

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi media informasi berkembang cepat seiring dengan canggihnya industri media informasi dan komunikasi, baik itu cetak maupun elektronik yang menawarkan berita dan sensasi. Dengan derasnya informasi, tentu manusia mengalami berbagai macam perubahan. Kondisi ini memungkinkan betapa pentingnya informasi dalam menanamkan pengetahuan pada peradaban manusia, agar tidak tertinggal dengan kemajuan zaman dan dapat memilih informasi yang baik dan berguna. Untuk mendapatkan informasi dapat melalui bacaan atau mendengar berita. Salah satunya bisa didapatkan dengan mendengarkan atau melihat televisi sesuai kebutuhan penonton.

Media massa secara sadar mengembangkan nilai dan norma berdasarkan visi misi yang diembannya. Setidaknya ada empat fungsi media, yaitu memberi informasi, hiburan dan kontrol sosial, namun fungsi yang kurang disadari adalah fungsi transfer kebudayaan.¹

Perkembangan media massa ikut mempengaruhi komunikasi penyiaran agama (Islam), yaitu dengan memanfaatkan media sehingga penyiaran Islam menjadi lebih mudah, menarik dan efektif. Sesuai dengan kepentingan, kebutuhan dan tuntutan penyiaran Islam diperlukan pemilihan media yang tepat.

¹ Djafar Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983), h. 2

Dalam hal ini khususnya pada televisi, televisi merupakan media massa yang banyak digunakan sebagai media komunikasi. Televisi merupakan media elektronik yang bersifat melihat dan mendengar, dengan demikian ketika khalayak menerima pesan dari televisi, khalayak bisa langsung siapa yang berbicara dan itu kelebihan televisi bisa dilihat dan didengar.

Saat ini stasiun televisi telah banyak hadir di tengah perkembangan media telekomunikasi, sehingga banyak menimbulkan persaingan antar stasiun televisi dalam menciptakan suatu program acara terbaik dan terunik agar semakin banyak masyarakat yang menonton program tersebut maka bertambahlah ratingnya.

TVRI Sumatera Barat merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Sumatera Barat. TVRI Sumatera Barat didirikan pertama kali dengan nama TVRI Padang. TVRI Sumatera Barat berkantor di Jl. By Pass KM 16, Kota Padang. TVRI Sumatera Barat me-relay 92% acara pada TVRI Nasional dan sisanya TVRI Sumatera Barat membuat program khusus Sumatera Barat yang ditayangkan mulai pukul 15.00-19.00 WIB.²

TVRI Sumatera Barat diresmikan sebagai stasiun penyiaran pada 19 April 1997, yang diresmikan oleh Menteri Penerangan RI yang waktu itu dijabat oleh Harmoko. TVRI Sumatera Barat mengudara secara konsisten selama 4 jam setiap harinya. Sejak 1 Januari 2005 TVRI Sumatera Barat dinaikkan statusnya dari stasiun penyiaran kelas C menjadi kelas B. Selama

² Wawancara dengan produser TVRI Sumbar Fersniza Novita Putri, sabtu 6 Mei 2017 pukul 13.10 wib.

berdirinya stasiun produksi keliling sampai dengan terbentuknya lembaga penyiaran publik, dari kurun waktu tahun 1982 sampai sekarang TVRI Sumatera Barat telah dipimpin oleh 12 orang Kepala Stasiun.³

Gambaran umum program acara TVRI Sumatera Barat memiliki 29 acara baik acara hiburan, pendidikan, news, yang disiarkan rutin sesuai dengan jadwal acara. Dan di TVRI Sumatera Barat banyak sekali program menyiarkan bertema dakwah diantaranya adalah carito lapau, bukan talkshow biasa, BAM, dunia anak-anak. Namun beberapa program tersebut hanya mengangkat siaran dengan tema dakwah ketika hari besar Islam, israk mi'raj, menjelang ramadhan, sedangkan program yang intens siaran dakwah seperti nuansa iman, nada Islami, jalan-jalan Islami.⁴

Sekian banyaknya program acara bertemakan dakwah di TVRI Sumatera Barat diperlukan beberapa cara dan langkah-langkah atau lebih disebut sebagai strategi dalam mengemas siaran dakwah tersebut agar mampu mengenai hati pemirsa atau penonton di rumah. Dimana strategi ini digunakan sebagai langkah dalam mengkomunikasikan apa yang ingin dicapai oleh pihak acara.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya

³ Wawancara dengan produser TVRI Sumbar Fersniza Novita Putri, sabtu 6 Mei 2017 pukul 13.10 wib.

⁴ Wawancara dengan produser TVRI Sumbar Fersniza Novita Putri, sabtu 6 Mei 2017 pukul 13.10 wib.

secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.⁵

Perencanaan yang penulis maksud ialah mulai dari ide, pembentukan tugas crew, menentukan biaya, menentukan waktu suatu acara, rapat crew, persiapan segala sesuatu yang dibutuhkan sebelum shooting.

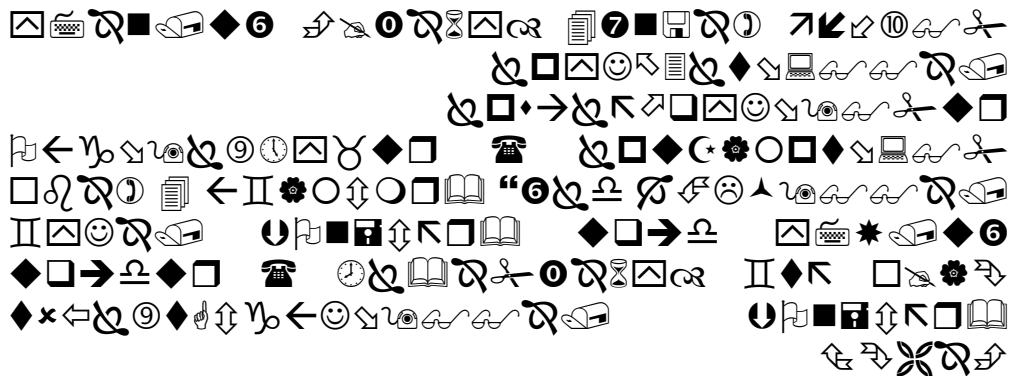
Muhammad Yusuf Khair mengatakan bahwa sarana informasi mempunyai peranan dalam menyebarkan dakwah Islam, dimana sarana-sarana itu akan mempercepat proses penyebaran dakwah Islam.⁶ Pada masa lalu komunikasi dakwah dilakukan dengan tatap muka langsung secara personal ataupun berkelompok. Oleh karena itu banyak sarana-sarana komunikasi dakwah yang bisa digunakan oleh setiap *da'i*, lembaga atau organisasi bahkan partai Islam untuk penyebaran dakwah Islam. Maka dari itu komunikasi dakwah lewat media sangat dibutuhkan.

Dengan demikian dakwah melalui media massa terutama pada televisi pada saat ini sangat dibutuhkan. Karena lewat itulah dakwah akan lebih cepat sampai kepada masyarakat. Oleh karena itu dakwah merupakan media untuk mentransformasikan nilai-nilai Islam sebagai ajaran menjadi kenyataan. Tata kemasyarakatan dan peradaban yang mendasarkan pada pandangan Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Sehingga tercipta sebuah tatanan masyarakat yang berkualitas.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2011), h. 32

⁶ Muhammad Yusuf Khair, *Peran Media Informasi Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1994), h. 152

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Q.S. An-Nahl : 125



Artinya : 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. (Q.S. 16 : 125)

Bill Hikmah, artinya *bin-nash wal-'aqil* (menggunakan nash dan akal)

dakwah tetap mengacu kepada nash (Al-Qur'an dan Sunnah) tapi menggunakan akal dalam menentukan pemilihan terhadap nash mana yang akan disampaikan lebih dahulu (menyebut tahap dan silabi dakwah), bagaimana cara menyampaikannya (media dan cara yang digunakan) yang sesuai dengan keadaan sasaran dakwah.



Dalam dakwah ada unsur-unsur dakwah, antara lain *da'i* (subjek dakwah), pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, *mad'u* (objek dakwah).⁷ Dengan demikian dalam pengembangan dakwah agar lebih tersebar luaskan adalah dengan media dakwah. Pada saat ini media massa bisa digunakan sebagai media dakwah yang lebih tepat, karena media massa lebih efektif dan cepat untuk memperluas pesan-pesan dakwah kepada masyarakat.

⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h, 13

Dakwah adalah metode penyampaian ajaran Islam berupa *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*. Esensi dakwah adalah, ajakan, dorongan, rangsangan, bimbingan kepada orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesabaran. sebagaimana diketahui bahwa tujuan dakwah adalah untuk merubah perilaku seseorang, merubah perilaku maksiat menjadi perilaku taat, merubah kebiasaan *jahiliyah* menjadi kebiasaan *Islamiyah* dan lain sebagainya.⁸

Dakwah merupakan bagian yang sangat esensial dalam kehidupan seorang muslim, di mana esensinya berada ajakan dorongan, rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk meneri ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran demi keuntungan dirinya dan bukan untuk kepentingan pengajaknya.⁹ Oleh karena itu bagi para dai dalam berdakwah wajib mengambil Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedomannya.

Dari permasalahan di atas, maka penulis ingin mengetahui secara lebih mendalam dan ingin mewujudkannya dalam bentuk penulisan karya ilmiah yang berjudul “strategi TVRI Sumatera Barat dalam mengemas program-program dakwah”.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka yang menjadi persoalan penulis adalah bagaimana strategi TVRI Sumatera Barat dalam mengemas program-program dakwah?

⁸ Ahmad Rusydi, *Metode dakwah*, (Jakarta: Jurnal El-Hikmah 2010), h. 6

⁹ Samsul Munir Amin, *Opcit*, h, 6

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, terarah dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi. Oleh sebab itu, penulis membatasi masalah di antaranya:

- a. Strategi pra produksi program acara dakwah di TVRI Sumatera Barat
- b. Strategi manajemen produksi program acara dakwah di TVRI Sumatera Barat
- c. Jenis-jenis acara yang ditayangkan di TVRI Sumatera Barat

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menemukan informasi tentang strategi TVRI Sumbar dalam mengemas program-program dakwah. Adapun yang menjadi tujuan khusus dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pra produksi program acara dakwah di TVRI Sumatera Barat.
- b. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi manajemen produksi program acara dakwah di TVRI Sumatera Barat.

- c. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis jenis-jenis acara yang bernuansa dakwah di TVRI Sumatera Barat.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan adalah suatu hal yang dapat menghasilkan faedah dan mendatangkan suatu kebaikan dan keberhasilan. Dalam penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yaitu:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis khususnya dan masyarakat luas pada umumnya, serta dapat menjadi penambahan referensi di UIN Imam Bonjol Padang.
- b. Menambah wawasan dan informasi penelitian tentang strategi komunikasi dalam media massa elektronik.
- c. Untuk menambah literatur perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.
- d. Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar S.Sos pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di UIN Imam Bonjol Padang.

D. Penjelasan Judul

Untuk menghindari timbulnya kesalahpahaman dan penafsiran yang keliru terhadap judul skripsi strategi TVRI Sumatera Barat dalam mengemas program-program dakwah. Penulis akan menjelaskan dan mendefinisikan terlebih dahulu penggalan kata yang terangkai dalam skripsi ini, sehingga permasalahan yang hendak diteliti menjadi jelas.

Strategi komunikasi : Merupakan paduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Communication manajemen*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰ Jadi strategi komunikasi suatu kegiatan yang memperhitungkan kondisi dan situasi untuk mendapatkan hasil yang efektif. Dengan adanya strategi komunikasi suatu program acara akan terstruktur dengan baik dan menghasilkan seperti yang diharapkan. Strategi komunikasi yang penulis maksud ini adalah strategi komunikasi TVRI Sumbar didalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Proses pemberian pesan oleh TVRI Sumbar kepada komunikan melalui acara-acara dakwah.

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

TVRI Sumatera Barat : TVRI Sumatera Barat merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Sumatera Barat. TVRI Sumatera Barat didirikan pertama kali dengan nama TVRI Padang. TVRI Sumatera Barat berkantor di Jl. By Pass KM 16, Kota Padang. TVRI Sumatera Barat me-relay 92% acara pada

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, Opcit 2011, h, 32

TVRI Nasional dan sisanya TVRI Sumatera Barat membuat program khusus Sumatera Barat yang ditayangkan mulai pukul 15.00-19.00 WIB, seperti adanya program Berita Ranah Minang dan lain sebagainya.¹¹

Program : Merupakan acara-acara yang di tayangkan oleh stasiun televisi. Secara garis besar program dibagi menjadi program berita dan non berita.

Dakwah : Dakwah adalah mengajak, menyampaikan ajaran agama islam kepada orang lain yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah.

Berdasarkan penjelasan di atas yang menjadi maksud penulis adalah bagaimana strategi pra produksi, strategi manajemen produksi dan jenis-jenis program acara yang bernuansa dakwah di TVRI Sumatera Barat.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan lebih terarah mengenai pokok permasalahan ini, maka penulis membagi pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan mafaat penelitian, penjelasan judul, dan sistematika penelitian.

BAB II : Merupakan landasan teori yang berisi tentang, pengertian komunikasi, unsur-unsur komunikasi, pengertian komunikasi

¹¹ Wawancara dengan produser TVRI Sumbar Fersniza Novita Putri, sabtu 6 Mei 2017 pukul 13.10 wib.

massa, fungsi-fungsi komunikasi massa, ciri-ciri komunikasi massa. Pengertian strategi komunikasi, tahapan strategi komunikasi, produksi siaran televisi. Selanjutnya, uraian tentang pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, dan tujuan-tujuan dakwah, dakwah di media massa.

BAB III : Metode penelitian memaparkan jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : Profil TVRI Sumatera Barat

BAB V : Merupakan hasil penelitian tentang strategi komunikasi TVRI Sumatera Barat dalam mengemas siaran-siaran dakwah.

BAB VI : Merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**