



PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA MASSA: STUDI PENDEKATAN TELEVISI SEBAGAI DA'I

A.Rafik

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
rafikushuluddin@gmail.com

ABSTRACT

This research describes how da'wah messages through television or electronic media. The development of dakwah in this modern era, has enabled clerics and clerics to convey da'wah messages not only using the talaqqi (face-to-face) method, but also using various kinds of media, both printed and electronic, audio, visual and audio-visual. The use of a number of media in delivering da'wah messages is either done by using printed or electronic media, therefore in this study, it is stated that the role of mass media is like that of da'i. This research discusses television as a medium of preaching. Television as a media of preaching has advantages and disadvantages, among the advantages of television as a medium of preaching is that television has a very wide reach, it can even reach mad'u who are very far and difficult to reach, television is an amalgamation of audio (voice) media and visual (image). The content of television media can be in the form of information, entertainment or education, it can even be a combination of the three elements. The shortcomings of television as a medium of preaching or as a preacher include the cost of producing television shows which tend to be expensive, because broadcasts on television tend to be profit oriented, so that Islamic programs find it difficult to compete with other programs that are in great demand, such as programs. entertainment, soap operas, films and others.

Keywords: *Da'wah Messages, Mass Media, Television*

ABSTRAK

Penelitian ini memaparkan tentang bagaimana pesan dakwah melalui televisi atau media elektronik. Perkembangan dakwah di era modern ini, telah memungkinkan para ustadz dan kyai menyampaikan pesan dakwah tidak hanya menggunakan metode talaqqi (tatap muka), melainkan sudah bisa menggunakan berbagai macam media baik cetak maupun elektronik, audio, visual maupun audio-visual. Pemanfaatan sejumlah media dalam penyampaian pesan dakwah baik yang dilakukan dengan menggunakan media cetak maupun elektronik, oleh karena itu dalam penelitian ini, disebutkan bahwa peran media massa seperti demikian tidak ubahnya seperti da'i. Penelitian ini membicarakan tentang televisi sebagai media dakwah. Televisi sebagai media dakwah memiliki kelebihan serta kekurangan, diantara kelebihan televisi

sebagai media dakwah adalah televisi memiliki jangkauan yang sangat luas, bahkan bisa menjangkau mad'u yang berada di tempat yang sangat jauh dan sulit dijangkau, televisi merupakan penggabungan dari media audio (suara) dan visual (gambar). Muatan isi dari media televisi bisa berupa informasi, hiburan maupun pendidikan, bahkan bisa jadi merupakan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Kekurangan televisi sebagai media dakwah atau sebagai da'i diantaranya biaya produksi acara di televisi cenderung mahal, karena siaran di televisi cenderung berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), sehingga acara Islami sulit bersaing dengan acara-acara lain yang banyak diminati, seperti program-program hiburan, sinetron, film dan lain-lain.

Kata Kunci: *Pesan Dakwah, Media Massa, Televisi*

PENDAHULUAN

Dakwah yang pada awalnya hanya menggunakan media tradisional, kemudian berkembang menjadi lebih banyak alternatif dan gebrakan baru dalam kegiatan dakwah, diantaranya dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi modern, baik melalui media cetak (buku, koran, majalah, tabloit dan lain-lain) maupun dengan media elektronik (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya). Perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi tersebut guna kemaslahatan umat manusia. Penyampaian pesan dakwah melalui media massa tidaklah semudah menggunakan media ceramah. Pesan dakwah melalui media harus memiliki konsep yang baik. Pesan dakwah, yang jika disampaikan melalui media cetak atau tulisan, maka harus mengikuti kaidah jurnalistik, yaitu termasuk di dalamnya menggunakan bahasa tulis yang komunikatif, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami pesan yang disampaikan, belum lagi tingkat pemahaman pembaca yang berbeda-beda terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Berdakwah melalui media merupakan kajian salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah (*wasilah al-da'wah*).

Wasilah atau media adalah perantara atau pengantar pesan kepada *audiens*. Pers merupakan penyebar informasi yang efektif dan efisien. Efektif karena daya persuasifnya yang mampu menembus daya pikir dan daya rasa para pembacanya, sedangkan efektif karena luas terpaannya yang dapat menjangkau berbagai tempat dan lapisan masyarakat. (Asep Saeful Muhtadi 2000, 66). Perkembangan media massa ikut mempengaruhi komunikasi penyiaran agama (Islam), yaitu dengan memanfaatkan media, sehingga penyampaian pesan keagamaan (dakwah Islam) menjadi lebih mudah, menarik dan efektif. Pemilihan media (*wasilah*) yang tepat, merupakan bagian pendukung untuk mencapai keberhasilan dakwah, terlebih lagi ditengah-tengah perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Berdasarkan paparan di atas, oleh karena itu makalah ini akan membahas tentang pesan dakwah melalui media massa: studi pendekatan televisi sebagai da'i.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam meneliti data tidak diwujudkan dalam bentuk angka, namun data-data tersebut diperoleh dengan penjelasan dan berbagai uraian yang berbentuk tulisan. Penelitian dengan model ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis yaitu menggambarkan dan menganalisis pesan dakwah melalui media massa. Dari penjelasan tersebut dapat dimengerti bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan beberapa asumsi, deskripsi dan interpretasi sebagai dasar teori dalam melakukan penelitian terhadap suatu obyek kajiannya. Atau jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pesan Dakwah Melalui Media Massa

Pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan-pesan komunikasi disampaikan melalui simbol-simbol yang bermakna kepada penerima pesan. (Onong Uchana Efendy 1992, 18). Pesan dakwah adalah suatu ide atau gagasan informasi diri, serangkaian isyarat yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang berisikan tentang ajakan untuk kebaikan di dunia dan di akhirat. Dakwah merupakan proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam dengan maksud sebagai proses memindahkan umat dari suatu keadaan-keadaan yang lain. Dakwah berasal dari *fi'il* yaitu *da'a*, *yad'u*, yang berarti memanggil, mengajak atau menyeru, sedangkan menurut istilah yaitu suatu usaha aktif untuk meningkatkan tata nilai hidup keagamaan seseorang sesuai ketentuan Allah SWT. (Andi Darmawan. dkk, 2002, 4). Menurut kamus bahasa Indonesia dakwah berarti penyiaran agama (Islam) dikalangan masyarakat, berikut seruan-seruan untuk mempelajari dan mengamalkan agama. (Peter Salim dan Yeni Salim 1991, 311). Berdasarkan definisi dakwah di atas, maka hakikat dakwah, menurut Masykur Amin yang dikutip oleh Thalib, adalah kegiatan untuk melakukan transformasi keagamaan baik secara horizontal maupun secara vertikal. Transformasi keagamaan secara horizontal adalah terjadinya konversi agama dari yang bukan beragama Islam menjadi pemeluk Islam. Secara vertikal hakikat dakwah adalah perpindahan dari pemahaman dan pengamalan Islam yang masih dangkal menjadi pemeluk Islam yang memahami dan mengamalkan serta menghayati Islam secara mendalam. (M. Masykur Amin 1997, 89). Seruan dakwah dalam ajaran Islam adalah dakwah persuasif, yakni dakwah dengan menggunakan hikmah, pelajaran yang baik dan tukar-pikiran dengan cara yang paling baik. (Hamidi 2010, 64).

Nilai-nilai ajaran Islam yang menjadi materi dakwah dapat dipetakan menjadi tiga macam yang kemudian juga menjadi materi-materi pesan dakwah secara umum, yaitu: (Slamet Muhaemin Abda 1994, 31). *Pertama*, akidah adalah kepercayaan seseorang terhadap ke Esa an Allah SWT dan rasul Nya. Pesan akidah berfungsi untuk menanamkan keyakinan akan adanya Allah SWT. Dimana keimanan menjadi landasan fundamental dalam keseluruhan

aktivitas muslim, baik sikap mental ataupun perilakunya. Akidah akan melahirkan bentuk keimanan dan sebagai titik pusatnya adalah tauhid. *Kedua*, akhlak merupakan perwujudan atau aktualisasi iman dan keikhlasan seseorang. Merupakan penyempurnaan terhadap keimanan dan ke-Islaman seorang muslim yang diterapkan dalam kehidupan keseharian. Akhlak merupakan pendidikan jiwa agar manusia terhindar dari sifat-sifat tercela. Pendidikan jiwa sangat penting karena merupakan sumber dari perilaku manusia. *Ketiga*, syariah adalah suatu sistem yang mengatur hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan dan hubungan secara horizontal dengan sesama manusia. Syariah merupakan peraturan yang diciptakan supaya manusia berpegang teguh terhadap perintah dan menjauhi adanya larangan Allah SWT. Pembahasan dalam syariah dibagi menjadi dua, (Abda, 33) yaitu: 1) Ibadah, yaitu lebih mengacu kepada hubungan manusia dengan Allah SWT, penerapannya dalam keseharian berupa shalat, zakat, puasa dan haji. 2) Muamalah, yaitu lebih kepada mengatur hubungan antara manusia dengan manusia, dalam praktisnya muamalah membahas tentang politik, sosial, ekonomi dan pendidikan.

Pelaksanaan dakwah agar mencapai tujuan dan sasaran dakwah dalam prosesnya memerlukan alat atau media, dari segi prosesnya dakwah sama dengan proses komunikasi. Persamaan itu terletak pada komponen yang menyertainya, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Era perkembangan informasi dan teknologi saat ini, juga ditandai dengan perkembangan media massa, sehingga dakwah atau kegiatan keagamaan tidak hanya disampaikan dengan lisan (tatap muka antara *da'i* dan *mad'u*), melainkan sudah bisa dengan memanfaatkan media sebagai perantara. Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah. (Rachmat Djatnika 1996, 35). Menurut Hamzah Ya'qub bahwa media dakwah itu dapat digolongkan menjadi lima, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak. (Hamzah Ya'qub 1981, 47-68). *Pertama*, lisan yaitu media yang bisa dimanfaatkan dan dioperasikan sebagai sarana dakwah. Termasuk dalam hal ini ialah khutbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi musyawarah, seminar, nasihat, pidato radio, dan lain-lain. *Kedua*, tulisan yakni dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, dan sebagainya. *Ketiga*, lukisan yakni melalui alat-alat yang bisa dimanfaatkan dan dioperasikan untuk berdakwah dengan indera penglihatan seperti foto, film cerita, gambar hasil seni lukis, dan sebagainya. *Keempat*, audio visual yakni suatu cara menyampaikan dakwah yang sekaligus merangsang indera penglihatan atau pendengaran seperti televisi, video, sandiwara drama, dan sebagainya. *Kelima*, akhlak yakni suatu cara menyampaikan dakwah yang langsung ditunjukkan dalam perbuatan nyata seperti silaturahmi, menengok orang sakit dan sebagainya.

Konsekuensi media dakwah di atas adalah yaitu tersebarnya pesan-pesan dakwah melalui berbagai saluran yang mungkin digunakan sebagai media dakwah. Secara tradisional, pesan-pesan dakwah disampaikan melalui dua hal, *pertama* secara *bil-lisan*, artinya pesan-pesan dakwah disampaikan dengan bahasa-bahasa verbal seperti *khotbah*, ceramah, diskusi dan lain sebagainya. *Kedua*, secara *bil-hal*, yaitu penyampaian dakwah melalui bahasa-bahasa nonverbal seperti akhlak yang mulia, perilaku, dan lain sebagainya. Penyampaian pesan-pesan dakwah dalam konteks modernitas, media yang digunakan sudah sangat beragam,

sehingga memungkinkan penyebaran pesan-pesan dakwah menjadi lebih cepat. Salah satu media elektronik atau media audio visual yang lebih menonjol dibandingkan dengan media massa lainnya adalah televisi. Televisi memiliki keistimewaan karena televisi merupakan penggabungan dari media *audio* (suara) dan *visual* (gambar). Muatan isi dari media televisi bisa berupa informasi, hiburan maupun pendidikan, bahkan bisa jadi merupakan gabungan dari ketiga unsur di atas. Penyampaian pesan dakwah melalui televisi seolah-olah pesan yang disampaikan oleh narasumber, presenter, artis (komunikator) kepada pemirsa, penonton (komunikan) terasa bertatap muka atau langsung, sehingga televisi seakan-akan menjadi guru, ustadz, *da'i* dan sebagainya, yaitu informasi yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti karena jelas terdengar secara *audio* dan terlihat secara *visual*.

Media Massa sebagai *Da'i*

Media atau *wasilah* secara bahasa berasal dari bahasa Arab, *al-wuslah*, *al-Ittisâl*, yaitu segala sesuatu yang dapat mengantarkan tercapainya kepada sesuatu yang dimaksud. (Tata Sukaya 2015, 27). Media secara istilah (Ebta Setiawan) diartikan sebagai alat perantara, penghubung atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi dan sebagainya yang dikelola oleh dua orang (pihak atau golongan), guna mendekatkan kepada sesuatu lainnya. Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet). (Elvinaro Ardianto dkk. 2014, 103). Media (*wasilah*) telah menjadi sarana utama bagi kebanyakan dari generasi saat ini untuk memperoleh berbagai informasi dan memang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat luas. Disebutkan dalam studi komunikasi bahwa media tidak hanya berperan untuk memberi informasi (*to inform*) melainkan juga untuk mendidik (*to educate*) masyarakat. (Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad 2014, 6-7). Berdasarkan pandangan tersebut, karena media massa yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah televisi, oleh karena itu media massa (TV) menjadi layaknya *da'i*, ustadz, pendidik atau memiliki kapasitas seperti lembaga pendidik yang mengajarkan pengetahuan, nilai-nilai agama atau perilaku tertentu bagi segmen masyarakat (para penonton televisi). (Ibrahim, 7).

Media massa (TV) secara sadar mengembangkan nilai dan norma berdasarkan visi misi yang diembannya, setidaknya ada empat fungsi dari media massa, yaitu fungsi memberi informasi, hiburan, kontrol sosial dan fungsi transfer kebudayaan. (Djafar Asegaf 1983, 2). Berdasarkan empat fungsi media massa tersebut, tidak heran jika televisi dapat berperan layaknya guru, ustadz, kiyai atau pun lembaga pendidikan yang memiliki kapasitas untuk mendidik maupun transfer ilmu pengetahuan. Amin yang dikutip oleh Ahmad Atabik, menyebutkan bahwa televisi merupakan media *audio visual* yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak atau pemirsa. (Ahmad Atabik 2013, 194). Pandangan tersebut karena televisi sudah sangat akrab dan memasyarakat sebagaimana radio yang sudah sangat lama dikenal masyarakat, namun televisi lebih menarik daripada radio, sehingga masyarakat sudah banyak yang meninggalkan radio dan beralih kepada televisi. Televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya, menjadi media dakwah yang

efektif atau seakan-akan menjadi *da'i* yang memiliki banyak jamaah. Penyampaian pesan Islam melalui televisi akan efektif, manakala televisi dikelola dan dipergunakan secara profesional, begitu pula dengan seorang *da'i* juga harus mampu menarik hati para *mad'u* dengan metode atau media dakwah yang digunakannya. Salah satu media dakwah yang bisa menampung sejumlah metode dakwah adalah televisi. Dakwah melalui media televisi, di samping bisa memuat berbagai metode dakwah, televisi juga memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat, mengingat pemirsa televisi di Indonesia mayoritas beragama Islam. Media televisi, lebih menarik dibanding dengan menggunakan media lainnya, ini karena televisi selain bisa dilihat juga bisa didengar, sehingga dapat lebih mudah dicerna dan diserap oleh panca indera manusia dan memungkinkan bisa memuat berbagai metode dakwah, seperti melalui media kesenian, film, cerita-cerita, lagu-lagu Islami, dan seterusnya. Berbagai macam metode atau cara dakwah yang dimuat di televisi, menunjukkan bahwa di era perkembangan informasi dan teknologi sekarang ini, televisi dipergunakan dan dimanfaatkan untuk kebaikan terutama kegiatan dakwah, sehingga televisi seakan-akan telah menjadi *da'i* dan pemirsa sebagai *mad'u*.

Televisi di Indonesia, kehadiran sebagai media dakwah sebagaimana tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 215 Tahun 1963, pasal 4, bahwa tujuan TVRI didirikan adalah sebagai media (alat hubungan masyarakat) dalam ikut serta melaksanakan pembangunan mental spiritual, fisik bangsa dan negara Indonesia. TVRI yang dijadikan sebagai salah satu media pembangunan mental spiritual masyarakat Indonesia, maka TVRI satu kali dalam seminggu minimal ada dan harus menyiarkan pesan-pesan agama melalui mimbar agama, yang terdiri dari semua agama yang ada di Indonesia., termasuk di dalamnya program dakwah agama Islam. Berawal dari TVRI sebagai televisi pelopor pada tahun 1962 yang memuat konten dakwah, kemudian barulah bermunculan beberapa televisi swasta seperti RCTI, SCTV pada tahun 1989, kemudian TPI pada tahun 1991, AN-Teve tahun 1993, Indosiar tahun 1995 dan televisi-televisi swasta lainnya yang terus bermunculan juga menyiarkan siaran-siaran dakwah melalui program acara di televisi. Pengelola televisi menyadari bahwa masyarakat Indonesia lebih tertarik dengan dakwah yang tidak hanya menonton, kaku, atau hanya memaparkan materi-materi keislaman semata, akan tetapi perlu memperhatikan aspek-aspek lain, seperti psikologi *mad'u*, dengan bahasa yang menyentuh, melalui hiburan, melalui humor dan lain-lain, sebab masyarakat lebih menyukai dakwah yang kreatif atau dakwah yang diselingi dengan humor (guyonan), cerita-cerita dan sebagainya. Berdasarkan paparan tersebut, yang perlu diperhatikan dalam dakwah melalui media televisi atau televisi sebagai *da'i*, maka perlu menghadirkan penceramah yang menguasai betul materi-materi dakwah beserta metode dakwah yang bisa memperhatikan selera humor dan kesukaan masyarakat. Beberapa penceramah yang sudah akrab di masyarakat yang sering muncul di televisi, seperti almarhum KH. Zainuddin MZ, almahrum Ustadz Jerfi al-Bukhori, M. Quraish Shihab, AA Gym, Yusuf Manshur, Ustadz Arifin Ilham, Mama Dedeh, Ustadz Maulana, dan lain-lain.

Jenis Media Dakwah Melalui Televisi

Varian penyampaian pesan dakwah melalui media televisi di era *modern* ini memang sangat banyak. Film adalah salah satu jenis media dakwah yang dijadikan sebagai media

dakwah yang cukup efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Pesan dakwah melalui film bisa berupa kisah atau cerita Islami yang dikemas dengan ringan, tidak kaku, bersifat menghibur dan sesuai dengan keadaan kehidupan sosial masyarakat saat ini. Jenis media dakwah dengan film yang ditayangkan di televisi dimaksud agar dapat memberikan motivasi kepada masyarakat yang mungkin sudah jenuh dengan jenis uraian dakwah normatif seperti ceramah dan lain lain-lain. Film-film bernuansa dakwah hadir, paling tidak dengan harapan isi pesan dari film tersebut, dapat diterima oleh masyarakat yang menonton. Abdurrahman Sutara yang dikutip oleh Atabik menjelaskan bahwa:

“Film tidak hanya sebagai tontonan belaka, akan tetapi dalam film terkandung pesona dan kehebatan: melalui cerita-cerita yang sangat lokal, para pembuat film yang tahu kehidupan, mengerti masyarakatnya, bisa menyampaikan pesan-pesan universal untuk seluruh umat manusia.” (Atabik, 200).

Pandangan Sutara di atas, menunjukkan bahwa dakwah melalui film tidak mengenal batasan geografis, bersifat unik, mengandung unsur kebudayaan, pendidikan, dan hiburan, sehingga tidak heran film seperti Upin Ipin sangat digemari tidak hanya di Malaysia, melainkan sudah menyebar ke Indonesia. Film sederhana Upin Upin akan tetapi dikemas dengan baik, maka tidak heran film tersebut bisa digemari, disukai oleh orang banyak dan pesan-pesan moral, pesan agama, melalui cerita dalam film tersebut bisa selalu diingat dan diikuti khususnya oleh anak-anak. Beberapa film-film Indonesia yang bernuansa dakwah seperti Perempuan Berkalung Sorban, Ayat-ayat Cinta, Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih, Ketika Cinta Bertasbih 2, Kun Fayakun, Cinta Suci Zahrana, Sang Pencerah, Sang Kyai dan lain-lain. Berdasarkan paparan di atas, jelaslah bahwa film merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan pesan atau nilai-nilai kepada masyarakat. Masyarakat yang menonton film atau menyaksikan tayangan di televisi, sedikit-banyak telah mampu mempengaruhi perilaku para penonton dengan dapat berubah mengikuti apa yang disaksikan melalui film atau tayangan televisi yang disaksikannya tersebut. Berdasarkan kenyataan tersebut, televisi dengan sajian film-film atau cerita yang mengandung unsur dakwah sangat memungkinkan untuk digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas, dengan demikian televisi layaknya menjadi *da'i* bagi para penonton, sedangkan penonton layaknya *mad'u*.

PENUTUP

Media (*wasilah*) telah menjadi sarana utama bagi kebanyakan dari generasi saat ini untuk memperoleh berbagai informasi dan memang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat luas. Secara tradisional, pesan-pesan dakwah disampaikan melalui dua hal, *pertama* secara *bil-lisan*, artinya pesan-pesan dakwah disampaikan dengan bahasa-bahasa verbal seperti *khotbah*, ceramah, diskusi dan lain sebagainya. *Kedua*, secara *bil-hal*, yaitu penyampaian dakwah melalui bahasa-bahasa nonverbal seperti akhlak yang mulia, perilaku, dan lain sebagainya. Penyampaian pesan-pesan dakwah dalam konteks modernitas, media yang digunakan sudah sangat beragam, sehingga memungkinkan penyebaran pesan-pesan dakwah menjadi lebih cepat. Salah satu media elektronik atau media audio visual yang lebih

menonjol dibandingkan dengan media massa lainnya adalah televisi. Televisi memiliki keistimewaan karena televisi merupakan penggabungan dari media *audio* (suara) dan *visual* (gambar). Muatan isi dari media televisi bisa berupa informasi, hiburan maupun pendidikan, bahkan bisa jadi merupakan gabungan dari ketiga unsur di atas. Penyampaian pesan dakwah melalui televisi yang disampaikan oleh narasumber, artis (komunikator) kepada pemirsa, penonton (komunikasikan) terasa bertatap muka atau langsung, sehingga televisi seakan-akan menjadi guru, ustadz, *da'i* dan sebagainya, yaitu informasi yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti karena jelas terdengar secara *audio* dan terlihat secara *visual*. Jenis media dakwah melalui televisi, diantaranya adalah melalui film-film yang memuat unsur pendidikan, moral, agama, kebudayaan dan kesenian, sehingga tidak membuat bosan para penonton yang menyaksikan. Pesan-pesan moral melalui tayangan televisi tidak jarang diikuti oleh penonton, oleh karena itu disarankan kepada penyelenggara siaran untuk menyajikan siaran-siaran yang dapat mendidik, menuntun masyarakat ke arah kebaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda, Slamet Muhaemin. 1994. *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas
- Amin, M. Masykur. 1997. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al-Amin Press
- Ardianto, Elvinaro. dkk. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, edisi revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Asegaf, Djafar. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Atabik, Ahmad. 2013. *Prospek Dakwah Melalui Media Televisi*, At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember
- Darmawan, Andi. dkk, 2002 . (ed). *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI
- Djatnika, Rachmat. 1996. *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*. Jakarta: Sustaka Indonesia
- Efendy, Onong Uchana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hamidi. 2010. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press
- Ibrahim, Idi Subandy dan Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Muhtadi, Asep Saeful. 2000. *Pers dan Penyebaran pesan-pesan Agama*. Bandung: Pustaka Pers
- Salim, Peter dan Yeni Salim. 1991. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Edisi I. Jakarta: Modern English Press
- Setiawan. *Ebta Kamus Besar Bahasa Indonesia, KBBI Offline Versi 1.1*
- Sukayat, Tata. 2015. *Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Ya'qub, Hamzah. 1981. *Publisistik Islam Tehnik Dakwah dan Leadership*. Bandung: CV Diponegoro