

Sejarah Perkembangan Televisi dan Perannya sebagai Media Dakwah Islam

Erwan Effendy¹, Hany Tasya Luthfiah², Agus Kurniawan³

^{1,2} Manajemen Dakwah A, UIN Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com, hanyluthfiah23@gmail.com,

aguskurniawan221021@gmail.com

ABSTRACT

At first Da'wah only used traditional media, which later developed using modern technology, one of which was television. Television as a communication medium can be an attractive channel for conveying good messages to the public, besides that television is also close to everyday life. Basically, using technology as a medium of da'wah will help the goals of da'wah be conveyed quickly. This research uses a qualitative approach using descriptive methods. The collection of data used in this study is observation. Observations are made to form a picture of events or the reality of events in order to answer research. Television was first introduced in Indonesia in 1962 and after independence, Indonesia started building intelligence agencies to promote sustainable development. Television was born and developed in Indonesia along with the birth of many communication scientists, so that academic research on television was born. The use of television media in preaching can stimulate the human senses and attract attention. The more precise and effective the wasilah is used, the more effective the effort to understand Islamic teachings will be. In general, the advantage of television as a medium of propaganda is that it is very persuasive because the audience can see images and sound directly at the same time. That way television is also very fast, modern, and very convincing. However, even though the advantages of television are very prominent, television is not always the best medium for preaching. Like other media, television also has some weaknesses.

Keywords : Television, Media, Da'wah

ABSTRAK

Dakwah pada awalnya hanya menggunakan media tradisional yang kemudian dengan seiring waktu berjalan berkembang dengan menggunakan teknologi modern, salah satunya televisi. Televisi sebagai media komunikasi dapat menjadi saluran yang menarik untuk menyampaikan pesan-pesan yang baik kepada masyarakat, selain itu televisi juga dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya, dengan menggunakan teknologi sebagai media dakwah akan membantu tujuan dakwah tersampaikan dengan cepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi. Pengamatan dilakukan untuk membentuk gambaran kejadian atau realitas kejadian guna menjawab penelitian. Televisi lahir dan berkembang di Indonesia seiring dengan lahirnya banyak ilmuwan komunikasi, sehingga lahirlah penelitian akademik tentang televisi. Penggunaan media televisi dalam berdakwah mampu merangsang indera manusia dan menarik perhatian. Semakin tepat dan efektif wasilah yang digunakan, maka akan semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam. Secara umum keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah sangat persuasif karena penonton dapat melihat gambar dan suara secara langsung dalam waktu bersamaan. Dengan begitu televisi juga sangat cepat, modern, dan sangat meyakinkan. Namun begitu meski keunggulan televisi sangat menonjol, namun

televisi tidak selalu menjadi media terbaik untuk berdakwah. Seperti media lainnya, televisi juga memiliki beberapa kelemahan.

Kata Kunci : *Televisi, Media, Dakwa*

PENDAHULUAN

Dakwah dalam Islam pada dasarnya adalah perilaku umat Islam dalam mengamalkan Islam sebagai agama dakwah, yang meliputi unsur dakwah seperti da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, dan mad'u yang bertujuan untuk berpegang pada cita-cita ajaran Islam yang dapat diterapkan kapanpun dan dimanapun. Tujuan utama dakwah adalah mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi oleh Allah SWT. Dakwah awalnya hanya menggunakan media tradisional yang kemudian berkembang menggunakan teknologi modern, termasuk televisi. Televisi memiliki satu tujuan yaitu menarik perhatian masyarakat terhadap isi pesan yang disampaikan.

Televisi sebagai media komunikasi dapat menjadi saluran yang menarik untuk menyampaikan pesan-pesan baik kepada masyarakat. Di dalamnya terkandung pesan-pesan keagamaan yang biasa disebut dakwah. Televisi digunakan sebagai media dakwah karena termasuk yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Memanfaatkan televisi sebagai media dakwah baik seorang da'i dituntut untuk memahami secara umum penggunaan teknik dan metodenya, karena jika dakwah menggunakan televisi ini tidak dibantu dengan teknik yang benar dalam penyampaiannya maka semua usaha yang dilakukan akan sia-sia. Pada dasarnya memanfaatkan teknologi sebagai media dakwah akan membantu cepatnya tujuan dakwah tersampaikan.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban tentang sejarah perkembangan televisi dan perannya sebagai media dakwah Islam. Teknik yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif adalah survei yang digunakan untuk mempelajari objek alamiah karena merupakan instrumen penting bagi peneliti. Teknik pengumpulan data dilakukan secara kombinasi. Penelitian ini bertujuan untuk melestarikan bentuk dan isi perilaku manusia.

Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, mengilustrasikan atau memetakan secara sistematis, faktual dan akurat fakta-fakta, ciri-ciri dan hubungan antara fenomena yang diteliti. Pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana penulis mengamati secara langsung subjek penelitian. Observasi dilakukan untuk

membentuk gambaran tentang peristiwa atau realitas peristiwa guna menjawab penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan penulis untuk mengolah dan menganalisis data adalah pendekatan analisis kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif cenderung menggunakan analisis, yaitu suatu metode pengolahan secara rinci proses pemaknaan lebih lanjut atau data yang terungkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perkembangan Televisi

Televisi terdiri dari istilah "tele" untuk jauh dan 'visi' artinya penglihatan. Aspek "jauh" diatur dengan prinsip gelombang radio, dan aspek "penglihatan" diatur dengan gambar. Tanpa gambar maka tidak ada yang dapat dilihat. Penonton dapat menikmati program televisi saat televisi menampilkan gambar. Dan gambar yang disiarkan adalah gambar yang bergerak. Jika objek tidak ditangkap oleh lensa kamera, penonton tidak dapat melihat apa pun di layar televisi. Prinsip kamera televisi adalah kamera film. Jelasnya bahwa televisi merupakan gabungan antara radio dan film. (Effendy, 2003)

Televisi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1962 ketika Indonesia mendapat kehormatan menjadi tuan rumah Asian Games di Jakarta. Setelah kemerdekaan, Indonesia mulai membangun badan intelijen untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan. Pada saat itu, televisi lahir dan berkembang seiring dengan lahirnya banyak ilmuwan komunikasi, sehingga lahirlah penelitian akademik tentang televisi. Perkembangan pertelevisian Indonesia menunjukkan tingkat yang semakin baik dan teknologi media massa mewabah ke seluruh wilayah Indonesia. Orang Indonesia tidak perlu lagi menonton hanya satu saluran televisi, karena saat ini saluran televisi sudah tersedia tergantung pada setiap kebutuhan.

Setelah itu, masyarakat tampaknya berangsur-angsur membebaskan diri dari isolasi informasi. Peran dan fungsi televisi juga telah membentuk karakter dan perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan politik masyarakat itu sendiri dalam waktu singkat. Selain itu, gaya hidup masyarakat Indonesia juga sudah mengacu pada hidup sempurna dengan televisi.

Pengaruh Televisi terhadap Dimensi Kehidupan Masyarakat

Fakta membuktikan bahwa sistem dan media komunikasi sebenarnya berperan sangat penting dalam membentuk budaya, politik, ekonomi, masyarakat dan kebudayaan. Televisi membentuk banyak aspek kehidupan masyarakat. Tentu pengaruh televisi yang menggabungkan penglihatan dan pendengaran lebih besar dibandingkan media lain seperti surat kabar dan radio. (Effendy, 1993)

Kemampuan streaming video ini tidak hanya mencakup pesan audio, tetapi juga pesan video yang diproduksi di televisi, sehingga memberikan pengaruh yang lebih besar. Faktor lain yang membuat televisi berpengaruh besar pada kehidupan masyarakat adalah sederhana dan sangat stabil atau nyaman untuk seluruh keluarga. Televisi kini menjadi salah satu perangkat yang dimiliki oleh mayoritas, atau setidaknya setengah dari masyarakat di Indonesia. Televisi telah menjadi sahabat setia anak-anak, ibu rumah tangga, balita, remaja, dewasa hingga lansia. Kemampuan dan peran televisi dalam menyajikan informasi telah menjadikannya leader dalam dampak sosial dibandingkan media lainnya. Mereka yang menguasai televisi dapat mempengaruhi masyarakat dan penontonnya.

Sejak kemunculannya, pengaruh media televisi di Indonesia turut membentuk karakter dan budaya masyarakat menjadi lebih baik. Banyak yang mengatakan dampak ini telah banyak merusak budaya lokal, tetapi sebenarnya itu karena semakin ditinggalkannya tradisi leluhur yang tak ternilai harganya. Seperti dengan hadirnya televisi, berarti peluang interaksi sosial masyarakat semakin berkurang. Orang Indonesia mungkin lebih suka menghabiskan waktu di rumah menonton tayangan hiburan di televisi.

Pengaruh televisi juga membuat masyarakat semakin konsumtif, karena ragam produk yang ditayangkan di layar televisi akan menjadi bagian dari hidup masyarakat itu sendiri. Perbaikan ekonomi bagi para pedagang juga meningkat dengan sendirinya. Dampak terpenting selanjutnya adalah terciptanya pola konsumsi berbagai jenis kebutuhan yang juga semakin meningkat. Hal ini menguntungkan dari segi ekonomi, tetapi melihat lebih dekat pada kondisi ekonomi dan pendapatan masyarakat, ada dua kemungkinan yang berbeda. yaitu, progresif atau stagnan. Selain itu, berbagai bentuk komunikasi pasti memiliki transmisi budaya yang mempengaruhi penerimaan individu. Demikian pula, beberapa komunikasi menjadi bagian dari pengalaman dan pengetahuan individu. Melalui individu, komunikasi menjadi bagian dari pengalaman kolektif kelompok, publik, berbagai jenis audiens, dan individu yang menjadi bagian dari kerumunan. Ini adalah pengalaman kolektif yang tercermin melalui berbagai bentuk komunikasi, tidak hanya di media massa seperti televisi, tetapi juga di bidang seni, sains, dan masyarakat. (Nurdin, 2003)

Fungsi Televisi dalam Masyarakat

Media komunikasi setidaknya memiliki empat fungsi dalam masyarakat. Teori ini dikemukakan oleh William L. Rivers dan Theodore Peterson. Harold Lasswell kemudian dengan tepat mendefinisikan ketiganya yaitu, pertahankan lingkungan yang mendukung, menghubungkan berbagai bagian masyarakat sehingga mereka dapat beradaptasi dengan

lingkungan yang berubah, dan transmisi warisan sosial. Wilbur Scrum menggunakan istilah yang lebih sederhana pada sistem komunikasi seperti penjaga, forum, dan guru. Dia dan para ahlinya kemudian menambahkan fitur keempatnya sebagai media hiburan. (Munandar, 2003)

Menurut Laswel, keberadaan media massa, terutama pada masa-masa awal surat kabar, memungkinkan media ini mencerdaskan masyarakat dan mendamaikan kehidupan dengan lingkungan melalui pendidikan publik. Kehidupan masyarakat juga membutuhkan kelestarian ekologis. Di sisi lain, menurut Scrum, komunikasi menjadi tempat di mana orang menemukan hiburan di komunitasnya, selain menjadi panduan dari kehidupan dan media untuk mendapatkan pendidikan.

Munandar juga mengatakan bahwa setiap masyarakat memiliki seperangkat penjaga yang memberikan informasi dan interpretasi peristiwa. Penjaga ini juga memantau kondisi lingkungan, mengidentifikasi ancaman dan masalah, peluang dan dukungan, serta menginformasikan masyarakat agar anggotanya dapat beradaptasi. Dalam masyarakat kuno, banyak yang mengeluh bahwa generasi muda kurang memperhatikan tradisi, tetapi para penjaga ini adalah para tetua yang membimbing dan membimbing generasi muda ke arah yang seharusnya mereka tuju. Di Timur Tengah ada berbagai tipe dalam masyarakat modern, seperti reporter yang meliput situasi politik negara. Di sisi lain, Nurdin menjelaskan bahwa ada delapan fungsi televisi dalam masyarakat, yaitu : (Nurdin, 2003)

1. Fungsi hiburan.
2. Fungsi informasi.
3. Fungsi persuasi.
4. Fungsi sebagai transmisi budaya.
5. Fungsi mendorong kohesi sosial.
6. Fungsi pengawasan.
7. Fungsi Kolerasi.
8. Fungsi pewarisan sosial.

Televisi merupakan hiburan bagi individu atau kelompok. Artinya program siaran dapat dinikmati di televisi. Sebagai contoh, fungsi televisi sebagai media informasi adalah orang-orang yang menonton karena berisi informasi dan berita. Begitu pula fungsi persuasi adalah untuk dipengaruhi oleh acara-acara yang ditonton seseorang di televisi tersebut. Fungsi sebagai transmisi budaya adalah agar penonton dipengaruhi oleh budaya yang berkembang melalui televisi melalui televisi sehari-hari. Hubungan sosial juga terjadi antar penonton, munculnya televisi mengganggu hubungan sosial tradisional, termasuk media tradisional. Demikian pula televisi sebagai

cermin dan kontrol sosial masyarakat. Ikatan sosial menjadi renggang karena setiap orang fokus pada acara televisi.

Azas Televisi dalam Islam

Di antara sekian banyak ayat Al-Qur'an yang membahas tentang teknik komunikasi secara umum, ada yang langsung merujuk pada materi komunikasi di media massa (khususnya televisi). Ayat-ayat tersebut dapat dijadikan sebagai prinsip-prinsip telekomunikasi di samping teori yang berkembang akhir-akhir ini untuk menyebarkan dakwah Islam. Diantaranya, QS. An-Nahl : 125,

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Berdakwah dengan hikmah, artinya mengajak dengan cara yang baik, dengan cara yang melibatkan hikmah dan ilmu. Karena sesungguhnya Allah mengetahui dan memahami orang-orang yang berbuat baik. Pendakwah juga tidak mengharapkan imbalan apa pun dari orang-orang, karena sejatinya yang ia harap adalah keridhaan Allah. Berdakwah dinyatakan di dalam QS. Ali Imran : 104,

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ
هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“ Dan hendaklah ada sebahagian di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; dan merekalah orang-orang yang beruntung.”

Beberapa Muslim diberkahi oleh Allah untuk melakukan dakwah, mengerjakan kebaikan dan melarang kejahatan. Dari sekian banyak ayat Al-Qur'an, itulah beberapa yang menjelaskan tentang tata cara dakwah Islam penyampaian maupun pelaksanaannya. Ayat-ayat tersebut dapat dijadikan landasan bagi dakwah Islam, khususnya untuk penyiaran dakwah Islam yang dilakukan di televisi.

Peranan Televisi Sebagai Media Dakwah Islam

Media berasal dari bahasa latin medium berarti tengah, pengantar, atau perantara. Bentuk tunggal menggunakan istilah medium dan bentuk jamak menggunakan media. Belakangan istilah media digunakan dalam bahasa Inggris dan diadopsi ke dalam bahasa Indonesia, yang memiliki arti sebagai alat komunikasi, perantara atau penghubung (Arifin, 2011). Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima (Ilaihi, 2010). Yang dimaksud dengan media dakwah (Wasilah) adalah adalah alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'unya. Dengan banyaknya media diluar sana, maka harus dipilih yang paling efektif agar tujuan dakwah dapat tercapai dan ini termasuk tugas da'i. Meskipun media bukanlah penentu utama kegiatan dakwah, tetapi media memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan dakwah tersebut. Pesan dakwah penting dan harus segera diketahui oleh semua lapisan masyarakat dan sangat membutuhkan media seperti televisi (Aziz M. , 2012). Media dakwah bekerja secara efektif ketika mereka dapat beradaptasi dengan da'i, pesan dakwah dan mitra dakwah.

Saat ini, dakwah tidak hanya dilakukan secara tatap muka antara seorang da'i dengan mad'u, namun dakwah juga bisa disampaikan dengan media. Pada dasarnya penggunaan media dalam berdakwah mampu merangsang indra manusia dan menarik perhatian. Semakin tepat dan efektif wasilah yang digunakan, maka semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam di masyarakat sasaran dakwah. Penggunaan media (khususnya media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi manusia, terutama dibandingkan dengan media massa sebelumnya seperti pers, radio, televisi dan internet (Atabik, 2013). Televisi sebagai media dakwah merupakan penerapan dan pemanfaatan capaian teknologi modern. Diharapkan seluruh kegiatan dakwah dapat mencapai tujuan yang lebih optimal baik secara kuantitatif maupun kualitatif dengan memanfaatkan hasil teknologi tersebut. Berdakwah dengan televisi sangat bagus dibandingkan dengan media lainnya. Beberapa keunggulannya antara lain televisi, dapat dilihat dan didengar di setiap pelosok tanah air bahkan di luar negeri. Peran televisi sangat penting untuk menjadi media dakwah atau menyampaikan pesan dakwah, dan hal ini banyak dilakukan di Indonesia

Secara umum, saluran televisi Indonesia menawarkan waktu untuk kegiatan dakwah seperti sholat maghrib, acara khusus selama Ramadhan, Idul Fitri dan Idul Adha. Televisi juga dapat menjadi media untuk berdialog tentang berbagai persoalan yang dihadapi umat Islam (Aziz M. , 2004). Orang Indonesia juga banyak menghabiskan waktu di depan televisi. Oleh karena

itu, jika dakwah Islam mampu memanfaatkan media-media tersebut secara efektif, otomatis jangkauan dakwah akan semakin luas, sehingga pengaruh agama dapat semakin dalam. Siaran dakwah yang akan dilakukan hendaknya mengenai sasaran dakwah di berbagai bidang sehingga dapat menambah ilmu melalui kegiatan keagamaan dari siaran televisi ini. Program dakwah juga harus memiliki karakteristik yang tepat agar kegiatan dakwah tidak gagal dalam mencapai tujuannya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun program antara lain (Suhandang, 2007):

1. Program dakwah dibangun di atas realitas kebutuhan dunia nyata yang ada, oleh karena itu penyusunan program disesuaikan dengan kebutuhan objek dakwah yang dihadapi.
2. Kemampuan berpikir, membayangkan, dan mengantisipasi apa yang mungkin terjadi di masa depan.
3. Memberikan gambaran tentang situasi masa depan dan alternatif yang dapat digunakan jika dapat menghambat jalan dakwah. Pada tahap ini, produser akan memiliki rencana cadangan jika ada terlalu banyak hal yang mungkin menghalangi proses.

Kelebihan dan Kekurangan Televisi Sebagai Media Dakwah

Muhyiddin mengatakan bahwa televisi sebagai media dakwah, sebagai sarana atau wasilah memiliki kelebihan dibandingkan dengan media lainnya. Keunggulan televisi dibandingkan media lain adalah:

1. Jangkauan televisi sangat luas sehingga penyebaran dakwah bisa lebih luas lagi. Pesan dakwah pun bisa sampai ke mad'u bahkan di tempat-tempat yang sulit dijangkau.
2. Televisi bisa menyentuh mad'u yang heterogen. Hal ini sesuai dengan komunikasi yang heterogen dan terdistribusi yang merupakan salah satu ciri komunikasi massa. Keuntungan ini jika digunakan dengan baik tentunya akan berdampak positif bagi kegiatan dakwah. Da'i yang beroperasi di ruang terbatas dan kecil, dapat menjangkau mad'u dengan jumlahnya yang dapat mencapai puluhan juta dalam satu sesi acara bersamanya.
3. Televisi dapat menampung banyak metode dakwah, memberikan kesempatan bagi para da'i untuk memicu kreativitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
4. Media televisi bersifat audiovisual. Ini memungkinkan da'i untuk berlatih karena dakwah yang ditampilkan berbentuk percakapan dan visualisasi gambar.

Di sisi lain, media dakwah televisi juga memiliki kelemahan baik dalam pelaksanaan maupun penyiarannya. Kelemahan tersebut adalah:

1. Program televisi Islami terlalu mahal.

2. Acara televisi terkadang bercampur antara benar dan salah.
3. Dunia pertelevisian cenderung kapitalis dan berorientasi pada keuntungan.
4. Adanya dugaan penjualan ayat-ayat Al-Qur'an saat khutbah televisi.
5. Terkadang integritas da'i masih diragukan
6. Mad'u yang mengambang.
7. Contoh tokoh yang hilang karena perbedaan kepribadian di dalam dan di luar panggung. (Atabik, 2013)

Secara umum keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah sangat persuasif karena penonton dapat melihat gambar dan suara secara langsung dalam waktu yang bersamaan. Saat terjadi siaran langsung maka menghadirkan suara dan video juga langsung ke penonton. Dengan begitu televisi juga sangat cepat, modern, dan sangat meyakinkan. Televisi juga dapat mengembangkan tema-tema yang disajikan oleh media cetak (koran dan majalah). Televisi juga sekarang dapat ditonton di ponsel, sehingga mengatasi hambatan teknis dan geografis. Penyiaran televisi sesungguhnya merupakan media dakwah yang ditujukan untuk menjangkau sebanyak mungkin penonton dengan daya persuasif yang tinggi. Ini sangat diperlukan baik bagi orang yang berpendidikan tinggi maupun yang buta huruf (Arifin, 2011). Selain itu, televisi juga sangat luas jangkauannya karena dengan cepat menyebarkan pesan-pesan yang berdampak pada kehidupan individu dan masyarakat.

Meski kelebihan televisi sangat menonjol, namun televisi tidak selalu menjadi media terbaik untuk berdakwah. Seperti media lainnya, televisi memiliki beberapa kelemahan, antara lain, (1) ada orang yang menonton suatu program terkadang hanya dijadikan hiburan untuk melepas penat, dan untuk program lain ada orang yang tidak puas, (2) menonton karena bersifat sementara, (3) televisi dibatasi waktu tontonnya, tetapi media cetak dapat dibaca kapan saja dan di mana saja, (4) berbeda dengan media cetak, televisi tidak bisa secara langsung dikritik atau mengawasi masyarakat (Kuswandi, 1996).

Harapan bagi Penyiaran Dakwah Islam di Televisi

Sejalan dengan pengaruh mendalam media audiovisual dalam membentuk opini publik serta persepsi dan perilakunya dalam masyarakat, maka ini adalah kesempatan untuk memberitakan Islam melalui televisi. Apalagi di tengah pesatnya teknologi informasi dan globalisasi saat ini, Islam dan umat Islam dihadapkan pada berbagai cobaan. Peperangan informasi di layar televisi sudah tidak terelakkan lagi, dan umat Islam saat ini juga menjadi kelompok yang mendapat tekanan jika tidak ingin terlihat sebagai pihak yang hampir kalah dengan kekalahan perang informasi.

Dengan demikian, di tengah gencarnya serangan pandangan yang menyudutkan Islam dan gerakan dakwahnya, maka sudah seharusnya umat Islam berkomitmen untuk membela diri terhadap informasi yang salah tentang ajaran agama Islam itu sendiri. Langkah yang dapat dilakukan adalah pemanfaatan media massa seperti memiliki jaringan televisi sendiri, namun jika tidak bisa setidaknya dakwah Islam yang saat ini telah ada tetap terus dikembangkan melalui televisi. Peningkatan dan pembenahan segala bentuk kekurangan agar dapat menarik pemirsa untuk menontonnya, sehingga tampaknya lebih bervariasi dan inovatif. Dengan kata lain, dakwah Islam yang saat ini masih disiarkan oleh televisi, bukan sekadar pelengkap daftar program atau sekadar formalitas saja. Untuk membuat program siaran religi yang lebih variatif dan inovatif, sehingga dapat menarik minat pemirsa, perlu diperhatikan prinsip-prinsip penyiaran televisi dalam Islam dan beberapa teori komunikasi massa yang berkaitan dengan penyiaran televisi. Di dalam Al-Qur'an telah ada penganjuran agar ada sebagian pemeluknya yang menyeru kebaikan dan amar ma'ruf nahi munkar, dengan cara yang lemah lembut (persuasif), tegas dan benar, serta dengan memberikan pelajaran. atau saran (baik dengan ucapan atau perilaku). Sungguh suatu kerugian yang sangat besar jika televisi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, tetapi tidak dijadikan sebagai media dakwah Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Televisi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1962 ketika Indonesia mendapat kehormatan menjadi tuan rumah Asian Games di Jakarta. Televisi lahir dan berkembang seiring dengan lahirnya banyak ilmuwan komunikasi, sehingga lahirlah penelitian akademik tentang televisi. Tidak dapat dipungkiri televisi berpengaruh pada pembentukan karakter dan perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan politik masyarakat itu sendiri dalam waktu singkat. Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Begitupun dengan media dakwah yang berfungsi mengkomunikasikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'unya. Meskipun media bukanlah penentu utama kegiatan dakwah, tetapi media memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan dakwah. Semakin tepat dan efektif wasilah yang digunakan, maka semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam di masyarakat sasaran dakwah.

Anjuran berdakwah ini sudah tertera dengan jelas di dalam Al-Qur'an, apalagi dengan pemanfaatan media teknologi seperti televisi yang menjangkau luas mad'u yang ada memudahkan penyebaran dakwah juga

semakin mudah. Secara umum keunggulan televisi sebagai media dakwah adalah sangat persuasif, televisi dapat mengembangkan tema-tema yang disajikan oleh media cetak. Televisi juga sekarang dapat ditonton di ponsel sehingga mengatasi hambatan teknis dan geografis. Meski begitu kekurangan televisi bagi penyebaran dakwah juga ada seperti tidak bisa secara langsung dikritik dan pengawasan terhadap mad'unya sulit dilakukan. Harapan bagi dakwah dengan media televisi selain dianggap sebagai pelengkap program yang disiarkan tetapi juga memiliki manfaat untuk penyebaran ajaran Islam dalam lingkup luas serta pelurusan informasi tentang hakikat Islam yang sebenarnya, karena yang sama-sama kita ketahui bahwa tak jarang terdapat berita-berita yang justru menjelekkan agama Islam bahkan dapat dikatakan informasi yang disiarkan itu bertolak belakang dengan ajaran Islam. Maka dari itu perlu pembelaan yang dilakukan oleh umat Islam itu sendiri untuk mengembalikan nama baik agama Islam salah satunya melalui media televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ahmad. (2013). "PROSPEK DAKWAH MELALUI MEDIA TELEVISI". *AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1 (2).
- Arifin, Anwar. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi Cetakan I*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media).
- Aziz, Moh Ali. (2012). *Ilmu Dakwah Cetakan 3*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti)
- Effendy, Onong Uchjana. (2003), *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti)
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah Cetakan I*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Kuswandi, Wawan. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media Televisi* (Jakarta: Rineka Cipta).
- Munandar, Haris dan Dudy Priatna. (2003). *Terj, Media Massa Dan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana).
- Nurdin. (2003). *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Suhandang, Kustadi. (2007). *Manajemen Pers Dakwah*, (Bandung: MARJA).