

Al-Dīn

Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan

Ketika Wasilah Dan Do'a Dalam Al-Qur'an Ditafsirkan Konteks Syirkubillah
(A.Sumpeno)

Menimbang Perempuan Menjadi Imam Shalat (Studi Kritik Atas Hadis Ummi Waraqah)
(Abdul Hakim)

Tela'ah Makna Sihir Dalam Islam dan Kaitannya Dengan Hipnotis
(Ruslan)

Efektivitas Dakwah Islam Melalui Media Televisi
(Samsinar S)

**JURUSAN DAKWAH KOMUNIKASI DAN USHULUDDIN
SOKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) WATAMPONE**

EFEKTIVITAS DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA TELEVISI

Oleh: Samsinar S.

Abstract

This article discusses the effectiveness of the propagation of Islam through the medium of television. Television as one of the audiovisual media is very influential and effective in spreading Islamic propaganda in modern society as it is today. Effective because it can reach out to society at large, the television message is presented in the audio-visual, more quickly provide information compared with other media, and cultural effects of television is greater than the effects produced by other media types. Therefore, the preacher must master communication media including television media in order to facilitate the delivery of message preaching. Television media can be a media builders, developers of thought, and shaping people's behavior if the show on television program is more ethical and moral. By him, the television program should be designed so as not to the outside of the Islamic corridor so that the Muslim can make television as a medium of propaganda.

Kata Kunci : Dakwah Islam, Media Televisi

I. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, dunia dihadapkan kepada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampai informasi kepada khalayak, seperti ini tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam.²⁰⁰

Da'i sebagai orang yang menginformasikan dan menyampaikan pesan dakwah Islam kepada mitra dakwah harus memanfaatkan media, agar apa yang disampaikan mudah dipahami oleh mitra dakwah. Media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan menjadi urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat urgen dalam menentukan perjalanan dakwah.²⁰¹ Salah satu media dakwah yang efektif digunakan oleh para da'i adalah media televisi.

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi informasi dan komunikasi setiap media massa jelas melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia. Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.²⁰² Mengingat televisi mempunyai tiga pihak yang terlibat didalamnya yakni yang menyajikan, yang disajikan dan yang menikmati. Oleh sebab itu, persoalan televisi adalah persoalan seputar apa yang disajikan?, siapa yang menyajikan?, dan

²⁰⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Cet. I: Jakarta: Amzah, 2009), h. 112.

²⁰¹ Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis dan Praktis* (Cet. I: Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 93.

²⁰² Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi* (Cet. I: Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 22.

siapa yang menikmati?. Selain itu, tentu saja pemirsa boleh memilih mana yang layak dinikmati dan mana yang tidak. Namun demikian, tampaknya televisi yang jelas-jelas hanya sebuah perangkat mini elektronik buatan manusia selalu mampu membius dan menghipnotis orang-orang yang berada didekatnya. Dalam artian bahwa banyak orang yang tiba-tiba saja duduk dihadapan pesawat televisi tanpa diundang, banyak niat dan rencana yang tiba-tiba saja dibatalkan disebabkan karena terpanggil, tergoda, tergelitik untuk menikmati acara tertentu yang disiarkan oleh televisi. Jika acara yang ditonton tersebut memang lebih bermanfaat dibandingkan dengan niat dan rencana semula, barangkali boleh-boleh saja. Namun anehnya, seringkali acara yang ditonton itu hanyalah sejenis hiburan yang menimbulkan mudharat.

Berbagai media massa termasuk televisi dengan sengaja atau tidak, sering melansir atau menayangkan berita umat Islam diberbagai belahan dunia dengan cara tasywih, yakni menonjolkan dan memperburuk citra umat Islam.²⁰³ Misalnya, pemberitaan mengenai umat Islam di India, Kashmir dan Arteria, berbagai tindakan brutal kelompok Mujahidin di Philipina dan Afganistan.

Televisi bagi kebanyakan masyarakat Indonesia dijadikan sarana hiburan dan sumber informasi utama. Di beberapa daerah pedesaan, masyarakat banyak menghabiskan waktunya di depan televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif maka otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.²⁰⁴ Oleh karena itu, televisi sebagai media dakwah harus diterapkan dan dimanfaatkan sebagai hasil teknologi modern. Dengan pemanfaatan hasil teknologi tersebut diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif.²⁰⁵

Media dakwah dengan media televisi sangat banyak memperoleh kehebatan dibandingkan dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatan lainnya adalah dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri dan muballiqnya ada pada pusat pemberitaan atau studio saja.

Untuk lebih jelasnya maka dalam uraian selanjutnya akan dibahas tentang media televisi dan dakwah Islam, penyebaran dakwah Islam melalui media televisi dan mencari solusi dakwah yang efektif di televisi.

II. PEMBAHASAN

A. Pengertian Media Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* berarti jauh dan *vision* berarti tampak. Jadi, televisi berarti tampak atau dapat di lihat dari jarak jauh. Fungsi televisi adalah memberikan informasi, menghibur dan mempengaruhi. Fungsi menghibur lebih dominan pada media ini. Pesan yang disampaikan pada media ini, memerlukan pertimbangan-pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak.²⁰⁶

Televisi banyak menyita perhatian tanpa mengenal usia, pekerjaan dan pendidikan. Televisi sebagai media audiovisual memiliki ciri-ciri yaitu pesan yang disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna, suara dan gerakan; pesan tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu; umpan baliknya verbal dan

²⁰³Awadl Manshur, *Televisi Manfaat dan Mudharat* (Cet. I; Jakarta: Fikahati Aneska, 1993), h. 58.

²⁰⁴Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2009), h. 424.

²⁰⁵Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 177.

²⁰⁶<http://id.wikipedia-org/wiki/televisi>, diakses pada tanggal 20 Maret 2013.

nonverbal; karakter publik dan pengaturan yang ketat; dan berisi aneka ragam bentuk informasi dan pesan, baik berita, hiburan, dan pendidikan.²⁰⁷

Tidak ada satu detik pun yang lewat tanpa tayangan televisi, baik nasional dan internasional dengan berbagai alat-alat komunikasi yang canggih, dan tidak ada satu wilayah pun yang tidak bisa dijangkau dengan media ini. Sampai alat ini telah mengubah dunia yang luas ini menjadi *global village*. Dengan demikian, televisi memiliki daya tarik yang tak tertandingi. Namun, umat Islam masih sedikit memanfaatkan media ini untuk dakwah Islam.²⁰⁸ Di Indonesia, hanya ada satu stasiun televisi saja yang khusus menyiarkan dakwah Islam yaitu TV Rodja. Namun demikian, TV lain juga biasanya memiliki program dalam syiar Islam tetapi durasi waktunya sangat sedikit.

Media televisi adalah salah satu alat komunikasi manusia jarak jauh, menandakan bahwa dunia teknologi komunikasi massa telah diciptakan oleh para ahli, memberikan satu fenomena sosial dalam kehidupan manusia dalam tinjauan interaksi dan harmoni sosial.²⁰⁹ Media televisi bersifat periodik, artinya ada lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Media televisi juga bersifat *transitory* (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut tidak hanya dapat didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (audio-visual).²¹⁰

Media televisi memiliki kelebihan terutama kemampuannya dalam menyatukan antar fungsi audio dan visual, ditambah dengan kemampuannya memainkan warna. Penonton leluasa menentukan saluran mana yang mereka senangi. Selain itu, televisi mampu mengatasi jarak dan waktu sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah yang terpencil dapat menikmati siaran televisi. Media televisi membawa bioskop ke dalam rumah tangga, mendekatkan dunia yang jauh ke depan mata tanpa perlu membuang waktu dan uang untuk mengunjungi tempat-tempat tertentu.²¹¹ Media televisi sebagai sarana tayang realitas sosial menjadi penting artinya bagi manusia untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sosialnya. Pemantauan itu bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap terhadap ideologi tertentu. Hal ini tergantung dari bagaimana kesiapan manusianya untuk menghadapi informasi televisi. Jadi dapat dipahami bahwa media televisi adalah salah satu alat atau sarana komunikasi yang bersifat periodik dan transitori yang melibatkan secara perorangan dan kelompok dengan organisasi yang kompleks untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sehari-hari.

B. Konsep Dakwah Islam

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti menyeru, memanggil, mengajak dan mengundang.²¹² Arti kata dakwah ini sering dijumpai atau dipergunakan dalam ayat Al-Qur'an seperti dalam QS. al-Baqarah (1:23), Allah berfirman:

﴿صَلِّفِينَ كُنْتُمْ إِنَّا اللَّهُ دُونَ مِّنْ شُهَدَاءَ كُمْ وَأَدْعُوا مَثَلَهُ مِّنْ سُورَةٍ فَأَتُوا عَبْدَنَا عَلَىٰ نَزْلِنَا مِمَّا رَيْبُ فِي كُنْتُمْ وَإِن

²⁰⁷ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. I; Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), h. 201.

²⁰⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 425.

²⁰⁹ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*, h. 26.

²¹⁰ JB. Wahyudi, *Komunikasi Jurnalistik Pengetahuan Praktis Kewartawanan*, Surat Kabar, Majalah, Radio dan Televisi (Bandung: Alumni, 1991), h. 25.

²¹¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. XIII; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 156.

²¹² Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Alquran, 1973), h. 127.

Terjemahannya :

Dan jika kamu (tetap) dalam keraguan tentang Al Quran yang Kami wahyukan kepada hamba Kami (Muhammad), buatlah[31] satu surat (saja) yang semisal Al Quran itu **dan ajaklah penolong-penolongmu selain Allah**, jika kamu orang-orang yang benar.

Selanjutnya, dalam QS. al-Baqarah (1:221), Allah berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا حَتّٰى الْمُشْرِكِيْنَ تَنْكِحُوْا اَوْلَآءَ اَعْبَتَكُمْ وَلَوْ مُشْرِكَةً مِّنْ خَيْرٍ مُّؤْمِنَةٍ وَّلَا مَآءُ يَوْمٍ حَتّٰى الْمُشْرِكَتِ تَنْكِحُوْا اَوْلَآءَ اَيْتِهٖ وَيُبَيِّنْ بِاٰذْنِهٖ وَالْمَغْفِرَةِ الْجَنَّةِ اِلٰى يَدِ عُوۡاۗءِ اللّٰهِ النَّارِ اِلٰى يَدِ عُوۡنٍ اُولٰٓئِكَ اَعْبَتَكُمْ وَلَوْ مُشْرِكًا مِّنْ خَيْرٍ مُّؤْمِنٍ وَّلَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُوْنَ لَعَلَّهٖمُ لِلنَّاسِ

Terjemahannya :

Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. Sesungguhnya wanita budak yang mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun Dia menarik hatimu. dan janganlah kamu menikahkan orang-orang musyrik (dengan wanita-wanita mukmin) sebelum mereka beriman. Sesungguhnya budak yang mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun Dia menarik hatimu. **Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga** dan ampunan dengan izin-Nya. dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.

Jadi, orang yang memanggil, mengajak, menyeru atau melaksanakan dakwah disebut dengan da'i. Jika yang menyeru atau da'inya terdiri atas beberapa orang maka disebut du'ah.

Selanjutnya secara terminologis, Syech Ali Mahfudz mengemukakan bahwa dakwah artinya mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, meyeruh mereka berbuat yang ma'ruf dan melarang mereka dari perbuatan ingkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.²¹³

Dakwah artinya menyeru, mengajak atau membawa umat kepada jalan Allah untuk menjunjung tinggi agama Allah, mentauhidkan ajaran Allah, membudidayakan dan menaati semua bidang suruhan dan titah Allah dan Rasul-Nya, menghentikan dan menjauhi segala macam larangan dan tantangan Allah dan Rasul-Nya, dan merealisasi serta melakukan semua petunjuk dan ajaran Allah dan Rasul-Nya.

Dalam pengertian keagamaan, dakwah memasukkan aktivitas *tabligh* (penyiaran), *tatbiq* (penerapan/pengamalan) dan *tandhim* (pengelolaan). Untuk pengertian ini, dakwah tidak akan pernah selesai jika dilakukan hanya secara individual. Oleh karena dakwah bukan hanya untuk *mad'u* non-muslim semata, akan tetapi juga untuk yang muslim. Untuk muslim, dakwah berfungsi sebagai proses peningkatan kualitas penerapan ajaran agama Islam, sedangkan untuk non-muslim fungsi dakwah adalah memperkenalkan dan mengajak mereka agar memeluk agama Islam secara sukarela. Penerimaan secara sukarela bagi non-muslim ini menjadi tekanan serius, sebab Rasulullah saw sendiri membiarkan orang-orang Kristen yang tidak menerima dakwah beliau, untuk tetap memeluk agama Islam secara sukarela.²¹⁴ Oleh karena itu, berdakwah dapat dilakukan bagi siapa saja yang memiliki pengetahuan yang luas

²¹³ Ali Mahfudz, *Hidayatul Mursidin* (Cet. V; Kairo: Darul Kutub al-Baby, 1952), h. 17

²¹⁴ Muhammad Sulthon, *Menjawab Tantangan Zaman Desain Ilmu Dakwah: kajian Ontologis, Epistimologis dan Aksiologis* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 15-16.

dan mengetahui lebih baik tentang agama Islam, bebas untuk menyampaikan dan meyakinkan orang lain, dan yang lainnya bebas untuk mendengarkan dan meyakini apa yang disampaikan oleh para da'i.

Dalam berdakwah, da'i menyampaikan informasi dan nilai, misalnya akan berlaku sunatullah yang menyangkut tentang hukum-hukum tentang keberhasilan komunikasi, interaksi sosial dan pendidikan, kesemuanya ini dapat diketahui oleh manusia melalui ilmu komunikasi, sosiologi, psikologi dan sebagainya.²¹⁵

Hamlah Yaqub mengemukakan bahwa dakwah dalam Islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah atau kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.²¹⁶ Pendapat ini sangat sejalan dengan QS. An-Nahl (16: 125), Allah swt. berfirman :

وَسَيَلِمُ عَنْ ضَلَالٍ يَمْنُ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنُ هِيَ بَالِي وَجَدَ لَهُمُ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلَ إِلَى أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُ

Terjemahannya :

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.

Ayat di atas disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang hikmah atau bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.

Hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. Hikmah berarti segala metode yang menyampaikan al-haq dengan menggunakan hukum-hukum alam dan hukum-hukum sosial, dan keduanya adalah sunatullah. Hikmah juga berarti perkataan dan perbuatan da'i yang Islami. Menurut Natsir sebagaimana dikutip dalam Acep Aripudin bahwa hikmah digunakan sebagai cara berdakwah untuk semua golongan, golongan cerdik maupun awam dan kelompok antara keduanya.²¹⁷ Olehnya itu, cara hikmah dilakukan oleh da'i ketika berbicara menyampaikan dakwahnya dengan menyesuaikan kemampuan mad'unya, dan hikmah dalam berakhlak serta pemberian contoh yang baik kepada mad'u.

Hikmah juga berarti berbagai norma dan prinsip-prinsip yang agung yang sudah dijelaskan oleh Allah kepada kita dalam al-Qur'an dan sudah diterangkan oleh Rasulullah sebagai Nabi yang diutus oleh Allah dengan membawa hikmah.²¹⁸ Sedangkan tujuan dari orang yang berbuat hikmah adalah menetapkan setiap permasalahan pada tempatnya dan berusaha untuk mencapai tujuan itu dengan cara yang paling mudah, paling sedikit bahayanya dan korban yang ditimbulkannya.

Al-Mau'izah al-Hasanah merupakan cara berdakwah atau bertabliq yang disenangi, mendekatkan manusia kepadanya dan tidak menjerakan mereka, memudahkan dan tidak

²¹⁵Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 1998), h. 70.

²¹⁶Hamzah Yaqub, *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership* (Cet. IV; Dipenegoro, 1973), h. 13.

²¹⁷Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 72.

²¹⁸Abdurrahman Abdul Khaliq, *Metode dan Strategi Dakwah Islam* (Cet. I; Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 1996), h. 114.

menyulitkan.²¹⁹ Jadi *al-Mau'izah al-Hasanah* adalah yang dapat masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan; tidak berupa larangan sesuatu yang tidak harus dilarang; tidak menjelek-jelekkan atau membongkar kesalahan. Sebab kelemahan, kelembutan dan menasehati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar. Bahkan ia lebih mudah melahirkan kebaikan dibandingkan larangan dan ancaman.

Al-Mau'izah al-Hasanah adalah argumen-argumen yang memuaskan sehingga pihak yang mendengar dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh pembawa argumen itu. *Mau'izah Hasanah* berarti pemberian nasehat. Nasehat para da'i dalam bentuk penuturan yang dapat dibagi kedalam beberapa level, yaitu nasehat dengan kata-kata mendatar, nasehat dengan kata-kata heroik (kata-kata perjuangan dengan penuh semangat dan keberanian), nasehat dengan mengungkapkan pernyataan, nasehat dengan instruksi, nasehat dengan kisah, dan nasehat dengan kritik. Pembagian level tersebut dilakukan atas pertimbangan kondisi mad'u yang dihadapi dan kecenderungan setiap da'i serta kemampuannya sehingga akan mempengaruhi cara dakwah melalui nasehat dan efek dari nasehat tersebut.²²⁰

Selanjutnya, dakwah dengan cara *al-Mujādalah* adalah bertukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar pihak lain menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.²²¹ Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam bertukar pendapat atau berdiskusi yaitu: Pertama, tidak merendahkan pihak lawan apalagi menjelek-jelekkan dan lain sebagainya, sehingga ia merasa yakin bahwa tujuan berdiskusi itu bukanlah mencari kemenangan, melainkan menundukkannya agar ia sampai kepada kebenaran. Kedua, tujuan berdiskusi hanyalah semata-mata menunjukkan kebenaran sesuai dengan ajaran Allah. Ketiga, tetap menghormati pihak lawan, sebab jiwa manusia tetap memiliki harga diri. Ia tidak boleh merasa kalah dalam berdiskusi, karenanya harus diupayakan agar ia tetap merasa dihargai dan dihormati.²²²

Secara umum, definisi dakwah yang dikemukakan para ahli menunjuk pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik dan tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual berarti dapat memecahkan masalah-masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual berarti kongkret dan nyata, sedangkan kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Agama Islam sebagai suatu ajaran tidaklah berarti, manakala manusia tidak dimanifestasikan dalam perbuatan amalia. Ini dikarenakan agama tersebut, bukanlah agama yang semata-mata menyoroti satu sisi dari kehidupan manusia saja, akan tetapi Islam meliputi dan menyoroti semua persoalan hidup manusia secara total. Pengertian dakwah tidak lain adalah komunikasi, hanya saja yang secara khas dibedakan dari bentuk komunikasi yang lainnya terletak pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Didalam komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas idea-idea atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkahlaku yang diharapkan.

²¹⁹ Mahmud Husain Fadhlullah, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*, diterjemahkan oleh Tarmana Ahmad Qosim (Cet. I; Jakarta: Lentera, 1997), h. 48-49

²²⁰ Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai*, h. 85.

²²¹ Munir, *Metode Dakwah* (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2009), h. 19.

²²² Ali Mustafa Yaqub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi* (Cet. I; Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), h.

Seorang muslim sebagai komunikator mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikator dan kemudian berharap agar komunikannya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Ciri khas yang membedakan adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara persuasif, dan juga tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkahlaku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam.²²³

Jadi dapat dipahami bahwa dakwah Islam itu dapat diartikan dari dua segi atau dua sudut pandang, yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan bersifat pengembangan. Pembinaan artinya suatu kegiatan untuk mempertahankan dan menyempurnakan sesuatu hal yang telah ada sebelumnya atau suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah dengan menjalankan syariat-Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia dan di akhirat. Sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah suatu kegiatan yang mengarah kepada pembaharuan atau mengadakan sesuatu hal yang belum ada atau usaha mengajak umat manusia yang belum beriman kepada Allah agar menaati syariat Islam (memeluk agama Islam) supaya nantinya dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat.

Keanekaragaman definisi dakwah di atas meskipun terdapat kesamaan ataupun perbedaan-perbedaan, namun bila dikaji dan disimpulkan akan mencerminkan hal-hal yaitu Pertama, dakwah adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana. Kedua, usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi yang lebih baik (dakwah yang bersifat pembinaan dan pengembangan). Ketiga, usaha tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu yakni hidup bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat.

C. Penyebaran Dakwah Islam Melalui Media Televisi

Dewasa ini, televisi boleh dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu dan peluang bagi setiap orang. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Amerika bahwa hampir setiap orang di benua ini menghabiskan waktunya antara 6-7 jam perminggu untuk menonton televisi. Begitu juga yang terjadi di Indonesia, pemakaian televisi di kalangan anak-anak meningkat pada waktu libur, bahkan bisa melebihi 8 jam per hari.²²⁴

Sekarang, sebetulnya televisi sudah menjadikan agama masyarakat industri artinya orang sekarang belajar hidup dari televisi. Di Amerika, televisi disebut *the second god* atau Tuhan kedua. Anak-anak belajar tentang cara hidup, berpakaian dan berjalan lewat televisi, tetapi sekarang televisi bahkan sudah menjadi *the first god* (Tuhan pertama). Ini disebabkan karena hampir semua kegiatan kehidupan mereka dijadwal dan diatur oleh pesan-pesan televisi.²²⁵ Misalnya saja, sudah terjadi penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari karena kegiatan televisi. Hal yang demikian juga terjadi di negara-negara lain. Televisi sebagai agama masyarakat industri menggeser agama-agama yang konvensional. Khutbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar daripada jamaah agama manapun, rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan dan lebih banyak menggetarkan hati dan mempengaruhi bawah sadar manusia daripada ibadah agama-agama yang pernah ada.

²²³ Zamris Habib dan Rasidatun M, *Dakwah Melalui Dunia Maya*, diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

²²⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 156.

²²⁵ Jalaudin Rakhmat, *Catatan Kang Jalal Visi Media, Politik dan Pendidikan* (Cet. II; Bandung: 1998), h. 26

Televisi dapat dikatakan sebagai agama yang dapat memberikan legitimasi kepada para raja dan televisi mentahbiskan para penguasa modern. Dalam politik, kehadiran televisi telah mengalihkan perhatian orang dalam pemilu, dari masalah program atau isu ke masalah kepribadian. Yang menentukan bukan lagi kelalaian program tetapi kepandaian juru kamera mengemas gambar dan tokoh.²²⁶

Salah satu kekuatan televisi adalah kemampuan untuk menyajikan realitas kedua (*the second hand reality*). Lewat layar kecil yang berfungsi sebagai jendela dunia, para pemirsa diarahkan untuk mendefinisikan situasi sesuai dengan kehendak elite pengelola informasi. Orang bertindak, mengambil keputusan, tidak berdasarkan realitas tetapi berdasarkan makna yang diberikan kepada realitas tersebut.

Televisi merupakan salah satu penemuan alat elektronik terpenting dan bagian dari berbagai hasil temuan kebudayaan manusia modern dan kalau dipergunakan atau dimanfaatkan secara benar memungkinkan manusia untuk menciptakan suatu kebudayaan baru yang dapat menghubungkan manusia dengan Khalik-Nya. Jika manusia memanfaatkan televisi sebagai alat bantu yang efektif dan efisien dalam menjalani kehidupannya maka ia akan merasa damai, tenteram dan aman. Ini bisa terwujud kalau program dan rencana tayang televisi dibuat berdasarkan hasil penelitian kebutuhan masyarakat secara umum yang dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan materil.

Televisi sangat bermanfaat untuk menyampaikan dakwah Islam atau memaksimalkan peran televisi sebagai salah satu media dakwah. Untuk itu semua stasiun televisi nasional, baik pemerintah maupun swasta sebenarnya telah memanfaatkan televisi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah tertentu.²²⁷

Maraknya dakwah melalui sarana komunikasi televisi tidak lepas dari gejala global yaitu segala bentuk komunikasi dapat menjadi profesi dan akan bersentuhan dengan bisnis. Salah satu contoh aktual adalah dakwah melalui saluran telepon atau sms yang dilakukan oleh Aa Gym dengan menggandeng pengusaha muslim Amerika. Demikian pula Arifin Ilham, alm. Jefri al-Bukhori, mama Dedeh, ustaz Maulana dan lainnya yang telah memaksimalkan sarana teknologi dalam cakupan audien lebih banyak memperoleh sambutan, walaupun materi keagamaan yang disampaikan relatif sederhana. Tendensi dari dakwah itu, tentu saja bisnis, bukan semata-mata dakwah. Contoh lainnya, tampilnya para mubaligh yang bersentuhan dengan glamournya televisi, terkait dengan industri media dalam genggamannya kapitalisme ekonomi yang ujung-ujungnya adalah bisnis. Tentu saja niat mubaligh adalah syiar Islam, akan tetapi ketika berkaitan dengan ekonomi media maka persoalan meluber kepada eksekusi ekonomi. Media mendapat pemasukan iklan dari program acara yang dijual, sebaliknya media harus pula membayar nara sumber dengan standar ekonomi media yang didahului dengan kontrak. Oleh karena itu, konteks profesi dakwah harus dipertimbangkan. Ketika masyarakat tidak mempersalahkan mubaligh atau da'i yang tampil di televisi menerima honor sesuai dengan profesinya, mengapa ketika da'i mendapat amplop dari masyarakat dipermasalahkan? Sebaliknya, fakta da'i tetap membutuhkan ekonomi, dan merupakan hal yang tidak bisa dipungkiri, maka ketika mereka telah menjadikan profesi dakwah sebagai bagian dari kehidupannya, tentu dalam konteks tinjauan komunikasi modern tersebut, tidak ada salahnya jika dakwah dimanajemen secara ekonomi, yang mengindikasikan adanya biaya-biaya yang ditanggung oleh kelompok masyarakat yang menghendaki, bagi kepentingan dakwah, dan narasumbernya tersebut.²²⁸

²²⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Islam aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* (Cet. XII; Bandung: Mizan, 2000), h. 23

²²⁷ Miftah Faridl, *Dakwah Kontemporer; Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi* (Cet. I; Bandung: Pusdai Press, 2000), h. 79

²²⁸ Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer: Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah sebagai Solusi Problematika Kekinian* (Cet. II; Semarang: Walisongo Press IAIN Walisongo, 2006), h. 78-79.

Menurut Zakiah Daradjat, 83 % perilaku manusia itu dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya, 11% dari apa yang didengarnya dan 6% sisanya merupakan gabungan dari berbagai stimulus yang diterimanya. Dalam perspektif ini dapat dibayangkan bagaimana peranan tayangan televisi dalam membentuk kepribadian masyarakat terutama generasi muda yang masih sangat suka menonton televisi.²²⁹

Salah satu temuan hasil penelitian Balai Litbang Agama Jakarta tahun 2009, antara lain menyatakan bahwa masyarakat secara umum merespon secara positif terhadap tayangan dakwah Islam di TV Nasional. Sementara tayangan bermuatan dakwah Islam di TV lokal dipandang masih sangat terbatas. Terutama karena kemasannya yang kurang variatif serta narasumber yang kurang profesional. Di samping itu, pada umumnya responden tertarik pada program dakwah TV dengan pendekatan dialog interaktif, karena bisa memberikan wawasan yang lebih luas dari sisi kompleksitas masalah yang timbul di masyarakat, dan keluasan pembahasan oleh pembicara (narasumber). Paket-paket acara bermuatan dakwah yang mengangkat kasus-kasus riil di masyarakat melalui paket *Bedah persoalan* atau *Curhat, Pencerahan qalbu*, memiliki daya tarik tersendiri.²³⁰

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa televisi memegang peran yang sangat penting terhadap terbentuknya sikap dan perilaku masyarakat dalam skala besar dan luas, sehingga seorang da'i harus melatih para pengikutnya untuk mengembangkan kemampuan menerima, menyimpan, mengolah dan menyampaikan serta menganalisis informasi yang telah disampaikan. Untuk itu, seorang da'i harus menguasai media komunikasi dengan baik agar pesan-pesan dakwahnya dapat dengan mudah diterima terutama penguasaan media audiovisual termasuk media televisi.

D. Dakwah Efektif di Televisi

Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi dan pesan-pesan dakwah, karena melalui televisi informasi atau pesan-pesan dakwah dapat sampai kepada audiensi dengan jangkauan yang sangat luas, pesan televisi disajikan secara audio-visual, lebih cepat memberikan informasi dibandingkan dengan media lain, dan efek kultural televisi lebih besar dari pada efek yang dihasilkan oleh jenis-jenis media lainnya khususnya bagi pembentukan perilaku pro-sosial dan anti sosial anak-anak.

Dakwah melalui media televisi saat ini telah mempunyai tempatnya sebagai sebuah program rutin yang ditayangkan hampir disetiap televisi swasta maupun pemerintah. Bagi dunia pertelevisian, walaupun dari sisi *profit oriented* tidak menguntungkan, namun dakwah melalui program-program televisi tetap dikemas sedemikian menarik, sehingga banyak pemirsa/penonton yang menonton program tersebut dan menjadikan sebagai program favorit bagi kalangan tertentu yang haus dengan ilmu agama Islam. Televisi menyebabkan penonton menjadi kosmopolit. Adanya budaya media, pada umumnya menjelaskan interdependensi manusia kepada media massa untuk memperoleh informasi dan hiburan. Dalam hal ini, juru dakwah dapat mengemas suatu siaran atau program acara semenarik mungkin, sehingga penonton tidak lari dari depan kaca televisi, ketika program yang kita buat berjalan. Saat ini banyak sekali televisi komunitas yang bermunculan di Indonesia. Dan tentunya hal ini merupakan kesempatan bagi juru dakwah dalam mengembangkan sayap dakwahnya melalui media televisi. Dan memang perlu suatu kemasan acara yang menarik untuk menarik perhatian penonton agar program dakwah di televisi mendapatkan tempatnya di masyarakat. Harus juga disesuaikan dengan budaya yang sedang populer di masyarakat agar program acaranya juga tetap mendapatkan perhatiannya di masyarakat dan relevan terhadap yang

²²⁹ Ahmad Mubarak. *Psikologi Dakwah: Membangun Cara Berpikir dan Merasai* (Malang: Madani Press, 2013), h. 165.

²³⁰ <http://marzani-anwar.wordpress.com/2011/01/07/strategi-dakwah-dalam-perspektif-multikultural-marzani-anwar/> diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

terjadi di masyarakat. Dalam hal ini sesuai dengan teori jarum hipodermik, yaitu teori mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh.²³¹

Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, fragmen ataupun drama atau sinetron. Melalui televisi, seorang pemirsa dapat mengikuti kegiatan dakwah seakan dia berada langsung di hadapan da'i dan bahkan sekarang sudah banyak siaran langsung yang dilakukan untuk kepentingan siaran dakwah.

Program-program siaran dakwah yang dilakukan, hendaknya mengena sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktivitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi.²³² Program-program itu juga beragam sehingga orang yang melihat dan mendengarkan siaran tersebut perlu mengolah atau menyeleksi terlebih dahulu. Penerima pesan tidak langsung menerima atau menolak sebuah pesan atau informasi secara total. Sehubungan dengan hal ini, sangat sesuai dengan firman Allah swt dalam QS. Az-Zumar (39:18):

﴿الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الْقَوْلَ الَّذِي يَسْمِعُونَ الَّذِينَ يُبْعَثُونَ﴾

Terjemahnya :

"Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik diantaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal."

Berdasarkan ayat di atas, jelas bahwa manusia diilhami oleh Allah swt untuk menyeleksi berita dan pesan, hal tersebut menunjukkan adanya fungsi akal untuk mengolah informasi yang diterimanya.

Dakwah melalui televisi merupakan keniscayaan karena: *Pertama*, melalui televisi, memungkinkan setiap muslim berdasar kemampuan dan kondisi yang ada dapat melaksanakan peran dakwahnya; *Kedua*, semakin banyak warga masyarakat muslim yang tidak dapat lagi terjangkau oleh dakwah konvensional. *Ketiga*, dengan memanfaatkan televisi, dakwah akan lebih efektif karena proses komunikasi akan dapat terlaksana lebih intensif, lebih menarik, dan untuk kondisi tertentu lebih realistik, serta dapat menembus daya pikir dan daya rasa pemirsa. Keempat, dengan televisi, dakwah mampu menjalankan obyek dakwah kalangan atas yang tidak mungkin mengunjungi forum pengajian konvensional. Oleh karena itu, ini adalah kesempatan bagi seorang juru da'i yang ingin memperlebar sayap dakwahnya tidak hanya di masjid-masjid atau surau-suru tetapi ke seluruh pelosok negeri tanpa harus mengunjungi daerah itu. Dan juga menyesuaikan dengan keadaan obyek atau mitra dakwah dalam hal ini adalah mad'u terhadap kesibukannya, karena dakwah melalui televisi juga bisa diulang kembali acara siarannya, sehingga yang tadinya tidak sempat menonton bisa menonton acara siaran ulangnya. Selain itu, karena saat ini harga barang elektronik yang begitu murah dan bisa dijangkau oleh lapisan masyarakat menengah bawah, berarti saat ini masyarakat dapat menyaksikan acara-acara televisi dengan bebas tanpa harus menumpang nonton ke tetangga, dan hal ini juga bisa kita arahkan sebagai juru dakwah agar menonton acara-acara yang bermanfaat terutama yang berkaitan dengan dakwah.²³³

Kehadiran dakwah di televisi, berhasil membentuk komunitas dakwahnya sendiri. Menurut Dennis dalam Dedy Djarmaluddin Malik, ada tiga kategori komunitas dakwah dalam

²³¹Sudirman, *Dakwah melalui New Media* dalam WordPress.com, diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

²³²Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 120-121.

²³³Sudirman, *Dakwah melalui New Media* dalam WordPress.com, diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

televisi²³⁴ yaitu *pertama, ritualized viewers* yaitu para pemirsa yang sepenuhnya tertarik dengan apa saja yang bercorak Islam. Dakwah televisi merupakan bagian dari sumber rujukan mereka dalam memahami Islam, selain diperoleh dari pengajian atau bacaan buku-buku keagamaan. *Kedua, instrumental viewers* yaitu komunitas dakwah "cair" yang sedikit tertarik dengan apa saja yang bercorak Islam. Dakwah di televisi bagi mereka bukan kebutuhan mereka. Mereka tidak mempunyai kepentingan pada upaya penguatan nilai dan identitas kultural Islam. Menonton dakwah di televisi sekedar mengisi waktu atau hanya sekedar memperoleh informasi dari dunia lain karena mereka sendiri merasabukan bagian dari komunitas itu. *Ketiga, reactionary viewers* yaitu komunitas dakwah yang di dalamnya bukan saja Islam tetapi juga termasuk agama lain. Mereka menonton televisi, bukan karena panggilan "ibadah" tetapi lebih didasarkan pada kebutuhan personal mereka akan pentingnya moralitas, informasi dan sajian hiburan yang sehat. Dari ketiga kategori di atas, maka kategori kedualah yang banyak menjadi bagian dari komunitas dakwah. Yang pasti, tidak ada satu pun yang menolak kehadiran televisi. Olehnya itu, jika setiap stasiun televisi menata dan memformat program televisi dengan baik yaitu memaksimalkan program syiar Islam dari pada informasi dan hiburan lainnya, serta menambah durasi waktu untuk program dakwah melebihi iklan dan sinetron sebagaimana yang terjadi pada bulan-bulan tertentu seperti yang terjadi pada bulan Ramadhan, atau memformat semua siaran televisi dengan motif dakwah, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang cerdas, bermoral, berkarakter, dan religius.

III. PENUTUP

Dakwah Islam adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana dengan mengajak manusia ke jalan Allah swt., memperbaiki situasi yang lebih baik dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yakni hidup bahagia di dunia dan di akhirat. Agar dakwah Islam dapat dijalankan secara efektif, maka penggunaan media sangat diharapkan. Salah satu media dakwah yang efektif untuk digunakan adalah media televisi. Media televisi merupakan salah satu alat atau sarana komunikasi yang bersifat periodik dan transitori yang melibatkan secara perorangan dan kelompok dengan organisasi kompleks untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sehari-hari. Media televisi sangat bermanfaat dalam penyampaian dakwah karena proses komunikasi akan dapat terlaksana lebih intensif, lebih menarik, dan untuk kondisi tertentu lebih realistik, serta dapat menembus daya pikir dan daya rasa pemirsa. Untuk memaksimalkan peran televisi sebagai media dakwah maka semua stasiun televisi memformat dan merancang program televisi dengan program dakwah, dan menjadi sumber informasi serta hiburan yang terikat pada nilai-nilai agama, sehingga televisi dapat dijadikan sebagai media dalam penegakan kebenaran dan keadilan atau sebagai media amar ma'ruf dan nahi mungkar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Khaliq, Abdurrahman. *Metode dan Strategi Dakwah Islam*. Cet. I; Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 1996.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Cet. I; Jakarta: Amzah, 2009.
- Anas, Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer: Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah sebagai Solusi Problematika Kekinian*. Cet. II; Semarang: Walisongo Press IAIN Walisongo, 2006.

²³⁴ Dedy Djamaluddin Malik, *Mencari Solusi Dakwah Efektif di Televisi* dalam Sidik Amin, *Dakwah Kontemporer Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi* (Bandung: Pusdai Press, 2000), h. 86.

Aripuddin, Acep. *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai*. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Cet. II; Jakarta: Kencana, 2009.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. XIII; Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Enjang AS dan Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Cet. I; Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.

Fadhlullah, Mahmud Husain. *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*, diterjemahkan oleh Tarmana Ahmad Qosim. Cet. I; Jakarta: Lentera, 1997.

Faridl, Miftah. *Dakwah Kontemporer; Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*. Cet. I; Bandung: Pusdai Press, 2000.

Habib, Zamris dan Rasidatun M. *Dakwah Melalui Dunia Maya*. Diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

Hafidhuddin, Didin. *Dakwah Aktual*. Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 1998.

[Http://id.wikipedia-org/wiki/televisi](http://id.wikipedia-org/wiki/televisi), diakses pada tanggal 20 Maret 2013.

[Http://marzanianwar.wordpress.com/2011/01/07/strategi-dakwah-dalam-perspektif-multikultural-marzani-anwar/](http://marzanianwar.wordpress.com/2011/01/07/strategi-dakwah-dalam-perspektif-multikultural-marzani-anwar/)diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

JB. Wahyudi. *Komunikasi Jurnalistik Pengetahuan Praktis Kewartawanan, Surat Kabar, Majalah, Radio dan Televisi*. Bandung: Alumni, 1991.

Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Cet. I; Jakarta: Rineka Cipta, 1996.

Mahfudz, Ali. *Hidayatul Mursidin*. Cet. V; Kairo: Darul Kutub al-Baby, 1952.

Manshur, Awadl. *Televisi Manfaat dan Mudharat*. Cet. I; Jakarta: Fikahati Aneska, 1993.

Mubarok, Ahmad. *Psikologi Dakwah: Membangun Cara Berpikir dan Merasai*. Malang: Madani Press, 2013.

Munir. *Metode Dakwah*. Cet. III; Jakarta: Kencana, 2009.

Rakhmat, Jalaluddin. *Catatan Kang Jalal Visi Media, Politik dan Pendidikan*. Cet. II; Bandung: 1998.

Rakhmat, Jalaluddin. *Islam aktual Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*. Cet. XII; Bandung: Mizan, 2000.

Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. I; Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.

Sudirman. *Dakwah melalui New Mediadalam WordPress.com.*, diakses pada tanggal 21 Februari 2015.

- Sulthon, Muhammad. *Menjawab Tantangan Zaman Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Yaqub, Ali Mustafa. *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*. Cet. I; Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- Yaqub, Hamzah. *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Cet. IV; Dipenegoro, 1973.
- Yunus, Mahmud. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Al-Qur'an, 1973.
- Malik, Dedy Djamiluddin. *Mencari Solusi Dakwah Efektif di Televisi dalam Sidik Amin, Dakwah Kontemporer Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*. Bandung: Pusdai Press, 2000.