

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Teori-Teori Terkait

##### 1. Pesan Dakwah

###### a. Pengertian Pesan Dakwah

*Massage* ialah pesan dakwah dalam ilmu komunikasi, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur kebahasaan Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. lebih tepat istilah ini dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang dalam Bahasa Arab diterjemahkan menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman dalam logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dilihat lebih tepat untuk menerangkan, “isi dakwah berupa gambar, lukisan, kata dan sebagainya untuk diharapkan bisa memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.”

Demikian juga tentang realitas kehidupan yang terjadi di masyarakat dapat dijadikan sebagai *‘ibrah* atau materi pelajaran bagi *mad'u*. Al-Qur'an dan al-Hadis menjadi sumber utama pesan dakwah, sedangkan selainnya menjadi sumber penjelas/penguat terhadap al-Qur'an dan al-Hadis. Pesan-pesan yang bertentangan dengan kedua sumber utama tidak dapat dikatakan pesan dakwah. Pesan-pesan tersebut dapat berupa kata-kata, simbol-simbol, lambang, gambar dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perubahan perilaku kalangan *mad'u*.

Penyampaian pesan tergantung kepada bentuk dakwah. Bagi *dakwah billisan*, pesannya adalah melalui kata dan kalimat-kalimat (*komunikasi verbal*). Sedangkan untuk *dakwah bil-kitabah*, pesannya berbentuk karya tulis dalam bentuk buku, majalah, jurnal, bulletin dan sebagainya. Dan untuk *dakwah bil-hal*, pesannya adalah berbentuk tindakan atau perilaku dan keteladanan untuk mempengaruhi orang lain kepada kebaikan (*komunikasi non-verbal*). Pesan untuk metode ceramah pada umumnya adalah pesan-pesan

yang dapat dipahami dengan jelas oleh jama'ah tanpa menimbulkan perbedaan-perbedaan pendapat yang memicu perdebatan.<sup>1</sup>

Dakwah sendiri merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran. Melalui dakwah akan terbentuk suatu kondisi umat terbaik dan berkualitas tinggi dengan nilai-nilai yang tinggi pula (khoira ummah), melalui dakwah nilai-nilai kemanusiaan akan mewujud dimasyarakat sehingga tercipta masyarakat hayatan toyyibah.<sup>2</sup>

#### **b. Pengelompokan Pesan Dakwah**

Pesan dakwah berdasarkan temanya tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Banyak klasifikasi yang di ajukan para ulama dalam memetakan Islam. Menurut Endang Saifuddin Anshari, sebagaimana yang dikutip dari Moh. Ali Aziz, ia membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

- 1) Akidah, yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah SWT, iman kepada Rasul-rasul Allah, dan iman kepada *Qada dan Qodar*.

---

<sup>1</sup> Kamaludin, "Pesan Dakwah", *Fitrah, Jurnal ilmu ilmu keislaman*, no 2 (2016 ) : 2 diakses pada tanggal 22 Agustus 2022 [http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf\\_3](http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf_3)

<sup>2</sup> Faizatul Nadzifah, "Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar Radar Kudus", *At-tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, no 1 2013 : 1 diakses pada tanggal 21 September 2022 <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/449/441>

- 2) Akhlak, yang meliputi sikap atau tingkah laku terhadap *al-khaliq* dan *makhuq* (manusia dan bukan manusia).
- 3) Syariat, yang meliputi ibadah dalam arti khas (*taharah, shalat, as-saum, zakat, haji*), dan muamalah dalam arti luas (*al-qanun-al-madani / hukum tertulis dan al-qanun al-a'am hukum publik*).<sup>3</sup>

Sebagai tambahan Ulama lain membagi pokok ajaran Islam dengan berdasar inti sari surat al-Fatihah. Terdapat tiga tema pokok didalamnya yaitu akidah, syariah, dan akhlak berdasar hadist Nabi SAW. Beberapa pendapat Ulama mengenai ketiga ajaran pokok Islam ini antara lain:

- 1) Ketiga komponen ini diletakkan secara hirarkhis. Artinya mula-mula seseorang harus memperteguh akidah, selanjutnya menjalankan syariat dan kemudian menyempurnakan akhlak. Pada posisi puncak inilah maksud diutusny Nabi SAW yaitu menyempurnakan akhlak manusia. Berdasarkan asumsi tersebut, dengan memperkuat iman seseorang pendakwah, akan lebih mudah bagi mereka untuk memberikan dakwah bahkan membantu merubah seseorang menjadi lebih baik. Jika pendakwah memiliki iman yang teguh, pendakwah diperkenankan mengajarkan cara-cara menjalankan agama. Pendakwah harus memiliki hati bersih dan merasa hidupnya dipantau oleh Allah SWT, amar ma'ruf nahi munkar.
- 2) Ketiga komponen diletakkan secara sejajar, akidah yang bertempat di akal, syariat dilakukan anggota tubuh, dan akhlak bertempat di dalam hati. Sebagai contoh pendakwah mengajarkan bahwa menjalankan sholat harus dengan pikiran

---

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2009), 340.

yang yakin, mematuhi syarat dan rukunnya, serta diperkuat dengan hati yang ikhlas.<sup>4</sup>

### c. Karakteristik Pesan Dakwah

Sumber utama pesan dakwah adalah al-Qur'an. Al-Qur'an berfungsi sebagai *Hudan* (petunjuk hidup) bagi manusia dalam segala aspek kehidupannya. Nabi saw. yang ummi diutus Allah swt. untuk membacakan ayat-ayat-Nya kepada umat manusia dan mengajarkan *al-Kitab* dan *al-Hikmah* serta untuk mensucikan jiwa mereka. Pengelolaan pesan menjadi sangat penting karena dapat mempengaruhi efektifitas dakwah.<sup>5</sup>

Agar bisa membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya, seperti pesan dalam komunikasi, maka perlu mengenal karakteristik pesan dakwah yaitu:

#### 1) Mengandung Unsur Kebenaran

Kebenaran yang dimaksud pada pesan dakwah artinya kebenaran yang asal berdasarkan Allah Swt, sebagaimana dikatakan pada firman-Nya “Kebenaran itu datangnya berdasarkan Tuhanmu, karena itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu” (QS Al-Baqarah [2]: 147). Rangkaian ayat-ayat yang masih ada pada Al-Qur'an adalah bentuk wujud kebenaran yang bersumber berdasarkan Allah. Jadi Al-Qur'an perlu disampaikan sang da'i pada insan lantaran adalah asal kebenaran yang mutlak.

#### 2) Membawa Pesan Perdamaian

Islam dari nama kata dasarnya ialah “*salam*” artinya “damai. Unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah adalah perdamaian. Perdamaian bukan sekedar hukum internasional antara negara-negara adidaya. Perdamaian bermula dari individu, kemudian

---

<sup>4</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, cet. ke-4, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) 335-336

<sup>5</sup> Kamaludin, “Pesan Dakwah”, *Fitrah, jurnal ilmu ilmu keislaman*, no 2 (2016 ) : 2 diakses pada tanggal 22 Agustus 2022 [http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf\\_3](http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf_3)

berlanjut kepada keluarga dan semua kehidupan sosial”.

- 3) Tidak Bertentangan Dengan Nilai-nilai Universal  
 Mad'u selaku penerima pesan sebaiknya diberikan pesan yang dekat dengan ruang lingkup kehidupannya. Dengan upaya begitu, pesan dakwah hendak mudah ditangkap oleh warga karena cocok kepada kebutuhan serta kemauan mereka. Kala suasana semacam ini kita harus memisahkan antara sumber sama proses penyampaian serta penerjemahan pesan dakwah. Dalam perspektif sumber pesan dakwah, hingga dipercaya Islam selaku ajaran yang berasal dari Tuhan serta diyakini selaku ajaran yang umum. al- Qur' an selaku wahyu yang diambil oleh Rasulullah yakni pangkal ajaran umum, tidak hanya kepada orang Islam Arab, namun dikhususkan pula buat orang bukan Arab. Bersama pengucapan berbeda, pesan dakwah berjalan secara universal untuk segala manusia di dunia.<sup>6</sup>
- 4) Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan  
 Menyampaikan pesan dakwah dengan kemudahan merupakan sesuatu yang disarankan dan juga menjadi tujuan syariat Islam, sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu" (QS Al-Baqarah [2]: 185) dan sabda Nabi Muhammad Saw. "Mudahkanlah dan janganlah kamu mempersulit" (HR. Muttafaqun alaih). Memudahkan pesan dakwah yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nasehat dan kaidah syariat Islam.
- 5) Mengapresiasi Adanya Perbedaan  
 Dalam kehidupan bermasyarakat tidak bisa diingkari jika tiap orang ataupun tiap Muslim terbuat oleh Allah berbeda- beda. Pada dunia ini manusia tidak bisa jadi yang memiliki persamaan

---

<sup>6</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2009), 345

antara satu dengan yang yang lain. Selain itu, ketidak samaan bisa terbentuk sebab latar belakang yang bercorak misalnya sosial, daerah, afiliasi politik, tingkatan keikutsertaan dalam warga serta organisasi keagamaan yang dipeluk.

Pada hakikatnya seluruh pesan dakwah adalah berdasarkan isi kandungan al-Qur'an yang telah dikembangkan menjadi beberapa disiplin ilmu pengetahuan Islam. Jika diperhatikan tema-tema al-Qur'an kita akan menemukan bahwa pesan dakwah adalah bersifat integratif, yakni menjelaskan kehidupan manusia dunia dan akhirat. Dengan demikian setidaknya pesan dakwah mencakup:

- 1) Ayat-ayat yang berkaitan dengan keyakinan atau ketuhanan (*ayat-ayat uluhiyah*).
- 2) Ayat-ayat yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Tuhan (*ayat-ayat ubudiyah*).
- 3) Ayat-ayat yang berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia (*ayat-ayat muamalah*).
- 4) Ayat-ayat yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan alam semesta (*ayat-ayat kauniyah*).<sup>7</sup>

#### **d. Isi Permasalahan Dakwah**

Modul dakwah ialah ajaran islam itu sendiri, sebab segala ajaran islam dapat dijadikan pesan dakwah. Di sebutkan oleh Ali Yafie ialah modul maupun pesan dakwah itu dibagi menjadi 5 permasalahan yang meliputi:

##### 1) Masalah Kehidupan

Ajaran dakwah memperkenalkan 2 jenis kehidupan yaitu kehidupan bumi atau duniawi dan kehidupan akhirat yang mempunyai sifat tak pernah mati atau disebut abadi.

---

<sup>7</sup> Kamaludin, "Pesan Dakwah", *Fitrah, jurnal ilmu ilmu keislaman*, no 2 (2016 ) : 2 diakses pada tanggal 22 Agustus 2022 [http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf\\_3](http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf_3)

## 2) Masalah Manusia

Pesan dakwah yang membahas masalah manusia ini ialah meletakkan manusia pada posisi yang unggul yang perlu dilindungi secara maksimal.

## 3) Masalah Harta Benda

Pesan dakwah pada bentuk ini, lebih dalam penggunaan harta benda buat kehidupan manusia dan kemaslahatan ummat. Ada hak eksklusif yang wajib diberikan pada orang yang memang layak buat menerimanya.

## 4) Masalah Ilmu Pengetahuan

Dakwah islam begitu mengagungkan pentingnya perluasan ilmu pengetahuan. Pesan yang berupa ilmu pengetahuan disampaikan melalui tiga jalur ilmu yaitu:

- a) Mengetahui tulisan dan membaca
- b) Penalaran, dalam penelitian dan rahasia-rahasia alam
- c) Penggambaran di bumi seperti *study tour* atau ekspedisi ilmiah.<sup>8</sup>

## 2. Televisi Sebagai Media Dakwah

### a. Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara didefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, TV, slide, dan sebagainya.<sup>9</sup>

Istilah ‘media’ berlaku bagi produk-produk informasi dan hiburan dari industri-industri media,

---

<sup>8</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 102-103

<sup>9</sup> Arif Arif, dkk “Televisi Sebagai Media Dakwah” *Al-mishbah, Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, no 2 (2017) : 13 diakses pada tanggal 22 Juli 2021 <https://almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/88>

begitu juga contoh-contoh telekomunikasi yang membantu membawakan produk-produk tersebut kepada kita. Terdapat berbagai ide tentang apakah sejarah media itu dan bagaimana mendekatinya. Untuk memahami media (dan perkembangannya), kita perlu menggunakan kata-kata kunci dan memahami bagaimana mereka berkaitan dengan isu-isu tentang pengaruh dan konstruksi media.

Dalam proses dakwah, seorang dai dapat mengenakan banyak sekali media. Salah satu faktor keberhasilan misionaris ialah keahlian misionaris pada memastikan& mengunakan sarana ataupun media yang terdapat.<sup>10</sup>

Sebagian perihal yang butuh dicermati pada waktu memilah media merupakan:

- 1) Tidak terdapat satu media juga yang sangat baik buat totalitas permasalahan ataupun tujuan dakwah. Karena tiap media mempunyai ciri( kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda- beda.
  - 2) Media yang diseleksi cocok dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
  - 3) Media yang diseleksi cocok dengan keahlian sasaran dakwahnya.
  - 4) Media yang diseleksi cocok dengan modul dakwahnya.
  - 5) Pemilihan media sebaiknya dicoba dengan metode objektif, maksudnya pemilihan media bukan atas bawah kesukaan da' i.
  - 6) Peluang serta ketersediaan media butuh menemukan atensi.
  - 7) Efektifitas serta efesiensi wajib dicermati.
- Media yang dapat jadi perantara untuk dakwah terdapat sebagian berbagai tetapi yang sangat kerap

---

<sup>10</sup> Irzum fariyah, "Media Dakwah POP" *At-tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, no 2 (2013) : 1, di akses pada tanggal 24 Juni 2021 <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/%20komunikasi/article/download/432/456>



di amati serta didengar yakni media massa paling utama media audio visual ialah TV.<sup>11</sup>

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

- 1) Media Massa Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.
- 2) Media Nonmassa Media ini digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.<sup>12</sup>

Media cetak untuk berbagai jenis media dakwah disini ialah semua bahan cetakan yang digunakan untuk memuat dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat sebagai sasaran (obyek) dakwah. Media cetak dapat digolongkan kedalam jenis-jenis media dakwah yaitu, buku, surat kabar, majalah, bulletin, brosur, jurnal, pamflet, stiker.

Media komunikasi cetak yang mempunyai peran berskala besar, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Buku, berdakwah melalui buku mempunyai peranan dan manfaat yang besar pengaruhnya. Buku sebagai media komunikasi dakwah cetak

---

<sup>11</sup> Aminunndin, "Media Dakwah" *Al-munzir*, no 2 (2016) : 9, di akses pada tanggal 29 Juni 2021 <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/download/786/716>

<sup>12</sup> Aminunndin, "Media Dakwah" *Al-munzir*, no 2 (2016) : 9, di akses pada tanggal 26 Agustus 2022 <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/download/786/716>

telah banyak dilakukan para Ulama baik Ulama klasik maupun Ulama kontemporer.

- 2) Surat Kabar; surat kabar beredar dimana-mana, karena disamping harganya yang murah, beritanya juga sangat up to date dan memuat berbagai jenis berita. Surat Kabar cepat sekali peredarannya karena jika terlambat beritanya akan out of date.
- 3) Majalah ; adalah penerbitan berkala yang berisi macam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah biasa diterbitkan mingguan, dua mingguan atau bulanan. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Publikasi akademis yang menulis artikel pada ilmu disebut Jurnal.<sup>13</sup>

### 3. Televisi

Televisi merupakan media elektronik yang dapat menyampaikan pesan-pesan *audio* dan *visual* secara serentak. Pesan visual yang disampaikan televisi dapat berupa gambar diam ataupun gambar hidup.

Dibandingkan dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat yang istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan. Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (*shared images and message*) yang sangat besar dalam sejarah, dan ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat. Dan televisi merupakan sistem pesan cerita (*story-telling*) yang tersentralisasi.<sup>14</sup>

Siaran televisi pertama kali di Indonesia diperkenalkan pada tahun 1962, ketika Indonesia

---

<sup>13</sup> H. Suarin Nurdin, “ Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah” Jurnal Ta’dib, no 2 (2018) : 16 diakses pada tanggal 28 September 2022 <https://doi.org/10.37216/tadib.v1i2.195>

<sup>14</sup> Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama*, (Jakarta: Penamedia Group, 2015), 33

mendapat kehormatan untuk menyelenggarakan pesta olahraga Asian Games di Jakarta. Saat itu, masyarakat Indonesia disuguhi tontonan realita yang memukau. Meskipun hanya siaran hitam putih, namun siaran pertama kali televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang bersejarah. Sementara puncak ketenaran (booming) televisi di Indonesia sendiri di mulai tahun 1992 ketika RCTI mulai mengudara dengan bantuan decoder (alat pemancar).<sup>15</sup>

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalyak. Media ini mempunyai kelebihan dari media mssa lainnya yaitu bersifat audio visual, dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.<sup>16</sup>

Secara umum program dari siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*).

a. Program hiburan

Program hiburan pula terbagi menjadi 2, yaitu program drama serta nondrama. perbandingan dapat dicermati dikala metode penerapan penciptaan serta penyuguhan materinya.

- 1) Nondrama, program yang isinya dari ulasan yang nyata terdapatnya dipecah dalam sebagian jenis, antara lain musik, “*game, reality show, talk show*”, serta pertunjukan.
- 2) Drama, semacam sinetron, film serta kartun.

b. Program Informasi

Program data yakni yang tujuan programnya berikan banyaknya pengetahuan baik secara

---

<sup>15</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktek* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006). 15

<sup>16</sup> Rema Karyanti S., *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), 3

universal ataupun spesial terhadap pemirsa melalui data. Program data dibagi dalam 2 format ialah “*Hard News* serta *Soft News*”.<sup>17</sup>

#### 4. Kelebihan Televisi Sebagai Media Dakwah

Sejak awal kemunculannya, televisi telah membuat masyarakat menjadi terpesona dan mengibaratkannya sebagai 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.

Televisi merupakan perwujudan para pelaku industri mengembangkan kreasi dan inovasinya melalui media audio-visual televisi. Bahkan kini telah beragam stasiun televisi swasta yang tiada henti berkompetisi menampilkan produk-produk siarannya untuk mendapatkan perhatian pemirsa. Televisi telah berkembang menjadi media komunikasi yang bersifat informatif (berita berbagai tema: ekonomi, politik, pendidikan, sosial, budaya), edukatif dengan berbagai program pendidikan, dan hiburan dengan segala ragam acara (infotainment, entertainment, sinetron, film, kuis, dan masih banyak lagi).<sup>18</sup>

Pertumbuhan serta pergantian media Televisi, baik dalam wujud program ataupun dalam kenaikan teknologi baru, hendak membagikan metode baru untuk warga buat memakai sarana Televisi di masa depan. Pada gilirannya, fashion mengkonsumsi data baru ini mungkin hendak membentuk metode hidup owner serta penonton Televisi.

Kekuatan TV tidak memerlukan uraian. Bila radio mempunyai energi tarik yang kokoh sebab faktor, musik serta dampak suara, hingga Televisi mempunyai faktor

<sup>17</sup> Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama*, 33

<sup>18</sup> Yuliyatun Tajuddin, “Dakwahtainment di Televisi: Analisis terhadap fenomena dakwah ramadhan ” *Jurnal At-tabsyr*, no 2 (2016) : 4, di akses pada tanggal 3 Juli 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2923>

visual berbentuk foto tidak hanya ketiga faktor tersebut. Serta foto ini tidaklah foto statis, melainkan foto hidup yang bisa membuat pemirsa terkesan. Atraksi ini tidak cuma buat siaran, namun pula buat film, sebab seluruhnya bisa dinikmati dengan nyaman serta aman di rumah, serta TV kecil bisa menyajikan program menarik yang lain tidak hanya film.

*Pertama*, Keunggulan serta fitur Televisi, paling utama dalam perihal mendekati kehidupan tiap hari. TV merupakan produk budaya yang unik. Bentuk- bentuk pemberitaan, dialog, visualisasi, serta drama yang dibesarkan TV sudah melahirkan budaya publik yang sangat berbeda dengan dahulu. TV bisa membagikan kerangka budaya serta wujud ekspresi yang unik secara teknologi serta institusional, semacam ekspresi kekuatan sosial, politik serta ekonomi yang lebih luas.

*Kedua*, TV selaku media audiovisual (mendengar-melihat) mempunyai keunggulan sangat persuasif, sebab penonton bisa melihat baik gambar ataupun suara. Audiens juga bisa menerima suara serta gambar lewat liputan langsung sepanjang kegiatan dakwah ataupun khotbah yang sedang berlangsung. Oleh sebab itu, TV mempunyai kecepatan serta realisme yang nyata, dan pengaruh yang besar. Saat ini, siaran Televisi bisa dilihat di mobil, motor, bahkan di ponsel, sehingga menanggulangi hambatan teknis serta geografis.

*Ketiga*, TV mempunyai pengaruh yang sangat luas dalam menyebarkan data secara kilat, serta mempunyai seluruh pengaruhnya terhadap kehidupan orang serta warga. Timbulnya TV serta media elektronik yang lain jadi jembatan untuk warga buat memahaminya, sebab banyak pengalaman hidup serta budaya yang ditampilkan di layar.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> 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>

## 5. Analisis isi

Analisis isi merupakan analisis mendalam yang mampu menggunakan teknik kuantitatif juga kualitatif terhadap pesan-pesan yang menggunakan metode ilmiah dan tidak terbatas pada jenis-jenis variabel yang bisa diukur atau konteks lokal pesan-pesan diciptakan.

Menurut beberapa peneliti, metode analisis isi diartikan sebagai berikut:

- a. Analisis isi adalah teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara kuantitatif, obyektif, dan sistematis, dari suatu isi.
- b. Analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus.

Analisis isi merupakan penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi yang termuat dalam suatu media massa (analisis isi obyeknya terutama adalah media massa). Semua obyek yang diteliti akan dipetakan dalam bentuk tulisan/lambang dan kemudian diberi interpretasi satu-persatu. Akan tetapi pada media yang sifatnya *audio* tetap harus perlu didengarkan, dengan tetap harus menuliskannya kembali. Begitu pula dengan media-media visual. Tujuannya untuk mengetahui semua karakter penyampaiannya. Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang berusaha membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.<sup>20</sup>

Analisis isi kualitatif terdiri berdasarkan sekumpulan teknik buat menganalisis teks secara sistematis yang dikembangkan selama 20 tahun berlalu pada suatu studi longitudinal tentang konsekuensi-konsekuensi psikososial dari pengangguran.

Objek dari analisis isi (Kualitatif) dapat berupa semua jenis komunikasi yang direkam (Transkrip

---

<sup>20</sup> Gusti Yasser Arafat” Membongkar Isi Pesan dan Media dengan *Content Analysis” Jurnal Al Hdharah* no 33 (2018) :17 diakses pada tanggal 27 September 2022 <https://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>

wawancara, wacana, protokol observasi, video tape). Analisis isi tidak hanya menganalisa isi materi yang kelihatan. Sebagaimana digariskan bahwa analisis isi memasangkan teks ke dalam suatu model komunikasi yang didalamnya didefinisikan tujuan analisis.<sup>21</sup>

Teknik uji terhadap konten dalam media, baik media cetak atau Televisi merupakan analisis isi yang dilakukan secara runtut. Peneliti lain dapat meniru untuk melakukan penelitian yang serupa karena teknik ini bersifat dapat di duplikasi dengan indikator objek atau subjek yang berbeda.

Prosedur analisis isi milik Philip Mayring adalah sebagai berikut :

- a. Pertanyaan penelitian.
- b. Penentuan definisi kategori dan level abstraksi untuk kategori induktif.
- c. Menyusun tahap demi tahap perumusan kategori di luar materi, mengenai definisi kategori dan level abstrak. Subsumsi kategori lama atau perumusan kategori baru.
- d. Revisi kategori-kategori setelah 10-50% dari materi.
- e. Pekerjaan final melalui teks.
- f. Interpretasi hasil, evaluasi tahap analisis kuantitatif (seperti frekuensi).

Sehubungan dengan penelitian dalam ilmu komunikasi, analisis isi digunakan pada tiga jenis penelitian komunikasi. Penelitianpenelitian komunikasi itu adalah:

- a. Penelitian yang bersifat deskriptif.

Biasanya untuk mempermudahnya dilakukan dengan cara membandingkan:

- 1) Pesan dokumen yang sama pada waktu yang berbeda. Analisis dapat membuat kesimpulan tentang kecenderungan isi komunikasi.
- 2) Pesan dari sumber yang sama (tunggal) dalam situasi yang berbeda. Untuk mengetahui pengaruh situasi terhadap isi komunikasi.

---

<sup>21</sup> Ezmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis data*, cetakan ke-5 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016) 284-285

- 3) Pesan dari sumber yang sama terhadap penerima yang berbeda. Untuk mengetahui pengaruh ciri-ciri *audience* terhadap isi dan gaya komunikasi
  - 4) Pesan dengan pesan, membandingkan isi komunikasi terhadap waktu, situasi atau *audience* yang berbeda. Untuk mengetahui kontigensi.
  - 5) Uji hipotesis tentang perbandingan pesan dari dua sumber berbeda (antarkomunikator).
- b. Penelitian tentang penyebab pesan hasil dari pengaruh dua pesan oleh dua sumber pada variable perilaku yang kemudian bisa memunculkan motif, sikap dan nilai pada *source* B
  - c. Penelitian yang ingin mengetahui suatu efek pesan dari sumber A ke penerima B.<sup>22</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian pada konteks analisis pesan dakwah melalui media televisi sudah banyak yang meneliti. Hasil penelitian terdahulu diambil dari beberapa skripsi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Tujuan riset terdahulu merupakan mengenali posisi riset yang hendak dilaksanakan dari penelitian yang ada sebelumnya. Bertikut ini merupakan riset terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan riset yang hendak peneliti cermat:

1. Dakwah Melalui Media Televisi (Analisis simiotik program acara Al-kalam di lembaga penyiaran publik TVRI) di susun oleh Siti Lestari mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam fakultas dakwah IAIN Salatiga.

Dari skripsi ini membahas tentang beberapa program acara islami di LPP TVRI Jawa Tengah. Al kalam merupakan program acara islami yang bertujuan untuk mengajarkan membaca Al Qur'an dengan benar serta mempelajarinya yang dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari.

---

<sup>22</sup> Gusti Yasser Arafat” Membongkar Isi Pesan dan Media dengan *Content Analysis*” *Jurnal Al Hdharah* no 33 (2018) :17 diakses pada tanggal 30 September 2022 <https://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>



Analisis simiotik yang di peroleh ialah Dalam penelitiannya lebih fokus terhadap setiap komponen yang ada dalam sebuah program acara Al-kalam mulai dari host, narasumber, *bumper*, panggung, dan masih banyak lagi.<sup>23</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah media dakwah yang dijadikan penelitian disini adalah televisi dan khususnya program acara Al-kalam di TVRI.

Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya ialah terletak pada fokus penelitiannya adalah analisis menggunakan analisis semiotik tapi penelitian yang akan di teliti menggunakan analisis isi.

2. Analisis Pesan Dakwah Dalam Program Saliha pada Net TV pada susun sang Mardiani Rahayu mahasiswi jurusan komunikasi & penyiaran islam fakultas dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Berisi mengenai “analisis pesan dakwah pada acara sahila pada Net TV. Penanda dan Petanda pesan dakwah yang terkandung pada acara program Saliha, masih ada pesan dakwah yang disampaikan yakni diantaranya hidayah adalah petunjuk, Petunjuk adalah sesuatu yang diharapkan pada banyak sekali aspek kehidupan, karena setiap orang yang menuju atau menginginkan sesuatu tanpa adanya petunjuk maka buat hingga dalam tujuan itu mungkin saja akan menemui banyak kendala. Selanjutnya hijrah berarti pindah berdasarkan suatu loka ke loka yang lain guna, guna mencari keselamatan diri dan mempertahankan aqidah. Sudah sepatutnya seseorang muslim berhijrah dan menutup aurat. Selanjutnya, adab perilaku muslim yang dilakukan. Adab dan perilaku yang baik perlu dicontoh merupakan semua perbuatan Nabi Muhammad SAW. Terutama buat kaum perempuan dihentikan berjalan yg mengundang syahwat yg bukan mahromnya. Cara penyampaian pesan dakwah pada acara Saliha pada Net TV dalam segment Tanya Jawab Ustadz Adi Alwi dan Perjuangan Hijrah Natalie Sarah. Pada segment Tanya

---

<sup>23</sup> Siti Iestari, “Dakwah Melalui Media Televisi (Analisis simiotik program acara Al-kalam di lembaga penyiaran publik TVRI)”, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2017) 40.

Jawab Ustad Adi Alwi mengungkapkan pesan dakwah menggunakan obrolan syiar keagamaan. Ustadz mengungkapkan dahwanya memakai bahasa gaul yg gampang dimengerti sang para mad'u (penonton) terutama dikalangan millenials. Sedangkan dalam segmen Natalie Sarah, mengungkapkan pesan dakwah menggunakan cara monolog pada bentuk Qashash. Qashash merupakan gaya bahasa dakwah yang menampilkan cerita-cerita masa lalu, baik cerita yg berakhir azab ataupun cerita yang berakhir kebahagiaan. Selain itu Natalie Sarah memakai bahasa yang sederhana sebagai akibatnya gampang dipahami para mad'u (penonton).<sup>24</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya menggunakan yang akan peneliti lakukan merupakan menganalisis pesan dakwah yang terdaat pada acara program televisi.

Penelitian yang akan diteliti merupakan pesan dakwah pada acara program siraman qholbu beserta ustad danu yang bersifat ceramah sedangkan pada penelitian terdahulu menganalisis pesan dakwah pada acara saliha pada Net TV yang bersifat fakta ringan atau soft news.

Analisis isi merupakan metode ilmiah buat memeriksa dan menarik konklusi atas suatu kenyataan dapat memanfaatkan dokumen (teks), analisis isi pula adalah keliru satu metode primer berdasarkan ilmu komunikasi. Analisis isi ditujukan buat mengidentifikasi secara sistematis isis komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, juga bisa pada replikasi.<sup>25</sup>

### C. Kerangka Berfikir

Televisi merupakan satu-satunya bentuk komunikasi publik yang paling kuat, dan loka primer bagi perundingan sosial tentang gagasan-gagasan, nilai-nilai dan gaya hidup. Media televisi pula gampang buat diakses buat seluruh orang menciptakan televisi bagaikan kebutuhan hidup. Hingga ketika

---

<sup>24</sup> Mahadian Rahayu , *Analisis Pesan dakwah Dalam Program Sahila di Net TV*, (Banten: UIN Sultan Hasanuddin, 2019) 33.

<sup>25</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011) 14-15.

ini, televisi masih berfungsi menjadi media yang mengayomi arus tren tahun 2 ribuan menjadi media hiburan (fun), media informasi (information), media politik (politic), serta media pendidikan (education). Sekarang menggunakan pergeseran budaya warga yang terus berubah, fungsi televisi dipakai menjadi media dakwah bagi aneka macam agama, baik secara terpisah, misalnya melalui acara spesifik siraman keagamaan juga secara inhern melalui muatan-muatan nilai yang terkandung pada acara program televisi.

Program acara Siraman qholbu bersama ustad danu berbeda dengan acara dakwah pada umumnya, jika pada ceramah di televisi hanya menyampaikan pesan-pesan dakwah serta Tanya jawab tapi dalam Siraman qholbu juga mencoba membantu bagi penonton di studio jika ada masalah ghoib bisa di sembuhkan seketika.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

