

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan ajakan, seruan dan panggilan, kata dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab yaitu *daa-yad'u-da'watan*.¹ Dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memenuhi komponen-komponen, seperti dai (komunikator), mad'u (komunikan), pesan, media dan pengaruh (*effect*). Pengertian dakwah terdapat dalam (Q.S Yunus [10]: 25)

وَاللَّهُ يَدْعُوًا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ

Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)

Dakwah merupakan bagian dari informasi sebagai suatu sistem yang penting dalam gerakan-gerakan Islam.² Dakwah dapat dipandang sebagai proses perubahan yang diarahkan dan direncanakan dengan harapan terciptanya individu, keluarga dan masyarakat serta peradaban dunia yang diridhoi Allah SWT.

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia dihadapkan dengan situasi dan kondisi dimana mereka harus saling berinteraksi dengan manusia lainnya, karena pada hakikatnya manusia itu adalah makhluk sosial. Interaksi

¹Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 6.

²Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 2.

antar manusia dengan manusia ini biasa dikategorikan dengan proses komunikasi.

Kelancaran proses komunikasi tersebut sangat penting. Karena komunikasi bergantung pada proses terjadinya informasi, baik bagaimana informasi disampaikan ataupun diterima, untuk mencegah terjadinya kesalahan persepsi antara komunikator dengan komunikan. Proses komunikasi tersebut dapat terjadi pada lingkungan sosial dan strata sosial mana pun, baik itu lingkungan tempat tinggal maupun lingkungan kerja.

Komunikasi sangat berperan penting dalam proses penyebaran dakwah, karena komunikasi merupakan proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi adalah inti dari kehidupan manusia. Komunikasi yang efektif dapat membantu manusia meningkatkan relasi atau hubungan didalam kehidupan sosialnya.

Proses komunikasi diakhiri dengan hasil yang disebut sebagai efek dari komunikasi tersebut.³ Setiap bentuk komunikasi setidaknya ada dua orang atau lebih yang saling mengirimkan lambang yang memiliki makna tertentu, baik lambang tersebut bersifat verbal ataupun nonverbal.⁴

Kegiatan komunikasi bukan hanya memberi informasi, tetapi juga sebagai kegiatan persuasif, yaitu kegiatan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi dengan tujuan agar orang lain mau melakukan suatu tindakan sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

1. ³Ratu Mutialela Caropeboka, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), h.

⁴Arwani, *Komunikasi Dalam Keperawatan* (Jakarta: Buku kedokteran EGC, 2002), h. 5.

Komunikasi tidak akan terlepas dari kehidupan manusia dalam melangsungkan hidupnya sehari-hari, karena komunikasi berperan sebagai suatu proses pertukaran informasi, ide, sikap, pikiran pesan dan kontak, serta interaksi sosial termasuk aktivitas pokok dalam kehidupan manusia.⁵

Komunikasi terdiri dari empat tipe, yaitu komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antar pribadi, komunikasi publik dan komunikasi massa.⁶ Bentuk komunikasi pada umumnya dapat dilakukan dalam berbagai hal, salah satunya yaitu komunikasi yang di lakukan antar kelompok ataupun khalayak ramai dalam bentuk umum ataupun penyangkut tentang dakwah islam.

Proses dakwah dan proses komunikasi memiliki persamaan akan tetapi sebagian ada yang menganggap bahwa proses dakwah dengan komunikasi berbeda, sehingga muncul beragam pandangan masyarakat mengenai hal tersebut.

Hakikat Dakwah berdasarkan Al-Quran sebagai kitab dakwah disebutkan dalam (Q. S. An-Nahl [16]:125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ^ط وَجَدَلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ

أَحْسَنُ ^ج إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ ^ط عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

⁵Nofrion, *Komunikasi Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 1.

⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003), h. 30.

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.

Berdasarkan isyarat ayat tersebut, hakikat dakwah dapat dirumuskan sebagai kewajiban mengajak manusia kejalan Tuhan dengan cara bijak tegas, dan benar (*hikmah*) pelajaran yang baik (*manzhilah Hasanah*) dan bantahan yang baik (*mujadalah ahsan*).⁷

Komunikasi dakwah diartikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai keagamaan dalam objek dakwah. Komunikasi dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi seperti biasanya. Da'i sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan dengan sarana dakwah lalu diterima mad'u sebagai komunikan lalu menimbulkan efek positif pada mad'u. Komunikasi dakwah bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun, baik secara tidak langsung yaitu melalui media ataupun secara langsung, seperti halnya yang dilaksanakan sebuah stasiun pertelevisian yang ada di Kalimantan Selatan yaitu TVRI Kalsel.

TVRI Kalsel sebagai salah satu stasiun pertelevisian di Indonesia yang memiliki visi untuk mewujudkan TVRI sebagai media utama penggerak pemersatu bangsa dengan maksud agar TVRI dimasa depan dapat menjadi

⁷Muhiddin Asep, *Dakwah dalam Perspektif Al-Quran* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 40.

aktor utama penyiaran dalam menyediakan dan mengisi ruang publik, serta berperan dalam merekatkan dan mempersatukan semua elemen bangsa.

Sebagai bentuk perwujudan dari visi tersebut maka TVRI Kalsel, selain berfokus pada pembuatan program-program yang berkualitas untuk disiarkan khusus pada pemirsa televisi secara on air, TVRI Kalsel juga memiliki program off air yang khusus bagi pengembangan mutu karyawan serta masyarakat sekitar stasiun TVRI Kalsel.

Program off air tersebut ada, karena pihak TVRI Kalsel melihat maraknya dakwah yang beredar luas di dunia maya yang masih kurang mampu memenuhi keinginan masyarakat sekitar yang lebih menyenangkan menuntut ilmu secara langsung. Masyarakat merasa lebih afdal, sebab ada ustadz yang menyampaikan secara langsung dan apabila ada yang kurang jelas dapat ditanyakan, sehingga apa yang diterima dapat dipahami tanpa adanya perbedaan persepsi.

Melihat maraknya dakwah-dakwah yang beredar baik melalui media ataupun secara langsung yang belum tentu bisa dipertanggung jawabkan dikalangan masyarakat umum dan khususnya juga dilingkungan TVRI Kalsel. Mereka belum mengetahui apakah dakwah yang disampaikan itu sumbernya benar secara syariat islam atau tidak. Oleh karena itu, muncul persepsi yang beragam setelah mereka mendapatkan pesan-pesan dakwah.

Berdasarkan hal tersebut karyawan TVRI Kalsel berinisiatif mengadakan program dakwah yang dilaksanakan disela kesibukan mereka bekerja. Mereka memulai kegiatan pengajian pada jam istirahat karyawan,

yang ditempatkan secara khusus untuk berkumpulnya mereka di Musholla Al-Ikhlas TVRI Kalsel. adapun materi yang disampaikan berupa kajian Ilmu Tauhid, sementara ustadznya adalah ustadz khairullah.

Namun yang menjadi permasalahan apakah komunikasi dakwah di Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel mendapatkan respon yang positif dari dan karyawanTVRI Kalsel? atukah justru kurang mendapat respon positif?. Pertanyaan ini timbul, akibat banyaknya dakwah-dakwah yang beredar luas dan belum dapat dipastikan sumbernya, tapi dikemas dengan sangat menarik, sehingga mereka mudah percaya dengan isi materi dakwah yang disampaikan itu.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka penulis antusias untuk mengetahui dan meneliti lebih lanjut tentang persepsi karyawan terhadap kegiatan komunikasi dakwah di mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel, dan hasil dari penelitian ini akan dituangkan penulis dalam bentuk sebuah skripsi dengan judul: **“PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP KOMUNIKASI DAKWAH DI MUSHOLA AL-IKHLAS TVRI KALSEL”**

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil sebuah fokus masalah untuk penelitian ini yaitu: Bagaimana persepsi karyawan terhadap komunikasi dakwah di Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus masalah di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan: Untuk mengetahui bagaimana persepsi karyawan terhadap komunikasi dakwah di Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademisi

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan keilmuan komunikasi.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, motivasi, wawasan dan bermanfaat bagi semua kalangan, serta intuisi terkait, dapat menjadi bahan introspeksi terhadap penyampaian informasi terkait dengan dakwah islam dengan melihat persepsi masyarakat, dan memberikan masukan kepada semua masyarakat agar lebih teliti dalam menuntut ilmu pengetahuan terutama tentang ilmu agama.

3. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi serta menjadi tambahan referensi, informasi atau teori-teori bagi studi-studi selanjutnya khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah

dan Ilmu Komunikasi yang mempelajari tentang ilmu dakwah, yang berkaitan dengan Kajian Ilmu Sosial (Ilmu Komunikasi) mengenai persepsi.

E. Definisi Operasional

Agar penelitian ini mudah dipahami dan terhindar dari kesalahpahaman maka perlu dijelaskan tentang istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi

Persepsi merupakan tanggapan, pandangan atau pendapat. Persepsi dalam penelitian ini adalah tanggapan secara pribadi karyawan yang mengikuti kegiatan dakwah di Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel terhadap proses komunikasi dakwah yang terjadi di sana.

2. Karyawan

Karyawan merupakan orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, instansi dan sebagainya) dengan mendapatkan gaji berdasarkan kontrak kerja. Karyawan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di TVRI Kalsel khususnya mereka yang mengikuti kegiatan pengajian di mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel. Dalam penelitian ini mereka berperan sebagai mad'u dalam kegiatan komunikasi dakwah lingkungan TVRI Kalsel.

3. Komunikasi dakwah

Komunikasi adalah penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain. Sedangkan dakwah adalah kegiatan yang bersifat, mengajak, memanggil dan menyeru kepada kebaikan. Jadi komunikasi dakwah adalah penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, yang mana isi pesannya bertujuan untuk mengajak, memanggil dan menyeru kepada kebaikan. Dalam penelitian ini komunikasi dakwah merupakan kegiatan untuk menyeru kepada kebaikan yang dilaksanakan pada Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel untuk karyawan TVRI Kalsel.

4. Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel

Mushola adalah tempat umat muslim beribadah untuk menunaikan kewajibannya kepada Allah. Mushola Al-Ikhlas yang berada dikomplek TVRI adalah tempat ibadah yang didirikan dengan tujuan mempermudah karyawan atau pengunjung untuk beribadah.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan kajian pustaka ditemukan beberapa penelitian yang relevan berkenaan dengan persepsi komunikasi dakwah sebagai berikut :

1. Penelitian oleh Muhammad Adib Bin Sailan, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan

2017 yang berjudul “Persepsi Mahasiswa IMARAH terhadap Dakwah Ustadz Azhar Idrus di media Youtube” penelitian ini menjelaskan tentang persepsi Mahasiswa IMARAH terhadap terhadap Ustadz Azhar Idrus di Media Youtube.

Penelitian ini memiliki persamaan pada penelitian tentang persepsi yang terkait dengan Dakwah. Namun juga memiliki perbedaan, penelitian terdahulu meneliti menggunakan media youtube, sedangkan penelitian ini untuk karyawan TVRI Kalsel.

2. Penelitian oleh Chaerul Miftah, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2008 yang berjudul “Aktifitas Dakwah di Perusahaan Gema Insani Press (pengajian Bulanan karyawan GIP)” penelitian ini Aktifitas Dakwah di Perusahaan Gema Insani Press (pengajian Bulanan karyawan GIP).

Penelitian ini memiliki persamaan pada dakwah yang dilaksanakan untuk karyawan. Namun juga memiliki perbedaan, penelitian terdahulu meneliti di lingkungan Perusahaan Gema Insani Perss, sedangkan penelitian ini untuk karyawan TVRI Kalsel.

3. Penelitian oleh Jamilatul Jauharoh Umminur, Mahasiswa UIN Walisongo Semarang, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2009 yang berjudul “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Dakwah Tainment di Televisi (Program Siaran “Islam Itu Indah di Trans TV). Penelitian ini menjelaskan tentang Tanggapan Mahasiswa

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Dakwah Tainment di Televisi (Program Siaran “Islam Itu Indah di Trans TV).

Penelitian ini memiliki persamaan pada penelitian tentang dakwah terhadap sebuah informasi. Namun juga memiliki perbedaan, penelitian terdahulu meneliti tentang Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Terhadap Dakwah Tainment di Televisi (Program Siaran “Islam Itu Indah di Trans TV), sedangkan penelitian ini untuk komunikasi dakwah untuk karyawan TVRI Kalsel.

4. Penelitian oleh Zaida mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun angkatan 2013 yang berjudul “Persepsi Masyarakat Kota Banjarmasin Terhadap Koran Jum’at Serambi Ummah di Surat Kabar Harian Banjarmasin Post”. Penelitian ini menjelaskan tentang Persepsi Masyarakat Kota Banjarmasin yang menggunakan media cetak yaitu surat kabar harian Banjarmasin Post. Penelitian ini memiliki persamaan pada penelitian tentang persepsi terhadap sebuah informasi. Namun juga memiliki perbedaan, penelitian terdahulu meneliti menggunakan media cetak dan masyarakat kota Banjarmasin, sedangkan penelitian ini untuk karyawan TVRI Kalsel.

5. Penelitian oleh Kadarina Wastuti, Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2009 yang berjudul “Respon Masyarakat Badegan Terhadap Siaran Dakwah K. H. Mabarun di Radio Persatuan Bantul”. Penelitian ini menjelaskan tentang respon Masyarakat Badegan Terhadap Siaran Dakwah K. H. Mabarun di Radio Persatuan Bantul.

Penelitian ini memiliki persamaan pada penelitian tentang dakwah terhadap sebuah informasi. Namun juga memiliki perbedaan, penelitian terdahulu meneliti tentang respon Masyarakat Badegan Terhadap Siaran Dakwah K.H. Mabarun di Radio Persatuan Bantul, sedangkan penelitian ini untuk komunikasi dakwah ustadz Khairullah untuk karyawan TVRI Kalsel.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini akan disajikan kedalam lima BAB, yaitu :

- BAB I Pendahuluan yakni memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.
- BAB II, yaitu kajian teori, membahas tentang gambaran umum persepsi komunikasi dakwah.
- BAB III, yaitu metode penelitian yang berisi pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

- BAB IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan tentang persepsi karyawan terhadap komunikasi dakwah di Mushola Al-Ikhlas TVRI Kalsel
- BAB V merupakan penutup, didalam bab ini akan diberikan simpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah dan disertakan pula dengan saran-saran sebagai masukan lebih lanjut.