk mempelajari ilmu beladiri.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, surau adalah sebuah sarana yang digunakan oleh masyarakat Minangkabau dahulu. surau digunakan sebagai sarana dalam menyebarkan dakwah Islam seperti menggali ilmu agama dan juga digunakan untuk mempelajari ilmu lainnya seperti ilmu *Silek/Silat* bagi para pemuda Muslim Minangkabau.

b. Memilih di bidang dakwah

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai alasan Surau TV ingin berjalan di bidang dakwah. Informan P mengatakan bahwa alasan untuk menjadikan Surau TV menjadi televisi yang berjalan di bidang dakwah adalah disebabkan oleh fenomena yang ada pada sekarang ini. Surau pada saat ini sudah ditinggalkan oleh kebanyakan masyarakat, surau hanya digunakan untuk melaksanakan solat lima waktu saja, terkadang hanya tiga waktu saja dan juga masyarakat tidak menggunakan surau sebagai sarana pendidikan. Maka dari itu, Surau TV ingin membangkitkan kembali filosofi dari surau itu sendiri yaitu sebagai sarana untuk beribadah dan belajar ilmu agama yang baik dan benar, yaitu sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan JA yang mengatakan bahwa, dikarenakan banyaknya televisi diluar saat ini menayangkan tayangan-tayangan yang kurang baik. Maka dengan adanya Surau TV yaitu ingin menjadi televisi utama untuk masyarakat dengan menayangkan konten-konten yang bermanfaat dan bisa menjadi contoh oleh masyarakat khususnya di Padang dan umunya di Indonesia.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa hadirnya Surau TV sebagai televisi dakwah adalah sebagai tayangan utama bagi masyarakat dikarenakan banyak tayangan-tayangan yang kurang baik untuk ditonton. Kemudian Surau TV juga ingin membangkitkan kembali filosofi dari surau itu sendiri yang telah ditinggalkan oleh kebanyakan masyarakat sebagai sarana beribadah dan menggali ilmu agama.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, Surau TV ingin menjadi televisi prioritas yang mampu menghadirkan tayangan-tayangan yang sesuai dengan tuntunan al-Qur'an dan Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* serta mampu dicontoh oleh umat/masyarakat luas.

c. Corak dakwah yang disiarkan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai bentuk kegiatan yang dilakukan Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Informan P mengatakan bahwa corak dakwah yang disiarkan oleh Surau TV memiliki beberapa pola siaran seperti menayangkan kajian para ustadz untuk menambah pemahaman agama, kemudian *murattal* untuk membantu pemirsa dalam menghafal al-Qur'an, serta program-program kreatif untuk menarik perhatian masyarakat yang dikemas oleh Surau TV dengan tayangan yang menghibur tapi berilmu.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan JA yang juga senada dengan jawaban yang diatas. Informan JA menambahkan bahwa Surau TV memiliki kegiatan dakwah seperti kegiatan dakwah di lapangan dengan mengadakan kajian, safari dakwah, *tabligh akbar*, dan penyebaran bantuan untuk saudara-saudara yang membutuhkan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa Surau TV memiliki dakwah yang beragam, yaitu dengan memasuki segala aspek. Tidak hanya dengan menyiarkan tayangan-tayangan dakwah kepada para pemirsa, tetapi juga Surau TV melakukan kegiatan

dakwah di lapangan dengan mengadakan kajian, *tabligh akbar*, safari dakwah dan membantu saudara-saudara yang membutuhkan.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, Surau TV memiliki dua bentuk kegiatan yaitu kegiatan pokok dan opsional. Kegiatan pokok yaitu berupa kegiatan siaran seperti kajian *live/langsung* dari para ustadz, *tabligh akbar*, safari dakwah, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Kemudian untuk kegiatan opsional yaitu dengan melakukan kegiatan kemasyarakatan/sosial yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan.

d. Usaha yang Surau TV lakukan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai usaha yang telah dilakukan Surau TV untuk menyebarkan dakwah. Informan P mengatakan bahwa usaha yang dilakukan Surau TV dalam menyebarkan dakwah adalah dengan mengemas konten siaran semenarik mungkin bagi masyarakat. Televisi-televisi dakwah sudah banyak dimana-mana, tetapi bagaimana Surau TV mampu menjadi televisi yang memiliki khas tersendiri untuk masyarakat. Selain itu, usaha yang dilakukan oleh Surau TV adalah dengan merambah ke media sosial dengan bertujuan untuk promosi siaran sehingga tayangan Surau TV bisa meluas ke seluruh media.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan JA dengan jawaban yang berbeda yaitu dari segi usaha mungkin sudah cukup banyak. Surau TV sudah bekerjasama dengan para *Da'I* atau ustadz yang ada di beberapa daerah di Sumatera Barat maupun nasional. Jadi ketika ustadz yang bersangkutan melakukan kajian *live/langsung* di daerahnya masing-masing, maka kami akan menyiarkan kajian tersebut.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah bahwa usaha Surau TV dalam menyebarkan dakwah sudah sangat banyak, mulai

televisi dakwah yang memiliki ciri khas sendiri, mengemas tayangan-tayangan dengan semenarik mungkin, merambah ke media sosial, dan juga melakukan kerjasama dengan para *Da'i* atau ustadz yang ada di Sumatera maupun Nasional yang bertujuan untuk menyebarkan dakwah Islam ke seluruh Indonesia.

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, usaha yang telah dilakukan Surau TV ialah dengan selalu berusaha mengemas konten-konten yang menarik dan berbeda agar masyarakat tertarik. Kemudian Surau TV juga melakukan promosi siaran dengan merambah ke media sosial yang juga bertujuan untuk menyebarkan dakwahnya melalui media sosial dan Surau TV juga melakukan kerjasama dengan para *Da'I* atau ustadz di beberapa daerah di Sumatera Barat maupun nasional.

e. Proses penayangan Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai siapa yang merancang program-program dakwah untuk Surau TV. Informan P mengatakan bahwa sebelum bisa dinyatakan layak tayang terhadap suatu tayangan, maka ada tahap-tahap atau tingkatan-tingkatan yang harus dilalui. Mulai dari menyampaikan ide bersama, yaitu dengan memberikan kesempatan kepada para karyawan/*crew* untuk menyampaikan idenya mengenai program acara apa yang ingin ditayangkan. Kemudian didiskusikan bersama dengan membahas satu persatu mengenai program acara yang akan disiarkan, dan setelah itu akan dijalankan proses verifikasi dari direktur mengenai program acara yang akan disiarkan. Jika disetujui oleh direktur, maka akan dilakukannya pengambilan gambar atau rekaman, kemudian juga akan masuk kedalam proses *editing*, dan *quality control* yang bertujuan untuk mengecek kualitas program acara yang akan ditayangkan, apakah layak tayang atau tidak.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan JA yang juga senada dengan jawaban diatas. Informan JA menambahkan dengan mengatakan bahwa setelah disetujui oleh direktur mengenai program acara yang sudah disepakati bersama maka akan ada dilakukan pengambilan gambar, video, rekaman, dan juga beberapa *footage* baik dari Youtube maupun sumber yang lain.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, Surau TV memiliki tahap-tahap atau tingkatan-tingkatan pada sebuah penayangan program acara. Para karyawan/*crew* akan dipersilahkan untuk menuangkan ide atau inspirasinya mengenai program acara apa yang ingin ditayangkan, setelah disepakati secara bersama maka akan dilakukan verifikasi oleh pihak direktur. Jika disetujui oleh direktur, maka akan dilakukan pengambilan *footage-footage* atau sumber baik berupa gambar, video, rekaman dan yang lainnya. Kemudian akan masuk kedalam proses *editing* dan juga *quality control* yang bertujuan untuk mengecek kualitas program apakah layak atau tidak.

Kesimpulan yang bisa peneliti ambil adalah, Surau TV memiliki tahapan-tahapan dalam pembuatan sebuah program acara yang bertujuan supaya program yang ditayangkan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati dan berkualitas.

f. Bentuk tayangan yang Surau TV siarkan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai penayangan program-program dakwah. Informan P mengatakan bahwa Surau TV memang menghadirkan program-program dakwah yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah serta manhaj para *Salafush Shalih*. Artinya Surau TV tidak menghadirkan tayangan-tayangan yang sifatnya hanya menghadirkan urusan keduniaan, tetapi bagaimana setiap program yang diberikan dapat mengajak dan mengingatkan umat akan akhirat.

Berbeda dengan jawaban yang diberikan oleh informan JA dengan mengatakan bahwa tayangan yang diberikan kepada pemirsa adalah program-program dakwah, tetapi Surau TV mengemasnya dengan kreatif mungkin, misalnya dengan menayangkan sebuah tayangan tata cara wudhu atau shalat yang kemudian diberikan sebuah ilustrasi atau adengan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah Surau TV sebagai televisi dakwah yaitu menyiarkan tayangan-tayangan yang tidak hanya menghadirkan tayangan-tayangan yang berbau keduniaan tetapi juga yang berhubungan dengan akhirat. Tayangan-tayangan tersebut akan dikemas oleh Surau TV dengan semenarik mungkin.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, sesuai dengan visi dan misi Surau TV, memang program-program yang ditayangkan adalah program dakwah yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah serta manhaj para *Salafush Shalih*. Akan tetapi, disamping kita Surau TV mengemas program-program dakwah tersebut kreatif mungkin.

g. Basis dakwah yang disiarkan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai dakwah seperti apa yang disiarkan oleh Surau TV. Informan P mengatakan bahwa dasar atau basis dakwah yang disiarkan adalah *Ahlusunnah Wal Jama'ah* yang bernuansakan Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah. Dakwah disiarkan juga bertujuan untuk menambah wawasan serta memperbaiki ibadah kaum muslimin.

Kemudian peneliti juga mewawancarai informan JA yang senada dengan jawaban diatas. Informan JA mengatakan bahwa dakwah yang Surau TV siarkan adalah dakwah yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para sahabat/*Salafush Shalih*.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah dasar dari dakwah yang disiarkan adalah *Ahlusunnah Wal Jama'ah* yang

bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah. Dakwah ini bertujuan untuk mengajak masyarakat kembali kepada ajaran Islam serta bisa mengamalkannya.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, dakwah yang disiarkan Surau TV ialah tayangan bernuansakan pendidikan Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para sahabat/*Salafush Shalih*.

h. Keikutsertaan para *Da'i* dalam menyebarkan dakwah

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai keikutsertaan para *Da'i* bagi Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Informan P mengatakan bahwa para *Da'i* yang ikut serta adalah para *Da'i* yang kompeten, yang punya komitmen untuk berada diatas al-Qur'an dan Sunnah serta mengikuti jejak para *Salafush Shalih*. Para *Da'i* menyampaikan materi dengan merujuk referensi-referensi yang *mu'tabar* (terjamin), yang sudah terjamin rujukan dalil-dalilnya.

Berbeda dengan jawaban informan JA yang mengatakan bahwa Surau TV memberikan ruang khusus bagi para *Da'i*, terutama *Da'i-Da'i* muda yang ada di Sumatera Barat. Surau TV mengajak para *Da'i* muda tersebut untuk ikut berpartisipasi dengan Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah para *Da'i* yang ada Surau TV harus memiliki komitmen dalam menyebarkan dakwahnya. Karena dakwah adalah hal penting, yaitu mengajak masyarakat untuk kembali kepada pemahaman yang benar yaitu sesuai dengan tuntunan Rasulullah *Shalallahu 'Alaihi Wasallam*.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, Surau TV memberikan peluang bagi para *Da'i* yang tentunya kompeten serta memiliki komitmen untuk menyampaikan dakwah yang sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para *Salafush Shalih*. Terlebih

Surau TV juga ingin para peluang bagi para *Da'i* yang ada di Sumatera Barat terutama para *Da'i* muda untuk ikut berpartisipasi dengan Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

i. Mitra dakwah yang dituju

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai adanya sasaran khusus bagi mitra dakwah/*Mad'u* bagi Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Informan P mengatakan bahwa Surau TV tidak mengkhususkan mitra dakwah/*mad'u* yang dituju. Surau TV juga tidak mengajak kepada pribadi, ulama atau ustadz tertentu. materi yang disiarkan adalah bagaimana seluruh umat bisa sampai terhadap materi-materi dakwah yang disiarkan.

Senada dengan jawaban yang diatas, informan JA juga mengatakan bahwa sebenarnya semua orang adalah sasaran dakwah bagi Surau TV, dimana pun mereka berada, karena dakwah ini perlu disebarkan. Agar masyarakat tau bahwa ternyata agama Islam seperti ini, yang sesuai dengan tuntunan Nabi kita Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* agar masyarakat juga terhindar dari *syirik*, *bid'ah*, dan sebagainya.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah Surau TV menyebarkan siaran dakwahnya tanpa mengkhususkan siapa yang berkah untuk menerima dakwahnya. Dakwah ini memang disiarkan untuk umat dengan tujuan bisa mengikuti ajaran Islam ini sesuai dengan tuntunan Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dan juga supaya terhindar dari *syirik*, *bid'ah* dan sebagainya.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, Surau TV menayangkan serta menghadirkan tayangan-tayangan dakwah untuk seluruh umat muslim. Surau TV tidak mengkhususkan kepada pribadi, ulama atau ustadz tertentu dalam menyebarkan dakwahnya agar umat mampu memahami akan Islam yang sesuai dengan ajaran Nabi



*Shallallahu 'Alaihi Wasallam* serta terhindar dari perbuatan *syirik*, *bid'ah* dan sebagainya.

j. Jangkauan siaran dakwah

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan P mengenai jangkauan siaran dakwah Surau TV. Informan P mengatakan bahwa alhamdulillah berkat rahmat Allah *Subhaanahu Wa Ta'ala*, bantuan dari para kaum muslimin, serta kawan-kawan *crew* semuanya untuk memajukan dakwah Islam ini, karena siaran Surau TV sekarang ini bisa dinikmati tidak hanya di daerah Sumatera Barat atau Kota Padang saja. Tetapi alhamdulillah seluruh nusantara, selagi mereka menggunakan antena parabola bisa. Bahkan di luar negeri sekalipun, Surau TV dapat dijangkau oleh siapapun. Dengan teknologi saat ini seperti adanya sosial media seperti Youtube, Instagram, dan Facebook pun siaran Surau TV dapat diakses.

Senada dengan jawaban yang diatas, informan JA juga mengatakan bahwa Surau TV bisa diakses di daerah manapun di Indonesia, selagi mereka menggunakan parabola. Surau TV juga bisa diakses di luar negeri seperti Malaysia, Australia, dan negara lainnya.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah jangkauan siaran dakwah Surau TV sudah bisa dinikmati oleh seluruh pemirsa baik yang ada di nusantara, tetapi juga luar negeri. Siaran dakwah Surau TV juga bisa diakses melalui seluruh media sosial. Ini semua dilakukan agar dakwah yang disiarkan dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambill adalah, siaran Surau TV bisa dinikmati di daerah manapun di Indonesia dan bahkan di luar negeri. Surau TV bisa dinikmati jika menggunakan parabola karena Surau TV adalah televisi satelit, dan juga saat ini Surau TV bisa diakses di media sosial.

k. Kerjasama dengan pihak lainnya

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kerjasama antara Surau TV dengan pihak-pihak lainnya. Informan DH mengatakan bahwa Surau TV melakukan kerjasama. Kerjasama yang dilakukan sangatlah banyak, mulai dari KEMENAG RI Sumatera Barat dengan ruang lingkup KUA, MUI (Majelis Ulama Indonesia), PEMDA dan PEMKO Kota Padang, dan lain-lain.

Kemudian peneliti juga mewawancari informan J dengan jawaban yang berbeda dari yang diatas. Informan J mengatakan bahwa secara umum, kita bekerja sama dengan pihak-pihak di daerah dalam menyebarkan dakwah seperti di Solok, Payakumbuh, Pesisir Selatan, dan beberapa daerah lainnya dalam menyebarkan dakwah.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah kerjasama yang dilakukan sebagai Surau TV kepada pihak-pihak lainnya juga merupakan sebuah cara agar dakwah bisa menyebar.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, selama ini Surau TV sudah banyak melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang ada di pemerintahan, asosiasi yang berjalan di bidang dakwah, daerah-daerah serta media-media *online*.

l. Bentuk kerjasama

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai bentuk kerjasama antara Surau TV dengan pihak-pihak lainnya. Informan DH mengatakan bahwa bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan Surau TV adalah dengan menjalankan beberapa program dengan pihak-pihak terkait seperti KUA Padang Utara yang kemudian dijadikan sebagai sebuah program siaran *live* yang diisi oleh penghulu atau kepala KUA itu sendiri yaitu “KUA Menjawab”, program ini membahas problematika rumah tangga sekaligus bentuk sosialisasi mengenai pernikahan. Kemudian

Surau TV memiliki sebuah program yang bernama “Dialog Publik” yang mana Surau TV memberikan ruang kepada pihak-pihak terkait seperti pemerintahan dan lainnya jika ingin melakukan sosialisasi program mereka, ataupun melakukan promosi.

Berbeda dengan informan J yang mengatakan bahwa bentuk kerjasama yang dilakukan oleh Surau TV dengan pihak-pihak lainnya adalah dalam bentuk sosial yaitu dengan melakukan penggalangan dana yang kemudian akan didonasikan kepada para saudara kita yang ada di daerah-daerah terpencil seperti Mentawai, dan pengadaan konten seperti kajian rutin yang kemudian akan siarkan melalui Surau TV.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, Surau TV tidak hanya sebatas melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang terkait, akan tetapi Surau TV juga menjadi wadah bagi mereka. Misalkan pemerintah, ketika mereka sedang melakukan sosialisasi mengenai program mereka maka Surau TV siap membantu.

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, bentuk kerjasama yang telah dilakukan oleh Surau TV ialah dalam bentuk pengadaan konten atau program siaran dengan pemerintahan atau yang lainnya, serta dalam bentuk sosial dalam rangka penyebaran dakwah.

#### m. Kerjasama

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kerjasama seperti apa yang dilakukan oleh pihak-pihak lainnya terhadap Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa kerjasama yang dilakukan Surau TV dengan pihak lainnya yaitu Surau TV pernah diminta untuk menjadi pemateri oleh Dinas KOMINFO Padang Panjang. Surau TV juga pernah mengisi seminar, dan juga pernah melakukan kerjasama dalam hal peliputan seperti peliputan acara *tabligh akbar* dari protokoler Provinsi Sumatera Barat dengan mengundang Ustadz Ahmad Zainuddin. Surau

TV juga pernah dijadikan sebagai *media partner* oleh lembaga-lembaga sunnah se-Indonesia dalam penyaluran bantuan kemanusiaan untuk para saudara-saudara kita yang ada di Donggala dan Lombok saat itu. Kemudian juga adanya kerjasama KEMENAG Kepulauan Mentawai dengan Surau TV yaitu dengan diamanahkannya Surau TV untuk menjadi pemateri dalam pembinaan *Da'i*.

Senada dengan jawaban yang diatas. Informan J juga menambahkan bahwa kerjasama yang dilakukan pihak lain terhadap Surau TV ialah dengan mempercayakan kami untuk menjadi penyalur donasi maupun bantuan untuk saudara-saudara kita yang terkena bencana dengan memberikan baju, dan sembako. Lalu ada juga kerjasama yang dilakukan pihak lain kepada kita dalam bentuk transportasi, yaitu mereka memberikan transportasi seperti motor dan mobil untuk berjalannya proses dakwah dan ada juga kerja sama dari sebuah *brand* busana muslim yaitu SAMASE yang memberikan kostum atau baju bagi para pegawai/*crew*. Kemudian kerjasama yang dilakukan oleh pihak lain seperti pemerintah kepada kami ialah dengan memberikan edukasi baik itu dari Dinas Kesehatan ataupun Dinas lainnya yang kemudian akan kami siarkan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah kerjasama yang dilakukan oleh Surau TV tidak hanya berupa dukungan semata, tetapi juga berupa dukungan dalam bentuk materi, baik itu pemberian kendaraan transportasi maupun pakaian muslim.

Kesimpulan yang peneliti bisa ambil adalah, pihak-pihak lain melakukan beragam kerjasama dengan Surau TV, baik itu dari pemerintahan, lembaga-lembaga keagamaan, sosial maupun *brand* pakaian.

n. Fasilitas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai fasilitas yang ada di Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa saat ini Surau TV telah memiliki fasilitas yang memadai seperti gedung, peralatan siaran seperti kamera, komputer untuk proses *editing*, peralatan untuk liputan seperti *lighting*, *audio* baik itu dalam bentuk *software* maupun *hardware*, akses internet yang cepat, server sendiri untuk siaran, dan alat transportasi yang memadai.

Senada dengan jawaban diatas. Informan J menambahkan bahwa untuk fasilitas saat ini boleh dikatakan cukup untuk menunjang kegiatan dakwah. Surau TV sudah mempunyai transportasi seperti motor dan mobil.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, dengan adanya fasilitas-fasilitas yang Surau TV miliki, tentu akan meningkatkan kinerja para karyawan/*crew* dalam menjalankan tugasnya.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, Surau TV sudah memiliki fasilitas yang sangat memadai untuk keberlangsungannya dalam menyebarkan dakwah. Baik itu dari gedung yang presentativ, transpotasi yang cukup, alat-alat *broadcasting* yang lengkap, komputer untuk proses editing yang memadai dan lain-lain.

o. Standar instrumen/alat-alat penyiaran Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai standar instrumen atau alat-alat yang dimiliki Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa alat-alat yang SurauTV miliki sudah memenuhi standar penyiaran. Seperti kamera yang sudah memiliki standar *broadcasting*, komputer dengan spek tinggi untuk proses *editing*, dan peralatan untuk liputan yang memadai

seperti *lighting*, *audio* baik itu dalam bentuk *software* maupun *hardware*.

Senada dengan jawaban yang diatas. Informan J menambahkan bahwa Surau TV sudah masuk standar karena Surau TV sudah memiliki kamera profesional, Surau TV sudah punya *sound system* dan *audio* sendiri. Sistem *editing* juga dan untuk produksi standar sudah memenuhi, sehingga Surau TV sudah bisa memproduksi konten-konten sendiri, lebih kreatif dan berinovasi.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah Surau TV saat ini sudah memiliki alat-alat siaran yang memenuhi standar, dengan adanya alat-alat tersebut maka akan memudahkan Surau TV untuk membuat atau memproduksi konten-konten yang diinginkan.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, alat-alat atau instrumen yang dimiliki oleh Surau TV sudah memenuhi standar yaitu dengan kamera yang memenuhi standar *broadcasting*, komputer untuk *editing*, dan alat-alat pendukung lainnya.

p. Kemampuan para anggota/*crew* Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kemampuan anggota/*crew* di bidangnya masing-masing. Informan DH mengatakan bahwa saat ini Surau TV memiliki lebih kurang 16 karyawan dan mereka memiliki kemampuan masing-masing. Ada yang *background*-nya IT, ada yang di *broadcasting*, ada yang *backgroundnya* di *programmer*, ada yang di *cameraman*, dan ada juga yang pendidikan. Untuk pendidikan para pegawai ada yang SMA, S1, dan S2.

Senada dengan jawaban yang diatas. Informan J menambahkan bahwa sejauh ini untuk *crew* punya *skill* masing-masing, baik itu di bidang *cameraman*; *editing*, serta *host*. Maka dengan begitu mereka sudah mempunyai standar di bidangnya masing-masing walaupun kami juga masih dalam tahap belajar

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, sebagai perusahaan televisi, Surau TV harus memiliki pegawai/*crew* yang memang memiliki kemampuan yang ada kaitannya dengan televisi. Karena dengan demikian, Surau TV mengoperasikan perusahaannya dengan baik.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, Surau TV memiliki 16 *crew*/anggota. Mereka memiliki kemampuan yang mumpuni di bidangnya, baik itu dari *cameraman* sampai *editor*. Maka, dengan begitu pun mereka ketika melakukan perekrutan bagi para calon *crew* akan disuruh untuk mendemokan alat-alat yang ada. Sehingga dengan begitu, para *crew* bisa siap untuk bekerja dengan baik.

q. SDM para anggota/*crew* Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kebutuhan SDM para anggota/*crew* Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa saat ini para anggota/*crew* Surau TV untuk status mereka rata-rata sudah menjadi karyawan tetap dan mereka mendapatkan gaji yang sudah mendekati standar UMR, karena kami televisi dakwah bukan televisi komersial yang mana sumber pendanaan para anggota/*crew* adalah dari donator, dari kaum muslimin sehingga kita tidak ada iklan komersial di dalamnya, karena itu untuk *salary* kawan-kawan atau penggajian, kita mengusahakan untuk para *crew* agar mendapatkan gaji yang layak, setidaknya 90% mendekati UMR di Kota Padang.

Senada dengan jawaban diatas. Informan J juga mengatakan bahwa kalau dibilang tercukupi, pasti tidak sepenuhnya kira-kira 80-90%. Untuk *salary* yang para pegawai/*crew* terima adalah *full* dari para donatur kita. Memang jika dibandingkan dengan televisi swasta lainnya untuk pendapatannya itu ada di iklan, kalau kita tidak ada iklan, kita bersih dari iklan. Jadi kita mendapatkan dari para donatur tetap maupun lepas. Karena Surau TV ini dibawah yayasan, maka

untuk status dari karyawan itu terbagi menjadi dua yaitu kontrak dan tetap. Untuk kontrak, poin poin tunjangan tidak sama dengan pegawai tetap seperti tidak mendapatkan tunjangan rumah, anak, dan beras. Kalau untuk pegawai tetap, untuk tunjangan itu semua serta kesehatan pun ada.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah SDM para pegawai/*crew* Surau TV sudah bisa dikatakan baik, dikarenakan adanya tunjangan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pegawai/*crew*. Akan tetapi, jika dilihat dari gaji yang di dapat masih belum bisa dikatakan cukup dikarenakan jika dilihat dari gaji UMR di Kota Padang, perusahaan hanya bisa memberikan 80-90% dari standar UMR, karena Surau TV bukanlah televisi komersil dan Surau TV mendapatkan bantuan serta dukungan dari para donatur.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, untuk SDM para *crew*/anggota bisa dikatakan terpenuhi dikarenakan mereka terutama para pegawai tetap tidak hanya mendapat gaji pokok saja, tetapi mereka juga mendapatkan seperti tunjangan rumah, tunjangan untuk anak, beras, serta tunjangan kesehatan dan sedangkan untuk pegawai kontrak hanya mendapatkan gaji pokok. Gaji para pegawai berasal dari para donatur, baik itu tetap maupun lepas, sehingga Surau TV mengusahakan untuk *salary* bagi para pegawai bisa mendekati UMR di Kota Padang”.

r. Pengelolaan SDA pada lingkungan sekitar Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai SDA yang ada di lingkungan sekitar Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa saat ini Surau TV yang berlokasi di Jalan Belanti Barat 6 No. 12 Kelurahan Lolong Belanti, Padang. Disini kita mendapatkan kondisi lingkungan yang sangat baik, kondusif, hubungan dengan para tetangga juga baik dengan bapak RT maupun RW. Bapak RT maupun RW juga sangat terbuka dengan kita,



ketika ada sesuatu yang dibutuhkan oleh mereka, maka kita membantu mereka. Kita disini juga dekat dengan surau, sehingga kita juga sangat dekat dengan para pengurus surau. Kemudian dengan adanya program-program sosial dengan lingkungan warga sekitar yaitu ketika bulan Ramadhan kami selalu membagikan pebukaan seperti berbagi kurma, dan ketika hari raya haji juga kita melakukan tebar kurban. Sehingga dengan lingkungan sekitar maka hubungan sangat terjalin dengan baik.

Senada dengan jawaban yang diatas. Informan J juga mengatakan bahwa untuk komunikasi dengan masyarakat sekitar Surau TV itu alhamdulillah kita mempunyai hubungan yang erat. Baik itu dari Surau TV ke masyarakat maupun dari masyarakat ke Surau TV. Ini menandakan bahwa kita disambut dengan baik atas hadirnya Surau TV. Tidak adanya cekcok ataupun masalah.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, SDA atau lingkungan sekitar dari Surau TV bisa dikatakan baik. Dikarenakan selama berjalannya proses siaran tidak ada masalah yaitu warga sekitar. Surau TV juga memiliki hubungan yang baik dengan warga sekitar. Ini akan menjadi nilai plus, karena disamping adanya hubungan yang baik, dakwah juga akan mudah untuk disebarkan.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, Surau TV mampu mengolah SDM-nya dengan baik seperti terjalinnya hubungan antara Surau TV dengan masyarakat maupun masyarakat sekitar dengan Surau TV dan lingkungan sekitar studio Surau TV dengan melakukan gotong royong agar lingkungan terjaga dengan baik.

s. Kualitas siaran Surau TV

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kualitas siaran Surau TV. Informan DH mengatakan bahwa untuk saat ini kita bersiaran di Satelit Telkom 4 di Frekuensi 3720 *Symbol Rate* 32727 dengan Polaritas Horizontal. Sejak kita bersiaran di Satelit Telkom 4, siaran Surau TV mengalami

peningkatan kualitas siaran karena yang sebelumnya ketika kita bersiaran dengan Satelit Palapa kita memiliki kualitas siaran HD 1280x720p. sedangkan kita di Satelit Telkom 4, Surau TV sudah berformat *full* HD yaitu dengan format 1920x1080. Tentu format diantara kedua ini memiliki perbedaan yang sangat kentara. Sehingga ketika kita bersiaran dengan *full* HD, siaran kita diterima oleh pemirsa itu semakin jernih, semakin jelas, dan tidak buram.

Senada dengan jawaban yang diatas. Informan J menambahkan bahwa untuk kualitas tayangan sudah jelas, suara juag jernih. Satelit kita juga sudah berpindah dari Satelit Palapa D menjadi Telkom 4. Semenjak adanya perpindahan satelit, siaran Surau TV pun menjadi lebih baik. Kita untuk melihat siaran ini juga melakukan komunikasi dengan para pemirsa. Kita minta tanggapan para pemirsa dengan mengirimkan sms ke nomer Surau TV, sehingga ada interaksi tentang kualitas siaran yang diterima di daerah-daerah. Akhir-akhir ini, tanggapan tersebut banyak yang positif.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, kualitas siaran Surau TV sudah mengalami banyak peningkatan dari sebelumnya. Kualitas siaran yang dimiliki sudah sangat baik dan juga mendapatkan respon baik dari para pemirsa.

Kesimpul yang peneliti ambil adalah, semenjak bulan Agustus 2020 Surau TV memiliki kualitas yang sangat baik dikarenakan adanya perubahan Satelit dari Palapa D menjadi Telkom 4 yang berarti juga mempengaruhi format kualitas itu sendiri yaitu dari HD menjadi *full* HD. Sehingga dengan adanya respon positif dari para pemirsa mengenai kualitas siaran tersebut.

t. Kendala ketika siaran

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan DH mengenai kendala yang Surau TV temukan ketika siaran sedang berlangsung. Informan DH mengatakan bahwa

yang namanya kendala saat siaran apalagi dengan teknologi tentu kita akan menemukan beberapa kendala. Kendala yang paling rawan itu adalah terputusnya koneksi internet. Karena kita melakukan sistem seperti *live streaming*, di jam-jam tertentu ketika *traffic* penggunaan internet itu padat, maka akan adanya sedikit gangguan terhadap kualitas internet tersebut. Sehingga menyebabkan siaran tersebut menjadi agak terganggu seperti tersendat. Untuk mengakali kendala ini, Surau TV memisahkan koneksi untuk *server* internet dan penggunaan bagi karyawan. Sehingga setelah kita melakukan pemisahan jalur internet, khusus untuk jalur *server*, dan khusus untuk penggunaan karyawan, maka permasalahan tersebut dapat teratasi. Kemudian ada kendala dari listrik. Ketika listrik mati, maka siaran akan berhenti. Karena pada saat ini kita belum memiliki genset. Kemudian kendala dari *human error* adalah seperti program-program siaran yang dari pematerinya berhalangan untuk hadir, sehingga siaran tidak jadi tayang. Bisa juga kendala alam seperti saat ini yaitu dengan mewabahnya pandemi Covid-19. Maka saat ini, kendala yang kita temukan adalah berkurangnya intensitas peliputan untuk siaran Surau TV yang mana biasanya mengadakan *tabligh akbar*, dan kajian-kajian yang biasanya pada tiap bulannya bisa melakukan 10-15 kegiatan liputan keluar daerah. Pada saat pandemi sekarang hanya bisa melakukan 2 sampai 5 kegiatan liputan.

Senada dengan jawaban diatas. Informan J menambahkan bahwa kendala dari masyarakat diluar pun ada, namanya juga dinamika ilmu pasti ada yang tidak setuju. Tidak semua orang kita bisa terima pendapatnya, sehingga adanya terjadi penolakan dan ketidaksenangan.

Analisis dari pernyataan-pernyataan diatas adalah, kendala yang dialami Surau TV ketika siaran adalah terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya adalah kalau

listrik mati, maka siaran Surau TV tidak bisa beroperasi, kemudian juga jika pemateri berhalangan untuk hadir, maka acara harus ditunda dan diganti dengan acara lain. Faktor eksternalnya adalah pandemi yang terjadi saat ini. Aktifitas peliputan di lapangan menjadi berkurang. Kemudian adalah masyarakat, sebagai masyarakat majemuk, terkadang yang namanya tidak sependapat tentu ada. Biasanya beberapa dari masyarakat ada yang tidak suka dengan dakwah yang disebarkan oleh Surau TV. Ada yang mengatakan tidak pas, aneh, dan lain-lain.

Kesimpulan yang peneliti ambil adalah, kendala yang dialami Surau TV selama penyiaran sangat beragam yaitu mulai dari permasalahan yang ada di studio seperti pada jaringan internet dan listrik, namun dapat diatasi. Kemudian ada juga dari pemateri yang berhalangan hadir, serta adanya permasalahan pada *sound*. Untuk permasalahan lainnya ialah berkurangnya program liputan untuk kajian di luar daerah dikarenakan mewabahnya pandemi Covid-19 saat ini.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan analisis data tentang peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah. Penulis menemukan beberapa temuan yang di antara:

### **1. Tanggapan pemirsa terhadap tayangan Surau TV**

Berdasarkan penelitian yang peneliti dapatkan, banyak dari pemirsa yang tertarik dengan Surau TV dikarenakan Surau TV memiliki karakteristik yang khas sebagai televisi. Selain itu, Surau TV juga memiliki kebanyakan dari program-programnya yaitu menggunakan bahasa Minang, kemudian Surau TV juga menayangkan tayangan-tayangan yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Minangkabau yang dihubungkan dengan ajaran agama.

Pemirsa juga tertarik dengan para pemateri atau *Da'i* ketika menyampaikan ceramahnya. Materi yang disampaikan baik karena mereka menyampaikan materi yang sumbernya jelas yaitu berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para *Salafush Shalih*. Maka dengan begitu para pemirsa bisa mendapatkan wawasan yang luas terhadap agama Islam.

Para pemirsa juga mengatakan bahwa tayangan yang diberikan Surau TV sangatlah mendidik, dengan menyangkan tayangan yang mengenai tokoh ulama nusantara, sejarah agama, kajian, dan lain lain. Namun kebanyakan pemirsa masih banyak belum merasa terhibur dengan acara yang diberikan, karena kalau dilihat dari program acara yang menghibur jumlahnya masih sangat sedikit dibandingkan acara dakwah lainnya. Tentunya ini akan membuat para anak-anak muda bosan, dan Surau TV juga harus lebih banyak memiliki tayangan-tayangan berhubungan dengan anak-anak.

Hal ini menurut peneliti sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Effendy (1985:30) bahwa fungsi-fungsi dari media (televisi) adalah untuk menyampaikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).

Pemirsa juga mengatakan bahwa selama ini Surau TV sudah menjalankan siarannya dengan baik. Dakwah Sunnah bisa tersebar dengan luas dan diterima oleh masyarakat terutama di Sumatera Barat. Akan tetapi Surau TV juga harus lebih meningkatkan kualitas siaran menjadi lebih baik agar dakwah yang disiarkan oleh Surau TV bisa sampai ke semua kalangan masyarakat.

## 2. Peran Tim Kreatif Surau TV dalam menyebarkan dakwah

Peran menurut Marsam dkk dalam (Wulandari, 2013:1543) adalah tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat dan harus dilaksanakan sehingga dapat diartikan bahwa peran menyangkut suatu perilaku seseorang yang diharapkan dapat membuat suatu perubahan serta harapan yang mengarah kepada kemajuan,

meskipun tidak harus sesuai dengan apa yang menjadi tujuan akhir serta dapat menjadi tolak ukur dalam menjalankan tugas-tugas yang sudah menjadi tanggung-jawabnya, sehingga akan membuat seseorang dapat memaksimalkan kinerja dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Peran dari sebuah tim kreatif sangatlah penting, karena berjalan atau tidaknya sebuah program dengan baik melainkan adanya peran dari tim kreatif. Secara umum, di Surau TV tidak ada yang namanya tim kreatif. Namun, tim kreatif akan terbentuk jika ada sebuah program acara yang dijalankan. Ini disebabkan oleh sedikitnya pegawai/*crew* dari Surau TV itu sendiri. Walaupun demikian, pegawai/*crew* Surau TV tetap mampu menjalankan tugasnya dengan baik. Yaitu dengan berjibaku atau bekerja sama satu sama lain. Maka dengan adanya kerjasama dari para *crew/anggota*, sehingga dengan adanya harapan dan tujuan dimiliki oleh Surau TV akan terlaksana.

3. Awal mula Surau TV sebagai televisi dakwah, serta faktor pendukung dan penghambat Surau TV dalam menyebarkan dakwah.

Surau TV berasal dari kata surau yang bermakna sebuah sarana beribadah, menimba ilmu agama dan mempelajari beladiri oleh masyarakat di Minangkabau. Akan tetapi, dengan berjalannya waktu surau pada saat ini sudah ditinggalkan oleh kebanyakan masyarakat, surau pada saat ini hanya digunakan sebagai tempat beribadah shalat lima waktu saja dan kadang tiga waktu saja. Maka dari itu, Surau TV ingin kembali menghidupkan filosofi dari surau itu sendiri, yaitu menjadi televisi dakwah yang sesuai dengan tuntunan Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*.

Surau TV juga dikatakan sebagai *wasilah* (media dakwah), seperti yang dijelaskan oleh Munir dan Ilaihi (2006:32) bahwa *wasilah* adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *Ma'du* untuk menyampaikan ajaran kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasiah*. Munir dan Ilaihi juga mengutip Hamzah

Ya'qub bahwa *wasilah* dakwah dibagi menjadi lima macam yang diantaranya adalah *audiovisual*. *Audiovisual* adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film, *slide*, OHP, internet, dan sebagainya.

Basis atau dasar dakwah dari Surau TV adalah *Ahlusunnah Wal Jama'ah*, yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah serta pemahaman para sahabat. Dakwah yang disirkan TV juga mengkhususkan siapa *Mad'u* yang harus dituju. Surau TV menayangkan program-program dakwahnya tanpa menuju kepada pribadi, kiyai atau ustadz tertentu. Surau TV bertujuan untuk mengajak kembali masyarakat mengikuti apa yang dilakukan oleh Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*, dengan meninggalkan hal-hal yang berbau syirik, *bid'ah*, dan yang lainnya.

Hal ini menurut peneliti sesuai dengan pembahasan mengenai materi dakwah (*maddah*) yang disampaikan oleh Surau TV. El-Ishaq (2016:77-78) mengutip Moh. Ali Aziz bahwa materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek dakwah kepada obyek-obyek dakwah. Materi dakwah yang meliputi seluruh ajaran Islam yang termuat dalam al-Qur'an dan Sunnah Rasul, yang pokoknya meliputi tiga hal, pertama yaitu aqidah, aqidah adalah sistem keimanan kepada Allah *Subhaanahu Wa Ta'ala*, yang meliputi iman kepada Allah, kepada malaikat, kitab rasul, qadha dan qadar, dan hari akhir/kiamat. Sistem ini yang seharusnya menjadi landasan *fundamental* dalam sikap dan aktivitas serta perilaku sehari-sehari. Kedua yaitu syari'ah, syari'ah adalah serangkaian tuntunan atau ajaran Islam menyangkut tentang tata cara beribadah, baik langsung ataupun tidak langsung, meliputi pola hidup sehari-hari khususnya menyangkut hal yang boleh dan tidak boleh, yang dilarang, dianjurkan, dan dibolehkan, sebagai seorang. Syari'ah Islam merupakan seperangkat sistem ibadah sebagai manifestasi keimanan seseorang. Ketiga yaitu muamalah, muamalah yakni seperangkat sistem interaksi dan hubungan antar manusia, baik secara

individu maupun kelompok. Yang terakhir yaitu akhlaq, akhlaq yaitu menyangkut tata cara menghias diri dalam melakukan hubungan dengan Allah (ibadah) dan berhubungan dengan sesama manusia dan sesama makhluk. Pembahasan tentang akhlaq sangat luas karena menyangkut baik buruk, pantas dan tidak pantas, bahkan menyangkut rasa terhadap sesama. Dalam bahasa Arab, kata akhlaq dengan jamak *khuluq* dimaknai dengan budi pekerti, perangai, tingkah laku, dan tabi'at.

Ketika melakukan dakwah, tentu ada yang namanya faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung yang dilakukan Surau TV adalah dengan melakukan banyak kerjasama dengan berbagai pihak. Mulai dari pihak pemetintahan, sosial, dan yang lainnya. Kerjasama ini bertujuan untuk membantu Surau TV dalam menyebarkan dakwahnya secara luas dan merata. Untuk faktor penghambat yang diterima oleh Surau TV pun terdiri dari dua poin, yaitu poin internal. Poin ini adalah berhubungan dengan apa yang ada di dalam lingkup Surau TV. hambatan yang diterima oleh Surau TV dalam menyiarkan dakwahnya adalah biasanya dihadapi dengan internet yang bisa mempengaruhi kualitas siaran dan listrik yang bisa mempengaruhi berjalannya program yang disiarkan. Kemudian untuk faktor eksternal yang dihadapi oleh Surau TV pada saat ini adalah pandemi Covid-19 yang terjadi pada saat ini yang menyebabkan berkurangnya kegiatan liputan di lapangan, sehingga mengharuskan para pegawai/*crew* Surau TV untuk melakukan kegiatan produksi di studio Surau TV. Kemudian juga dengan masyarakat, ketika melakukan kegiatan dakwah terkadang ada masyarakat yang tidak berkenan dengan dakwah yang Surau TV siarkan, sehingga ini menjadi tantangan bagi Surau TV untuk berusaha mengemas dakwah dengan sebaik mungkin agar mudah diterima.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah disimpulkan bahwa pemirsa memiliki tanggapan yang baik mengenai tayangan yang disiarkan oleh Surau TV menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh Surau TV memiliki karakteristik yang khas dari televisi dakwah lainnya, memiliki *Da'i* atau ustadz yang memang kompeten di bidangnya, menarik tayangannya dan mendidik. Surau TV harus mampu untuk lebih meningkatkan serta mengemas acara yang ditayangkan agar lebih menghibur dan baik.

Peran Tim Kreatif Surau TV sangatlah berperan dalam berjalannya sebuah acara. Para pegawai/*crew* Surau TV mampu melakukan kerjasama dengan baik walaupun jumlah mereka tidak banyak sehingga Tim Kreatif Surau TV akan terbentuk bila ada sebuah program acara yang akan dibuat.

Sebagai televisi dakwah yang berada di tanah Minangkabau, peran yang dimiliki oleh Surau TV ialah bagaimana dakwah Islam ini bisa disebarkan melalui tayangan-tayangan yang disiarkan hingga sampai kepada masyarakat Sumatera Barat. Sebagai televisi dakwah, Surau TV memiliki kedudukan yang sangat penting dalam masyarakat. Surau TV harus mampu mengajak para mitra dakwah/*Mad'u* untuk mampu mengikuti Sunnah-sunnah Nabi *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* yaitu dengan mengikut tuntutannya dengan baik dan benar. Surau TV juga sangat berperan melalui para *Da'i*-nya untuk mengajak para masyarakat untuk menghindari dari perbuatan-perbuatan yang tercela seperti seperti, syirik, kurafat, dan yang lainnya.

Sebagai masyarakat yang majemuk, terkadang dakwah yang disiarkan Surau TV belum tentu untuk diterima dengan baik. Tentunya ini akan menjadi hambatan dan juga tantangan bagi Surau TV untuk bisa meningkatkan

kualitas dakwah disiarkan, agar masyarakat luas bisa menerimanya dengan baik.

Terlebih juga pada saat sekarang ini, yaitu dengan munculnya pandemi Covid-19 yang mengharuskan massa untuk mengurangi aktifitasnya di luar rumah. Tentunya ini akan mengurangi kegiatan peliputan bagi Surau TV di lapangan. Walaupun demikian, Surau TV harus tetap produktif dan kreatif, agar dakwah ini tetap bisa sampai, maksimal, dan dinikmati oleh para pemirsa.

## **B. Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap Peran Surau TV dalam menyebarkan dakwah, maka dapat diajukan beberapa saran:

1. Diharapkan agar tayangan-tayangan kreatif lebih banyak disiarkan supaya bisa menarik perhatian bagi para penontonnya untuk menerima dakwah Sunnah.
2. Diharapkan agar dakwah bisa dikemas menjadi lebih menghibur agar anak-anak muda tidak merasa bosan dan jenuh.
3. Diharapkan untuk lebih menambahkan program-program khusus anak-anak.
4. Diharapkan agar Surau TV menjadi televisi dakwah yang mampu memberikan solusi terhadap problematika-problematika yang ada di masyarakat.
5. Diharapkan agar Surau TV mampu meningkatkan SDM para *Da'i*, serta anggota/*crew*-nya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, A. dan Puspitasari, L. Media Televisi di Era Internet. *Jurnal ProTVF* 2(1): 101-110.
- Arif dkk. 2017. Televisi Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Al-Mishbah* 13(2): 245-276.
- Atabik, A. 2013. Prospek Dakwah Melalui Media Televisi. *Jurnal At-Tabsyir* 1(2): 191-209.
- Aziz, M. A. 2017. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.
- Budiman, A. 2013. *Industri Media Televisi*.  
[https://www.academia.edu/9195683/industri\\_media\\_televisi](https://www.academia.edu/9195683/industri_media_televisi) 28 Mei 2020 (09:26).
- Briggs. A. 2006. *Sejarah Sosial Media dari Gutenberg sampai Internet*. Yayasan Obor Indoensia, Jakarta.
- Bungin, B. M. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana. Jakarta.
- Cahyani, R. I. 2018. *Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.
- Effendy, O. U. 1985. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. CV. Remadja Rosda Karya, Bandung.
- El Ishaq, R. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Madani. Malang.
- Fatin, N. 2018. *Pengertian Peranan dan Teorinya*.  
<http://seputarpengertian.blogspot.com/2018/07/pengertian-peranan-dan-teorinya.html> 25 April 2020 (23:19).
- Habib, Z. 2014. *Pemberdayaan Potensi TV dan Internet Untuk Dakwah*.  
<https://zamrishabib.wordpress.com/2014/01/30/pemberdayaan-potensi-tv-dan-internet-untuk-dakwah/> 27 April 2020 (10:30).
- Hakim, L. 2016. *Pengertian Tim Kreatif Televisi*.  
<http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-tim-kreatif-televisi/> 14 Agustus 2020 (10:30).
- Jawas, B. A. Q. Y. 2006. *Syarah Aqidah Ahlus Sunnah Wal Jam'ah*. Pustaka Imam Syafi'i. Jakarta.
- Mufid, M. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana. Jakarta

- Munir, M. 2003. *Metode Dakwah*. Edisi Revisi. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Munir, M. dan Ilaihi, W. 2006. *Manajemen Dakwah*. Edisi Pertama. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Moleong, L. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nurchayati, Z. 2015. Televisi Sebagai Media Massa dan Pengaruhnya. *Jurnal Sosial* 16(2): 59-78.
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunkasi Massa*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Ritonga, A. H. 2015. Pengertian, Arah dan Tujuan Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Hikmah* 2(2): 83-98.
- Rivers, W. L. 2008. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Edisi Kedua. Kencana. Jakarta.
- Santi, S. O. 2017. *Surau TV, Alternatif Tontonan Pilihan Keluarga*. <https://www.metroandalas.co.id/berita-surau-tv-alternatif-pilihan-tontonan-keluarga.html> 12 Juli 2020 (22:25).
- Soyomukti, N. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-Ruzz Media. Jogjakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitaif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Alafabeta. Bandung.
- Sugono dkk. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa, Jakarta.
- Thoifah dkk. 2020. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Milenial*. Cetakan Pertama. UMM Press. Malang.
- Triwardani, R. 2011. Televisi Dalam Ruang Keluarga: Menyoal Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi dalam Konfigurasi Ruang Domestik. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8(2): 1-18.
- Wahid, A. 2015. Fenomena Dakwah di Televisi (Kajian dalam Dunia Infotaimnet). *Jurnal Dakwah Tabligh* 16(1): 67-77.
- Wulandari, S. 2013. Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Pelaksanaan MUSRENBANG di Kota Tarakan. *Ejournal Administrasi Negara* 1(4): 1540-1553.

Yani, A. 2008. *Peran TVRI Yogyakarta dalam Mensyi'arkan Agama Islam*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.