

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Hakikat Dakwah

Berbicara mengenai esensi merupakan berbicara mengenai sesuatu secara fundamental. Apakah seorang penyanyi dangdut yang menampilkan gerakan erotis di atas panggung ketika menyanyikan lagu yang mengajak untuk berbakti kepada Tuhan dapat dianggap sebagai seorang da'i? Jawabannya jelas, yaitu bahwa penyanyi tersebut membawakan lirik dakwah, namun pada hakikatnya ia tidak sedang berdakwah. Dakwah bukanlah sekadar kata-kata, melainkan ajakan psikologis yang berasal dari jiwa da'i. Meskipun kita sering menemukan banyak kegiatan dakwah, namun esensinya belum tentu merupakan dakwah sejati. Bahkan, bisa jadi kegiatan tersebut justru berlawanan dengan dakwah. Lalu, apa itu dakwah? Esensi dari dakwah dapat dilihat dari sudut pandang sang da'i dan juga makna yang dipahami oleh masyarakat yang menerima dakwah.<sup>1</sup>

Ismail R. al-Faruqi dan istrinya Lois Lamy Menguraikan inti pesan dakwah Islam menjadi tiga prinsip: kebebasan, logika, dan inklusivitas. Ketiganya berhubungan erat dan saling melengkapi. Setiap orang memiliki tujuan untuk meraih kebahagiaan dan kedamaian, dan mereka berjuang untuk mencapainya. Terkadang, mereka bersaing dan bahkan melakukan hal-hal yang sebenarnya dilarang untuk mencapai tujuan tersebut. Namun, mereka mungkin salah mengira bahwa kebahagiaan hanya akan tercapai ketika tujuan tersebut tercapai. Kebahagiaan yang seperti itu mungkin benar-benar terasa, tapi hanya bersifat sementara. Saya pernah mendengar pepatah: "bahagiannya manusia adalah ketika ia menggapai apa yang diinginkannya". Disinilah manusia harus memiliki gapaian yang positif, di mana agama memberikan bimbingan spiritual yang transendental.

Kebebasan sangat dijamin dalam agama Islam, termasuk kebebasan meyakini agama. Objek dakwah harus merasa bebas sama sekali dari ancaman, harus benar-benar

---

<sup>1</sup> Faizah dan Lalu Muchsin Efendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 12.

yakin bahwa kebenaran ini hasil penilaiannya sendiri. Termaktub dalam al-Quran:

*“Tak ada paksaan dalam agama. Kebenaran sudah nyata; Barang siapa menghendaki, biarlah dia beriman; dan barang siapa tidak menghendaki, biarlah dia kafir...barang siapa menerima dakwah, maka yang beruntung adalah dirinya sendiri; barang siapa menolaknya, maka yang celaka adalah dirinya sendiri, (QS. 2:256, 18:29, 39:41)*

Jelas, “dakwah” tidak bersifat memaksa. Dakwah adalah ajakan yang tujuannya dapat tercapai hanya dengan persetujuan tanpa paksaan dari objek dakwah. Dakwah Islam merupakan ajakan untuk berpikir, berdebat dan berargumen, dan untuk menilai suatu kasus yang muncul.<sup>2</sup>

Dakwah Islam tidak dapat disikapi dengan keacuhan kecuali oleh orang bodoh atau berhati dengki. Hak berpikir merupakan sifat dan milik semua manusia. Tak ada orang yang dapat mengingkarinya. Kemudian apa yang diupayakan adalah penilaian, maka dari hakikat sifat penilaian, tujuan dakwah tak lain adalah kepasrahan yang beralasan, bebas dan sadar dari objek dakwah terhadap kandungan dakwah. Ini berarti bahwa jika kesadaran objek dakwah dilanggar karena suatu kesalahan atau kelemahannya, maka dakwah juga batal. Dakwah yang melibatkan unsur kelalaian, peningkatkan emosi, atau “ekspansi psikopatik” kesadaran, tidak sah.

Dakwah bukan hasil sikap atau ilusi, bukan semata penarik emosi sehingga tanggapannya lebih bersifat pura-pura daripada penilaian. Dakwah harus merupakan penjelasan tenang kepada kesadaran, di mana akal maupun hati tidak saling mengabaikan. Keputusannya harus berupa tindak akal diskursif yang didukung intuisi emosi dari nilai-nilai yang terlibat. Tindak akan diskursif mendisiplinkan dan intuisi emosi memperkayanya. Penilaian harus didapat setelah adanya pertimbangan berbagai alternatif, perbandingan dan pertentangannya satu sama lain. Penilaian ini harus menimbang bukti yang mendukung dan menentangnya secara tepat, hati-hati, dan objektif. Tanpa menguji keherensi internal, kesesuaiannya dengan pengetahuan lain, hubungan-nya dengan realitas, tanggapan

---

<sup>2</sup> Faizah dan Lalu Muchsin Efendi, *Psikologi Dakwah*, 12.

terhadap dakwah Islam tidak akan rasional. Dakwah Islam, karena itu, tak dapat dilakukan secara rahasia; karena dakwah ini bukanlah penarik hati.

Keuniversalan Risalah Nabi Muhammad adalah untuk semua manusia, bahkan juga jin. Risalahnya berlaku sepanjang masa tanpa batasan ruang dan waktu. Nabi bersabda: “aku telah diberikan lima hal yang belum pernah diberikan pada para nabi sebelumku.” Beliau menyebutkan salah satu dari lima hal itu adalah, “Nabi sebelumku diutus khusus untuk kaumnya, sedangkan aku diutus untuk semua manusia tanpa kecuali” (HR. Bukhori). Allah berfirman:

*“Dan kami tidak mengutus kamu melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahuinya”.* (QS. Saba: 28).<sup>3</sup>

## 2. Trilogi Islam

Definisi dakwah di dalam islam adalah sebagai kegiatan mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain berdasarkan *bashirah* untuk meniti jalan Allah serta berjuang bersama meningkatkan agama-Nya. Kata mengajak, memotivasi dan mendorong adalah kegiatan dakwah dalam ruang lingkup *tabligh*. Kata *bashirah* untuk menunjukkan dakwah itu harus dengan ilmu dan perencanaan yang baik. Secara sederhana pengemasan dakwah yang dimaksud adalah menyangkut persoalan bagaimana pesan dakwah ditata dan dikelola. Pesan dakwah dapat dibagi ke dalam tiga persoalan yaitu:

### a. Aqidah

Dalam penyampaian dakwah Islam, terdapat pesan aqidah yang disampaikan, seperti iman kepada Allah, kepada Malaikat Allah, Rasul Allah, Kitab-Kitab Allah, Hari Akhir dan Takdir Allah. Mengesakan Allah dalam ibadah, yakni beribadah hanya kepada Allah dan karena-Nya semata, mengesakan Allah dalam perbuatan-Nya, yakni mengimani dan meyakini bahwa hanya Allah yang mencipta, menguasai dan mengatur alam semesta ini serta mengesakan Allah dalam asma dan sifat-Nya, artinya mengimani bahwa tidak ada makhluk yang serupa dengan Allah, dalam *dzat*, asma

---

<sup>3</sup> M. Munir, *et al.*, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), 31-33.

maupun sifat. tetapi juga meliputi masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik, (menyekutukan Allah SWT) dan lain-lain.<sup>4</sup>

b. Syari'ah

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri (Samsul Munir Amin, 2009: 90). Syariah merupakan aturan yang harus diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, karena Syariah yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, dan hubungan manusia dengan manusia. Syariah meliputi:

1. Ibadah yang meliputi yaitu Thaharah (bersuci), Sholat, Zakat, Puasa dan Haji.
2. Muamalah yang meliputi yaitu Munakahat (hukum nikah), Waratsah (hukum waris), Muamalah (hukum jual beli), Jinayah (hukum pidana), Khilafah (hukum negara) dan Jihad (hukum peperangan dan perdamaian).<sup>5</sup>

c. Akhlak

Menurut Sahilun Nasir, akhlak dalam islam berkisar pada yaitu:

1. Tujuan hidup setiap muslim adalah menghambakan dirinya kepada Allah untuk mencapai keridaan-Nya, hidup sejahtera lahir dan batin dan dalam kehidupan masa kini maupun masa yang akan datang.
2. Dengan keyakinannya terhadap kebenaran wahyu Allah SWT dan Rasul-Nya, membawa konsekuensi logis, sebagai standar dan pedoman utama bagi setiap muslim. Ia memberi sanksi terhadap islam dalam kecintaan dan kekuatannya kepada Allah, tanpa adanya perasaan tekanan-tekanan dari luar.
3. Keyakinan akan hari kemudian/pembalasan, mendorong manusia berbuat baik dan dan

---

<sup>4</sup> Haris Supiandi, "Dakwah Melalui Film Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film "Sang Kiai" Karya Rako Prijanto", *Art and Design Journal* 3, No. 2, (Desember 2020): 111.

<sup>5</sup> Haris Supiandi, "Dakwah Melalui Film Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film "Sang Kiai" Karya Rako Prijanto", *Art and Design Journal* 3, No. 2, (Desember 2020): 113.

berusaha menjadi sebaik mungkin dengan segala pengabdianya kepada Allah.

4. Islam tidak (menerima) Islam baru yang bertentangan dengan ajaran dan jiwa Islam, berdasarkan dari Al-Quran dan Al-Hadist diinterpretasikan oleh para ulama mujtahid.
5. Ajaran akhlak Islam meliputi segala segi hidup dan kehidupan manusia berdasarkan atas kebaikan dan bebas dari segala kejahatan. Islam tidak hanya mengajarkan tetapi menegakkannya, dengan janji dan saksi Ilahi yang maha Adil. Tuntunan Islam sesuai dengan bisikan hati nurani yang menurut kodratnya cenderung kepada kebaikan dan membenci keburukan.<sup>6</sup>

### 3. Strategi Dakwah

#### a. Definisi Strategi Dakwah

Strategi secara bahasa diambil dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang memiliki arti militer atau pemimpin. Strategi juga disebut sebagai *generalship* yang memiliki makna sesuatu yang dikerjakan agar dapat memenangkan pertarungan atau peperangan. Kata strategi atau *generalship* mulai dikenal saat zaman di mana peperangan sedang berlangsung. Strategi dianggap sebagai tujuan antara *planning* dan manajemen karena strategi tidak menjeda nya menjelaskan tujuan yang diinginkan untuk tercapai namun juga langkah-langkah operasionalnya.

Adapun dakwah sendiri berasal dari kata *يدعو* Yang memiliki arti menyeru memanggil mengajak dan mengundang sementara itu Dakwah secara istilah yaitu ajakan untuk melakukan kebaikan baik itu Allah beriman oleh adanya nabi dan rasul serta beramal sholeh saling tolong-menolong dan lain sebagainya. Strategi dakwah merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara Tahap demi tahap untuk mewujudkan tujuan dari dakwah itu sendiri. Dalam hal ini tujuan dakwah yang dimaksud adalah mengajak seseorang atau

---

<sup>6</sup> Haris Supiandi, "Dakwah Melalui Film Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film "Sang Kiai" Karya Rako Prijanto", *Art and Design Journal* 3, No. 2, (Desember 2020): 112.

sekelompok orang untuk melakukan perbuatan yang baik menurut agama.<sup>7</sup>

b. Strategi Dakwah Menurut Landasan Hukum Islam

Pada Alqur'an surat an-Nahl ayat 125 yaitu:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالتِّي  
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "serulah manusia dengan jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui dari siapa saja yang sesat dari jalannya dan dialah yang Maha Mengetahui Siapa saja yang diberikan petunjuk." (QS.An-Nahl:125).<sup>8</sup>

c. Tahapan-tahapan Strategi

Agar strategi dapat dilaksanakan dengan baik maka, diperlukan serangkaian tahapan. Secara umum, strategi melalui tiga tahapan, yaitu:

1) Perumusan Strategi.

Tahap awal yang harus dilakukan adalah menyusun strategi yang akan diimplementasikan. Hal ini meliputi pengembangan tujuan, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, penentuan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan objektif yang jelas, pembuatan strategi alternatif, serta pemilihan strategi yang akan dijalankan. Dalam menyusun strategi, juga harus ditentukan sikap untuk membuat keputusan, memperluas, menghindari atau mengevaluasi tindakan yang dilakukan dalam proses pelaksanaan strategi.

<sup>7</sup> Muhammad Hasan al-Jamsi, *al-Du'at wa al-Da'wat al-Islamiyyah al-Mu'asirah*, 24.

<sup>8</sup> Al-Qur'an Surat An-Nahl' Ayat 125, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta:Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama RI Syamil Qur'an, 2010), 167.

## 2) Implementasi kegiatan.

Setelah kita memilih dan merumuskan rencana yang telah kita tetapkan, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan rencana tersebut. Dalam tahap pelaksanaan rencana yang telah dipilih, sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi. Tanpa adanya komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan rencana, maka proses perencanaan hanya akan menjadi impian yang sangat jauh dari kenyataan. Implementasi rencana bergantung pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditunjukkan melalui struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

## 3) Evaluasi.

Fase terakhir dari rencana adalah penilaian pelaksanaan rencana atau evaluasi. Penilaian rencana sangat penting karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur ulang untuk menetapkan sasaran berikutnya.. Evaluasi dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang telah dicapai.

### d. Faktor-faktor Strategi

Agar dapat menggapai strategi secara tepat maka diperlukan untuk memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

#### a) Strength (kekuatan).

Menghitung kekuatan yang tersedia bahwa umumnya melibatkan manusia, keuangan, dan beberapa peralatan yang dimiliki.

#### b) Weakness (kelemahan).

Jika seseorang membicarakan tentang kekurangan yang ada dalam perusahaan, itu bisa berarti adanya keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghambat serius bagi pencapaian kinerja organisasi yang memuaskan. Penting untuk mempertimbangkan

kelemahan-kelemahan ini dan melibatkan aspek-aspek yang sama pentingnya seperti kekuatan.

c) Opportunity (peluang).

Ini mencakup berbagai kondisi lingkungan yang menguntungkan bagi perusahaan dan evaluasi terhadap potensi yang ada di luar sana, sehingga bahkan peluang yang paling kecil sekalipun dapat diambil.

d) Threat (ancaman).

Artinya, faktor lingkungan yang merugikan perusahaan. Diperhitungkan kemungkinan bahaya, baik dari eksternal maupun internal. Bahaya ini harus benar-benar diketahui oleh organisasi dengan baik. Dengan mengetahui bahaya, organisasi maka diharapkan dapat mengambil tindakan pencegahan untuk mencegah bahaya tersebut terjadi.<sup>9</sup>

e. Metode Dakwah

Setiap cara memiliki keunggulan dan kelemahan, tidak ada cara yang sempurna. Sebuah kegiatan dakwah yang baik adalah gabungan dari beberapa cara, yang berarti seorang penceramah bisa menggunakan beberapa cara dalam satu kegiatan dakwah. Dalam Al-Quran Surah An-Nahl:125 terdapat beberapa cara dalam mendukung dakwah.

Terdapat beberapa cara yang umumnya dipakai dalam melakukan dakwah, yakni:

- 1) Metode *bil hikmah*, cara ini lebih memprioritaskan contoh atau keteladanan, seperti figure, kesabaran, istiqomah, dari da'i itu sendiri. Agar supaya menghilangkan kesan yang lama dalam proses berdakwah bagi jamaah cara seperti ini bagus digunakan.
- 2) Metode *bil lisan*, metode ini menekankan pada keterampilan ceramah lisan atau retorika dalam berbicara. Dari segi penyampaian materi, metode ini layak digunakan, apabila jika mad'u

---

<sup>9</sup> Rafiudin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 77.



atau jamaahnya banyak, namun masih rendah dalam penguasaan dan pemahaman materi dakwah jamaah. Selain itu, fokus jamaah bervariasi. Situasi dan keadaan di mana dakwah dilakukan juga mempengaruhi efektifitas dakwah..

- 3) Metode *bil kitabah*, metode ini lebih menyukai dokumen tertulis yang akan digunakan sebagai bahan. Cara ini cocok untuk jamaah yang kesulitan berkumpul karena jarak atau pekerjaan yang berat. Keuntungan bisa disimpan dan dibaca berulang kali. Para juru dakwah harus menyiapkan materi khutbah yang lebih banyak. Kelemahannya adalah tidak semua penggemar bisa membaca dan menulis.
- 4) Metode *bil hal*, metode ini menekankan pada kegiatan atau pertolongan yang sebenarnya, yang dapat berupa bahan, tenaga, informasi, dan lain-lain. Metode ini cocok untuk memecahkan masalah umat Islam, seperti kemiskinan iman dan pengetahuan.
- 5) Metode *bil mujadalah*, metode ini sering disebut diskusi, dialog, talk show, metode ini bagus untuk berbagi pendapat tentang suatu masalah dan mencari solusi. Contoh bagaimana melihat kebangkitan sekte sesat saat ini dan apa langkah yang harus dilakukan.<sup>10</sup>

f. Unsur Dakwah

Unsur dakwah merupakan komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur tersebut adalah da'i (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), thariqoh (metode dakwah).

1) Da'i (subjek dakwah)

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah melalui ucapan, tulisan atau perbuatan baik sendiri, kelompok maupun melalui organisasi atau lembaga. Secara umum da'i sering disamakan dengan mubaliqh (orang yang mentransmisikan ajaran Islam). Padahal, istilah

---

<sup>10</sup> Abdul Rahman, *Metode Dakwah*, (Curup: LP2 STAIN Curup, 2010), 77.

itu mempunyai maksud atau arti yang sempit, yakni membelenggu juru dakwah hanya sebagai orang yang bertugas menyampaikan ajaran Islam secara lisan. Tugas dakwah ada pada setiap orang yang mengaku sebagai umat Rasulullah SAW. Da'i juga harus tahu bagaimana cara merawat dakwah tentang Tuhan, alam semesta dan kehidupan, dan apa yang ditawarkan dakwah untuk memberikan solusi atas masalah yang dihadapi umat, dan cara-cara yang dirancang untuk membuat orang berperilaku dan berpikir tidak akan pergi. . ke samping ..

2) Mad'u (objek dakwah)

Objek dakwah merupakan manusia yang dijadikan sebagai sasaran dakwah, atau manusia yang menerima dakwah, baik selaku individu maupun jadi kelompok, baik orang yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kemudian dakwah kepada manusia yang belum beragama Islam adalah bertujuan untuk mengajak mereka agar mau bertauhid dan beriman kepada Allah SWT., sedangkan dakwah kepada orang yang telah mendapat cahaya hidayah Islam yaitu agar dapat meningkatkan kualitas iman, Islam dan ihsan.<sup>11</sup>

3) Metode dakwah

Salah satu faktor keberhasilan dakwah adalah menggunakan metode efektif yang telah dikembangkan. Metode ini berupa diagram, rencana kerja untuk menambahkan satu jenis masalah ke dalam sistem informasi. Secara etimologis, istilah metode dakwah berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti jalan atau jalan. Jadi, metode berarti ilmu yang mempelajari cara atau jalan untuk mencapai suatu tujuan dengan hasil yang efektif dan efisien. Tidak semua metode cocok untuk setiap

---

<sup>11</sup> Muhammad Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 21.

sasaran, hal ini juga berlaku untuk sasaran dakwah.<sup>12</sup>

#### 4) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau apapun yang hendak disampaikan oleh subjek kepada objek dakwah, seluruh ajaran Islam yang ada di dalam Kitab Allah dan Sunnah Nabi, yang pada dasarnya mengandung tiga prinsip, yaitu aqidah, Syariah dan Akhlak.<sup>13</sup>

#### g. Media Dakwah

Kepentingan dakwah terhadap adanya alat atau media yang tepat dalam berdakwah sangat urgen sekali, sehingga dapat dikatakan dengan media dakwah akan lebih mudah diterima oleh komunikannya. Pemanfaatan media dalam Kegiatan dakwah bertujuan pada komunikasi antara da'i dan mad'u, atau objek dakwah lebih dekat dan lebih mudah diterima. Media dakwah juga memerlukan kesesuaian dengan bakat dan kemampuannya, yang berarti penerapan media dakwah harus didukung oleh seorang Da'i, instrumen dakwah atau media yang pada hakekatnya menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mereka para mad'u. Dalam konteks perubahan besar ini, setiap kita yang beragama, termasuk Islam, harus bertanya pada diri sendiri apakah bentuk, metode, dan gerakan dakwah pada zaman dahulu masih bisa digunakan di era sekarang, dan apakah dakwah selalu cocok dan sesuai. konteks dengan "memaksa dan mengendalikan" Orang Lain. Pertanyaan ini muncul karena dakwah hari ini tidak berurusan dengan masyarakat yang terbatas, tetapi melampaui batas-batas geografis, etnis, agama dan budaya. Dakwah di masyarakat baru ini membutuhkan strategi dan metode baru serta konten kontekstual. Apapun itu, masyarakat akan meninggalkan dakwah<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Hasanuddin, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), 25.

<sup>13</sup> Abdul Karim Zaidan, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1980), 50.

<sup>14</sup> Bastomi, H. (2017). Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 1-19.

Menurut Hamzah Ya'qub dalam Ali Aziz membagi media dakwah menjadi lima macam yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Lisan, adalah media dakwah yang paling sederhana dengan menggunakan lidah dan suara, seperti contohnya pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lain-lain.
  - 2) Tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk, dan sebagainya.
  - 3) Lukisan, gambar karikatur dan lain-lain
  - 4) Audio visual, adalah alat dakwah yang merangsang indera pendengar atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, internet dan sebagainya.
  - 5) Akhlak, adalah tingkah laku nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*.<sup>15</sup>
4. Edukasi Masyarakat
- a. Dasar Pemikiran Pendidikan Berbasis Masyarakat

Gelombang keinginan para pemikir untuk mengubah pola pendidikan yang terpusat pada negara menuju perubahan pola pendidikan dengan basis masyarakat sudah lama ada. Pemikiran ini muncul oleh karena sekolah dianggap sebagai lembaga asing yang tidak memiliki relevansi langsung dengan kehidupan masyarakat.<sup>16</sup>

Akibat dari arus reformasi yang memicu munculnya kesadaran berdemokrasi dimasyarakat memberikan pengaruh adanya tuntutan pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan. Hal ini berarti dominasi pemerintah dalam pembangunan dikurangi dan memperbesar partisipasi masyarakat.

Sejalan dengan diberlakukannya Undang-Undang Otonomi Daerah yang salah satu tujuannya yaitu untuk mempercepat kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan dan meningkatkan peran serta masyarakat, maka konsekuensi pelaksanaan pendidikan

<sup>15</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 107.

<sup>16</sup> Surjadi, *Membangun Masyarakat Desa*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), 122.

juga diharapkan senantiasa melihat dan memperhatikan kepentingan dan aspirasi masyarakat. Sehingga satuan pendidikan yang berbasis keunggulan lokal, merupakan kebutuhan bentuk pendidikan saat ini. Agar percepatan pembangunan di daerah berdasarkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat lokal dapat segera terwujud. Dalam hal ini pewilayahan komoditas harus dibarengi dengan lokalisasi pendidikan dengan basis keunggulan lokal.<sup>17</sup>

Peningkatan mutu pendidikan tidak bisa dilakukan hanya dengan memperbaiki kurikulum, menambah buku pelajaran, dan menyediakan laboratorium di sekolah. Jika dilihat dari perspektif sejarah persekolahan, kebermaknaan sekolah selalu dilihat sebagai institusi yang menopang kehidupan masyarakat, yaitu untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu kebutuhan tersebut adalah kemilikan kemampuan yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu terkait dengan desentralisasi pendidikan, perencanaan, pengembangan, dan pelaksanaan pendidikan merupakan hasil kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat. Pelaksanaan pendidikan tidak dapat diberlangsungkan secara terpisah, jauh dari realitas kebutuhan nyata masyarakat.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendidikan yang sejati adalah pendidikan yang hidup dari masyarakat dan untuk masyarakat. Pendidikan masyarakat merupakan bentuk pendidikan yang sebenarnya. Pendidikan menjadi terasing dari konteks tujuannya ketika partisipasi masyarakat diabaikan karena pendidikan tidak merespon kebutuhan dan budaya yang nyata. Pendidikan yang terpisah dari masyarakat dan budaya di dalamnya adalah pendidikan tanpa tanggung jawab.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Arifin, *Memahami Paradigma Baru Pendidikan Nasional dalam Undang-Undang Sisdiknas*, <http://www.samudra-studio.com/html/paradigma.html>, Juli 2006.

<sup>18</sup> Ace Suryadi, *Membangun Masyarakat Desa*, <http://www.kompas.com/kompas-cetak/html>. Desember 2005.

b. Konsep Pendidikan Berbasis Masyarakat

Perumusan pendidikan berbasis masyarakat tidak bisa dilepaskan dari makna dua kata utama, yaitu kata “pendidikan” dan kata “masyarakat”. Penjelasan tentang pendidikan telah diuraikan bab di atas, sedangkan kata masyarakat diambil terjemahan dari kata *community based education*.<sup>19</sup>

Penjelasan tentang pendidikan berbasis masyarakat telah ditegaskan dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Bab XV bagian dua pasal 55. Pendidikan berbasis masyarakat diartikan sebagai bentuk penyelenggaraan pendidikan berdasarkan kekhasan agama, sosial, budaya, aspirasi dan potensi masyarakat sebagai perwujudan pendidikan dari, oleh dan untuk masyarakat.

Pendidikan berbasis masyarakat memiliki tujuan utama untuk melayani kekhasan kebutuhan masyarakat secara menyeluruh dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara mandiri. Pendidikan berbasis masyarakat menganggap bahwa setiap bagian masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan dengan menggerakkan kerjasama untuk memecahkan masalah sosial masyarakat. Dalam konteks pendidikan masyarakat, masyarakat merupakan pelaku utama (pelaksana), sasaran sekaligus inisiator dalam proses pendidikan.

Jika dibuat sederhana, perumusan teori pendidikan berbasis masyarakat berpijak pada tiga pilar pokok yakni “dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat”. Pendidikan masyarakat berarti bahwa pendidikan adalah jawaban atas apa yang dibutuhkan masyarakat. Pendidikan berbasis masyarakat berarti bahwa masyarakat adalah pelaku atau subjek pendidikan yang aktif, bukan sekedar objek pendidikan, sehingga masyarakat benar-benar memiliki, bertanggung jawab, dan peduli terhadap pendidikan. Pengertian pendidikan masyarakat berarti masyarakat secara aktif berpartisipasi dalam setiap

---

<sup>19</sup> Bambang S Wijanarko, “Hubungan Partisipasi Masyarakat dan Kinerja Guru dengan Prestasi Belajar Siswa”, *Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Semarang*, (2005): 45.

program yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Setidaknya ada lima hal yang harus disiapkan untuk mengimplementasikan konsep pendidikan masyarakat; 1) teknologi yang digunakan harus sesuai dengan kondisi dan situasi nyata yang berlaku di masyarakat, 2) adanya lembaga atau lembaga yang kedudukannya jelas dimiliki, dipinjam, dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat. Membutuhkan peran serta masyarakat dalam perencanaan, pengadaan, penggunaan dan pemeliharaan pendidikan ekstrakurikuler, 3) program siswa yang dilaksanakan harus memiliki nilai sosial atau relevan dengan kehidupan siswa atau siswa, 4) program pendidikan harus menjadi milik masyarakat, bukan milik negara. Institusi, 5) penyelenggara pendidikan ekstrakurikuler tidak mengurus programnya sendiri, tetapi melibatkan organisasi sosial lainnya.

Pendidikan masyarakat mensyaratkan bahwa pelaksanaan pendidikan masyarakat tidak jauh dari kenyataan yang dialami masyarakat, oleh karena itu program pelatihan disusun berdasarkan kondisi nyata dan kebutuhan masyarakat, mulai dari tingkat perencanaan sampai dengan evaluasi. Partisipasi masyarakat sangat penting untuk memenuhi keinginan yang menjadi perlu untuk menetapkan tujuan pendidikan yang diinginkan.

Oleh karena itu, hakikat pendidikan masyarakat adalah proses penyadaran hubungan sosial, yang bertujuan untuk mengembangkan pendidikan masyarakat, untuk dan atas nama masyarakat, dengan mempertimbangkan faktor sosial, politik, lingkungan, ekonomi, dan lainnya. Pelaksanaan program pelatihan berbasis masyarakat membutuhkan kesadaran, kepercayaan dan partisipasi penuh anggota, diberikan kebebasan, dana dan kesempatan untuk berpartisipasi.<sup>20</sup>

c. Pedoman Prinsip Pendidikan Berbasis Masyarakat

Terdapat beberapa prinsip pendidikan berbasis masyarakat seperti berikut:

---

<sup>20</sup> Zubaedi, *Pendidikan Berbasis Masyarakat*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 138.

1. *Self determination* (menentukan sendiri)  
Tiap-tiap individu masyarakat memiliki hak dan tanggungjawab supaya tampak ikut dalam memutuskan kebutuhan masyarakat dan mengenali sumberdaya masyarakat yang dapat dipergunakan untuk mencukupi kebutuhan.
2. *Self help* (menolong diri sendiri)  
Anggota masyarakat paling baik dilayani dengan mendorong dan mengembangkan kemampuan mereka untuk membantu diri mereka sendiri. Mereka adalah bagian dari solusi dan menciptakan kemandirian, bukan rasa percaya diri karena menganggap kesejahteraan mereka adalah tanggung jawab mereka sendiri.
3. *Leadership development* (pengembangan kepemimpinan)  
Pemimpin lokal harus mendapat pelatihan keahlian seperti pemecahan, pengambilan keputusan, dan memandirikan kelompok untuk mengembangkan masyarakat secara berkesinambungan.
4. *Localization* (lokalitas)  
Potensi terbesar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terjadi ketika orang ditawarkan kesempatan dalam pelayanan, program, dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kehidupan mereka sendiri di rumah mereka sendiri.
5. *Integrated delivery of service* (keterpaduan pemberian pelayanan)  
Setiap organisasi atau aktor sosial melayani masyarakat secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
6. *Reduce duplication of service* (mengurangi duplikasi jasa)  
Masyarakat diharapkan harus mengoordinasikan secara menyeluruh semua layanan, keuangan dan sumber daya manusia, untuk menghindari duplikasi layanan.
7. *Accept diversity* (menerima keanekaragaman)  
Menghindari pengucilan atau keterasingan orang karena perbedaan umur, pendapatan, kelas



sosial, jenis kelamin, ras, suku atau agama, yang menghambat proses perkembangan masyarakat secara optimal. Mengikutsertakan sebanyak mungkin perwakilan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan, perencanaan dan pelaksanaan program pengabdian dan kegiatan masyarakat lainnya.

8. *Institutional responsiveness* (tanggung jawab kelembagaan)

Melayani kebutuhan masyarakat yang selalu berubah merupakan tanggung jawab lembaga publik karena mereka hadir untuk melayani masyarakat (*public*).

9. *Lifelong learning* (pembelajaran seumur hidup)

Kesempatan untuk belajar secara informal dan formal harus tersedia untuk seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang berbagai jenis latar belakangnya.<sup>21</sup>

## 5. Televisi

### a. Definisi Televisi

“Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi unsur radio. Televisi juga dapat diartikan sebagai media yang dapat mendominasi komunikasi massa karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak.”

Televisi terdiri dari kata Yunani “tele” yang berarti jauh dan “vision” (penglihatan) yang berarti melihat. Aspek "jauh" diuji dengan prinsip radio dan aspek "penglihatan". Televisi dapat diartikan sebagai media komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual. Televisi menggoda untuk menampilkan gambar hidup yang dapat meninggalkan kesan mendalam bagi pemirsa. Menurut Effendy, televisi atau televise adalah komunikasi jarak jauh yang di dalamnya ditampilkan

---

<sup>21</sup> Zubaedi, *Pendidikan Berbasis Masyarakat*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 138.

gambar dan suara yang dapat didengar, baik dengan kabel maupun secara elektromagnetik tanpa kabel.<sup>22</sup>

b. Sejarah Televisi

Sejarah pertelevisian di Indonesia dimulai pada tahun 1962 ketika TVRI pertama kali mengudara sejak saat itu hingga tahun 1987, otomatis TVRI menjadi satu-satunya saluran televisi di Indonesia. Pada tahun 1987, ketika Menteri Penerangan Republik Indonesia menerbitkan Peraturan No. 190A/KEP/Menpen/1987 tentang pembagian saluran terbatas, peluang saluran televisi swasta terbuka.

Sejak pembukaan RCTI pada 24 Agustus 1989, SCTV pada 24 Agustus 1990, TPI atau sekarang dikenal dengan MNC TV pada 23 Januari 1991, Anteve pada 7 Maret 1993, Indosiar pada tanggal 11 Januari 1995. Kemudian setelah disahkannya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran berdiri stasiun TV7 atau yang sekarang bernama Trans 7 pada tanggal 22 Maret 2000, Metro TV pada tanggal 25 November 2000, Trans TV pada tanggal 25 November 2001, Lativi atau yang sekarang TV One pada tanggal 17 Januari 2002, dan Global TV pada tanggal 5 Oktober 2002. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi, dan padat sumber dayam manusia. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi para pemasang iklan, televisi juga memberikan manfaat lainnya mulai dari pendidikan, sosial, budaya, sampai dengan politik.

c. Televisi Lokal

Menurut Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, televisi lokal adalah televisi yang disiarkan dalam wilayah jangkauan terbatas (area tertentu). Secara umum peran televisi lokal adalah menyiarkan segala sesuatu yang berkaitan dengan kearifan lokal, dan ini merupakan salah satu solusi yang diharapkan masyarakat dapat digunakan untuk menyeimbangkan arus informasi dari pusat ke daerah. Keberadaan televisi lokal di Indonesia secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga fase.

---

<sup>22</sup> Nurlina, "Televisi sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia", *Jurnal Peurawi* 3, No. 1, (2020): 123.

Fase pertama adalah pada masa Orde Baru hingga reformasi ke-37 (1995-1998), muncul beberapa stasiun televisi lokal, tetapi hanya untuk kebutuhan masyarakat tertentu. Pada fase kedua, atau fase pasca reformasi (1998) - (2001), muncul beberapa televisi lokal baru selain televisi lokal yang sudah ada sebelumnya, terutama di wilayah Sumatera, Jawa dan Kalimantan. Dan tahap ketiga pada tahun 2001-2006. Inilah fase “ledakan” televisi lokal di Indonesia, karena pada periode ini semangat otonomi daerah semakin menguat dan banyak pengusaha atau investor di daerah mulai ikut serta dalam kegiatan televisi lokal.<sup>23</sup>

d. Dakwah Melalui Televisi

Pertumbuhan dan evolusi media televisi, baik dalam program maupun peningkatan teknologi yang baru, akan memberikan cara baru kepada publik untuk menggunakan media televisi. Pada gilirannya, sangat mungkin bahwa pola konsumsi informasi baru ini juga akan mengarah pada pembentukan gaya hidup pemilik dan pemirsa.<sup>24</sup> Sehingga dalam pemilihan media elektronik Televisi sebagai sarana media atau wadah untuk berdakwah sangat besar peluangnya karena masyarakat para era sekarang lebih suka mendapatkan informasi melalui televisi karena dianggap lebih efektif dan efisien.

Pada saat ini kita tahu bahwa sudah banyak yang menggunakan televisi sebagai media berdakwah atau menyebarkan ajaran Islam, di televisi Nasional sering kita jumpai acara atau program yang menayangkan siar Islam atau dakwah seperti “Mamah dan A’ a Beraksi di Indosiar”, Islam Itu Indah di TRANS TV” dan “Damai Indonesiaku di tvone”.

Beberapa program tersebut merupakan acara yang ditayangkan setiap hari dan seminggu sekali di televisi Nasional dan terbilang sukses karena program tersebut berkelanjutan. Dengan kata lain minat pemirsa dalam hal ini ialah Mad’u memiliki ketertarikan

---

<sup>23</sup> Nurlina, “Televisi sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia”, *Jurnal Peurawi* 3, No. 1, (2020): 129.

<sup>24</sup> Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 88.

terhadap dakwah yang dikemas dengan apik, kemudian ditayangkan di siaran televisi.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan dalam penelitian ini adalah berikut ini:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Setia Widyarti yang berjudul “Analisis Wacana Pesan Dakwah dalam Acara Talkshow Cerita Perempuan Tema Kontroversi Pernikahan Dini di Trans TV Tanggal 17 Agustus 2016”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah yang terdapat dalam acara talkshow Cerita Perempuan tema kontroversi Pernikahan Dini di Trans TV tanggal 17 Agustus 2016 dianalisis menggunakan struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

Metode penelitian dalam penelitian adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif, sumber data utama adalah dari profil kegiatan dari Talk Show Cerita Perempuan dan juga transkrip perbincangan dari Talk Show Cerita Perempuan dalam tema Kontroversi Pernikahan Dini yang dianggap penting oleh peneliti. Teknik pengolahan data yaitu menggunakan teknik analisis wacana model yang dipakai oleh Van Dijk, yaitu digambarkan defab tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pesan dakwah dalam acara ini pada struktur makro yaitu mempercepat pernikahan bagi yang sudah siap baik secara agama dan psikologi Selain itu pada struktur mikro tertuju pada penyampaian di pada saat dakwah harus dengan cara sopan dan santun.<sup>25</sup>

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti ialah sama-sama membahas tentang strategi pesan dakwah pada salah satu program dakwah di televisi serta sama-sama menggunakan metodologi penelitian dengan

---

<sup>25</sup> Setia Widyarti, Analisis Wacana Pesan Dakwah dalam Acara Talkshow Cerita Perempuan Tema Kontroversi Pernikahan Dini Di Trans TV, Ponordgo, Institut Agama Islam Negeri( IAIN) Ponorogo, Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam ( KPI) , 2017.

pendekatan kualitatif deskriptif di mana yang diambil berupa data berupa kata-kata selama program TV tersebut sedang berlangsung serta gambar.

Perbedaannya jika pada penelitian ini lebih spesifik untuk membahas 1 tema serta kandungan pesan dakwah yang disampaikan namun pada penelitian yang sedang dilaksanakan oleh peneliti membahas tentang Strategi program dakwah pada salah satu swasta serta efektif program cahaya kultum di cahaya TV Pati.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hartini dengan judul “Strategi Dakwah Di Media Televisi( Studi Komparatif Tentang Video Acara Chatting Dengan YM Di ANTV Islam Itu Indah Di Trans TV”. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan dalam acara *chatting* dengan YM di ANTV dan Islam itu Indah di TRANS TV, dan 2) menganalisa persamaan dan perbedaan strategi dakwah dalam acara *Chatting* dengan YM di ANTV dan Islam itu Indah di TRANS TV.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yaitu menggambarkan keadaan sebenarnya dan kemudian menuangkannya pada penulisan penelitian ini. Data penelitian diperoleh dari rekaman video dakwah acara “*Chatting* dengan YM di ANTV dan “*Islam itu Indah*”, di TRANS TV. Data-data yang terkumpul akan diinterpretasikan dan didiskripsikan berdasarkan teori strategi dakwah Al-Bayanuni.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan strategi yang digunakan saat acara *chatting* dengan YM merupakan strategi rasional (almanhaj Al aqli), berbeda dengan strategi yang digunakan pada acara Islam Itu Indah yaitu strategi sentimentil (almanhaj al a'thifi).<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Tini Hartini , Strategi Dakwah Di Media Televisi ( Studi Komparatif Tentang Video Acara Chatting Dengan YM Di Antv Dan Islam Itu Indah Di Trans TV), UIN Sunan Gunung Drajat , Fakultas Dakwah, Jurusan Dakwah dan Komunikasi Islam, 2013.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilaksanakan oleh penulis yaitu sama-sama membahas tentang strategi dakwah dalam program TV dan sama-sama menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif

Perbedaannya jika pada penelitian kali ini meneliti 2 program dakwah pada siaran TV yang berbeda serta memaparkan persamaan maupun perbedaannya hal strategi dakwah namun pada penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti saat ini hanya memaparkan lagi dengan yang ada pada salah satu program dakwah yaitu cahaya kultum yang ada di salah satu channel TV yaitu cahaya TV Pati.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Badranana yang berjudul "Strategi Komunikasi Dakwah TV MU". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah serta upaya direktur TVMU dalam mempertahankan eksistensi TVMU sebagai lembaga dakwah, serta persoalan-persoalan dan solusi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan pendekatan kasus yang terjadi pada TVMU terkait eksistensi dakwah. Metode pengumpulan data menggunakan jenis wawancara semiterstruktur dengan pengolahan data berdasarkan pada perolehan data dari catatan lapangan, direduksi, dideskripsikan, dianalisis kemudian ditafsirkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah dengan menampilkan program-program yang memberikan pesan dakwah dengan kemasan yang mencerdaskan sehingga banyak masyarakat aktif mengakses TV ini. Selain itu menggerakkan seluruh elemen yang terlibat dalam organisasi Muhammadiyah untuk dapat akses TV MU.<sup>27</sup>

Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi dakwah pada sebuah stasiun TV dan

---

<sup>27</sup> Badranana, "Strategi Komunikasi Dakwah TVMU: Studi Deskriptif Kualitatif Direktur Televisi Muhammadiyah", Universitas Muhammadiyah Surakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika, 2017.

sama-sama mempergunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Adapun perbedaannya yaitu jika pada penelitian ini masih secara global membahas tentang berbagai program dakwah dalam siaran TV MU namun pada penelitian ini langsung mengerucut pada satu program dakwah disebuah stasiun TV.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir yaitu kerangka konseptual untuk menghubungkan antara teori dan berbagai faktor yang telah diidentifikasi.<sup>28</sup>

Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini untuk menggambarkan judul penelitian mengenai “Strategi Pesan Dakwah dalam Program Cahaya Kultum Ramadhan untuk Memberikan Edukasi Bagi Masyarakat ( Studi Kasus Cahaya TV Pati)” yang dapat diuraikan sebagai berikut, kepala biro Cahaya TV disini sebagai pimpinan dalam pembuatan, menentukan strategi atau *thariqoh* dan bertanggungjawab atas program Cahaya Kultum Ramadhan, Pendakwa atau Da’i dari Dosen IAIN Kudus kemudian sebagai tim pelaksana yaitu *crew* dan dibantu oleh Mahasiswa KKN IAIN Kudus memilih *maddah* atau materi, agar tercapainya target yang ditentukan dari pihak Cahaya TV Pati supaya pesan dakwah dapat tersampaikan ke Mad’u atau masyarakat sebagai pemirsa. Kerangka Berfikir peneliti dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

---

<sup>28</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 76

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

