

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk membawa seseorang kepada jalan Tuhan, mengajak kepada yang *ma'ruf*, mencegah dari *munkar* mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah adalah suatu proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan yang lain.<sup>1</sup>

Dakwah menjadi sebuah kewajiban bagi setiap muslim dimanapun dan kapanpun, pada hakikatnya dakwah mendorong seseorang untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah dan menyebarkan segala ajaran Islam kepada umat manusia yang akan terus berlangsung hingga akhir zaman. Sebagaimana yang terdapat dalam Q.S Ali Imran/3: 104.

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُقَلَّبُونَ

---

<sup>1</sup>M. Munir. *Metode Dakwah*. Jakarta: kencana, 2009. Hal. 7

*Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah dari munkar; mereka itulah orang-orang yang beruntung.*<sup>2</sup>

Dakwah itu luas, tidak hanya dilakukan dengan cara ceramah diatas mimbar yang disampaikan secara lisan, tetapi segala sesuatu yang mengajak kepada jalan Tuhan maka ia sudah termasuk dalam dakwah, baik itu melalui tulisan maupun perbuatan yang dapat ditiru oleh orang lain.

Kegiatan dakwah ini disampaikan oleh para juru dakwah yang disebut dengan *da'i* dan daiyah. Dalam menyampaikan dakwah, seorang *da'i* harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik agar ajaran yang ia sampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima dakwah yang disebut dengan *mad'u* dan dengan keahlian komunikasi yang baik, maka pesan-pesan yang disampaikan oleh *da'i* juga dapat dipahami oleh *mad'u*.

Komunikasi adalah sesuatu yang sangat penting dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, karena komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan baik berupa ide maupun gagasan serta simbol-simbol untuk menjalin interaksi kepada satu orang atau lebih. Komunikasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, dan keberhasilan komunikasi tergantung dari pengertian dan pemahaman yang ditangkap oleh mereka yang berkomunikasi.

---

<sup>2</sup>Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012. Hal. 79

Dengan menggunakan komunikasi yang baik, maka terjalinlah interaksi yang baik dan apa yang disampaikan menjadi sistematis dan terarah, serta pesan yang disampaikan dapat dipahami dan menimbulkan efek bagi penerima pesan.

Dalam menjalin komunikasi, seseorang juga harus memperhatikan etika. Etika merupakan hal yang penting dan harus dimiliki oleh seseorang untuk menjalin komunikasi, etika menjadi faktor berhasil atau tidaknya seseorang dalam berkomunikasi, dengan etika yang baik maka komunikasi juga dapat berjalan dengan lancar.

Etika dengan sendirinya bisa diartikan sebagai ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat. Yang dimaksud dengan baik atau buruk dalam hal ini yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat atau tidak, meskipun kebiasaan masyarakat itu akan berubah sejalan dengan perkembangan masyarakat.<sup>3</sup>

Televisi sebagai media edukasi, informasi dan hiburan, memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pola tingkah laku masyarakat. Dimana masyarakat pada zaman sekarang lebih banyak mengambil informasi yang bersumber dari teknologi (media informasi) yang salah satunya ialah televisi, dan mencontoh sesuatu yang berasal dari apa yang mereka tonton di televisi.

Televisi adalah salah satu media massa audiovisual yang dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui segala informasi dengan cepat

---

<sup>3</sup>Dr. Dedy Nur Hidayat, M.Si. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007. Hal. 31

dibanding media cetak atau tulis. Televisi lebih menarik minat masyarakat dan menjadikannya sebagai media pertama dalam memperoleh informasi.

Seiring berkembangnya waktu, televisi mengalami perkembangan dari masa ke masa, bukan hanya sebagai sumber informasi namun juga berkembang sebagai media hiburan dan pendidikan. Dengan perkembangan tersebut, televisi menambah program yang sesuai dengan kebutuhan spritual masyarakat, salah satu programnya adalah program religi.

Program religi merupakan salah satu program yang berisi tentang ajaran-ajaran agama dan salah satunya adalah agama Islam. Di televisi, ada beberapa program religi yang tayang secara rutin baik itu seminggu sekali maupun setiap hari. Adapun program religi yang tayang setiap hari yaitu Islam itu Indah, Mamah dan Aa, dan Siraman Kalbu, dan masih banyak lagi, dan adapun yang tayangnya rutin seminggu sekali yaitu Damai Indonesiaku, dan masih ada lagi.

Pada setiap program religi tersebut diisi oleh *da'i* yang menyampaikan dakwahnya secara langsung kepada para *mad'u* di studio televisi. Biasanya dalam acara itu *da'i* didampingi oleh pembawa acara atau *host*. Pembawa acara ini bertugas sebagai pemandu dalam mengatur jalannya dakwah yang disampaikan oleh si *da'i*.

Dalam aktivitas dakwah ini, selain bertugas sebagai pendamping dan pengatur acara, pembawa acara juga menjadi salah satu faktor pendukung *da'i* dalam menyampaikan dakwah, sehingga setiap perkataan dan tindakan pembawa acara menjadi hal yang juga diperhatikan oleh *mad'u*.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti pembawa acara atau *host* dalam membawakan program religi yang berkaitan dengan perkataan dan tindakan. Dalam hal ini, penulis lebih memfokuskan penelitian ini pada perkataan atau tutur kata yang diucapkan oleh pembawa acara, maka dari itu diadakan penelitian dengan judul **“Etika Komunikasi Dakwah Pada Program Religi Di Televisi Nasional”**

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus masalah yang akan penulis teliti yaitu bagaimana etika komunikasi dakwah pembawa acara pada program religi di televisi nasional?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika komunikasi dakwah pada program religi di televisi nasional.

## **D. Definisi Operasional**

Penjelasan mengenai pengertian yang terkandung pada judul ini, maka penulis akan memberikan definisi yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti.

### **1. Pengertian Etika Komunikasi Dakwah**

Etika adalah tentang penentuan sikap baik buruk dari seseorang yang semestinya dilakukan yang dapat menunjukkan kebiasaan dari seseorang tersebut. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan baik

secara langsung maupun tidak langsung. Dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar.

Etika komunikasi dakwah merupakan sikap atau etika seseorang dalam menyampaikan pesan yang berkaitan dengan dakwah. Adapun etika komunikasi dakwah yang akan penulis teliti yaitu etika komunikasi dakwah pembawa acara, pembawa acara berperan penting dalam keberhasilan dakwah *da'i* meskipun ia tidak terlibat dalam konsep atau materi yang dibawakan *da'i*.

## **2. Pengertian Program Religi**

Program religi adalah salah satu tayangan yang disediakan oleh televisi baik swasta maupun nasional yang berisi tentang siraman siraman rohani dan membahas tentang keagamaan. Program religi yang tayang ditelivisi nasional menurut survei periode kedua Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2017, yaitu: Islam itu Indah (Trans TV), Mamah dan Aa (Indosiar), Damai Indonesiaku (TV One), Khazanah (Trans 7), Mukjizat itu Nyata (RCTI), Kata Ustaz Solmed (SCTV), Siraman Qolbu (MNC TV), Lentera (Global Tv), Serambi Islam (TVRI), Cermin Hati (RTV), Risalah (Net TV), Ceria Hati (Kompas TV), dan Cahaya Hati Hati (INEWS TV). Adapun program religi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah Islam itu Indah (Trans TV), Damai Indonesiaku (TV One), Mamah dan Aa Beraksi (Indosiar), dan Siraman Qolbu (MNC TV). Dan adapun tayangan dari program religi yang penulis ambil yaitu program tersebut yang tayang pada bulan Januari 2019.

### **3. Pengertian Televisi Nasional**

Televisi nasional adalah media pandang sekaligus media dengar (*audiovisual*) yang dapat di saksikan di seluruh Indonesia. Televisi nasional yang tayang di Banjarmasin yaitu: ANTV, TVRI, TV One, SCTV, Trans TV, Trans 7, RTV, RCT, Indosiar, MNC TV, Global TV, Net TV, INEWS TV, Kompas TV, dan Metro TV. Adapun untuk program religi yang penulis teliti ada beberapa televisi nasional yang tayang di Banjarmasin, yaitu Trans TV, TV One, Indosiar, dan MNCTV.

#### **E. Signifikansi Penelitian**

1. Menambah pengetahuan kepada penulis maupun pembaca di bidang Ilmu Komunikasi dan Ilmu Dakwah mengenai etika komunikasi dakwah pada program religi di televisi nasional.
2. Menambah wawasan untuk dijadikan sebagai bahan baca di perpustakaan.

#### **F. Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penelitian yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

Bab I. Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, signifikansi penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II. Landasan Teori, berisi uraian-uraian teori tentang etika komunikasi dakwah, televisi, dan pembawa acara.

Bab III. Metode Penelitian, yang didalamnya mencakup tentang jenis penelitian,, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data.

Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi tentang hasil penelitian yang telah diperoleh, kemudian di analisis berdasarkan perspektif dengan mengacu pada landasan teori.

Bab V. Penutup, berisikan tentang simpulan dan saran.