

## STUDI MODEL DAKWAH TERHADAP SIARAN ASYIKNYA BERISLAM DI CELEBES TV

Oleh: Habibi

IAIN Pare-pare

Email : [Habibi@iainpare.ac.id](mailto:Habibi@iainpare.ac.id)

### Abstrak:

*Penelitian yang mencoba menjabarkan tentang model dakwah yang digunakan dalam siaran televisi lokal dengan menjadikan jama'ah majelis taklim sebagai objek dakwah. Penelitian ini akan menelaah model dakwah lewat media dan bagaimana pandangan jama'ah majelis taklim tentang dakwah yang ditayangkan lewat media tersebut. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kualitatif dengan metode pendekatan komunikasi dan dakwah. Hasil penelitian menyimpulkan ada 5 segmen yang dimulai dengan pembukaan dengan lantunan ayat suci Al-Quran atau Shalawat nabi dan dilanjutkan dengan muqaddimah oleh dai. Segmen kedua dan ketiga merupakan segmen mengenai materi dakwah. Untuk segmen keempat adalah segmen interaktif Tanya-jawab antara dai dan peserta majelis taklim. Segmen kelima berupa penutup yaitu kesimpulan dan do'a. Adapun tantangan yang harus dihadapi siaran dakwah ini adalah permasalahan budgeting (dana), manajemen waktu, dan kapabilitas dai. Tentunya ketiga hal tersebut merupakan tantangan yang harus di lalui. Selain tantangan, muncul juga peluang yang dapat diraih untuk keberhasilan dakwah, seperti kedekatan emosional antara dai dan jama'ah, materi yang diangkat cenderung pada pembentukan karakter hidup manusia, kenapa manusia hidup dan untuk apa manusia diciptakan, kemas dakwah yang menarik dan kemampuan menyeleksi dai yang berkompeten setidaknya akan memberikan ruang yang luas untuk mengembangkan dakwah melalui media kontemporer saat ini..*

*Keywords: Dakwah, Model Dakwah TV*

### PENDAHULUAN

Masyarakat Islam merupakan mayoritas dari penduduk Negara Republik Indonesia. Islam telah ada sejak abad ke-7 Masehi. Hal ini dibuktikan dengan penemuan Makam dari putri Fatimah di

daerah Nangroe Aceh Darusslam yang mana daerah ini merupakan awal dari lahirnya daerah Islam selanjutnya. Masyarakat dahulu kala menyiarkan ajaran Islam dengan berbagai cara. Salah satu caranya adalah melalui pertalian

pernikahan dengan pedagang dari Gujarat/ India dan Persia yang mana mereka merupakan para penyebar ajaran Islam yang pertama masuk ke Indonesia.

Terlepas dari sejarah tersebut Islam sejak awal hadir dimuka bumi ini sebagai *Rahmatan Lil Alamin* dan merupakan agama yang paling sempurna di sisi Allah swt. Islam disebarkan oleh Rasulullah Muhammad saw di Jazirah Arab merupakan awal penyebarannya ke seluruh dunia. Islam disebarkan dengan kasih sayang dan kelembahlembutan yang di tunjukkan oleh Rasulullah kepada sekalian sahabat dan para pengikutnya. Islam hadir diawal masanya mengalami penolakan yang amat besar dari kaum Kafir Quraisy yang saat itu masih menyembah berhala. Namun Rasulullah tak pernah menyerah menyebarkan ajaran islam hingga akhirnya hijrah ke Madinah yang merupakan tombak awal kejayaan Islam.

Dakwah dalam perkembangannya telah mengalami perubahan yang sangat signifikan dikarenakan perkembangan zaman dan globalisasi Informasi yang mendunia. Globalisasi Informasi telah mencapai tingkat yang sangat nyata, hal ini ditunjang oleh teknologi yang semakin berkembang di kalangan manusia modern saat ini. Hampir dapat di temukan televisi di setiap rumah tidak hanya di kota tetapi juga di pelosok desa.

Televisi merupakan media penyiaran yang secara keseluruhan mencakup berbagai hal baik itu hiburan, informasi, pendidikan maupun kontrol sosial sesuai dengan fungsi dan perannya sebagai media penyiaran. Apapun yang disajikan media saat ini merupakan produk yang mengandung salah satu dari empat fungsi media.

Media televisi sebagai salah satu siaran yang mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Tentunya memiliki peranan tersendiri dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Televisi pada masa orde baru hanya dikenal TVRI saja. Namun, seiring berkembangnya industri pertelevisian, saat ini dikenal banyak televisi nasional dan adapula televisi lokal. Saat ini televisi Nasional yang ada Di Indonesia setidaknya yang bersiaran aktif ada 11 stasiun TV Nasional diantaranya, TVRI, Metro, TV One, RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, MNC Tv, Global TV, Trans TV, dan Trans7. Ke sebelas Stasiun televisi tersebut berpusat di Ibukota dan memiliki pemancar yang menjangkau seluruh Indonesia. Sedangkan untuk televisi lokal jauh lebih banyak tergantung dari lokal daerahnya.

Pada data tahun 2008, Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002 telah menghimpun sebanyak 23 industri televisi lokal. Pada tahun 2013 bertambah hingga menjadi 42 stasiun televisi lokal yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Sedangkan masih ada sekitar 100 lebih stasiun TV lokal yang belum terhimpun di ATVLI dan beberapa dalam proses pembentukan.<sup>1</sup>

Adanya penambahan jumlah stasiun televisi lokal dalam kurun waktu empat tahun memperlihatkan geliat semangat dari pelaku industri televisi lokal. Mereka menyediakan media untuk menyuguhkan konten-konten lokal serta isu-isu dan

---

<sup>1</sup> Metri Novarinda Asmar, *Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-*

*Faktor Yang Mempengaruhinya*, Skripsi (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2011). h. 1

persoalan-persoalan lokal dari daerah masing-masing kepada pemirsanya.<sup>2</sup>

Rachmiati mengemukakan bahwa beragam program acara yang disajikan televisi lokal mulai dari berita, musik dan hiburan, program kesenian dan kebudayaan, hingga potensi ekonomi lokal memungkinkan masyarakat untuk dapat memilih program acara yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Program acara bernuansa lokal menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat menonton televisi lokal.

Berbagai media memiliki kesan tersendiri terhadap dakwah. Berdasarkan hal ini peneliti merasa perlu lebih mengkaji tentang model dakwah yang diterapkan oleh sebuah media dalam menyiarkan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian terhadap program siaran *Asyiknya BerIslam* yang ditayangkan di Celebes TV sebagai salah satu program siaran religi yang berpusat di kawasan Makassar dan sekitarnya. Dengan demikian model dakwah dalam perkembangannya akan lebih menitikberatkan pada model dakwah yang diterapkan pada pertelevisian saat ini terutama pertelevisian lokal.

## KAJIAN TEORITIS

### A. Konsep Siaran Televisi

Televisi merupakan media elektronik audiovisual. Televisi pertama kali dikembangkan oleh seorang ilmuwan berkebangsaan Jerman bernama Paul Nipkow pada Tahun 1884.<sup>3</sup> Televisi merupakan salah satu media yang cukup

berkembang sejak awal abad ke-18. Televisi hadir di tengah masyarakat dan mampu memberikan pengaruh yang cukup besar. Data terakhir menunjukkan bahwa saat ini terdapat sekitar 20-23 juta rumah tangga yang memiliki televisi. Tidak kurang dari 18 jam sehari berbagai acara dan informasi dijejalkan dihadapan pemirsa di seluruh tanah air.<sup>4</sup>

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Untuk itulah, dalam menyampaikan pesan-pesannya televisi juga mempunyai kekhususan.<sup>5</sup> Sifat televisi sebagai media elektronik adalah sifatnya yang audiovisual dan *unreliable* atau tidak bisa diulang. Sehingga pemirsa harus memerhatikannya dengan seksama karena tidak dapat diulang kembali.

Sebagai media massa elektronik yang bergantung pada teknologi modern maka televisi menjadi media dengan proses produksi yang mahal dan untuk menutupi pendanaan tersebut media memperolehnya dari pemasang iklan. Pemasang iklan tidak akan serta-merta bekerjasama dengan media tersebut tanpa memperhatikan kredibilitas media. Kredibilitas sebuah stasiun televisi ditunjang kualitas siaran yang ditampilkan baik itu berita, hiburan maupun seluruh siaran yang tercakup di dalamnya.<sup>6</sup>

Saat ini paling tidak dikenal 9 produk teknologi pertelevisian yang digunakan sebagai media penyampai pesan, antara lain: High Definition Video System, System

<sup>2</sup> Metri Novarinda Asmar. "Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. h. 1.

<sup>3</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional, Cet II* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005). h. 4.

<sup>4</sup> Mulyadi, *Komunikasi Islam* (Makassar: Alauddin University Press, 2012). h. 71.

<sup>5</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: Kencana, 2008). h. 3.

<sup>6</sup> Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. h. 5.

Imax, System Diamond Vision, System Teletext, System Still Picture Broadcasting, System Cable Television, System Pay Television, Sistem Siaran Satelit Langsung, System High Definition Television. Kesembilan produk teknologi pertelevisian ini digunakan untuk keperluan yang berbeda tergantung pada kualitas gambar, jarak siaran dan jumlah siaran yang bisa diterimanya. Televisi yang umum digunakan saat ini adalah System Cable Television dan sistem siaran satelit langsung.

Siaran televisi sebagai pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Pancaran sinyal tersebut diterima oleh antena televisi untuk kemudian diubah kembali menjadi gambar dan suara. Untuk menyelenggarakan siaran televisi dibutuhkan tiga komponen yang disebut trilogi pertelevisian yaitu: Studio dengan berbagai sarana penunjangnya, Pemancar atau transmisi dan Pesawat penerima atau televisi.<sup>7</sup> Ketiga komponen tersebut merupakan komponen yang mendukung penyelenggaraan siaran televisi.

Kekuatan media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik, kabel dan fiber yang dipancarkan (transmisi) melalui satelit. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa, cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi, cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (ekspresif). Salah satu hal yang

paling berpengaruh dari daya tarik televisi adalah bahwa informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas, dan sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran-siaran televisi.

Pada umumnya isi program siaran di televisi atau radio (media elektronik) meliputi acara sebagai berikut: *News reporting* (laporan berita), *Talk show*, *Call in-show*, *Documentair*, *Magazine/ tabloid*, *Rural program*, *Advertising*, *Education / instructional*, *Art & culture*, *Music*, *Soap operas/ sinetron/ drama*, *Tv movie*, *Game show/ kuis*, *Comedy & lain-lain*.<sup>8</sup>

### B. Model Komunikasi Dakwah

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Communication* yang memiliki arti hubungan, berita, pengumuman dan pemberitahuan.<sup>9</sup> Jadi sifat komunikasi adalah informatif yaitu disampaikan kepada orang lain, baik berupa berita, pengumuman maupun pemberitahuan diantara orang yang memiliki hubungan satu sama lain. Dalam memahami komunikasi dapat dipahami secara umum dan secara paradigmatis. Secara umum, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari diri kita sejak kita memulai aktifitas kita dari bangun tidur hingga tidur kembali.<sup>10</sup> Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi dapat berlangsung secara verbal maupun nonverbal, sehingga baik itu ucapan, gerak tubuh maupun mimik wajah merupakan bagian dari aktifitas komunikasi. Manusia melangsungkan aktifitasnya melibatkan manusia lain. Hubungan yang dijalin merupakan bagian dari komunikasi sehingga terjadi interaksi.

<sup>7</sup> Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. h. 3

<sup>8</sup> Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. h. 9.

<sup>9</sup> M.Echols dan Hassan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1982). h. 131.

<sup>10</sup> Arifuddin Tike, *Etika Komunikasi "Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran"* (Makassar: Alauddin University Press, 2012). h. 6.

Secara paradigmatis atau secara terminologi, komunikasi di definisikan sebagai mekanisme mengadakan hubungan dengan sesama manusia dengan mengembangkan semua lambang-lambang dan pikiran bersama dengan arti yang menyertainya. Menurut Carl I Hovland, komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat umum. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah bagian dari kehidupan sosial.<sup>11</sup>

Sedangkan pengertian dakwah sebelumnya telah diuraikan pada Bab I yaitu Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu kata دعا - يدعو - دعوة yang berarti menyeru atau memanggil.<sup>12</sup> Dakwah dapat diterjemahkan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk mengajak manusia secara umum dan umat Islam secara khusus untuk melaksanakan perbuatan yang baik. Secara terminologis, menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A., dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.<sup>13</sup> Dakwah menurut syekh Ali Mahfuz adalah mengajak manusia kepada kebaikan Allah SWT. Menyeru mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka dari kebiasaan buruk supaya

mendapatkan kebaikan di dunia dan di akhirat.<sup>14</sup>

Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memotivasi orang dengan basirah.<sup>15</sup> Dakwah Islam dengan jalan Basirah artinya dakwah yang dilakukan dengan cara damai dan tenang bukan dengan kekerasan. Hal ini di tempuh dengan mempengaruhi faktor kognitif dan afektif seseorang (kecerdasan intelektual dan emosional). Atau dalam bahasa lain disebut dengan dakwah persuasif.<sup>16</sup>

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Metode Deskripsi merupakan suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk memperoleh deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Penelitian ini berlangsung di Celebes TV gedung Bosowa Group Lantai 15 Jalan Jenderal Sudirman No. 5 Makassar. Waktu yang digunakan dalam proses penelitian ini berkisar dua bulan.

<sup>11</sup> Tike. *Etika Komunikasi Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran*, h. 7.

<sup>12</sup> Pria Hotman A. Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana, 2011). h. 27.

<sup>13</sup> Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Wijaya, 1985). h.

<sup>14</sup> A. Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. h. 28

<sup>15</sup> وإما معنى الدعوة إلى الله تعالى على بصيرة فهي: أن يكونى الداعية إلى الله عالماً بما يدعو إليه، وعالمًا بحال المدعوين وانصال ما يصلح لهم و ينفعهم ، وعالماً أيضاً بطريقة الدعوة إلى الله تعالى ، مؤطراً كل ذلك بالنصوص الشرعية وما عليه سلف الأمة رضوان الله عليهم ، مع الأخذ بالأساليب والوسائل الشرعية المتاحة ، وترك الوسائل المنهى عنها.

"... adalah dai itu paham akan tugasnya itu, juga paham dengan keadaan dan seluk-beluk *mad'u* mengenai apa yang baik bagi mereka disamping mengenal metode dakwah dengan merujuk pada nas-nas yang *syiar'i* dan cara yang di tempuh oleh salah yang *shalih*. Dakwah basirah juga berarti berdakwah dengan memanfaatkan berbagai fasilitas dan media yang *syar'i* dan meninggalkan cara-cara yang dilarang untuk berdakwah... Azis ibn Farhan al-'Anzi dan Taqdim Shalih ibn 'Abdul 'Azis, *Al-Basirah Fi Al-Da'wah Ila Allah* (Abu Dhabi: Dar Imam Malik, 2005). h. 14.

<sup>16</sup> A. Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. h. 30

## B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini diarahkan pada pengungkapan pola pikir yang digunakan peneliti dalam menganalisis sarannya atau dalam hal ini lebih mengutamakan pendekatan sosiokultural dengan Disiplin keilmuan sesuai dengan jurusan peneliti yakni disiplin Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

## C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasi sebagai berikut: 1) Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari responden melalui wawancara yang dilakukan kepada beberapa pihak terutama pihak manajemen dan *mad'u* yang ada secara langsung serta observasi langsung yang ditemukan peneliti di lapangan.<sup>17</sup> Data sekunder adalah data penunjang penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber untuk melengkapi penelitian. Data sekunder diperoleh dalam bentuk sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan berbagai organisasi atau perusahaan atau berbagai jurnal dan penelitian lain yang telah dilaksanakan sebelumnya.<sup>18</sup> Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik: *Library Research* (Studi Kepustakaan), *Field research* teknik *field research* antara lain: Observasi, Interview atau wawancara, Dokumentasi.

## D. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) populasi yang sedang diteliti. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang diamati agar bermakna dan komunikatif.<sup>19</sup> Langkah-langkah analisis

data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Reduksi Data (*Data Reduction*), Display data (*Data Display*), Analisis perbandingan (*Comparatif*), Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/ Verification*)

## HASIL PENELITIAN

### A. Model Dakwah Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV

Model dakwah identik dengan pola penyajian dakwah. Pada bab kedua telah disinggung tentang model komunikasi dan arahnya ke model dakwah saat ini. Berbagai media menjadikan dakwah sebagai sebuah *Icon*. Dakwah di tampilkan dalam berbagai kemasan yang menarik para pemirsanya. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, Siaran asyiknya berislam merupakan salah satu produk media yang menjadikan dakwah sebagai sebuah *Icon*. Dakwah dengan menghadirkan jamaah tersendiri kemudian ditayangkan melalui media menjadikannya sesuatu yang cukup menarik. Terutama bila tema yang diangkat senantiasa berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat saat ini.

Dakwah melalui media telah ada sejak beberapa tahun silam. Perkembangannya pun signifikan, dakwah menjadi sesuatu yang mampu bersaing dengan produk lain. Walaupun demikian, belum ada media yang secara total mampu melakukan dukungan penuh terhadap gerakan dakwah Islam. Semua masih pada latar pencarian keuntungan dan pemenuhan kebutuhan pasar. Meskipun hal tersebut terjadi tetapi hal tersebut masih menjadikannya sesuatu yang dapat memberikan dampak positif bagi pemirsanya.

<sup>17</sup> Uma Sukarna, *Metode Analisis Data* (Jakarta: Kencana, 2007). h. 25.

<sup>18</sup> Sukarna. *Metode Analisis Data*, h.26.

<sup>19</sup> Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, Cet I (Bandung: Pustaka Setia, 2003). h. 107.

Berbicara masalah model dakwah kita juga akan berbicara masalah pola penyajian dakwah yang berkembang melalui media saat ini. Sebagai sebuah bagian dari keberlangsungan komunikasi, pola dakwah melalui media dapat berlangsung dengan cara linier, interkasional dan transaksional. Sebagai sebuah siaran yang menghadirkan peserta atau jamaah dengan menyediakan waktu untuk proses Tanya jawab ini merupakan bagian dari pola komunikasi interksional. Dakwah dapat berlangsung dengan sangat efisien bila antara dai dan jamaah saling memahami tema yang dibicarakan dan mampu menerima pemahaman yang ada.

Pada saat yang sama tanpa disadari dakwah berlangsung sebagai sebuah dinamika komunikasi yang kompleks dan koheren. Dakwah pada pola penyajian melalui media Celebes TV untuk siaran *Asyiknya berislam* di Celebes TV secara tidak langsung juga melakukan pola komunikasi linear dan transaksional. Untuk lebih memahaminya berikut uraiannya.

#### 1. Dakwah berlangsung secara linear

Dakwah berlangsung secara linear berarti dakwah hanya terjadi dari satu pihak yang berperan sebagai sumber atau dai. Pada siaran *asyiknya berislam* di Celebes TV, dapat dilihat proses dakwah secara linear. Hal ini berlangsung pada segmen kedua dan ketiga siaran tersebut. Sang dai akan menyampaikan isi ceramahnya secara total dan menyeluruh dengan memperhatikan kondisi jamaahnya namun bukan dalam posisi dimana jamaah bisa menyela ceramah sang dai. Hal ini Nampak seperti ceramah biasa di mesjid dimana sang ustaz duduk bersila dan jamaah memperhatikannya dengan seksama. Dakwah linear juga terjadi ketika dilaksanakannya siaran program tersebut dimana tayangan tersebut dapat dinikmati pemirsa namun pemirsa tidak dapat

melakukan timbal balik karena siaran ini diperuntukkan untuk rekaman (taping)

#### 2. Dakwah berlangsung secara interaksional

Dakwah berlangsung secara interaksional ini dapat dipahami dari pelaksanaan setiap segmen berakhir. Dimana ketika sang Dai mengucapkan "*Asyiknya Berislam*" para jamaah menjawab "*Subhanallah*". Selain itu juga pada segmen keempat yang di sediakan durasi untuk tanya jawab. Jamaah akan mulai bertanya dengan berdiri dan mengajukan pertanyaannya kemudian Dai akan langsung menjawabnya. Setelah itu akan ada pertanyaan selanjutnya dari jamaah lainnya hingga akhirnya segmen keempat berakhir.

#### 3. Dakwah berlangsung secara transaksional

Dakwah berlangsung secara transaksional ini dimaksudkan pada kedekatan hubungan antara jamaah dan Dai. Untuk siaran acara *asyiknya berislam* di Celebes TV seringkali *jama'ah* sendiri lah yang membawa ustaz dari tempatnya. Sehingga mereka antara jamah dan dai tersebut sudah saling mengenal satu sama lain. Walaupun demikian terkadang juga ada majelis taklim yang tidak membawa ustaz sendiri sehingga pihak produksi yang menyediakannya namun untuk berbagai keperluan dai, jamaah lah yang bertanggung jawab.

Membahas tentang ketiga pola dakwah di atas yang terjadi dalam proses produksi siaran *asyiknya berislam* di Celebes TV jauh lebih kompleks. Sebelum pengambilan gambar, *jama'ah* terlebih dahulu harus melakukan latihan dengan kru. Selain itu, mereka harus melakukan penyesuaian dengan durasi dan posisi yang

telah diatur sedemikian rupa agar terlihat berbeda dengan yang lain.

Dalam proses penyampaian dakwah yang diatur sedemikian rupa ini menunjukkan model dakwah yang lebih kondusif. Dakwah jauh lebih difokuskan pada jamaah majelis taklim namun secara luas juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari publik sebagai produksi media. Sehingga dengan jelas materi dakwah yang disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan jamaah bukan publik secara umum. Publik hanya bertindak sebagai *mad'u* pasif sedangkan jamaah majelis taklim bertindak sebagai *Mad'u* aktif. Sang dai sebagai sumber dan Celebes TV sebagai Media menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan dan saling menunjang satu sama lain untuk keberhasilan dakwah (tujuan dai) dan keberhasilan siaran (tujuan Media).

### **B. Tantangan dan Peluang Keberhasilan Dakwah pada Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV**

Dakwah dalam perkembangannya mengalami pasang-surut, seringkali dakwah menjadi sesuatu yang dianggap berhasil namun acap kali juga mengalami kegagalan terutama bila diperhadapkan pada masalah kebutuhan *mad'u* dan apa yang disediakan oleh dai. Selain itu tentunya banyak faktor yang menjadi tolok ukur berhasil atau tidaknya keberlangsungan dakwah tersebut. Terutama dakwah melalui media. Kita seringkali menjumpai hal-hal baru yang disajikan dakwah melalui media. Terkadang hal tersebut dianggap kurang menarik namun tak sedikit dakwah melalui media massa menjadi sesuatu yang banyak dipilih oleh khalayak. Hal ini dikarenakan dakwah melalui media massa jauh lebih

seederhana dibanding ketika dakwah berlangsung di tempat yang formal seperti mesjid atau pengajian rutin.

Dakwah melalui media tentunya akan menjadi sesuatu yang lumrah bila memiliki banyak pemirsa terutama dengan objek dakwah kaum wanita. Dakwah melalui media akan sedikit mengurangi beban dan lebih menghemat waktu. Ketika seorang harus mendatangi mesjid untuk mengikuti kajian dakwah maka orang yang menyaksikan dakwah melalui media massa cukup melakukannya di rumah tanpa harus ke mesjid. Selain itu, ia akan mampu melaksanakan pekerjaan yang lain sembari mengikuti siaran dakwah.

Bagi peserta majelis taklim akan merasakan kesenangan tersendiri bila setelah mengikuti pengajian ia dapat menyaksikan dirinya di depan layar kaca. Terutama apabila dakwah yang disampaikan cukup dekat dengan masalah kehidupan sosialnya. Dalam penuturan ibu Hj. Sitti Ammaria memaparkan bahwa:

*“Acara asyiknya berislam di Celebes tv sendiri adalah tempat ibu-ibu majelis taklim dapat turut serta meramaikan dan saling menjalin silaturahmi. Dalam acara ini kita dapat mendapat bnyak hikmah agama termasuk dengan keadaan di sekitar kita”<sup>20</sup>*

Berbagai pertanyaan yang di lontarkan oleh ibu majelis taklim pada setiap kesempatan adalah masalah yang berkaitan dengan keluarga dan sekitarnya. Seperti pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta majelis taklim nurul muttaqin perumahan antang tentang masalah menuntut ilmu.

<sup>20</sup> Sitti Ammaria ( 52 Tahun) Jamaah majelis taklim, *Wawancara*, Makassar, 17 Juli 2014.

*“Menuntut ilmu itu wajib sebagaimana sholat bagi muslim dan muslimah. Saya sebagai ibu rumah tangga juga wajib mengurus rumah tangga kemudian ikut juga kegiatan majelis taklim. Yang ingin saya tanyakan bagaimana kita mensiasati waktu untuk bisa terus menuntut ilmu terutama ilmu agama”<sup>21</sup>*

Dalam pelaksanaan dakwah melalui media akan ada beberapa tantangan yang menjadi salah satu faktor penghambat keberhasilan dakwah anatara lain:

### 1. Masalah *budgeting*

Berbeda halnya jika siaran dilakukan di luar studio maka jamaah harus mempersiapkan anggaran yang lebih besar untuk menutupi ongkos tambahan yang dikeluarkan pihak produksi. Sehingga untuk keperluan produksi kembali dikenakan pada jamaah. Hal tersebut wajar saja jika kita melihat ini sebagai sebuah bisnis media. Namun hal yang perlu diingat dan ditekankan adalah bahwa dakwah adalah bagian dari kewajiban kita selaku umat muslim sehingga sepantasnyalah kita menjadikannya sesuatu yang lebih utama di bandingkan dengan yang lain.

Masalah *budgeting* menjadi bagian yang tak terhindarkan karena bagaimanapun media berperan sebagai publikator. Seperti pemaparan dari produser siaran asyiknya berislam di Celebes TV. Beliau memaparkan bahwa:

*“Media hanya berperan sebagai publikator untuk urusan fee akan di selesaikan oleh penyelenggara dalam hal ini peserta majelis taklim”<sup>22</sup>*

### 2. *Time Management*

Time management atau manajemen waktu merupakan bagian yang akan selalu kita temui dalam pelaksanaan berbagai kegiatan mulai dari tidak sesuai jadwal, keterlambatan kru, pihak penyelenggara (majelis taklim), maupun seluruh pihak yang terlibat. Dakwah melalui media dapat terlaksana bila melibatkan unsur dakwah setidaknya dai, jamaah, media dan khalayak itu sendiri. Namun apa yang akan terjadi bila sang sumber (*dai*) terlambat, *mad'u* tidak dalam kondisi yang baik dan kru yang tidak hadir tentunya hal tersebut tidak akan terlaksana atau walaupun terlaksana akan tidak efektif dan efisien.

Hal tersebut sesuai dengan pemaparan produser siaran asyiknya berislam di Celebes TV dimana beliau menjelaskan bahwa hal yang paling sering menjadi kendala dalam pelaksanaan siaran adalah masalah waktu. Seringkali ketika kita melakukan pengambilan gambar ada pihak yang terlambat datang dengan berbagai alasan apakah itu pihak majelis taklim, penceramah maupun dari pihak kami.

### 3. Kapabilitas *da'i*

Kapabilitas dai menjadi sesuatu yang cukup menjadi bahan pertimbangan keberhasilan dakwah. Dakwah melalui media yang menampilkan dai yang berbeda setiap saat tentunya akan menarik perhatian. Namun apabila dai tersebut ternyata dalam kesehariannya kurang menjadi figur maka yang akan terjadi adalah kekecewaan pihak *mad'u* terhadap pelaksanaan dakwah dan hal tersebut akan berefek pada kesinambungan dakwah ke depannya. Dimana media yang menampilkan dai yang kurang kompeten akan menjadi sorotan

<sup>21</sup> Fatia. Memperbaiki kualitas amal. Asyiknya Berislam. Edisi 23 Maret 2014

<sup>22</sup> Muh. Idris (44 Tahun) Produser Pelaksana Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV, *Wawancara*, Makassar, Selasa 8 Juli 2014

dan pemirsanya akan berkurang. Sehingga media harus mampu mempertahankan pemirsanya dengan membangun citra yang positif untuk dai yang telah dan akan ditampilkannya melalui media tersebut.

Hal tersebut senada dengan pemaparan ibu Hj. Sitti Ammaria bahwa dai yang ada saat ini sangat varian. Makanya ketika menyaksikan siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV ia merasa dai yang ada setiap minggu berbeda dan melihat ada dai yang kurang menarik dan ada juga yang cukup baik sehingga ketika akan ikut acara ini ia menyarankan dai yang menurutnya cukup baik dan memiliki karakter dibanding yang lain.

Dalam perkembangannya tersebut, dakwah melalui media juga memiliki peluang yang cukup besar untuk mendukung keberhasilan dakwah. Dakwah yang terlaksana melalui media secara otomatis akan menjadi satu tahap yang tak terpisahkan sehingga dakwah akan senantiasa ada dan hidup dalam media tersebut. Beberapa peluang keberhasilan dakwah melalui Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV yaitu: kedekatan emosional dai dengan jamaah dan pemirsa, Pembentukan karakter hidup manusia, Kecakapan media dalam pengolahan dakwah Menghasilkan dai berkompeten.

### KESIMPULAN

1. Model dakwah yang digunakan pada siaran asyiknya berislam di Celebes TV, meliputi: Dakwah berlangsung secara linear; Dakwah berlangsung secara interaksional; Dakwah berlangsung secara transaksional
2. Tantangan dan Peluang Keberhasilan Dakwah pada Siaran Asyiknya Berislam di Celebes TV antara lain: a) Masalah *budgeting*; b) *Time Management*; c) Kapabilitas *da'i*.

### DAFTAR PUSTAKA

- A. Ilyas Ismail, Pria Hotman. *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei. *Metode Penelitian Dakwah*. Cet I. Bandung: Pustaka Setia, 2003.
- Asmar, Metri Novarinda. *Motivasi, Pola, Dan Kepuasan Menonton Televisi Lokal Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2011.
- Azis ibn Farhan al-'Anzi dan Taqdim Shalih ibn 'Abdul 'Azis. *Al-Basirah Fi Al-Da'wah Ila Allah*. Abu Dhabi: Dar Imam Malik, 2005.
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Cet II. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mulyadi. *Komunikasi Islam*. Makassar: Alauddin University Press, 2012.
- Omar, Toha Yahya. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wijaya, 1985.
- Sadily, M.Echols dan Hassan. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1982.
- Sukarna, Uma. *Metode Analisis Data*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Tike, Arifuddin. *Etika Komunikasi "Suatu Kajian Kritis Berdasarkan Al-Quran"*. Makassar: Alauddin University Press, 2012.