

PERANAN TELEVISI BERBASIS DAKWAH ISLAM DALAM MENGUATKAN AKIDAH UMMAT

Bagus Triady¹, Irma Damayanti², Erwan Effendi³

^{1,2,3}Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara

Email: uhibukimiftah1209@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peranan televisi berbasis dakwah Islam dalam menguatkan akidah umat Islam. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam melaksanakan program dakwah Islam melalui media televisi, ada beberapa metode dakwah yang digunakan, yaitu: Metode Ceramah (*Talking Method*), Metode selipan, dan Metode Infiltrasi (*Infiltration Method*). Dalam pembelajaran, televisi memberikan tiga peran penting yaitu peran dalam memberikan manfaat secara kognitif, afektif dan psikomotor. Dakwah melalui televisi harus memuat banyak informasi dan cara dalam penyampaian agar dakwah yang disampaikan melalui televisi dapat diterima dan diminati banyak orang yaitu dengan menyangkut empat hal pokok yaitu, pembaharuan konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan atau kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan skunder untuk mendanai program dakwah, dan peningkatan kualitas dan kuantitas da'i dan da'iah, khususnya yang sudah populer di media televisi.

Kata Kunci: Televisi, Dakwah, Islam, Peran.

Abstract

The purpose of this study was to analyze the role of Islamic da'wah-based television in strengthening the faith of Muslims. The type of method used in this study is a qualitative method using secondary data. The results showed that in implementing the Islamic da'wah program through television media, there were several da'wah methods used, namely: the Talking Method, the insert method, and the Infiltration Method. In learning, television provides three important roles, namely the role in providing cognitive, affective and psychomotor benefits. Da'wah through television must contain a lot of information and ways of delivering it so that da'wah delivered through television can be received and interested by many people, namely by involving four main things, namely, renewal of the concept of da'wah, expansion and strengthening of networks or collaboration with institutions engaged in da'wah, strengthening primary and secondary funds to fund da'wah programs, and increasing the quality and quantity of da'i and da'iah, especially those that are already popular in television media.

Keywords: *Television, Da'wah, Islam, Role.*

A. PENDAHULUAN

Media masa merupakan suatu wadah atau tempat untuk menyampaikan sebuah informasi, baik dalam kapasitas diskusi ilmiah dan gaya diskusi ringan. Media merupakan suatu alat atau sarana komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk (Japruddin, 2018; Elhadi & Kuryanti, 2020). Sedangkan media massa merupakan suatu sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan

kepada masyarakat luas. Penyiaran dakwah Islam melalui televisi dapat menggabungkan berbagai kelompok umat Islam untuk menerima pesan yang disampaikan. Penyiaran Islam melalui televisi juga dapat mengupayakan untuk tidak terjadinya pengaruh terhadap pola kehidupan masyarakat yang meniru gaya budaya Barat dari segi berpakaian, tingkah laku, dan kebudayaan yang semakin banyak disebarkan oleh media Barat. Televisi merupakan bagian penting bagi masyarakat, khususnya umat Islam (Mamdud, 2019; Huda, 2019).

Perkembangan teknologi informasi mempunyai berbagai macam alat media komunikasi massa. Mulai dari koran, radio, televisi dan internet (Nuryanto, 2012). Munculnya media massa melalui internet ini bisa menciptakan masyarakat dunia global, tetapi juga dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat yang nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*). Kemajuan teknologi media massa dampaknya akan berimbang (Sutiah, 2018; Alansoli & Zahidi, 2019). Tidak hanya berpihak kepada kaum non muslim saja akan tetapi kaum muslim pun mampu mengambil peran dan bagian dalam mewarnai kehidupan masyarakat modern saat ini. Minimal kebutuhan kaum muslim atau masyarakat yang ingin tahu tentang Islam bisa terpenuhi dengan pesan, acara dan kegiatan dakwah yang dimuat atau disiarkan oleh media massa (Kurniawan & Anwar, 2020; Abdillah & Udin, 2019).

Dengan begitu maka kegiatan dakwah perlu disesuaikan dan disinergikan dengan kemajuan teknologi yang ada khususnya kemajuan media massa. Karena untuk saat ini menurut penulis dakwah lewat media massa adalah sebuah keniscayaan dalam membumikan pesan-pesan Islam (Zaini, 2015). Tujuan utama dikembangkannya media untuk memberikan kemudahan bagi manusia. Media massa khususnya televisi sebagai sumber informasi yang sudah menjadi suatu kebutuhan dari kehidupan manusia. Penyiaran Islam melalui televisi dapat menyatukan persepsi komunitas umat Islam dengan menerima pesan-pesan yang disampaikan secara bersama-sama. Syekh Ali Mahfuz mengatakan bahwa maju mundurnya Islam tergantung pada kegiatan dakwah atau penyiaran Islam yang dilakukan oleh umat Islam itu sendiri.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peranan Televisi Sebagai Media Dakwah Islam

Televisi menjadi sarana dalam media dakwah Islam yang merupakan suatu pemanfaatan teknologi modern dalam aktifitas dakwah. Dengan memanfaatkan televisi sebagai sarana dalam media dakwah Islam, agar pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat tersampaikan kepada sasaran dakwah dengan baik. Dakwah melalui televisi meliputi banyak informasi dan metode dalam penyampaiannya agar dakwah yang disampaikan melalui televisi dapat diterima dan diminati banyak orang yaitu dengan menerapkan empat hal penting yaitu, penyempurnaan rancangan dakwah, perluasan kerjasama dengan institusi yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana pokok dan ekonomi untuk bertanggung jawab dalam program dakwah, dan meningkatkan kualitas pendakwah (Fatmawati, 2009).

2. Penyempurnaan Rancangan Dakwah

Penyempurnaan rancangan dakwah di media televisi mengangkat sumber hukum Islam pada Al-Qur'an yang didefinisikan sebagai ajakan untuk menerapkan perihal iman, pemahaman agama, dan proses masyarakat menuju baik buruknya sifat dan karakter manusia. Seperti yang disebutkan di dalam Q.S Al Imran ayat 110 yang berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman

kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.

Usaha yang dilakukan untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan adalah salah satu dakwah yang dapat dilakukan dengan melalui media televisi. Dakwah melalui media televisi yang terjadi pada perubahan global saat ini harus bersungguh-sungguh dalam memberikan tayangan yang bermanfaat dan digemar oleh kalangan masyarakat, serta menarik sesuai dengan kemajuan dan perkembangan masyarakat.

3. Perluasan Kerjasama dengan Institusi yang Bergerak di Bidang Dakwah

Hal ini dilakukan untuk menciptakan cara pandang yang mempengaruhi terjadinya proses sosial dalam perluasan kerjasama dengan institusi yang bergerak di bidang dakwah. Dengan kerjasama yang dilakukan diharapkan bahwa dakwah melalui media televisi agar lebih bersemangat dalam menyiarkan dakwahnya (Fatmawati, 2009).

4. Penguatan Dana Pokok dan Ekonomi untuk Bertanggung Jawab dalam Program Dakwah

Penayangan kemasan dakwah melalui televisi membutuhkan dana yang cukup besar. Hal ini mengacu pada idiologi industri media massa adalah profit yang tinggi. Jadi, dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang tepat. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual. Kemasan dakwah melalui media televisi didominasi dengan model dialog, monolog, dan tabligh dengan tujuan untuk mengembangkan dakwah di televisi.

5. Meningkatkan Kualitas Pendakwah

Dalam pertelevisian harus melakukan pengembangan kemampuan sumber daya, baik melalui pendidikan atau pelatihan, agar menghasilkan da'i dan da'iah yang berkualitas, kreatif, dan komunikatif dalam program dakwah televisi. Seorang da'i harus memahami dan mengerti bagaimana media televisi agar dapat memanfaatkannya dengan benar, termasuk menemukan format yang tepat dalam menggunakan media televisi sebagai media dakwah (Alfandi, 2005).

Televisi adalah media massa yang telah memberikan dampak dengan semua keunggulan dan kelemahannya sebagai media massa, sehingga terciptanya dunia baru bagi masyarakat. Televisi sangat penting untuk dijadikan media dakwah, lembaga penyiaran televisi di Indonesia menyediakan waktu untuk kegiatan dakwah, seperti azan maghrib atau acara-acara khusus pada bulan Ramadan, Idul Fitri dan Idul Adha.

Ada beberapa keunggulan televisi sebagai media dakwah yaitu:

- a. Televisi merupakan produk kultural yang unik, bentuk-bentuk pemberitaan, perbincangan, visualisasi dan dramatisasi yang dikembangkan oleh televisi melahirkan suatu kultur publik yang berbeda dari sebelumnya. Televisi mampu menawarkan suatu bentuk kerangka dan ekspresi kultural yang khas secara teknologi dan institusional seperti ekspresi dari kekuatan-kekuatan sosial, politik dan ekonomi yang lebih luas.
- b. Sebagai media audio visual, keunggulan televisi terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena masyarakat dapat melihat gambar hidup dan suara sekaligus. Suara dan gambar hidup itu dapat diterima masyarakat pada saat sebuah peristiwa tabligh atau khutbah yang sedang disiarkan, melalui liputan secara langsung. Dengan demikian, televisi memiliki kecepatan dan aktualitas yang tinggi dengan daya persuasi yang tinggi.
- c. Televisi memiliki daya jangkau (*converage*) yang sangat luas dalam menyampaikan pesan secara cepat dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu dan masyarakat. Komunikator dakwah perlu memberikan penilaian secara objektif tentang

peranan konstruktif dari media massa, sehingga masyarakat tidak tergiring oleh opini massa bahwa media massa selalu mencerdaskan kehidupan. Padahal, kenyataannya tidak semua informasi media massa menawarkan isi yang mendidik karena tidak sejalan dengan tujuan ajaran Islam.

Televisi merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan dalam pendidikan khususnya proses belajar mengajar. Melalui televisi, siswa mampu mempelajari ilmu pengetahuan yang telah dirancang dengan baik, meningkatkan daya apresiasi anak, daya kritis yang meningkat, memberikan pengalaman baru bagi masyarakat terkait dengan peristiwa maupun informasi tertentu. Dalam pembelajaran, televisi memberikan tiga peran penting yaitu peran dalam memberikan manfaat secara kognitif, afektif dan psikomotor. Peran dalam memberikan manfaat kognitif akan diberikan melalui siaran ilmu pengetahuan atau informasi-informasi dan keterampilannya, seperti dialog, berita, wawancara dan sebagainya. Manfaat afektif akan dirasakan oleh penontonnya melalui siaran dengan program yang berkaitan dengan sikap dan emosi, contohnya adalah acara yang mendorong penontonya untuk memiliki kepekaan sosial, kepedulian sesama manusia dan sebagainya.

Kemudian, manfaat psikomotor yaitu berkaitan dengan tindakan dan perilaku positif. Acara ini dapat dilihat dari film, sinetron, drama dan acara-acara yang lainnya dengan syarat tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di Indonesia ataupun merusak akhlak pada anak. Televisi dapat menjadi alat propaganda dan mempengaruhi sikap, dan opini public melalui acara siaran yang ditayangkan. Pengaruh media massa cukup signifikan terhadap perilaku dan sikap orang yang mengelola produk media massa. Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah di antaranya telah dilakukan oleh beberapa stasiun televisi, yaitu televisi pemerintah maupun televisi swasta.

Bentuk pemanfaatan media televisi tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa acara sinetron yang bernuansa Islam yang sebagian ceritanya diangkat dari kisah nyata dalam kehidupan sehari-hari. Sinetron merupakan singkatan dari *sinema elektronik* yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, yang media komunikasi audio visualnya dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video, kemudian melalui proses elektronik dan ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi. Dalam penyajian dakwah berbasis sinetron lebih mudah sampai dan diterima oleh masyarakat (mad'u), karena pesan yang disampaikan dalam sinetron hamper sama dengan pesan dakwah yang disampaikan melalui visual, yang memiliki pengaruh terhadap pendapat, sikap, dan perilaku mad'u.

Secara umum, fungsi televisi sangat memberikan dampak atau manfaat bagi masyarakat, yaitu:

a. Menyiarkan Informasi (*to Inform*)

Menyiarkan atau menyampaikan informasi adalah fungsi utama media massa. Tetapi dengan adanya media massa seperti televisi, sangat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi atau berita-berita yang terjadi di masyarakat luar dan didunia, dengan menyampaikan apa yang terjadi seiring dengan perkembangan zaman.

b. Mendidik (*to Educate*)

Televisi sebagai sarana pendidikan, yaitu dengan memuat tulisan-tulisan dan informasi yang mengandung pengetahuan, sehingga menambah wawasan bagi para pendengar atau penonton.

c. Menghibur (*to Entertain*)

Televisi biasa menayangkan film-film kartoon dan film-film yang bersifat heroik serta acara-acara yang sifatnya tidak membutuhkan konsentrasi dalam menikmati acara tersebut. Televisi sebagai hiburan secara implisit juga merupakan ancaman bagi yang menontonnya. Karena banyak tayangan-tayangan media yang secara etika dan moral sangat bertentangan dengan kultur di Indonesia.

d. Mempengaruhi (*to Influence*)

Fungsi mempengaruhi dari media massa terdapat pada berita dan tajuk rencana, artikel, serta opini. Kemudian fungsi mempengaruhi untuk bidang perniagaan terdapat pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan.

Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau. Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara. Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif. Media televisi bersifat audio visual. Hal ini memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar (Majid, 2019).

6. Metode Dakwah Islam melalui Televisi

Dakwah adalah suatu seruan untuk mengajak umat manusia kepada jalan Allah dan Rasulnya untuk menuju kepada kebaikan. Televisi merupakan suatu sarana atau media yang canggih pada saat ini. Di mana, siaran televisi dapat dilihat oleh banyak orang dan membutuhkan suatu perangkat atau TV-set. Mereka menggunakan televisi sebagai media dakwah, karena dengan menggunakan media ini dapat lebih menghemat waktu, tenaga dan biaya. Selain itu, dengan media televisi, dakwah yang disampaikan juga dapat tersiar dengan cepat dan bisa dinikmati oleh semua lapisan masyarakat (Thadi, 2018).

Dakwah tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, karena proses dakwah merupakan bentuk komunikasi itu sendiri, tetapi bukan hanya sekedar berkomunikasi, melainkan ada hal hal penting dan bermanfaat yang harus disampaikan, sehingga pesan yang disampaikan tersebut dapat di terapkan oleh masyarakat kepada jalan kebaikan. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikasi atas ide- ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku. Demikian juga dengan dakwah, seorang da'i sebagai komunikator sangat berharap agar mad'u sebagai komunikasi dapat menerapkan dan bersikap sesuai isi pesan yang disampaikan.

Arti penting sebuah media dalam proses dakwah tidak dapat dipungkiri lagi. Permasalahannya sekarang terletak pada kemauan dan kejelian para da'i dalam melihat media mana yang paling tepat dipakai berdasarkan kemampuannya sebagai da'i maupun spesifikasi mad'u yang menjadi lahan garapannya. Moh. Ali Azis menjelaskan bahwa pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif wasilah yang dipakai maka semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Pemakaian media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi yang dilakukan umat manusia, dibandingkan sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Oleh karena itu sudah seharusnya bagi para da'i memanfaatkan peluang ini dalam menyebarkan ajaran Islam diantaranya yaitu menggunakan televisi. Dalam menyampaikan materi dakwahnya (maddah), para da'i harus merujuk pada Al-Qur'an dan Hadits. Keduanya harus menjadi pegangan dalam setiap aktivitas dakwah apapun, dimanapun, kapanpun, dan menggunakan media apapun termasuk televisi. Dalam menyampaikan materi dakwahnya Al-Qur'an terlebih dulu meletakkan prinsipnya bahwa manusia yang dihadapi (mad'u) adalah makhluk yang terdiri

atas unsur jasmani, akal dan jiwa, sehingga ia harus dilihat dan diperlakukan dengan keseluruhan unsur-unsurnya secara serempak baik dari segi materi maupun waktu penyajiannya (Thadi, 2018).

Di dalam pelaksanaan program dakwah Islam melalui media televisi, ada beberapa metode dakwah yang digunakan, yaitu:

a. Metode Ceramah (*Talking Method*)

Metode ceramah adalah metode dakwah yang lebih sering digunakan oleh khalayak, karena metode ceramah adalah cara penyampaian dakwah secara lisan dan lebih mudah diterima dan dipahami oleh mad'u. Metode ini sering digunakan pada acara-acara televisi pada saat bulan Ramadhan untuk memberikan siraman qalbu kepada pemirsa. Metode ini juga metode yang paling sering digunakan dalam berdakwah melalui televisi. Ada dua cara yang digunakan dalam berdakwah melalui televisi yaitu dengan cara uraian (*The Talk*) dan teknik wawancara (*interview*).

Dakwah dengan teknik uraian adalah teknik penyampaian materi dakwah oleh seorang da'i dengan menggunakan metode ceramah melalui media televisi dalam durasi tertentu dengan sendiri, tanpa ilustrasi gambar dan dilakukan di dalam studio. Kemudian yaitu teknik wawancara (*interview*), dakwah dengan teknik wawancara adalah teknik penyampaian materi dakwah dengan lisan atau metode ceramah melalui media televisi, yang dilakukan oleh dua orang (*dialog*), yang satu bertindak sebagai pewawancara (*interviewer*) dan yang satu bertindak sebagai narasumber, yang membahas mengenai materi dakwah tertentu.

b. Metode selipan

Metode selipan adalah cara penyampaian materi dakwah dengan cara disusupkan atau diselipkan pada acara-acara televisi, tanpa terasa bahwa pesan dakwah masuk dalam program tersebut.

c. Metode Infiltrasi (*Infiltration Method*)

Metode dakwah dengan infiltrasi di era televisi swasta ini lebih variatif, karena ragam acara lebih banyak. Masing-masing stasiun televisi ingin lebih kreatif membuat program-program unggulan dan berkualitas agar tidak menurunkan jumlah penontonnya. Tetapi, program yang dibuat oleh masing-masing stasiun televisi lebih banyak untuk kebutuhan hiburan bagi pemirsanya, dan mempertimbangkan faktor. Dengan melihat masalahnya, maka bagi praktisi televisi yang masih mempunyai komitmen terhadap misi dakwah Islamnya harus lebih kreatif lagi dalam menyisipkan nilai keIslamannya (Madjis, 2019).

7. Pengaruh Televisi Dalam Menguatkan Akidah Ummat

Televisi salah satu perangkat yang dimiliki mayoritas masyarakat Indonesia, televisi menghadirkan banyak informasi serta tontonan kepada semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa maupun tua. Televisi mempunyai kemampuan untuk menghadirkan informasi, memainkan perannya sebagai *entertainer*, *informer* dan sebagainya. Meskipun banyak tokoh menyebutkan bahwa pengaruh televisi membawa dampak buruk dan merusak budaya lokal, dengan alasan masyarakat telah meninggalkan tradisi leluhurnya yang sangat bernilai. Televisi bisa membawa dampak buruk terhadap masyarakat yang menontonnya, dengan penyajian film atau siaran televisi yang tidak mengandung nilai-nilai kebaikan atau mengandung ajaran-ajaran yang dapat di implemmentasikan dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam kegiatan berdakwah (Nurliana, 2020).

Perkembangan zaman yang semakin pesat, semua dapat dilakukan menggunakan media massa terutama televisi. Dakwah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, dakwah bisa dilakukan dengan perbuatan, perkataan, dan tulisan. Dakwah melalui perkataan berupa ceramah, khutbah, serta nasehat-nasehat Islam yang disampaikan. Pengaruh televisi juga dapat menguatkan akidah ummat, dengan cara menyajikan siaran-siaran yang mengandung nilai-nilai keIslaman. Menurut H. Masan dalam bukunya *Pendidikan Agama Islam* bahwa

Akidah berasal dari bahasa Arab yaitu *aqada*-ya '*qudu*-*aqidatan* yang artinya pengikat atau mengadakan perjanjian. Menurut istilah, akidah adalah satu pokok atau dasar keyakinan yang harus diyakini kebenarannya oleh setiap muslim dengan bersandar pada dalil-dalil Al-Qur'an dan Hadis (Nurliana, 2019).

Jadi, dalam menguatkan akidah umat televisi sangat berperan penting dalam menerapkan perannya sebagai media dakwah. Televisi sudah banyak menyediakan siaran-siaran yang mengandung ajaran atau nilai-nilai Islam, seperti siaran dakwah dengan metode ceramah atau memeberikan nasehat-nasehat Islam. Televisi juga sebagai wadah untuk masyarakat mencari informasi terkini yang terjadi di seluruh Indonesia. Seiring perkembangannya, sudah banyak lahir artis dan pendakwah-pendakwah di televisi. Sehingga banyak program-program Islam yang di siarkan di televisi. Program-program televisi bisa disajikan dengan memperhatikan nilai-nilai Islami dalam masyarakat, akan tetapi program-program tersebut tidak boleh kehilangan fungsi-fungsinya hanya karena dibumbui nilai-nilai yang Islami.

Ditengah gempuran opini yang menyudutkan Islam dan dakwah Islam, maka saatnya umat Islam memiliki stasiun televisi sendiri yang berfungsi untuk memberikan pembelaan terhadap informasi yang salah tentang ajaran agama dan para pengikutnya. Dakwah Islam yang sekarang masih dikembangkan di televisi, harus lebih ditingkatkan dengan memperbaiki segala bentuk kekurangan untuk menarik minat pemirsa untuk menontonnya. Dakwah Islam melalui media televisi juga harus memperhatikan azas penyiaran televisi dalam Islam dan beberapa teori komunikasi massa yang berkenaan dengan penyiaran televisi. Dengan itu dakwah Islam melalui televisi juga harus berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits agar menjadi pedoman serta kepercayaan bagi pemirsa yang menontonnya.

C. KESIMPULAN

Dakwah melalui televisi harus memuat banyak informasi dan cara dalam penyampaianya agar dakwah yang disampaikan melalui televisi dapat diterima dan diminati banyak orang yaitu dengan menyangkut empat hal pokok yaitu, pembaharuan konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan atau kerjasama dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan skunder untuk mendanai program dakwah, dan peningkatan kualitas dan kuantitas da'i dan da'iah, khususnya yang sudah populer di media televisi.

Dalam pembelajaran, televisi memberikan tiga peran penting yaitu peran dalam memberikan manfaat secara kognitif, afektif dan psikomotor. Peran dalam memberikan manfaat kognitif akan diberikan melalui siaran ilmu pengetahuan atau informasi-informasi dan keterampilannya, seperti dialog, berita, wawancara dan sebagainya. Manfaat afektif akan dirasakan oleh penontonnya melalui siaran dengan program yang berkaitan dengan sikap dan emosi, contohnya adalah acara yang mendorong penontonya untuk memiliki kepekaan sosial, kepedulian sesama manusia dan sebagainya.

Kemudian, manfaat psikomotor yaitu berkaitan dengan tindakan dan perilaku positif. Acara ini dapat dilihat dari film, sinetron, drama dan acara-acara yang lainnya dengan syarat tidak bertentangan dengan norma-norma yang ada di Indonesia ataupun merusak akhlak pada anak. Di dalam melaksanakan program dakwah Islam melalui media televisi, ada beberapa metode dakwah yang digunakan, yaitu: Metode Ceramah (*Talking Method*), Metode selipan, dan Metode Infiltrasi (*Infiltration Method*).

Para pendakwah-pendakwah Islam harus memanfaatkan media televisi untuk berdakwah. Dakwah yang sudah disajikan di televisi harus lebih di kreasikan lagi dengan tujuan untuk menarik minat para penonton. Bagaimana cara menyajikan sebuah film atau tontonan yang mengandung ajaran-ajaran agama Islam di televisi untuk media berdakwah. Tontonan Islam juga dapat menarik minat semua kalangan masyarakat dengan penyajian

yang menarik dan tidak membosankan, serta dapat menjadi landasan atau bahan utuk di aplikasikan di kehidupan sehari-hari dan dapat memperkuat akidah ummat Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F., & Udin, M. D. (2019). Praktek Dakwah Islam pada Acara Sakinah di Kilisuci Televisi (KSTV) Kediri. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(1), 13-20.
- Alansori, M. Z., & Zahidi, S. (2019). Dakwahtainment Televisi Lokal (Tinjauan Kritis Atas Komesialisasi Dakwah JTV Surabaya). *Journal of Islamic Civilization*, 1(2), 70-82.
- Elhadi, H., & Kuryanti, S. J. (2020). Analisa Penggunaan Jangkauan Siar Televisi Dakwah dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawan)*, 5(01), 13-18.
- Huda, M. (2019). Komodifikasi Pesan Dakwah pada Iklan Pertamina Versi Tabungan Terbaik di Televisi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 137-150.
- Japaruddin. (2018). Media Massa dan Dakwah. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 14(1), 17-26.
- Kurniawan, F., & Anwar, K. (2020). Strategi Dakwah Islam melalui Media Massa (Televisi) di Indonesia. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 34-43.
- Kurniawan, F., & Anwar, K. (2020). Strategi Dakwah Islam melalui Media Massa (Televisi) di Indonesia. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 49-59.
- Majid, D. M. (2019). *Metode Dakwah Melalui Televisi*. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/337915381>
- Mamdud, Rijal. (2019). Dakwah Islam di Media Massa. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 47-54.
- Nurliana. (2020). Televisi sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(1), 120-135.
- Nuryanto, H. (2012). *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta Timur: Balai Pustaka.
- Purnomo, D. S. (2019). *Pesan Dakwah dalam Tayangan Talkshow di Televisi: Analisis Pesan Dakwah Gus Miftah dalam acara Hitam Putih Trans 7 Edisi 26 September 2018* (Doctoral Dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Suryani, E. (2018). Televisi sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 1(1), 62-65.
- Sutiah. (2018). *Pengembangan Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. Sidoarjo; Nizamia Learning Centre.
- Tamamy, A. (2011). *Program Dakwah Islam di Televisi Komunitas*. PALMERAH.
- Thadi, R. (2018). Tafsir Komunitas Dakwahtainment di Televisi. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 13(2), 23-34.
- Yadi, N. (2021). *Kajian Teori Tentang Persepsi, Televisi, Dakwah, Televisi sebagai Media Dakwah, Dakwahtainment, dan Dakwahtainment di Televisi*. Diakses dari <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3516>
- Zaini, A. (2015). Dakwah melalui Televisi. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 1-20.