

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah dalam pengertiannya adalah panggilan, seruan, ajakan dan pengertian ini sudah disepakati oleh banyak ulama dan tokoh dakwah. Diartikan kata دعا – دعوة (da'a – da'wah) memanggil, menyeru dan mengundang. Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, dakwah adalah mengajak (manusia) kepada keimanan dengan-Nya, dan mengimani dengan apa yang dibawa oleh para Rasulnya, membenarkan apa yang para Rasul kabarkan serta mentaati semua yang di perintahnya.¹

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mncegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imran ayat 104)²

Dakwah didefinisikan banyak oleh banyak para ulama menurut mereka dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.³

Selain itu ada juga yang mendefinisikan Dakwah adalah ilmu yang membahas tentang proses penerimaan, pengolahan, dan penyampaian ajaran Islam untuk merubah perilaku individu, kelompok, dan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.⁴

¹ Bahrum Subagia , *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia*, (Bogor : Pustaka Melek, 2013), 4.

² Al-qur’an surat Ali Imran ayat ke104, *Mushaf Aisyah* (bajal:Bandung, 2010), 60

³ Moh. Ali Aziz, Edisi revisi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2004). 13

⁴ Enjang & Aliyudin, *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung : Widya Padjadjaran,2009).25.

Dakwah dalam sisi lainnya adalah perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah SWT yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Dan dakwah juga merupakan seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah sesuatu yang tidak baik kepada sesuatu yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat.⁵

Dakwah di zaman kontemporer ini tidak terlepas dari pengaruh teknologi, media dan masyarakat yang semakin maju baik dari segi ekonomi, sosial dan juga pendidikan. Banyak sekali media komunikasi modern yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, seperti halnya televisi, film, internet, radio, dan sebagainya. Dan media yang saat ini masih terus berkembang dalam menyebarkan dakwah adalah televisi.

Sejak kemunculannya, televisi telah mempesonakan masyarakat yang mengibaratkannya sebagai benda kotak ajaib yang menampilkan berbagai informasi dan hiburan dari berbagai wilayah di Nusantara dan dunia dengan tetap dapat menikmatinya di satu tempat. Kehadiran televisi telah mampu menggeser perhatian masyarakat dari media radio yang hanya menyajikan informasi secara audio saja.⁶

Industri televisi di Tanah Air baru mengalami perubahan di akhir tahun 1980-an. Era televisi swasta nasional hadir. Pada tahun 1989, lahirlah televisi swasta pertama RCTI di bawah manajemen bisnis PT Bimantara Citra, milik Bambang Trihatmojo. Keberadaan RCTI kemudian diikuti oleh berdirinya stasiun swasta nasional yang berlokasi di Surabaya, yakni SCTV pada tahun 1990. SCTV dikontrol oleh PT Surya Cipta Televisi awalnya, yang dimiliki oleh pengusaha Sudwikatmono, Henri Pribadi dan kepemilikan sahamnya juga beberapa dikuasai oleh putri Soeharto, yakni Siti Hedyati atau lebih dikenal dengan Titik Soeharto. Beberapa televisi swasta nasional pun mulai berdiri di

⁵ Pardianto “Dakwah Multicultural (studi alternative dakwah di era globalisasi)” *jurnal Mediasi* no 2 (2015) : 9 diakses pada tanggal 31 Mei 2021.

⁶ Ahmad Zaini “Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh Dalam Acara Mamah dan AA Beraksi di Indosiar dengan tema Orang ketiga perusak rumah tangga” *jurnal At-tabsyir* no 2 (2016) : 4, diakses pada tanggal 31 Mei 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2914> .

Indonesia. Jumlah stasiun televisi di Indonesia baik di Jakarta maupun di daerah-daerah berkembang sangat pesat, ditambah lagi jaringan televisi kabel dengan siaran-siaran yang mengglobal dengan sajian berbagai macam acara. Semua ini pertanda bahwa industri komunikasi di Indonesia makin maju.⁷

Hingga saat ini, televisi masih berfungsi sebagai media yang mengayomi arus tren tahun dua ribuan sebagai media hiburan (*fun*), media informasi (*information*), media politik (*politic*), dan media pendidikan (*education*). Sekarang dengan pergeseran budaya masyarakat yang terus berubah, fungsi televisi digunakan sebagai media dakwah bagi berbagai agama, baik secara terpisah, seperti melalui program khusus siraman keagamaan maupun secara inhern melalui muatan-muatan nilai yang terkandung dalam program acara televisi.⁸

Adapun keunggulan-keunggulan televisi sebagai dakwah adalah sebagai berikut:

Pertama, keunggulan dan ciri khas yang dilahirkan televisi terutama dalam hal kedekatannya dengan kehidupan sehari-hari. Televisi merupakan produk kultural yang unik. Bentuk-bentuk pemberitaan, perbincangan, visualisasi dan dramatisasi yang dikembangkan oleh televisi melahirkan suatu kultur publik yang sama sekali berbeda dari yang pernah ada sebelumnya.

Kedua, sebagai media audio visual (*dengar pandang*) keunggulan televisi terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara sekaligus. Bahkan suara dan gambar hidup itu dapat diterima oleh khalayak pada saat sebuah peristiwa tabligh atau khutbah yang sedang terjadi, melalui liputan secara langsung.

Ketiga, televisi memiliki daya jangkau (*converage*) yang sangat luas dalam menyebarluaskan pesan secara cepat

⁷ Ahmad Zaini "Dakwah Melalui Televisi" *jurnal At-tabsyr* no 1 (2016) :3, diakses pada tanggal 31 Mei 2021. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642>

⁸ Ahmad Zaini "Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh Dalam Acara Mamah dan AA Beraksi di Indosiar dengan tema Orang ketiga perusak rumah tangga" *jurnal At-tabsyir* no 2 (2016) : 4, diakses pada tanggal 31 Mei 2021. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2914>

dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu dan masyarakat.⁹

Dalam siaran Siraman Qolbu bersama Ustad Dhanu perlu diperhatikan pesan dakwah yang diberikan, pengertian pesan dakwah sendiri di Ilmu Komunikasi adalah *massage*, yaitu simbol-simbol. Dan dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam Bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalahpahaman sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.¹⁰

Dakwah melalui televisi cukup efektif karena mudah diakses oleh para pemirsa televisi. Para pemirsa televisi diberi kemudahan untuk mengakses penceramah yang disukai. Tiap pagi stasiun televisi berlomba-lomba menampilkan para penceramah dari berbagai kalangan. Salah satu program dakwah di televisi yang masih eksis ialah Siraman Qolbu yang ditayangkan MNC TV pada pukul 05.00 – 06.30 WIB dan dibawakan oleh Bobby Maulana dan penceramah Ustadz Dhanu.

MNC TV diketahui adalah salah satu televisi terbesar dan cukup lama yang bertahan bahkan sekarang MNC TV juga merambah di dunia digital, banyak program MNC TV yang membahas dakwah baik pada saat rhomadlon maupun pada acara pagi. Dimulai pada jam 05.00 WIB membuat banyak pemirsa masih berada di rumah dan belum akan bekerja jam ini terbukti efektif dengan banyaknya program acara yang sama juga dilakukan oleh beberapa stasiun televisi lain.

Ustad Dhanu menyampaikan dakwahnya bukan hanya sekedar memberikan pesan dakwah saja tapi juga membantu orang-orang yang memiliki masalah hal *ghoib* di bantu dengan metode *ruqyah* dan akhirnya sembuh, di damping oleh Bobby

⁹ Ahmad Zaini “Dakwah Melalui Televisi” *jurnal At-tabsyr* no 1 (2016) :3, diakses pada tanggal 1 Juni 2021. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642>

¹⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Penamedia Group, 2016), 318

Maulana sebagai presenter sedangkan Ustad Dhanu sebagai narasumber sering juga ada ceramah tambahan dari bintang tamu, dalam bulan juni 2021 banyak episode yang perlu dibahas dan mengandung semangat untuk berbuat baik

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah dakwah. *Pertama*, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan adalah pikiran, sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Tanpa bahasa, pikiran sebagai isi pesan tidak mungkin didakwahkan. *Kedua*, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. *Ketiga*, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dimaknai dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda.¹¹ Dalam penelitian ini pembahasan episode Siraman qolbu berfokus pada enam episode saja yaitu 804, 808, 812, 814, 826, 828 untuk memudahkan dalam mengambil kesimpulan serta dalam setiap episode yang dikeluarkan seimbang dalam menyampaikan pesan baik pesan akidah, syariah, juga pesan akhlak dan agar waktu yang diperlukan untuk mendapat hasil yang ingin dicapai lebih cepat dan tepat.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang pada atas, penelitian ini serius dalam Analisis Pesan Dakwah pada Program Siraman Qolbu pada MNC TV fokus dalam pesan dakwah yang disampaikan sang pengisi acara yaitu Ustad Dhanu & dipandu sang boby maulana memiliki keunikan yang menciptakan acara ini masih bertahan hingga kini walau banyak pesaing pada acara yang sama.

C. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah disampaikan peneliti maka rumusan masalahnya adalah:

¹¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Penamedia Group, 2016), 370

1. Apa saja pesan dakwah yang ada di program Siraman Qolbu di MNC TV?
2. Apa pesan dakwah yang paling dominan di program Siraman Qolbu di MNC TV?

D. Tujuan Masalah

Berlandaskan rumusan masalah yang dibahas maka tujuan masalahnya ialah:

1. Mengetahui pesan dakwah yang ada di program Siraman Qolbu di MNC TV.
2. Mengetahui pesan dakwah yang paling dominan di program Siraman Qolbu di MNC TV.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Akademis

Dari penelitian yang telah ditulis oleh penulis ini di harapkan suatu saat dapat bermanfaat bagi orang lain tentunya dapat menambah bahan bacaan dan tontonan menambah khasanah kepustakaan dan mendapatkan pengetahuan tentang pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam program Siraman qolbu juga dijadikan bahan referensi bagi penelitian untuk lebih meningkatkan kajian tentang analisis dakwah pada media, sehingga dapat dijadikan masukan untuk seluruh mahasiswa IAIN Kudus.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi mahasiswa yang ingin mempelajari pesan-pesan dakwah serta mengetahui bahwa setiap dakwah yang disampaikan memiliki makna pesan yang terkandung didalamnya.

F. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dan memahami proposal ini, penulis akan memaprkan sitematika sebagai berikut :

1. Bab I : Pendahuluan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sitematika pembahasan.
2. Bab II : Kajian Teori, *yang pertama*, isinya merupakan teori yang meliputi : pesan

dakwah dan televisi sebagai medianya. *Yang kedua*, penelitian terdahulu yang pernah diteliti, *yang ketiga*, kerangka berfikir.

3. Bab III : Metode penelitian, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan analisis data.
4. Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan, berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian.
5. Bab V : Penutup, berisi kesimpulan, dan saran.

