**“PERSEPSI MASYARAKAT DI PROGRAM JENDELA IMAN ESA TV DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN KEISLAMAN (STUDI KELURAHAN BENTIRING)”**

****

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**OLEH :**

**IQBAL INDRAJAYA**

**NIM : 131 631 1115**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN DAKWAH**

**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**

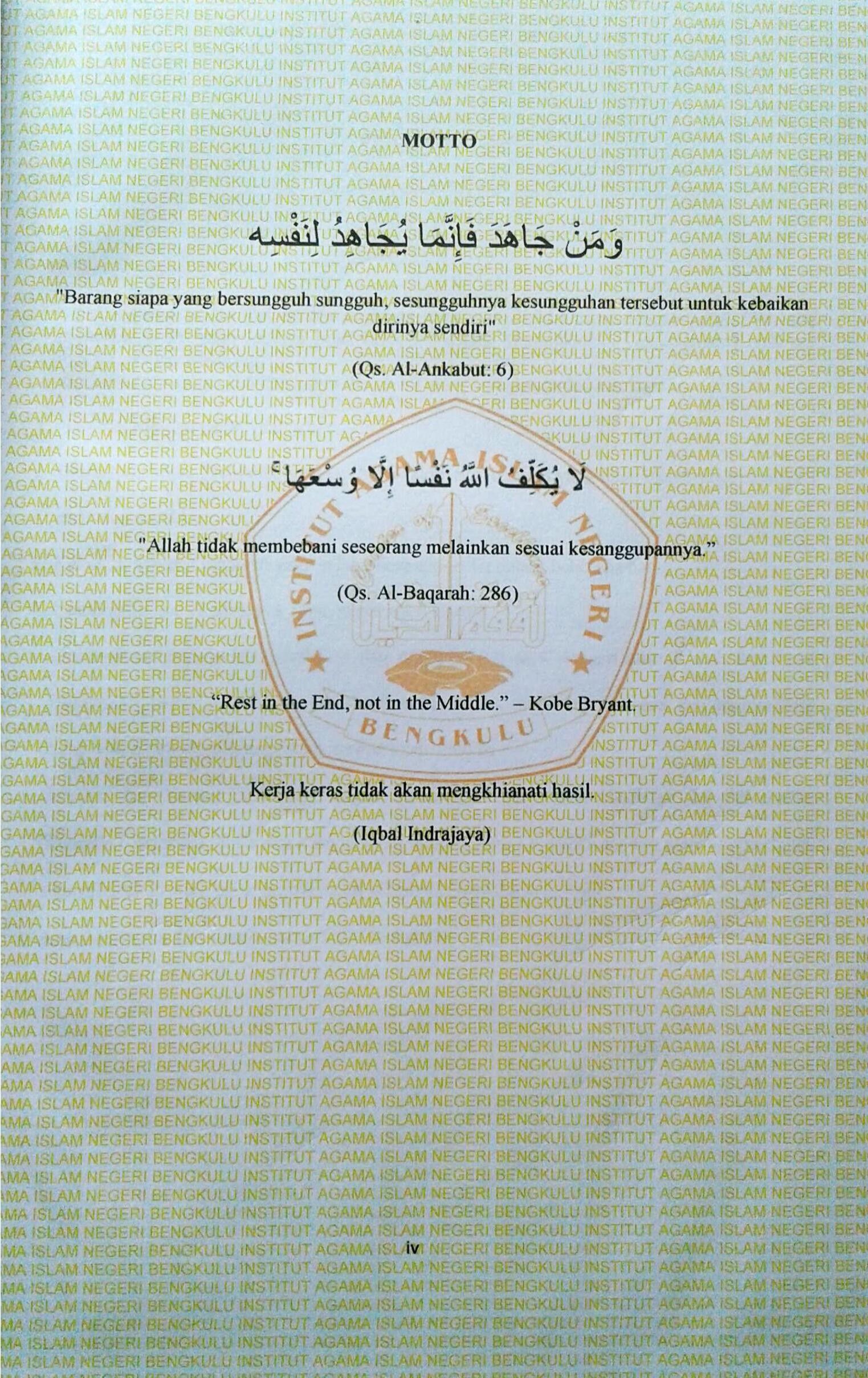
**2020M/1441H**

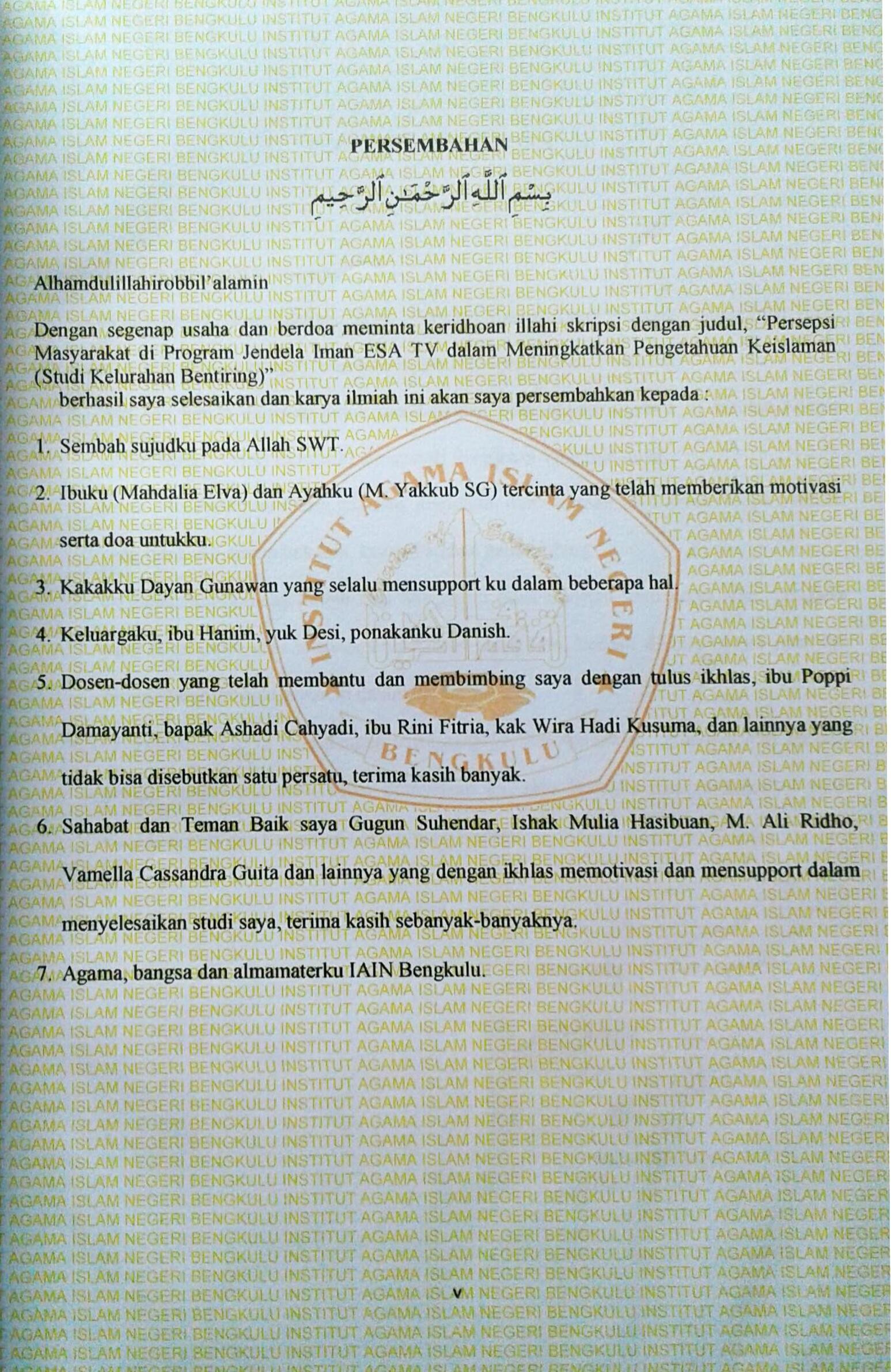
****

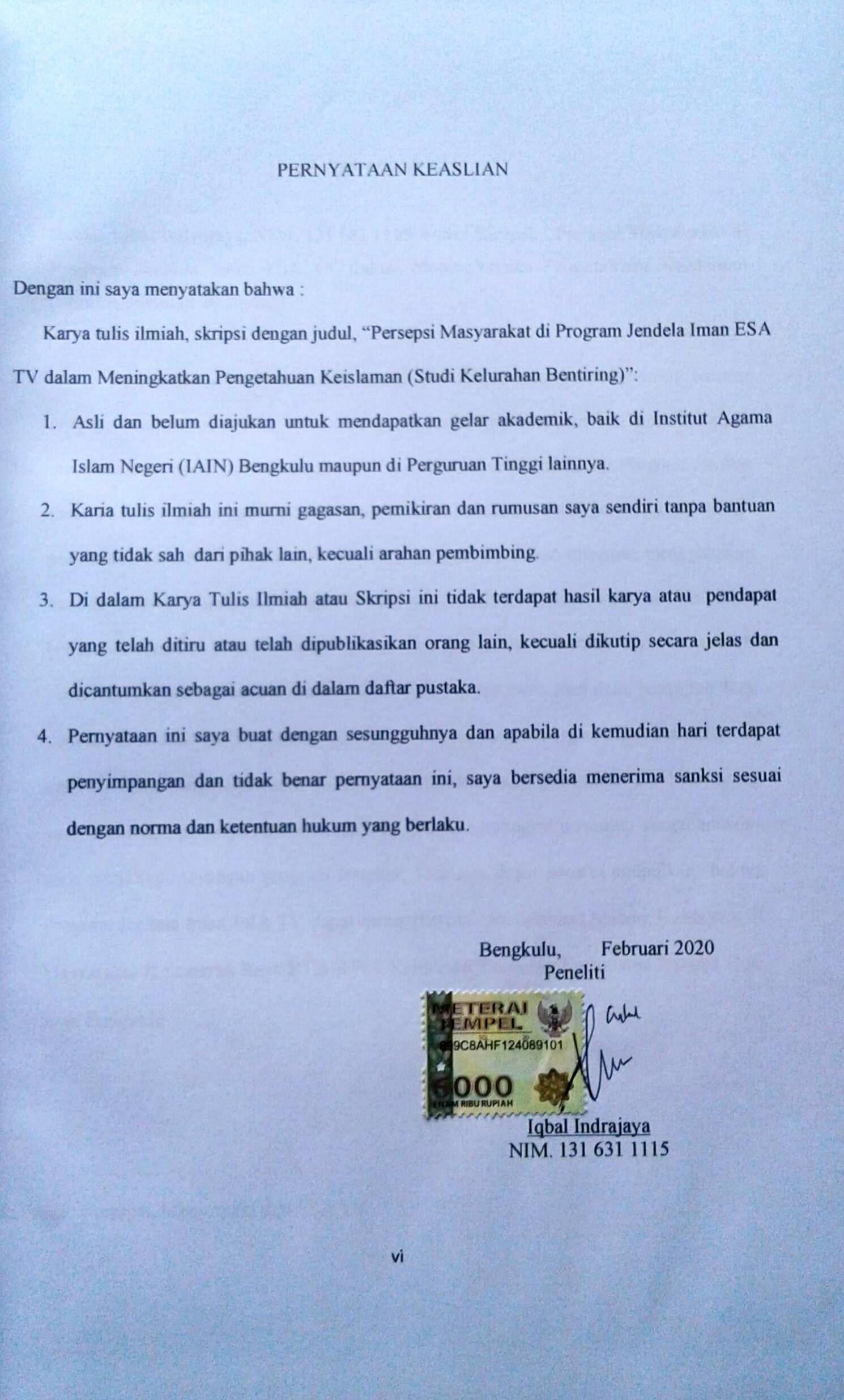
****

**Rabu**

**19 Februari 2020**

****

****

****

**ABSTRAK**

**Nama: Iqbal Indrajaya. NIM: 131 631 1115, Judul Skripsi: “Persepsi Masyarakat di Program Jendela Iman ESA TV dalam Meningkatkan Pengetahuan Keislaman (Studi Kelurahan Bentiring)”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Persepsi masyarakat Bentiring tentang program Jendela Iman ESA TV dalam meningkatkan pengetahuan keislaman sehingga menghasilkan tujuan untuk mengetahui Persepsi masyarakat terhadap Program Jendela Iman ESA TV dalam meningkatkan pengetahuan keislaman. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif. Pemilihan informan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan, informan penelitian berjumlah Sembilan orang. Pengumpulan data penelitian diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan mereduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi. Serta uji keabsahan data dengan perpanjangan keikutsertaan dan ketekunan pengamatan atau keajegan pengamatan. Hasil penelitian : Sembilan orang yang menonton program Jendela Iman ESA TV, dan sebagian penonton sangat antusias serta menunggu tayangan program tersebut. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa Program Jendela Iman ESA TV dapat meningkatkan pengetahuan tentang Keislaman di Masyarakat Jl Semarak Raya RT.3 RW.1 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu.

Kata kunci : Persepsi, Masyarakat dan ESA TV

**KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat di Program Jendela Iman ESA TV dalam Meningkatkan Pengetahuan Keislaman (Studi Kelurahan Bentiring)”

Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan ajaran agama Islam, sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk untuk kehidupan yang baik.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos), Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajudin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Suhirman, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.
3. Rini Fitria, S.Ag., M.Si selaku ketua Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.
4. Poppi Damayanti, M.Siselaku Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan tulus ikhlas.
5. Ashadi Cahyadi, MA selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dengan penuh kesabaran.
6. Orang tua yang selalu mendo’akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan ibu dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Informan penelitian yang telah memberikan waktu dan informasi secara terbuka.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skrispi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, Febuari 2020

Penulis

Iqbal Indrajaya

NIM. 131 631 1115

**DAFTAR ISI**

Halaman Judul

Halaman Persetujuan Pembimbing

Halaman Pengesahan

Halaman Moto iv

Halaman Persembahan v

Halaman Surat Pernyataan vi

Abstrak vii

Kata Pengantar viii

Daftar Isi ix

Daftar Tabel xii

**BAB I PENDAHULUAN 1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Batasan Masalah 4

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian 5

E. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu 6

F. Sistematika Penulisan 8

**BAB II LANDASAN TEORI 10**

A. Persepsi 10

a. Pengertian 10

b.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi 10

c. Proses Terjadinya Persepsi 13

B. Komunikasi 15

C. Media Massa 19

a. Efek Terpaan Media Massa 20

b. Tinjauan Tentang Media 21

c. Tinjauan Tentang Pesan Dakwah 22

D. Komunikasi Massa 24

a. Unsur-Unsur Komunikasi Massa 25

b. Efek Komunikasi Massa 28

c. Komponen Komunikasi Massa 29

E. Televisi 39

F. Siaran Televisi 42

G. Televisi Sebagai Media Dakwah 48

**BAB III METODE PENELITIAN 53**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 53

B. Penjelasan Judul 54

C. Waktu dan Lokasi Penelitian 55

D. Informan Penelitian 55

E. Sumber Data 56

F. Teknik Pengumpulan Data 57

G. Teknik Keabsahan Data 59

H. Teknik Analisis data 60

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62**

A. Gambaran Umum Masyarakat Jl Semarak Raya RT 3 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu 62

a. Lokasi dan Demografis Wilayah 62

b. Jumlah Penduduk 63

B. Profil Informan 63

C. Pengetahuan Tentang Program Jendela Iman ESA TV 65

**BAB V PENUTUP 73**

A. Kesimpulan 73

B. Saran 73

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN

\

**DAFTAR TABEL**

1. Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Tetap Menurut Jenis Kelamin 63
2. Tabel 4.2 Data Informan 64

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Berdakwah merupakan kewajiban dari setiap muslim yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil orang-orang untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis akidah, syariat dan akhlak Islam. Dakwah saat ini tidaklah hanya menjadi seorang da’i atau seorang ulama, yang berceramah di atas mimbar dengan menghadap banyak jama’ah. Berdakwah bisa dimulai dari kita sendiri, dari hal yang kecil merambah ke hal-hal yang ada disekitar kita, keluarga, saudara atau teman tanpa bersifat menggurui. Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media. Meluasnya bentuk dan fungsi dari media saat ini seperti media cetak dan online merupakan salah satu wujud dari era reformasi dan keterbukaan informasi. Fungsi media itu sendiri adalah memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial[[1]](#footnote-2)

Kita bisa menggunakan media baik itu audio dan visual. Dengan menggunakan kedua media tersebut, pesan yang disampaikan akan lebih bisa diterima oleh komunikan. Misalnya saja berdakwah di depan TV dan ditonton oleh khalayak banyak. Selain bisa dengan jelas menyaksikan da’i favorit, orang yang menonton tentu akan mudah mencerna pesan-pesan apa saja yang disajikan karena didukung dengan tampilan gambar dan suara.

Seiring berkembangnya media dan teknologi, tak hanya lewat audio & visual saja yang menyajikan informasi keislaman tapi banyak akses media seperti *Youtube,* media sosial *Instagram, Facebook, Whatsapp* dll. Dilihat dari perkembangan media dalam menyalurkan dakwah pasti terdapat perbedaan dalam hal keberhasilan menyampaikan pesan untuk diterima dari komunikator kepada komunikan dengan metode-metodenya sendiri. Banyak dari sekian media dakwah baik massa maupun online menyajikan informasi keislaman tidak sesuai dengan metode nya yang kemudian informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kajian Islam.

PT. Multi Televisi Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang media penyiaran pertelevisian dengan nama siar ESA TV, berdiri pada 8 Juli 2010 dengan lingkup wilayah penyiaran di Bengkulu. ESA TV didirikan dengan maksud dan dasar keyakinan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya melalui media penyiaran, khususnya televisi. ESA TV Bengkulu mencoba menghadirkan ragam dan jenis tayangan yang inovatif, informatif, edukatif sekaligus entertainer.   
 Stasiun televisi berjaringan ini yang merupakan stasiun televisi afiliasi bersama FU Jian TV, yaitu stasiun televisi lokal di provinsi FU Jian, Cina, yang mengahdirkan ragam program menarik dan diharapkan menjadi jembatan transformasi dua kebudayaan antara Indonesia dan Cina maka munculah PT. Multi Televisi Indonesia (ESA TV).

Salah satu program ESA TV yaitu “JENDELA IMAN“ yang ditayangkan setiap hari pukul 17.00 WIB yang berdurasi ±60 menit. Program ini adalah program religi yang menyampaikan ceramah kepada masyarakat ataupun siswa-siswi, seputaran kebiasaan sehari-hari menurut sudut pandang Islam. Komunikator ataupun da’i dari Jendela Iman ini biasanya mantan Gubernur kota Bengkulu yaitu Ustad Junaidi Hamsyah atau akrab disapa UJH. Dari setiap episode banyak sekali ditampilkan tentang problematika sosial yang terjadi pada era globalisasi dan kemudian di implementasikan ke masyarakat sekitar melalui dakwah.

Namun bagaimana program ini membentuk informasi yang diinginkan sampai kepada benak khalayak. Bagaimana persepsi masyarakat dari program “Jendela Iman” ini belum bisa dilihat. Apakah yang sebenarnya disebut dengan persepsi? Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Dalam menetapkan efektivitas ada beberapa pendekatan untuk menentukan efektivitas, dan peneliti memilih salah satu pendekatan dari beberapa pendekatan yaitu pendekatan *Goal-Atainment* atau dikenal juga dengan pendekatan sasaran. Pendekatan ini menekankan bahwa suatu program dikatakan efektif apabila mampu mewujudkan sasaran atau tujuannya dengan baik.[[2]](#footnote-3) Jadi singkatnya, efektivitas dari program Jendela Iman bisa dikatakan efektif apabila dakwah / informasi keislaman dari Da’i telah tersebar dibenak khalayak setelah menonton tayangan tersebut, dan sebaliknya.

Pada beberapa kasus, program Islami termasuk *reality* dan *talkshow* tentang islam sering terjadi kesalahpahaman baik itu dari penjelasan da’i dan kemudian menjadi ‘*misscommunication’* dalam penyampaian informasi dari da’i tersebut dan menjadi tidak efektif. Berawal dari sinilah peneliti ingin meneliti efektifitas dari sebuah media massa lokal khususnya Program Jendela Iman di ESA TV dalam mengemas pesan dakwah yang akan disampaikan baik itu dalam keakuratan dan kebutuhan informasi kepada penikmatnya.

1. **Rumusan Masalah**

Bagaimana Persepsi Masyarakat di Program Jendela Iman dalam Meningkatkan Pengetahuan Keislaman pada Masyarakat Kelurahan Bentiring?

1. **Batasan Masalah**
   * + 1. Masyarakat Jl Semarak Raya RT.3 RW.1 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu.
       2. Masyarakat yang berusia 30-60 tahun.
       3. Masyarakat yang menonton program Jendela Iman ESA TV.
2. **Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**
3. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ke efektifan dari Program Jendela Iman ESA TV terhadap masyarakat sekitar, dalam hal nya masyarakat Kelurahan Bentiring

1. **Manfaat Penelitian**
2. Secara Teoritis

1). Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan apresiasi pemikiran dalam penerapan teori-teori dibidang komuniksai untuk dakwah dan media massa, khususnya dunia pertelevisian agar menimbulkan sikap yang diharapkan dari penikmat televisi.

2). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap studi komunikasi secara komprehensip yang dikaitkan secara utuh dengan keadaan sosial.

1. Secara Praktis
2. Bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tolak ukur dalam memahami problematika keilmuan dengan mengkaji secara ilmiah mengenai suatu media yang menjadiakan sarana dalam berkomunikasi.

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan ilmu pengetahuan dan manfaat dalam bidang komunikasi dan ajaran agama, menghasilkan tayangan televisi yang menghibur, tentunya dengan syarat informasi yang berkualitas dalam nuansa islam serta dapat memaplikasikan masyarakat untuk berperan aktif dalam membantu tayangan program televisi agar lebih selektif.

1. Bagi ESA TV Bengkulu

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi dalam meningkatkan kualitas tayangan yang dihadirkan oleh ESA TV Bengkulu, agar lebih bermanfaat bagi penikmat televisi, sehingga menjadi satu-satunya stasiun televisi yang banyak diminati oleh masyarakat.

1. Bagi Penulis dan Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis khususnya dan masyarakat luas pada umumnya, serta dapat menjadi penambahan revisi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

1. Bagi Penceramah

Menambah wawasan dan informasi penelitian tentang proses, model-model, dan metode yang digunakan ustad Junaidi Hamsyah dalam berdakwah.

1. **Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu**
   * + 1. Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Nurfadilah[[3]](#footnote-4) 2019 yang berjudul “Efektivitas Program Siaran Mutiara Qalbu Sebagai Media Dakwahdi Radio Bkm 100.1 Fm Oku Timur Sumatera Selatan”. Rumusan masalah pada skripsi ini adalah Bagaimana efektivitas program siaran Mutiara Qalbu sebagai media dakwah di Radio BKM, dan Apa saja kekurangan dan kelebihan program siaran Mutiara Qalbu sebagai media dakwah di Radio BKM. Tujuan penelitiannya adalah Untuk mengetahui efektivitas program siaran Mutiara Qalbu sebagai Media Dakwah di Radio BKM dan Untuk mengetahui apa saja kekurangan dan kelebihan program siaran Mutiara Qalbu sebagai media dakwah di Radio BKM.

Kegunaan penelitian adalah Dapat memberikan sumbangan teoritis bagi pengembang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya dalam efektivitas penggunaan radio sebagai media dakwah, dan Dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian-penelitian lanjutan mengenai efektivitas penggunaan radio sebagai media dakwah Islamiyah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis sampel yang digunakanadalah non random sampling dilanjutkan dengan teknik purposive sampling, adapun sampel yang didapatkan yaitu 2 krew Mutiara Qalbu, 2 orang ustadz dan 7 orang pendengar aktif yakni para pedagang di pasar Martapura. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 11 orang. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program siaran dakwah Mutiara Qalbu di Radio BKM OKU Timur cukup efektif dalam mensyiarkan agama Islam. Karena pendengar menilai program siaran tersebut dapat mencerdaskan umat serta proses penyajian dari kegiatan tersebut dirancang dengan rapi serta sehingga pendengar semakin berminat untuk mendengarkan siaran dakwah yang disiarkan. Selain itu kegiatan syiar islam dapat dikatakan berhasil apabila adanya proses timbal balik antara pelaku (da’i) dan objek dakwah (mad’u).

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang saya angkat yakni meneliti suatu program dakwah yang ada pada media elektronik dan melihat keefektivan program tersebut bagi masyarakat. Perbedaan nya terletak pada media yang digunakan. Saya meneliti melalui media televise dan penelitian tersebut menggunakan media radio.

1. **Sistematika penulisan**

Agar penelitian dapat lebih terarah, maka sistematika penulisan yang peneliti gunakan untuk memaparkan peneitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori terdiri dari Pengertian Persepsi, Pengertian Komunikasi,, Media Massa, Komunikasi Massa, Televisi, Siaran Televisi dan Televisi Sebagai Media Dakwah.

BAB III Metode Penelitian terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Waktu dan Lokasi Penelitian, Informan Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Keabsahan Data, teknik Analisis data, dan Jadwal Penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan terdiri dari Gambaran Umum Masyarakat Jl Semarak Raya RT 3 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu, Profil Esa TV Bengkulu,Sarana dan Prasarana Kantor Esa TV Bengkulu, Keadaan Pegawai Esa TV Bengkulu, Mekanisme Kerja Kelembagaan, Teknis SiaranProgram Jendela Iman (Proses Produksi, Profi Informan, Pembahasan dan Pengetahuan Tentang Program Jendela Iman ESA TV.

BAB V Penutup terdiri dari Kesimpulan dan Saran

**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

**A. Persepsi**

a. Pengertian

Persepsi adalah suatu proses yang ada pada manusia untuk mengetahui atau mengenali dunia dan isinya melalui panca indra.[[4]](#footnote-5) Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi merupakan tanggapan (penerima) langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya.[[5]](#footnote-6)Ada juga yang berpendapat bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi *(sensory stimuli).[[6]](#footnote-7)*

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi :

1. Perhatian *(Attention)*

“Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.” Demikian definisi yang diberikan oleh Kenneth E. Andersen (1972:46), dalam buku yang ditulisnya sebagai pengantar pada teori komunikasi. Perhatian terjadi bila kita mengonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.[[7]](#footnote-8)

1. Faktor eksternal penarik perhatian

Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian *(attention getter).* Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.[[8]](#footnote-9)

1. Faktor internal penaruh perhatian

Faktor internal adalah faktor yang berasal pada diri individu yang diantaranya terdiri dari beberapa hal berbeda, seperti fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan yang lebih searah, serta suasana hati. Faktor yang mempengaruhi perhatian kita :

1. Faktor-faktor Biologis.

Dalam keadaan lapar,seluruh pikiran di dominasi oleh makanan. Karena itu bagi orang lapar, yang paling menarik perhatian adalah makanan.

1. Faktor-faktor Sosiopsikologis

Berikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak di sebuah jalan sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat. Setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Tetapi seorangpun tidak akan dapat melaporkan berapa orang terdapat pada gambar itu, kecuali kalau sebelum melihat foto mereka memperoleh pertanyaan itu. Motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan, mempengaruhi apa yang kita perhatikan.[[9]](#footnote-10)

1. Fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.[[10]](#footnote-11) Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama: persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapatkan tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Mereka memberikan contoh pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya terhadap persepsi.[[11]](#footnote-12)

1. Struktural

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer (1959), dan Koffka, merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat struktural.[[12]](#footnote-13)

c. Proses Terjadinya Persepsi

1. Diawali dengan objek yang menimbulkan persepsi dan stiumulus mengenai pancaindra atau respon. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik) atau proses penerimaan rangsangan.
2. Stimulus yang diterima oleh pancaindra dilanjutkan oleh syaraf sensoris keotak. Proses ini dinamakan fisiologis. Fisiologis yaitu pengetahuan mengenai proses penerjemaan makna atau proses menyeleksi rangsangan karena tidak mungkin memperhatikan semua rangsangan yang diteriama sehingga penyeleksian rangsangan ini sangat penting. Dalam penyeleksian ini terdapat beberapa faktor yang memengaruhi. Seperti faktor eksternal yaitu ukuran, kontraks atau hal yang biasa dilihat, gerakan, ulangan, keagraban, sesuatu yang baru. Sedangkan faktor internal seperti kebutuhan psikologi, latar belakang, pengalaman, kepribadian, penerimaan diri.
3. Proses pengorganisasian, untuk membuat informasi itu masuk akal maka informasi itu perlu diorganisasikan atau disusun dengan cara pengelompokanyaitu dengan faktor kesamaan, kedekatan, dan kecendrungan melengkapi hal-hal yang belum lengkap.
4. Setelah informasi diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan dengan berbagai cara dan ada beberapa faktor yang membantu penefsiran, yaitu yang pertama perangkat persepsi yaitu kepercayaan-kepercayaan yang dianut. Sebelumnya, dapat memengaruhi persepsi seseorang dan perangkatnya adalah pendapat umum atau pun sikap yang dimiliki seseorang. Yang kedua membuat *stereotipe* atau pendapat baik atau buruk terhadap sesuatu dan ini dapat mempengaruhi persepsi dan penafsiran seseorang. Yang ketiga pembelaan persepsi yaitu pembelaan yang digunakan oleh penerima untuk menghadapi pesan-pesan atau informasi yang bertentangan dengan kepercayaan mereka. Dan yang keempat adalah faktor-faktor konteks seperti konteks antar pribadi yaitu hubungan yang terdapat antara si penerima rangsangan dan orang lain dalam suatu keadaan tertentu.
5. Proses pengecekan yaitu penerima pesan mengecek apakah penafsiran yang telah dilakukan benar atau tidak, pengecekan ini dapat dilakukan dari waktu kewaktu atau menanyakan kepada orang lain.
6. Proses reaksi merupakan tindakan yang dilakukan oleh si penerima sehubung dengan persepsinya.[[13]](#footnote-14)

**B. Komunikasi**

Pengertian Komunikasi Seperti telah disebutkan pada bab sebelumnya istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin communis yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli :[[14]](#footnote-15)

1. Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
2. Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainlain”
3. Gode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”
4. Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”
5. Resuch “Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan”
6. Weaver “Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya”

Selain itu Deddy Mulyana juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain :[[15]](#footnote-16)

1. Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
2. Carl.I.Hovland, “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah prilaku orang lain (komunikate).”
3. Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”
4. Everett M.Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
5. Raymond S.Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
6. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
7. Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Alo Liliweri dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:[[16]](#footnote-17)

1. Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
3. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
4. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain
5. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
6. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
7. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa: komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu [[17]](#footnote-18)

Sedemikian beragam definisi komunikasi hingga pada tahun 1976 Dance dan Larson berhasil mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan.[[18]](#footnote-19) Melihat berbagai komunikasi yang telah diberikan para ahli sangatlah beragam tergantung atas pendekatan yang digunakan dalam menelaah pengertian komunikasi itu sendiri. Saefullah menyatakan pada dasarnya secara terminologis para ahli berusaha mendefinisikan komunikasi dari berbagai perspektif, mulai dari perspektif filsafat, sosiologi, dan psikologi.[[19]](#footnote-20) Walaupun demikian dari berbagai definisi yang diungkapkan para ahli diatas maka secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat dikatakan penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

**C. Media Massa**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita danpesan kepada masyarakat luas. Media massa menurut Nurudin dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Komunikasi Massa* adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen.[[20]](#footnote-21)

Media massa kini atau yang kita sebut dengan media ada tiga macam yaitu media elektronik, media cetak dan internet atau media baru. Media elektronik terdiri dari televisi dan radio. Sedangkan media cetak seperti surat kabar, majalah, koran dan sejenisnya. Lalu yang termasuk media baru seperti portal berita *online, website*, dan media sosial seperti *twitter, facebook* dan *path*. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya sebuah pesan dapat diterima oleh komunikan dengan jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif dalam merubah sikap, perilaku dan pendapat komunikan.

Dalam penelitian ini media massa dimaksudkan sebagai sarana dan saluran penghubung untuk menyampaikan informasi dakwah atau pesan dakwah dalam media audio visual.

* 1. Efek Terpaan Media Massa

Pesan yang disampaikan melalui media massa atau yang disebut sebagai komunikasi massa menimbulkan efek bagi sang penerima pesan atau komunikan. Efek komunikasi massa dibagi menjadi dua bagian dasar oleh Keith R. Stamm dan John E. Bowes. Pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman. Kedua, efek sekunder yang meliputi perubahan tingkat kognitif yaitu perubahan pengetahuan dan sikap juga perubahan perilaku.

Selanjutnya ada efek nyata dari pesan komunikasi massa. Efek tersebut dapat berupa perubahan psikologis yang telah melekat pada khalayak yang timbul dari hasil komunikasi massa. Efek pesan komunikasi massa tersebut dibagi menjadi efek kognitif, afektif, dan efek behavioral.

Dalam kaitannya dengan dakwah, efek kognitif yang dikehendaki oleh Program Jendela Iman adalah agar penikmatnya mendapatkan pengetahuan tentang dakwah islam. Efek afektifnya adalah mampu memunculkan pada diri sendiri pesan yang disampaikan. Sedangkan efek behavioral yang dikehendaki adalah pesan yang ada mampu diterapkan dan menjadi kebiasaan berperilaku sehari-hari.Salah satu program ESA TV yaitu “JENDELA IMAN“ yang ditayangkan setiap hari pukul 17.00 WIB yang berdurasi ±60 menit. Program ini adalah program religi yang menyampaikan ceramah kepada masyarakat ataupun siswa-siswi, seputaran kebiasaan sehari-hari menurut sudut pandang Islam[[21]](#footnote-22).

* 1. Tinjauan Tentang Media

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Menurut Hamzah Ya’qub bahwa media dakwah itu dapat digolongkan menjadi lima, yaitu:

1. 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.
2. Tulisan yakni dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis dan sebagainya.
3. Lukisan yaitu melalui alat-alat yang bisa dimanfaatkan dan dioperasikan untuk berdakwah dengan indera penglihatan seperti foto, film cerita, gambar hasil seni lukis dan sebagainya.
4. Audio visual yakni suatu cara menyampaikan dakwah yang sekaligus merangsang indera penglihatan atau pendengaran seperti televisi, video, sandiwara drama, dan sebagainya.
5. Akhlak yakni suatu cara menyampaikan dakwah yang langsung ditunjukkan dalam perbuatan nyata seperti silaturahmi, menengok orang sakit dan sebagainya.[[22]](#footnote-23)
   1. Tinjauan Tentang Pesan Dakwah

Pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan-pesan komunikasi disampaikan melalui simbol-simbol yang bermakna kepada penerima pesan.[[23]](#footnote-24)Sedangkan 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.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang pesan-pesannya dapat dipahami, menyenangkan dan dapat diterima logika rasionalitasnya, sehingga sesuai dengan konteks dan lingkungan ketika komunikasi berlangsung. Dalam ajaran islam dakwah yang persuasif adalah dakwah dengan menggunakan hikmah, pelajaran yang baik dan tukar-pikiran dengan cara yang paling baik. Seperti yang disebutkan dalam Al-Qur’an surat An-Nahl ayat 125 :

ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.[[24]](#footnote-25)*

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ  
  
  
Artinya: *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung. (QS.Ali-Imran:104)*

Dakwah merupakan proses menghidupkan peraturan-peraturan islam dengan maksud sebagai proses memindahkan umat dari suatu keadaan ke keadaan yang lain. Esensi utama dakwah terletak pada ajaran yang disampaikan sebagai motivasi atau rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran dengan kesadaran penuh agar tumbuh dalam jiwanya suatu pengetahuan tentang kebenaran ajaran Allah SWT. Nilai-nilai ajaran islam dapat dipetakan menjadi beberapa macam diantaranya:[[25]](#footnote-26)

1. Akidah

Akidah dijadikan sebagai tujuan hidup, meliputi keimanan kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, iman kepada Rasul, iman kepada kitab-kitab, iman adanya hari kiamat, dan iman kepada Qodlo dan Qodar.

1. Syariat

Hukum yang disyariatkan oleh Allah SWT mencakup shalat, puasa, zakat, haji serta ibadah-ibadah lainnya yang menjadi perintah-Nya.

1. Akhlak

Nilai yang ketiga ini menyerukan kita sebagai umat islam untuk selalu menghiasi diri kita dengan sifat-sifat yang terpuji serta menjauhkan kita dari hal-hal yang tercela.

1. **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangan saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa sendiri memiliki banyak macam yaitu media elektronik seperti televisi dan radio, media cetak yaitu surat kabar, majalah, buku dan film[[26]](#footnote-27).

Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner*,“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies”.* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

* 1. Unsur-unsur Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari unsur-unsur *(source),* pesan *(message),* saluran *(channel),* dan penerima *(received)* serta efek *(effect).* Menurut Harold D.Lasswell guna memahami komunikasi massa, kita harus mengerti unsur-unsur itu yang diformulasikan olehnya dalam bentuk pertanyaan, *who says what in which channel to whom and with what effect?*

* + - 1. Unsur *Who* (sumber atau komunikator) Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga, organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Yang dimaksud dengan lembaga atau organisasi adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio atau televisi, studio film, penerbit buku atau majalah. Sebaliknya, yang dimaksud dengan *institutionalized person* adalah orang, seperti redaktur surat kabar yang melalui tajuk rencana menyatakan pendapatanya dengan fasilitas lembaga. Oleh karena itu, ia memiliki kelebihan dalam suara atau wibawa dibandingkan dengan berbicara tanpa fasilitas organisasi.
      2. Unsur *Says What* (pesan) Organisasi memiliki ratio keluaran yang tinggi atas masukannya, maka organisasi sanggup melakukan encode ribuan atau jutaan pesan-pesan yang sama pada saat yang bersamaan. Jadi, pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dengan jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau audiens yang sangat banyak jumlahnya. Charles Wright (1977) memberikan karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. *Publicly* adalah pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka untuk umum atau publik.
2. *Rapid* adalah pesan-pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai audiens yang luas dalam waktu yang singkat dan simultan.
3. *Transient* adalah pesan-pesan komunikasi massa pada umumnya dibuat untuk memenuhi kebutuhan segera, dikonsumsi “sekali pakai” dan bukan untuk tujuantujuan yang bersifat permanen. Namun, ada pengecualian seperti buku-buku perpustakaan, film, transkrip radio, dan rekaman audiovisual yang merupakan kebutuhan dokumentatif.
   * + 1. Unsur *Which Channel* (saluran atau media) Unsur ini menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini pesan-pesan tidak dapat menyebar secara cepat, luas, dan simultan. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, film, televisi, dan internet.
       2. Unsur *To Whom* (penerima atau *mass audience*) Unsur ini menyangkut sasaran-sasaran komunikasi massa, seperti perorangan yang membaca surat kabar, yang membuka halaman-halaman majalah, yang sedang mendengarkan berita radio, yang sedang menikmati film bioskop atau film televisi, dan orang-orang yang menggunakan internet disebut sebagai perorangan-perongan dalam *mass audience*.

5. Unsur *With What Effect* (unsur efek atau akibat) Unsur ini sesungguhnya “lekat” pada unsur audiens. Efek adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam diri audiens sebagai akibat keterpaan pesan-pesan media. David Berlo mengklasifikasikan efek atau perubahan ke dalam tiga kategori yaitu perubahan dalam ranah pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata[[27]](#footnote-28).

* 1. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi merupakan setiap perubahan yang terjadi didalam diri penerima, karena menerima pesa-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku nyata. Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek-efek atau perubahan-perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku, atau ketiganya. Schramm dalam bukunya “*How Communication Work*”, menggolongkan efek komunikasi massa ke dalam efek yang bersifat khusus dan efek-efek yang bersifat umum.

1. Efek Umum

Efek umum menyangkut efek “dasar” yang diramalkan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa. Schramm mengemukakan, komunikasi massa mempunyai efek yang “mengembang”. Sebab dalam banyak hal komunikasi massa telah mengambil alih fungsi komunikasi sosial. Secara umum atau luas, komunikasi melalui media massa telah menciptakan suatu jaringan pengertian, yang tanpa itu tidak mungkin tercipta masyarakat yang besar dan modern.

1. Efek khusus

Efek khusus terutama menyangkut ramalan tentang efek yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu *mass audience* pada perilaku mereka dalam menerima pesan-pesan media massa. Schramm menyatakan “Kita tidak dapat meramalkan efek pada *mass audience*. Kita hanya dapat meramalkan efek pada perorangan”. Lembaga komunikasi memang mengembangkan *encoding* secara kelompok, tetapi setelah dikomunikasikan, yang terjadi adalah *decoding* secara perorangan. Pengetahuan tentang komunikasi massa menurut Schramm berkisar pada interaksi antara pesan, situasi, kepribadian dan kelompok[[28]](#footnote-29).

* 1. Komponen komunikasi massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas, tentu saja berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang, atau kelompok yang hanya beberapa orang, bahkan juga berbeda dengan organisasi yang sudah mempunyai banyak orang. Komunikasi massa mempunyai keunikan-keunikan tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan bentuk komunikasi lainnya. Komponen-komponen komunikasi massa berbeda dari jenis komunikasi lainnya. Hiebert, Ungurait dan Bohn mengemukakan komponen-komponen komunikasi massa meliputi: *Communicator, Codes and Content, gatekeepers, media, Regulator, filter, audience, dan feedback.* Dapat kita lihat bahwa dari delapan komponen diatas ada beberapa komponen yang sedikit asing di telinga kita, karena komponen-komponen ini berbeda dengan komponen komunikasi umum.

1. Komunikator

Sama seperti komunikasi yang lain, komunikasi massa diawali dengan komunikator, komunikator adalah penyampai pesan, pemilik informasi, dan seseorang yang menjadi awal perilaku komunikasi. Didalam komunikasi massa, komunikator bukanlah seorang individu melainkan sekelompok individu yang terlembaga. Karena salah satu komponen komunikasi massa adalah komunikatornya terlembaga, yang dimaksud dengan terlembagakan adalah bahwa komunikator didalam komunikasi massa adalah pemilik media, prosduser, aktor, presenter, dan lain-lain sebagainya. Komunikasi massa juga mempunyai perbedaan signifikan, karena dia memiliki sifat dan syarat komunikator yang berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya.

1. Sifat komunikator
2. *Costliness*

*Costliness* berarti bahwa didalam komunikasi selalu ada biaya *(cost)* bagi komunikator. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media, dan tidak ada yang gratis didalam media. Seperti kita bahas pada bahasan sebelumnya, komunikator dalam komunikasi massa adalah pemilik media, produser, aktor, presenter dan lain-lain. Semua pekerja ini harus dibayar dan digaji, karena mereka adalah komunikator proffesional. Karena komunikator didalam komunikasi massa memiliki biaya, maka komunikator harus seefisien mungkin dalam menyampaikan pesan dan informasi. Karena media massa hanya memiliki waktu 24 jam (bahkan kurang) dalam menyampaikan informasi, dan kita juga mengetahui bahwa waktu adalah uang.

1. *Complexity*

Seperti sudah dibahas sebelumnya, komunikasi massa tidak hanya memiliki satu komunikator, komunikatornya adalah pemilik media, produser, aktor, dan lain-lain. Banyaknya komunikator ini membuat sifat komunikator dalam komunikasi massa kompleks, karena harus melalui banyak komunikator sebelum dapat menyampaikan pesan. Informasi yang disampaikan dalam media juga tidak dapat disampaikan secara mentah-mentah. Informasi harus melewati berbagai komunikator sebelum dapat disampaikan ke audiens, ini yang membuat komunikator didalam komunikasi massa kompleks.

1. *Competitiveness*

Komunikasi massa bersifat umum, artinya semua pihak yang memiliki kepentingan dapat menyampaikan pesan melalui komunikasi massa. Pihak-pihak ini bisa saja pemerintah maupun media swasta, mereka akan memperebutkan audiens agar mendengar, melihat, dan menerima informasi yang mereka punya. Jarang sekali ada satu media yang menguasai komunikasi massa didalam suatu negara (kecuali negara otoriter dan komunis), maka media-media massa yang lain akan berusaha mengambil perhatian audiens dengan berbagai macam cara, ini menjadikan komunikator harus berkompetisi dengan komunikator lainnya untuk dapat menyampaikan pesan.

1. Syarat komunikator

Komunikator yang baik harus memiliki berbagai dimensi etos, yaitu faktor-faktor yang membuat komunikasi dapat berjalan efektif. Misalnya terdiri dari kredibilitas atraksi dan kekuasaan. Hal-hal ini diperlukan karena seorang komunikator yang baik akan lebih dapat dipercayai oleh massa, dan selanjutnya pesan kita dapat disampaikan dan akan mendapatkan efek yang diharapkan.

1. *Codes* & *Content*

Komponen kedua dalam komunikasi biasanya berbentuk message atau juga pesan, tetapi dalam komunikasi massa, message disebut juga *codes* & *content*. Karena pesan didalam komunikasi massa sedikit berbeda dibandingkan pesan dalam bentuk komunikasi lainnya. Pesan disini harus dikodekan karena pesan harus mengikuti aturan-aturan, kode etik maupun batasan lain yang harus diikuti.

*Codes* adalah simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi, misalnya : Kata-kata lisan, tulisan, foto, musik, dan film (moving pictures). *content* atau isi media merujuk pada makna dari sebuah pesan, bisa berupa informasi mengenai perang irak atau sebuah lelucon yang dilontarkan comedian. Didalam media, terkadang *content* tersembunyi dan tidak terlihat, disembunyikan dalam bentuk code yang harus dicerna dan diamati, karena pesan didalam komunikasi massa harus mengikuti aturan-aturan, kode etik dan batasan batasan lainnya.

1. *Gatekeeper*

*Gatekeeper* pada media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak, Ia menaikkan berita yang penting dan menghapus informasi yang tidak memiliki nilai berita. *Gatekeeper* adalah penjaga gerbang, dimana dia seperti penjaga, hanya informasi yang baik dan penting yang boleh melewati gerbang informasi menuju audiens. Ia bertanggung jawab terhadap seluruh informasi yang disampaikan oleh media, seluruh informasi harus melalui *gatekeeper* sebelum diubah menjadi pesan.

Didalam media massa, *gatekeeper* memiliki jabatan sebagai pemimpin redaksi, ia bertanggung jawab secara formal dan informal terhadap seluruh pesan yang disampaikan oleh media, pemimpin redaksi bisa ditangkap dan dipidanakan bila pesan yang disebarkan oleh media melanggar peraturan, ia juga memiliki tanggung jawab moral kepada seluruh khalayak yang membaca media, karena pesan tidak dapat lolos sebelum persetujuan seorang pemimpin redaksi/*gatekeeper*.

1. *Regulator*

Dalam proses komunikasi massa, regulasi media massa adalah suatu proses yang rumit dan melibatkan banyak pihak, peran *regulator* hampir sama dengan *gatekeeper*, namun *regulator* bekerja diluar institusi media yang menghasilkan berita. *regulator* bisa menghentingkan aliran berita atau menghapus suatu informasi, tapi ia tidak dapat menambah atau memulai informasi, dan bentuknya lebih seperti sensor. *Regulator* perannya mirip dengan *gatekeeper*, ia bertugas mengendalikan arus informasi sebelum sampai ke khalayak. Pesan yang sudah disensor oleh *gatekeeper* harus disensor ulang oleh *Regulator* karena mungkin saja ada bagian-bagian yang terlewatkan, tidak sesuai aturan yang berlaku, atau tidak cocok diberikan kepada publik.

*Regulator* disini bisa berupa aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah, atau juga lembaga yang dikhususkan untuk menyaring aliran informasi dan pesan (misalnya KPI) sebelum diberikan kepada publik.

1. Media

Media adalah komponen utama dari komunikasi massa, apalagi ketika zaman sudah semakin modern, media menjadi alat utama untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media ada bermacam-macam ada media cetak, media elektronik, ataupun media *online* dan *digital* seperti internet.

1. Audiens

Audiens adalah objek dalam komunikasi massa, pesan harus dapat disampaikan kepada audiens karena itu efek tidak dapat kita dapatkan bila pesan kita tidak pernah sampai ke audiens.

Komunikasi massa memupnyai karakteristik audiensnya sendiri, karena audiens dalam komunikasi massa sangat luas, tidak seperti komunikasi organisasi, kelompok, ataupun interpersonal yang bisa dibilang lebih sempit. Audiens komunikasi massa memiliki karateristik sebagai berikut

1. Audiens biasanya terdiri atas individu-individu yang memiliki pengalaman yang sama dan terpengaruh oleh hubungan sosial dan interpersonal yang sama. Individu-individu ini memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan kebiasaan dan atas kesadaran sendiri
2. Audiens berjumlah besar. Menurut Charles Wright, besar disini dalam artian sejumlah besar khalayak dalam waktu yang singkat dapat dijangkau oleh komunikator komunikasi massa, dimana jumlah khalayak tersebut tidak dapat diraiih bila komunikasi dilakukan secara tatap muka
3. Audiens bersifat heterogen, bukan homogen. Individu-individu dalam audiens mewakili berbagai kategori sosial, meskipun beberapa media membidik audiens dengan karakteristik tertentu, masing-masing individu itu pun akan heterogen.
4. Audiens bersifat anonim. Meskpun mengetahui karakteristik umum khalayaknya, komunikator biasanya tidak mengetahui identitas komunikannya dan pada siapa ia berkomunikasi.
5. Audiens biasanya tersebar, baik dalam konteks ruang dan waktu.
6. Filter

Ini adalah komponen komunikasi massa yang tidak ada dalam komunikasi lain, didalam komunikasi massa, ada yang disebut filter atau penyaring, kita dapat memilih informasi apa yang baik dan tidak, memilih apa yang kita perlukan atau tidak. Ada 3 kondisi yang mempengaruhi bagaimana kita menyaring pesan dan informasi yang disampaikan oleh media :

1. Budaya

Budaya adalah faktor pertama yang mempengaruhi filter audiens. Kita tumbuh dan berkembang dalam suatu budaya, lingkungan sekitar kita memengaruhi apa yang baik untuk kita dan apa yang buruk bagi kita. Persepsi kita tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan kita, akan memengaruhi perilaku kita dalam lingkungan itu. Lingkungan dalam persepsi ktita lazim disebut sebagai iklim. Kita sejak kecil selalu diberitahu oleh orangtua, apa yang baik untuk kita, apa yang tidak, selanjutnya masyarakat dan lingkungan membangun kita dengan etika dan norma- norma yang ada di masyarakat. Ini membangun pikiran dan *mindset* kita mengenai bagaimana berperilaku di masyarakat. Konsep ini akan berkembang dalam bagaimana kita bersikap ketika melihat media, tidak semua pesan akan sesuai dengan pikiran dan *mindset* kita.

1. Psikologikal

Kita membentuk persepsi kita berdasarkan kerangka acuan (*frame of reference* kita). Kita juga membentuk persepsi kita berdasarkan pengalaman kita (*frame of experience*)*.* Kedua kerangka ini menjadi dasar dalam bagaimana kita memilih dan melakukan filter ketika melihat media, preferensi kita akan sesuatu cenderung berbeda satu sama lain, dan secara psikologis kita akan memilih tayangan, informasi dan pesan yang sesuai dengan preferensi kita.

1. Fisik

Kondisi fisik internal berhubungan dengan kesehatan individu sebagai anggota audiens. Manusia adalah makhluk hidup yang sangat tergantung dengan kesehatan dan kelengkapan fisik. Seseorang yang memiliki kekurangan fisik tidak dapat menerima pesan dengan sempurna, maka ia harus menduga-duga sisa dari pesannya, hal ini adalah *filtering* berdasarkan keterbatasan dan keadaan dia. Seseorang yang kurang sehat tidak dapat menerima informasi yang sedang tidak sesuai dengan keadaan kesehatan dirinya.

1. *Feedback*

Umpan balik adalah hasil akhir dari kegiatan komunikasi, karena tujuan komunikasi adalah memberikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*) dan menghibur (*to entertain*) , tiga tujuan ini tidak dapat kita ketahui apabila tidak ada umpan balik atau *feedback* dari audiens. Ada berbagai macam *feedback* didalam komunikasi massa.

1. *Internal Feedback*

*Internal feedback* adalah umpan balik yang diterima komunikator akan tetapi bukan datang dari komunikan, melainkan dari komunikator itu sendiri.

1. *External Feedback*

*External feedback* adalah umpan balik yang diterima oleh komunikator dari komunikan.

1. *Representative Feedback* : Mengambil contoh untuk mewakili *feedback* untuk mencari *feedback* audiens.
2. *Indirect Feedback* : Memakai jasa lembaga survei atau perusahaan rating untuk mencari *feedback* audiens.
3. *Delayed Feedback :* Respons komunikasi massa yang tertunda.
4. *Cumulative Feedback*: Respons yang terkumpul daam periode tertentu.
5. *Institutionalized feedback*: responsnya terlembagakan.[[29]](#footnote-30)
6. **Televisi**

Televisi adalah media massa yang menggunakan alat-alat elektronik dengan memadukan radio *(broadcast)* dan film. Menurut Moeliono dalam buku Pengantar Ilmu *Broadcasting & Cinematography* :

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, televise adalah sistem penyiaran yang disertai bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi dapat didengar.[[30]](#footnote-31)

Media ini muncul karena perkembangan teknologi. Televisi hadir setelah beberapa penemuan seperti telepon, fotografi serta rekaman suara. Dan juga media ini lahir setelah radio dan media cetak ada. Televisi menciptakan suasan tertentu, yaitu penonton televisi dapat menikmati acara televisi sambil duduk santai menyaksikan berbagai informasi. Televisi sebagai pesawat transmisi dimulai pada tahun 1925 dengan menggunakan metode mekanikal dari Jenkins. Pada tahun 1928 *General Electronic Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara regular. Pada tahun 1939 Presiden Franklin D. Rosevelt tampil di layar televisi. Sedangkan siara televise komersial di Amerika di mulai pada 1 September 1940.[[31]](#footnote-32)

Setelah sedikit membahas tentang sejarah televisi dan siaran televisi di dunia atau lebih terkhusus Amerika, selanjutnya akan dibahas juga mengenai sejarah siaran televisi di Indonesia. Awal mula siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 untuk mempersiapkan liputan Pesta Olahraga Asia atau yang kita kenal *Asian Games* yang diadakan di Jakarta pada tahun 1964. TVRI adalah stasiun televisi yang berlabel nasional. Sejak berdiri hingga sekarang TVRI bertugas menjadi corong pemerintah untuk menginformasikan segala hal tentang kepemerintahan dan juga sebagai sarana informasi presiden kepada rakyat.

Namun sekarang telah menjamur televisi-televisi swasta di Indonesia yang dimulai pertama kali oleh RCTI sebagai televisi swasta pertama di Indonesia. Selanjutnya bermunculan satu demi satu televisi swasta baru, dan sampai saat ini tidak kurang dari sepuluh stasiun TV swasta berdiri seperti SCTV, ANTV, TRANS 7, TRANS TV, TV ONE, METRO TV, MNC TV, GLOBAL TV, KOMPAS TV dan NET. Selain TV swasta dan nasional yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat juga beberapa stasiun TV local seperti RB TV, BE TV, dan ESA TV.

Sebagai media massa televisi memiliki karakteristik seperti media massa lainnya. Beberapa karakterisitik televisi tersebut yaitu:

1. Audio visual:

Inilah kelebihan televisi disbanding surat kabar maupun radio, yakni dapat didengar dan dilihat.

1. Keserempakan:

Yang dimaksud dengan keserempakan adalah dalam waktu yang sama, khalayak dimanapun berada dapat menerima informasi dari media yang bersangkutan.

1. Mengutamakan kecepatan

Televisi mengutamakan kecepatan, inilah salah satu unsur mengapa berita televise jadi begitu bernilai.

1. Mampu meliput daerah yang tidak terbatas

Media ini dapat meliput belahan bumi manapun tanpa gangguan yang cukup menyulitkan.

1. Bisa dimengeri yang buta huruf

Karena media ini audio visual jadi televis dapat mengubah bahasa verbal menjadi bahasa gambar.

1. Daya jangkau luas

Televisi dapat menjangkau segala lapisan masyarakat dari segi strata sosial dan ekonomi.

1. **Siaran Televisi**

Siaran televisi merupakan pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Siaran televisi adalah merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologi, dan dimensi dramatikal. Verbal berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, dan efektif. Visual lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup dan memikat. Teknologikal berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh televisi dirumah-rumah. Dramatikal berarti bersinggungan dengan aspek nilai dramatikal yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara bersamaan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat didefenisikan bahwa siaran televisi adalah suatu pemancar, yang diproyeksikan melalui pendekatan sistem lensa, dan suara yang menghasilkan gambar yang bergerak dan berisikan suatu informasi yang beraneka ragam yang dapat di terima oleh setiap khalayak.[[32]](#footnote-33)

Siaran merupakan bagian dari televisi, dan siaran televisi terikat pada sebuah perundang-undangan yaitu UU Penyiaran No 32 tahun 2002 pada pasal 31 ayat 1 “Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi atas stasiun penyiaran jaringan atau stasiun penyiaran lokal”. Sebagai informasi tentang daerah yang tidak terekspos oleh media nasional kehadiran media televisi lokal di berbagai daerah, menambah variasi atau pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informas, hiburan, pendidikan. Hal ini sesuai dengan amanat Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 yang lebih menitik beratkan pada partisipasi dan kontrol sosial serta pemberdayaan institusi lokal.[[33]](#footnote-34)

Pada Undang-Undang No. 32 tahun 2002 sudah sangat jelas bahwa fungsi siaran televisi yaitu sebagai media informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial (masyarakat), dan diperjelas pula dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 tahun 1999 pasal 3 tentang pers, secara tegas menyatakan bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, media pendidikan, media hiburan dan media pengawasan serta kontrol sosial.[[34]](#footnote-35)

Fungsi siaran televisi yang pertama adalah sebagai sumber informasi karena televisi mampu menyiarkan informasi yang memuaskan. Misalnya khalayak mengakses program siaran televisi karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal, seperti peristiwa yang terjadi, atau gagasan, pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain sebagainya. Ada dua faktor yang ada didalamnya yaitu: *immediacy* dan *realist*. *Immediacy* merupakan penjelasan dari kata langsung dan dekat, peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa/khalayak pada saat peristiwa itu berlangsung, seolah-olah meraka berada di tempat itu terjadi atau yang terdapat pada berita sedangkan yang dimaksud *realist* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan informasi audio visual sesuai fakta terdapat pada tajuk rencana.[[35]](#footnote-36)

Fungsi siaran televisi kedua yaitu sebagai pendidikan. Sebagai media massa televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara yang memberikan pendidikan pada khalayak yang jumlahnya begitu banyak. Sesuai dengan makna pendidikan yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara implikasi mengandung pendidikan seperti film, kuis dan lain sebagainya yang disebut dengan *Education Television* (ETV), yaitu acara pendidikan yang disisipkan dalam siaran yang bersifat umum.

Fungsi ketiga yaitu menghibur. Banyak khalayak menonton televisi hanya untuk mendapatkan hiburan bahkan fungsi siaran televisi yang paling utama bagi khalayak yaitu hiburan. Melalui berbagai macam program yang ditayangkan oleh televisi seperti drama, tarian, kesenian, sastra, musik, film, komedi, dan olahraga atau semuan siaran yang membuat khalayak memperoleh hiburan yang dikhendakinya. Fungsi hiburan dari siaran televisi tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketengangan fikiran khalayak, karena dengan melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Fungsi terakhir siaran televisi adalah kontrol sosial. Fungsi kontrol sosial terbagi atas dua yaitu kontrol peringatan dan kontrol instrumental. Kontrol peringatan terjadi siaran televisi menginformasikan tentang ancaman dari bencana atau isu-isu seperti bencana alam atau serangan militer. Sedangkan kontrol instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang berguna dan membatu khalayak dalam kehidupan sehari-harinya. Siaran televisi merupakan program-program acara yang dimiliki oleh televisi. Pada televisi terdapat berbagai program acara mulai dari program yang bertemakan pendidikan, hiburan,politik, ekonomi, berita / *news* maupun informasi dan juga media dakwah.[[36]](#footnote-37)

Maka dari itu televisi juga berperan penting bagi kehidupan masyarakat. Pada dasarnya televisi merupakan media massa yang memiliki fungsi sebagai media/sarana penyampaian pesan/informasi. Siaran televisi seperti halnya *news,* informasi, *talkshow*, *education infotaimen*, bahkan *reality show* mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh sebagaian besar penonton/khalayak.

Menurut Morissan siaran informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Siaran informsi bukan hanya program berita tapi *talkshow* juga termaksud dalam siaran informasi. Siaran informasi dibagi atas dua bagian yaitu (*hard news*) yaitu informasi penting dan harus segera ditayangkan oleh media penyiaran karena sifatnya harus diketahui oleh khalayak seperti straigt news. Sedangkan (*soft news*) segala berita yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak bersifat tidak harus segera ditayangkan seperti dokumenter dan *talkshow*. Siaran hiburan merupakan segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur khalayak, yang termaksud katagori siaran hiburan yaitu drama, musik, permainan dan pertunjukan. Drama yaitu pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh pemain (artis/aktor) yang melibatkan komplik dan emosi. Musik dibedakan menjadi dua yaitu *out door* dan *in door*. Siaran musik di televisi sangat ditentukan dengan kemampuan artis dalam menarik khalayak, tidak saja dari segi suara tapi juga penampilannya. Permainan merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Siaran permainan dibedakan atas tiga yakni *quis show*, ketangkasan dan *reality show*. Pertunjukan merupakan siaran yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang.[[37]](#footnote-38)

Suatu program atau siaran televisi haruslah menerik perhatian khalayak agar khalayak menonton dan menantikan siaran tersebut. siaran televisi haruslah mempunyai nilai yang membuat khalayak tertarik untuk menontonya, sehingga khalayak bersikaf positif terhadap pesan yang disampaikan dan lebih efektif dalam memengaruhi perubahan pendapat dan sikap. Menurut Onong Uchjana Effendy daya tarik merupakan kesamaan persepsi dari komunikator terhadap komunikasi dengan jalan menarik perhatian, mengubah prilaku, sikap dan opini dari komunikan.[[38]](#footnote-39)

Menurut Elvinaro ada beberapa faktor yang menarik perhatian, dan pesanpesan yang disampaikan diterima oleh sasaran yaitu stasiun televisi dalam menayangkan sebuah acara, harus mengetahui sasaran pemirsa atau khalayaknya apakah program siaran ini dibuat untuk remaja ataukah ibu rumah tangga. Setelah menetahui siapa sasaran khalayaknya selanjutnya yang harus diperhatikan yaitu waktu penayangan yang tepat agar program acara ini ditonton seperti jam sepuluh pagi untuk acara ibu rumah tangga karena pada jam tersebut waktunya ibu rumah tangga beristirat dari kegiatan membersihkan rumah. Durasi yaitu jumlah menit dalam setiap program acara yang ditayangkan, dan metode penyiaran atau cara-cara stasiun televisi menyajikan siaran televisi semenarik mungkin karena khalayak sekarang lebih mengetahui televisi sebagai alat yang menyajikan hiburan ketimbang alat yang digunakan dalam mendapatkan informasi tetapi fungsi pendidikan dan membujuk tidak dapat diabaikan.

Sebelum munculnya televisi, kehadiran radio telah diyakini akan terjadinya media informasi yang bersifat massa. Berkat kemajuan teknologi selama bertahun-tahun sejak Marconi menemukan alat transmisi tanpa kabel pada tahun 1895, radio dipandang sebagai pesaing utama telegram baik sebagai alat komunikasi maupun sebagai temuan ilmiah. Radio dengan cepat memperoleh penggemar dan berkembang pesat.[[39]](#footnote-40)

Pada tahun 1940 televisi menjadi maknet bagi masyarakat dan berkembang pesat sampai sekarang ini. Banyak manfaat jika televisi digunakan untuk menyiarkan siaran yang mampu merubah kondisi pemirsa atau penonton dari kondisi yang buruk menjadi kondisi yang lebih baik, ataupun sebaliknya. Program televisi pada umumnya memengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para khalayak. Hal ini terkadang mengakibatkan penonton terlihat terharu, kagum dengan sesuatu yang istimewa. Salah satu pengaruh psikologi dari televisi, seakan peristiwa yang ditampilkan televisi seperti kenyataan.[[40]](#footnote-41)

Bagi kalangan orang tua siaran televisi sangat berguna bagi mereka yang ingin menonton berita yang sedang terjadi dan marak diperbincangkan. Misalnya berita tentang politik, korupsi, olahraga, dan peristiwa lainnya yang terjadi di dalam maupun di luar negeri. Namun bagi kalangan anak kecil mereka lebih suka menonton program tanyangan kartun dan mengikuti peran yang dipepolerkan oleh pemain film yang ada di siaran televisi tersebut.

1. **Televisi Sebagai Media Dakwah**

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitaif maupun kualitatif.

Lahirnya berbagai peralatan teknologi dalam bidang penyiaran: radio, televisi, percetakan, telemunikasi dan yang terakhir internet, telah memberi harapan baru bagi aktivitas dakwah untuk sekala global. Seiring dengan itu maka muncul la istilah televangelism, teledakwah, e-dakwah dan lain-lain. Harapan ini memang sangat menjanjikan, ini dikarenakan skop dakwah melalui signal tersebut jangkauannya sangat luas dan mendunia, bagaiman kata pepatah sekali dayung dua-tiga pulau terlampaui.

Di sisi lain para da’i dituntut agar peka terhadap setiap isu yang muncul disamping bisa menguasai manajemen dalam mengelola media yang diinginkan ditransfer ide dakwah. Dengan demikian, tingkat penyebaran nilai-nilai agama menjadi luas dan singkat waktu, minimal dalam tataran informative. Orang-orang banyak yang mengambil manfaat dari maraknya program Islam di radio, televisi, koran dan internet, dimana sebagiannya sibuk tidak sempat menghadiri majelis taklim. Hadirnya nilai-nilai agama dengan perantara teknologi media tersebut sangat membantu mereka dalam menjaga komunitas keberagamaan.

Dakwah melalui media massa seperti radio, televisi, koran memang sangat menghemat waktu dan sasaran yang ingin dicapai pun lebih banyak, namun biaya yang dikeluarkan tidak sedikit bahkan bisa mencapai ratusan juta rupiah. Akan tetapi hadirnya dunia internet dengan akses selama 24 jam ternyata memberi solusi kepada dunia dakwah pada saat ini, anda tidak perlu meruguh kocek sampai jutaan, cukup lima ribu satu jam anda dapat mentransfer bermacam dokumen, artikel, makalah, ceramah ke dunia siber baik dalam bentuk audio maupun video.

Bagi peminat dunia maya, dakwah melalui siber memang sangat mengasyikan. Ini dikarenakan fasilitas yang disediakan oleh pemilik *provider* dan server cukup kreatif dan inifatif. Hanya sedikit tambahan ilmu pengetahuan tentang computer terutama *copy-paste* nya anda sudah dapat memiliki bloger gratis. Hanya saja kreasi *design web* dan updatingnya yang memerlukan keseriusan dalam mengelola manajeman dakwah melalui siber tersebut. Walau bagaimana kita dituntut keseriusan dan kesungguhan dalam berbagai bidang yang ingin kita geluti jika memang kesuksesan mau diraih[[41]](#footnote-42).

Media dakwah dengan televisi sangat banyak memperoleh kehebatan dibandingkan dengan media-media dakwah lainnya. Sebagai mana kehebatannya antara lain dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.Televisi juga merupakan media informasi sekaligus media hiburan yang dapat dijumpai dimana-mana, baik rumah kecil maupun rumah mewah, baik di warung-warung kopi maupun di restaurant-restauran.

Televisi merupakan media informasi yang bersifat netral, seperti pistol. Jika pistol ditangan orang jahat makan akan digunakan untuk menmbak orang lain yang tak bersalah, namun jika pistol itu ditangan polisi yang beriman baik akhlaknya maka akan digunakan untuk melindungi orang lain.

Televisi merupakan media audio-visual, yang sering disebut dengan media pandang dengar. Artinya televisi itu selain dapat kita dengar juga bisa kita lihat secara langsung. Oleh sebab itu alangkah besar manfaatnya jika televisi itu banyak menyuguhkan siaran-siaran yang mampu merubah kondisi pemirsa dari kondisi yang tidak baik menjadi kondisi yang baik[[42]](#footnote-43).

Keberadaan dakwah melalui media diakui memiliki efektifitas yang tinggi dibandingkan media dakwah dalam bentuk ceramah atau tabligh Akbar. Melalui media audiens yang dapat dijangkau jauh lebih banyak dan lebih luas. Jika dalam tabligh Akbar yang biasa mengakses adalah mereka yang hadir dan jumlahnya hanya sedikit, maka melalui media materi dakwah akan diakses pula oleh masyarakat luas dimanapun mereka berada.

Direktur penerang agama Islam, Drs Ahmad Jauhari, M.Si menegaskan bahwa peningkatan volume dakwah melalui media ini diharapkan dapat menyentuh lapisan masyarakat secara luas. Lebih lanjut beliau menyiapkan bahwa selama ini masih banyak masyarakat yang tidak tersentuh dakwah. Hal ini bisa disebabkan beberapa hal, diantaranya masih konvensionalnya metode dakwah yang hanya melalui mimbar atau tabligh Akbar. Bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi atau terpencil, menghadiri sebuag ceramah tentunya sangat mengganggu aktifitas. Dengan adanya siaran di televisi dan radio diharapkan mereka yang memilliki mobilitas tinggi dan tidak sempat dating ke majelis taklim atau karena jarak, dapat mengaksesnya melalui siaran keduanya tanpa mengganggu aktifitasnya masing-masing[[43]](#footnote-44).

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Kirk dan Miller (1986: 9) mengartikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. [[44]](#footnote-45)

Daymon dan Holloway mengemukakan karakteristik penelitian kualitaif sebagai berikut :

1. Berfokus pada kata.
2. Menuntut keterlibatan peneliti (partisipatif).
3. Dipengaruhi sudut pandang partisipan (orang yang menjadi sumber data).
4. Fokus penelitian yang holistik.
5. Desain dan penelitiannya bersifat fleksibel.
6. Lebih mengutamakan prosed daripada hasilnya.
7. Menggunakan latar alami.
8. Menggunakan analisis induktif baru deduktif.[[45]](#footnote-46)

Pendekatan penelitian penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati[[46]](#footnote-47). Penulis menggunakan pendekatan penelitian ini karena peneliti akan mewawancarai narasumber yang bersangkutan, dalam hal ini adalah masyarakat telaga dewa, dengan sistem wawancara secara langsung atau lisan sehingga menghasilkan informasi secaral langsung dari narasumbernya.

**B. Penjelasan Judul**

a. Persepsi

Persepsi adalah pandangan atau tanggapan seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu objek. Tanggapan yang dihasilkan bias berupa tanggapan baik ataupun buruk, tergantung dengan apa yang pancaindranya tangkap mengenai objek tersebut.

b. Televisi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, televisi adalah sistem penyiaran yang disertai bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi dapat didengar.[[47]](#footnote-48)

c. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok orang dalam sebuah sistem semi tertutup atau semi terbuka yang sebagian besar interaksinya adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.

1. **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Peneliti akan melakukan penelitian selama kurang lebih satu bulan yakni pada :

Hari/tanggal : Selasa, 7 Januari 2020 – Jumat, 7 Febuari 2020

Tempat : Jl Semarak Raya RT 3, Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu.

Peneliti memilih lokasi penelitian di Jl Semarak Raya RT 3, Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu karena lokasi yang lebih mudah di jangkau serta dekat dengan ESA TV.

1. **Informan Penelitian**

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu.

*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.[[48]](#footnote-49)

Ciri-ciri sampel *purposive* adalah:

1. Sampel tidak dapat ditentukan atau ditarik terlebih dahulu.
2. Pemilihan sampel secara berurutan.
3. Penyesuaian berkelanjutan dari sampel.
4. Pemilihan berakhir jika sudah terjadi pengulangan.[[49]](#footnote-50)

Maka dari itu peneliti menentukan sampel informan pada penelitian ini dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Masyarakat yang tinggal di Jl. Semarak Raya RT. 3 RW.1.
2. Masyarakat yang berusia 30-60 tahun.
3. Masyarakat yang menonton program Jendela Iman ESA TV.

Berdasarkan data yang diperoleh, masyarakat Jl Semarak Raya RT.3 RW.1 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu. berjumlah 136 jiwa, terdiri atas 31 Kepala Keluarga, laki-laki 77 jiwa dan perempuan 59 jiwa. 62 orang yang berusia 30-60 tahun. Hanya saja dari kriteria-kriteria yang peneliti tentukan, terdapat 15 orang yang dapat di jadikan informan.

1. **Sumber Data**

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu masyarakat Semarak Raya Bentiring yang menonton program Jendela Iman ESA TV.

1. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah dokumentasi dan photo hasil penelitian.

1. **Teknik Pengumpulan Data**
2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik memperoleh informasi dengan sistem tanya jawab antar pewawancara dengan orang yang diwawancarai baik secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan media seperti media telekomunikasi .

Dalam penelitian kualitatif, wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dan informan atau orang yang diwawancara, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan. Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu penyamaran dan terbuka. Penyamaran adalah pewawancarra menyamar sebagai anggota masyarakat pada umumnya, hidup dan beraktivitas dengan wajar dengan orang yang diwawancarai, namun apabila wawancara dilakukan secara terbuka, maka wawancara dilakukan dengan informan secara terbuka di mana informan mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara di lokasi penelitian.[[50]](#footnote-51)

Menurut Nasution dalam melakukan wawancara, peneliti boleh menggunakan tiga pola pendekatan, yaitu :

1. Dalam bentuk percakapan informal yang dilakukan secaras pontanitas, santai, tanpa pola atau arah yang ditentukan sebelumnya.
2. Menggunakan lembaran berisi garis besar pokok-pokok topik atau masalah yang dijadikan pegangan dalam melakukan wawancara.
3. Menggunakan daftar pertanyaan (pedoman wawancara) yang lebih terperinci, tetapi bersifat terbuka yang telah dipersiapkan terlebih dahulu dan akan diajukan menurut urutan pertanyaan yang telah dibuat.[[51]](#footnote-52)

Peneliti akan melakukan wawancara dengan cara terbuka, yakni mendatangi langsung lokasi penelitian, dan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan.

1. Observasi

Menurut Mardalis observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian, merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya sesuatu rangsangan tertentu yang diinginkan atau studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan/fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.[[52]](#footnote-53)

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dengan observasi partisipasi pasif (*passive participation*). Jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.[[53]](#footnote-54)

Observasi ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Masyarakat mengenai Program Jendela Iman ESA TV dalam Meningkatkan Pengetahuan Keislaman.

1. Dokumentasi

Suharsimi Arikunto mengemukakan bahwa metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti dan sebagainya.[[54]](#footnote-55) Pada penelitian ini dokumen penelitian berupa hasil wawancara, serta foto saat wawancara.

1. **Teknik Keabsahan Data**

Beberapa teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif adalah :

1. Perpanjang Keikutsertaan.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sekaligus sebagai instrumen. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tidak dilakukan dalam waktu singkat,tetapi memerlukan perpanjangan pada latar penelitian. Peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan peneliti tercapai.

1. Ketekunan atau Keajegan Pengamatan

Ketekunan atau keajegan pengamatan yaitu mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Mencari suatu usaha membatasi dari berbagai pengaruh dan mencari apa yang dapat diperhitungkan dan tidak dapat diperhitungkan.[[55]](#footnote-56)

Kebenaran data dalam penelitihan kualitatif artikan sebagai sejauh mana suatu situasi subjek penelitian ditentukan untuk mewakili fenomena yang diteliti.[[56]](#footnote-57)

1. **Teknik Analisis Data**
2. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal penting. Proses reduksi data dapat dilakukan dengan mendiskusikan pada teman atau orng lain yang dipandang ahli.

1. Penyajian data

Pada tahap ini peneliti banya keterlibatan dalam kegiatan penyajian atau penampilan (*display*) dari data yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya, mengingat bahwa peneliti kualitatif banyak menyusun teks naratif. *Display* adalah format yang menyajikan informasi secara tematik kepada pembaca.

1. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis dan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat.

Penyimpulan dan verifikasi adalah menarik kesimpulan dari data yang telah diperoleh, diklasifikasi, difokuskan, dan disusun secara sistematis, melalui penentuan tema, kemudian disimpulkan untuk mengambil pemaknaan esensi dari data tersebut.

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Gambaran Umum Masyarakat Jl Semarak Raya RT 3 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu**
2. Lokasi dan Demografi Jl.Semarak Raya RT 3 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu

Jl.Semarak Raya RT 3 terletak di Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu. Jl.Semarak Raya RT 3 terdiri dari masyarakat majemuk. Terdiri dari masyarakat Bengkulu dan pendatang, yakni masyarakat pindahan keturunan Rejang, Serawai, Palembang, dan Padang. Secara umum letak demografis rumah penduduk terletak di pinggir-pinggir jalan di dalam gang dan menyebar kebelakang rumah-rumah yang terletak di pinggir jalan. Mereka hidup secara damai dan berdampingan serta kerjasama.[[57]](#footnote-58)

1. Jumlah Penduduk

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah Jl. Semarak Raya RT 3 RW 1 berjumlah 136 jiwa, terdiri atas 31 Kepala Keluarga, Laki-laki 77 jiwa dan perempuan 59 jiwa.

Tabel. 4.1

Jumlah Penduduk Tetap Menurut Jenis Kelamin

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **JenisKelamin** | **Jumlah** |
| 1 | Laki-laki | 77Jiwa |
| 2 | Perempuan | 59Jiwa |
|  | Total | 1. Jiwa |

Sumber Data : Wawancara dengan Ketua RT 3 Jl. Semarak Raya tahun 2020

1. **Profi Informan**

Informan dalam penelitian ini adalah perwakilan dari masyarakat Jl.Semarak Raya RT 3 yang di ambil dari beberapa kreteria diantaranya:

* + 1. Masyarakat yang tinggal di Jl.Semarak Raya RT 3
    2. Masyarakat yang berusia 30-60 tahun.
    3. Masyarakat yang menonton Program Jendela Iman ESA TV.

Disini peneliti mendapatkan 9 informan. Pada bagian ini penulis memaparkan identitas informan dengan menggunakan nama jelas sesuai dengan aslinya dan tidak menggunakan nama samaran atau inisial, karena dalam pemaparan penelitian tidak ada pihak yang dirugikan. Adapun yang dipaparkan berkenaan dengan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan alamat. Pekerjaan dari informan tersebut adalah Ibu Rumah Tangga (IRT), Swasta, Wiraswasta, Petani dan Pegawai Negeri Sipil (PNS). Berikut penjelasan lebih lanjut:

Yuliana (33), Dini Anggraini (30), dan Talitha (31), berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) , Sulastri (40) kesehariannya berprofesi sebagai Wiraswasta, Gunawan (49) dan Zainal Abidin (56) berprofesi sebagai Pegawai Swasta. Oktavia (47), Junaidi (56) berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan Efendi (49) berprofesi sebagai Petani.

Berikut rangkuman profil informan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 4.2

Data Informan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama | Umur | JenisKelamin | Perkerjaan | Alamat |
| 1 | Yuliana | 33 Tahun | P | Ibu Rumah Tangga | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 2 | Dini Anggraini | 30 Tahun | P | Ibu Rumah Tangga | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 3 | Talitha | 31 Tahun | P | Ibu Rumah Tangga | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 4 | Sulastri | 40 Tahun | P | Wiraswasta | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 5 | Gunawan | 49 Tahun | L | Swasta | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 6 | Oktavia | 47 Tahun | P | PNS | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 7 | Junaidi | 56 Tahun | L | PNS | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 8 | Efendi | 49 Tahun | L | Petani | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |
| 9 | Zainal Abidin | 56 Tahun | L | Swasta | Jl. Semarak Raya RT.3 RW.1 |

**C. Pengetahuan Tentang Program Jendela Iman ESA TV**

Dari penelitian yang di lakukan, terdapat 31 KK yang terdiri dari 136 warga, dan yang mengetahui Program Jendela Iman ESA TV berjumlah 15 orang.

* 1. Menonton Program Jendela Iman ESA TV

Dari hasil wawamcara terdapat 15 informan yang mengetahui tentang program Jendela Iman ESA TV, terdapat 9 orang informan yang menonton Program Jendela Iman ESA TV tersebut. Seperti, Efendi:

*“ Iyo, tau. Setiap hari ambo nonton program stitu.”*

(Iya, tau. Setiap hari saya menonton program tersebut.)

Namun ada 2 orang yang hanya mengetahui tetapi tidak rutin menonton, seperti Gunawan:

“Tahu, pernah satu atau dua kali nonton, tapi karena sibuk dengan pekerjaan jadi gak sempat untuk nonton televisi”

* 1. Intensitas menonton Program Jendela Iman ESA TV dalam 2 bulan terakhir

Dari hasil wawancara terdapat 9 informan yang menonton Program Jendela Iman ESA TV terdapat 7 orang yang menonton setiap hari. Seperti, Yuliana:

*“Sayo biaso tiap hari nonton Jendela Iman ESA TV, kareno biasonyo jam 5 sore tu jam-jam santai kan dari pada dak begawe ngosong sebelum maghrib.”[[58]](#footnote-59)*

(Saya biasa setiap hari menonton Jendela Iman ESA TV, karena biasanya jam 5 sore itu jam-jam santai dari pada tidak ada kerjaan sebelum maghrib.)

Dari hasil wawancara, sejumlah 2 orang jarang menonton, Seperti, Dini:

*“Kami nonton tapi dak terlalu sering nian pak. Kareno biasonyo yang megang remot tu orang rumah. Kekadang jugo amob nonton jugo sambil masak.”[[59]](#footnote-60)*

(Kami menonton Jendela Iman ESA TV tetapi tidak terlalu sering pak. Karena biasa nya istri saya yang megang remot. Terkadang juga saya menonton acara tersebut sembari masak.)

Selanjutnya Informan Gunawan juga mengatakan:

*“Awu, kekadang ajau aku nonton, cuman karna sibuk dengan kerjoan jadi ndik sempat ndak nonton tipi. Paling-paling sekali duo kali tetengok program tu.”[[60]](#footnote-61)*

(Tahu, pernah satu atau dua kali nonton, tapi karena sibuk dengan pekerjaan jadi tidak sempat untuk nonton televisi. Paling-paling sesekali saja melihat program tersebut.)

* 1. Lama durasi setiap menonton Jendela Iman ESA TV

Informan Yuliana menuturkan bahwa ia menonton selama 1 jam.

*“Iyo sayo biaso nonton sampai abis jam 6”*

(Iya saya biasa menonton Jendela Iman ESA TV sampai acara tersebut habis jam 6 sore.)

Informan Rudi Hartono mengatakan ia tidak selalu menonton acara sampai akhir.

“*Ambo biasonyo nonton idak sampai abis, kadang jugo nonton pas ado pembahasan yang seru-seru ajo.”*

(Saya biasanya menonton Jendela Iman ESA TV tidak sampai acara habis, kadang juga menonton disaat pembahasan yang seru saja.)

Informan Junaidi menuturkan ia jarang menonton karena acara Jendela Iman ESA TV terkadang taping dan menonton Ustad favorit nya saja.

*“Sayo jarang nonton kadang nengok tema nyo samo yang pernah sayo tonton. Kadang jugo nonton pas Ustad UJH ajo yang ceramah”*

(Saya jarang menonton acara Jendela Iman ESA TV karena terkadang melihat tema nya sama dan menonton juga disaat UJH saja yang ceramah.)

* 1. Jam berapa biasa menonton program Jendela Iman ESA TV:

Dari Wawancara dengan Informan Efendi menuturkan bahwa dia menonton program Jendela Iman ESA TV dari awal program.

*“Sayo nonton dari awal terus. balik dari sawah kan jam 4, sudah mandi langsung istirahat sambil nonton tv nunggu siaran tu mulai”.*

(Saya nonton selalu dari awal. Pulang dari sawah jam 4, setelah selesai mandi langsung istirahat sembari menonton televisi menunggu program Jendela Iman ESA TV mulai.)

Informan Dini juga menuturkan bahwa dia menonton di jam-jam tertentu saja, seperti yang dia utarakan:

*“Kalau jam nyo dak nentu bang, kadang nonton tv pas tebukak tema nyo lagi bagus yo sayo nonton, kadang kan nonton samo-samo kek bini, jadi ganti-gantian kek bini”[[61]](#footnote-62)*

(Kalau jamnya tidak nentu bang, kadang nonton saat temanya lagi bagus. Kadang nonton sama-sama bareng istri, jadi ganti-gantian sama Istri)

* 1. Hari menonton program Jendela Iman

Informan Oktavia mengatakan bahwa dia menonton program Jendela Iman ESA TV setiap hari, karena dia menganggap bahwa program tersebut sangat bagus.

*“Kami di siko nonton setiap hari bang, karno acara nyo bagus, tema-temanyo tu biso kito terapkan dalam kehidupan”[[62]](#footnote-63)*

(Kami disini nonton setiap hari bang. karena acaranya bagus, tema-temanya juga bisa kita terapkan dalam kehidupan)

* 1. Host program Jendela Iman ESA TV

Informan Junaidi menuturkan bahwa ia sering menonton disaat UJH saja yang ceramah.

*“Sayo biasonyo nonton yang UJH ajo, nyo banyak humor masalahnyo. Dahtu nyo galak pake bahaso2 daerah tu sayo suko.”*

(Saya biasa nya nonton yang UJH saja karena ia banyak humor nya. Sudah itu ia suka memakai bahasa daerah juga yang saya suka)

Informan Sabar menuturkan bahwa ia sering menonton beberapa Host segmen.

*“Biasonyo tu UJH, Yulkamrah, Ngandri dah tu sisonyo biasonyo ustad kondang bang”.*

(Biasanya itu UJH, Yulkamrah, Ngandri Yusro sudah itu sisanya biasanya ustad kondang bang)

* 1. Topik program Jendela Iman ESA TV

Informan Oktavia mengatakan dari beberapa topic yang ia tonton, Tema Peranan Rosul di tengah kehidupan manusia sangat bagus.

*“Waktu tu pernah kami nonton terus tema nyo tu pas dan padek untuk diterapkan di kehidupan sehari-hari. Tentang peranan Rosul di Kehidupan Sekarang, banyak nian yang mesti diterapke dalam bermasyarakat.”[[63]](#footnote-64)*

(Waktu itu pernah kami menonton program Jendela Iman ESA TV yang tema nya pas dan bagus untuk diterapkan di kehidupan sehari-hari. Tentang pernanan Rosul di kehidupan sekarang, banyak sekali yang harus kita contoh untuk diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat.)

Informan Junaidi menuturkan bahwa ia suka topik yang digunakan UJH disaat berceramah tentang Menumbuhkan Rasa Persaudaraan Antar Manusia dan Kita Tingkatkan Iman dan Tali Silaturahmi.

*“Ado sayo nonton ustad favorit sayo ceramah tentang tumbuhkan raso persaudaraan antar kito dengan yang tingkatkan iman dan tali silaturahmi.”*

(Disaat saya menonton ustad favorit saya ceramah tentang tumbuhkan rasa persaudaraan antar kita dengan yang tingkatkan iman dan tali silaturahmi.)

* 1. Pengetahuan keislaman yang didapatkan Masyarakat

Dari hasil wawancara, Informan Oktavia menuturkan bahwa dari topik Peranan Rosul di Kehidupan Sekarang ia jadi tahu mengenai peranan Rasulullah dalam kehidupan masa sekarang seperti akhlak yang dimilikinya, serta mulai dari hal terkecil misalnya makan dan minum sampai pada hal-hal besar yang menyangkut interaksi manusia dan manusia lainnya dalam kehidupan sehari-hari.

*“Dari yang kami tonton tu kito jadi tau kan cak mano akhlak Rasulullah pada zaman nyo dulu yang sekarang biso kito terapke di kehidupan kini. Kadang dari hal kecik ajo cak makan dengan minum be ado adab nyo kan? Apo lagi untuk kito berhubungan sesamo masyarakat, tetanggo kito, cak kalu masak kebauk an tetanggo kito harus ngaasih tobo tu.”[[64]](#footnote-65)*

(Dari yang kami tonton itu kita jadi tau bagaimana Akhlak dari Rasulullah pada zaman nya dulu yang sekarang bisa kita terapkan di kehidupan sekarang. Kadang dari hal kecil saja seperti ingin makan dan minum saja ada adab nya yak an? Apa lagi disaat kita berhubungan sesame masyarakat, tetangga kita, seperti saat masak jika tercium oleh tetangga kita harus memberi mereka.)

Selanjutnya, Informan Junaidi mengatakan bahwa dari beberapa topik yang ia tonton, seperti Menumbuhkan Rasa Persaudaraan Antar Manusia ia jadi tahu apa itu Persaudaraan dalam Islam, bagaimana menjalin hubungan yang baik antar manusia, seperti mulai dari cara kita saling memaafkan, berbaik sangka kepada sesama, membantu sesama disaat sedang kesulitan.

*“Waktu sayo nonton yang menumbuhan rasa persaudaraan ke sesamo pas itu ngerti nian cak mano bentuk ngejalin hubungan yang baik antar manusio tu. Sebenernyo la lamo tau, tapi sekedar nyo bae. Nah sekarang jadi tau kan cakmano kito saling maafke kalu bebuat salah, cak mano kito nyimpan aib sesamo kito, kurang-kurangi ghibah banyak-banyak berbaik sangko sesamo kito kan.”[[65]](#footnote-66)*

(Waktu saya menonton Jendela Iman ESA TV ber tema Menumbuhkan Rasa Persaudaraan dalam Islam itu jadi mengerti bagaiman membentuk hubungan yang baik antar manusia. Sebenarnya saya sudah lama mengetahui nya, tapi hanya sekedar nya saja. Nah sekarang jadi tau bagaimana kita saling memaafkan jika berbuat salah, bagaimana kita menyimpan aib sesama kita, mengurangi ghibah banyak-banyak berbaik sangka sesama kita.)

Kemudian Informan Yuliana berpendapat bahwa Program Jendela Iman ESA TV terkadang menjadi topik pembahasan di Majelis Taklim :

*“Waktu tu pas pembahasan Ustad Ngandri tentang keluargo hari Kamis nyambung kek pas kami ado kegiatan di Majelis Taklim. Jadi masuak nian nyo tu.”[[66]](#footnote-67)*

(Waktu itu disaat pembahasan Ustad Ngandri tentang keluarga hari Kamis nyambung dengan saat kami ada kegiatan di Majelis Taklim. Jadi pas.)

Selanjutnya, Efendi mengatakan:

*“Sayo sempat nonton tentang akhlak, pas itu sayo banyak dapat pengetahuan baru tentang akhlak terpuji kek akhlak tercelah, jadi biso sayo ajarkan ke anak-anak sayo.”*

(saya sempat nonton tentang akhlak, waktu itu saya banyak mendapatkan pengetahuan baru mengenai akhlak terpuji dan akhlak tercelah, jadi bisa saya ajarkan ke anak-anak.)

Selanjutnya, Zaenal Abidin mengatakan:

*“Banyak pengetahuan yamg sayo dapat yang biso sayo terapkan, cak waktu pembagian warisan, karno sayo pernah dengar ceramah salah satu ustad di program itu jadi biso sayo aplikasikan biar pembagian adil dan sesuai dekek ketentuan islam”[[67]](#footnote-68)*

(Banyak pengetahuan yang saya dapat yang bisa saya terapkan, seperti waktu pembagian warisan, karena saya pernah mendengarkan ceramah salah seorang ustad di program tersebut, jadi bisa saya aplikasikan agar pembagian warisan itu adil dan sesuai dengan ketentuan Islam.)

Lanjut, Talitha mengutarakan:

*“Banyak bang, karno memang tema-tema nyo kan tentang kebaikan galo”*

(Banyak bang, karena memang tema-temannya kan mengenai kebaikan semua)

Dan, informan Sulastri juga mengatakan:

*“Kalu masalah pengetahuan sih banyak om, terutama cak mano caro kito bebakti ke suami, nyantuni anak yatim, caro didik anak. Banyak la nyo tu om”[[68]](#footnote-69)*

(Jika masalah pengetahuan sih banyak om, terutama bagaimana cara kita berbakti ke suami, menyantuni anak yatim, cara mendidik anak. Banyak sih om.)

* 1. Bagaimana pendapat saudara mengenai Host program acara tersebut?

Informan Zainal mengatakan bahwa Host dari Program tersebut bagus-bagus terutama UJH, tapi ia menyayangkan jika Host yang sering ditampilkan hanya UJH saja.

*“Host nyo tu bagus-bagus, apolagi UJH tu. Lucu-lucu kadang pas dio ceramah. Tapi sayang kadang yang sering ditampilkan tu cuman nyo bae, cubo yang laen kan? Biar host yang laen jugo biso dikenal masyarakat.”[[69]](#footnote-70)*

(Host nya itu bagus-bagus, terutama UJH. Lucu-lucu terkadang saat dia ceramah. Tapi sayang kadang yang sering ditampilkan di Program Jendela Iman ESA TV hanya dia saja, coba ustad yang lain? Supaya host yang lain juga bisa dikenal masyarakat.)

* 1. Bagaimana pendapat saudara mengenai bahasa yang digunakan?

Informan Efendi menuturkan jika ia sedikit terganggu dengan bahasa daerah yang kadang digunakan Host saat berceramah.

*“Yo kadang bahaso yang dipake Host tu dak terti sayo bang. Emang pas momen nyo lucu-lucu di bae nyo bahaso daerah. Kan yang seharusnyo ketawo jadi cengir dak terti tu bang.”[[70]](#footnote-71)*

(Iya terkadang bahasa yang dipakai Host itu saya tidak mengerti artinya bang. Emang saat momen nya lucu-lucu malah diberi bahasa daerah. Kan yang seharusnya tertawa menjadi senyum-senyum tidak mengerti bang.)

* 1. Pendapat mengenai topik yang ada di Program Jendela Iman ESA TV

Informan Zainal mengatakan bahwa topik yang ada di Program Jendela Iman ESA TV sangat bagus dan menginspirasi.

*“Topik nyo bagus-bagus, biso diterapke ke masyarakat sekarang.”*

(Topik nya bagus-bagus, bisa diterapkan ke masyarakat sekarang.)

Informan Gunawan menuturkan jika ia jarang mennton karena topik yang ada di Program Jendela Iman ESA TV sering diulang.

*“Kurang menarik bang kareno tema nyo sering diulang-ulang jadi sayo jarang nonton nyo.”*

(Kurang menarik bang karena tema nya sering diulang-ulang jadi saya jarang menonton nya.)

* 1. Saran masyarakat untuk Program Jendela Iman ESA TV

Informan Gunawan menyarankan agar ESA TV terutama Pogram Jendela Iman agar dapat lebih berinovasi dalam membuat topik yang sesuai dengan keadaan masyarakat sekarang.

*“Yoo sarannyo banyak-banyak I la topik yang sesuai dengan keadaan propblematika masyarakat sekarang.”*

(Ya sarannya banyak-banyak kan topik yang sesuai dengan problematika masyarakat sekarang.)

**BAB V**

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan secara menyeluruh sertadidukung oleh data yang akurat dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya, maka terdapat 9 orang yang menonton Program Jendela Iman ESA TV, namun sedikit yang antusias menonton Program Jendela Iman ESA TV. .Masyarakat berpendapat bahwa banyak mendapatkan pengetahuan Keislaman dari Program Jendela Iman ESA TV.

Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa Program Jendela Iman ESA TV dapat meningkatkan pengetahuan tentang Keislaman di Masyarakat Jl Semarak Raya RT.3 RW.1 Kelurahan Bentiring Kecamatan Bangka Hulu Kota Bengkulu.

1. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti serta masyarakat Jl. Semarak Raya RT.3 memberikan saran terhadap Program Jendela Iman ESA TV:

1. Agar Program Jendela Iman ESA TV dapat lebih inovatif dalam menciptakan tema.
2. Menambah jam tayang.
3. Menambah Ustad yang berceramah.
4. Dapat lebih menyesuaikan tema dengan problematika masyarakat sekarang.
5. Dapat menggunakan bahasa yang dimengerti semua kalangan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Bungin, Burhan, 2008, *Metodologi Penelitan Kuantitatif,*Jakarta : Kencana.

B. Paul Hartono dan Chester L, 2014 Hunt, Ed Aminuddin Ram, *Sociology,* Jakarta : Kencana.

Cabgra, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Dwi J, Narwoko & Bagong Suyanto, 2004 *Sosiologi Teks Pengantar Terapan,* Jakarta: Kencana.

DEPAG RI, 2009, *Al Qur’an Terjemah Per-Kata,* Bandung : Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al Qur’an.

Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka.

Departemen Pendidikan Nasional, 2002, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Edisi ke 3.

<https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-efektivitas-program-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-efektivitas-program/> (Akses 5 Febuari 2020).

J.Lexy Moleong, 2013 *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Koentajaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta : Pt. Rineka Cipta.

L. William Rivers, 2004 *Media Massa & Masyarakat Modern* Et. Al Haris Munandar DKK.S Jakarta : Prenada Media.S

Mardalis. 2008. *Media Penelitian Sosial Pendekatan Proposal.* Jakarta: Bumi Aksara.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja & Rosdakarya.

Nurdin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta: Rajawali Pers.

Nurudin,2007,*Pengantar Komunikasi Massa,* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Pareek, Undai ,1996, *Perilaku Keorganisasian* Jakarta: Pustaka Binaman Presaindo.

Rakhmat, Jalaludin, 2009 *Psikologi Komunikasi,* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Rivers, William L. Jensen, Jay W. Dan Peterson Theodore. 2004. *Media Massa & Masyarakat Moderen.* Jakarta :Prenada Media.

Sejati, Sugeng, 2012 *Psikologi Sosial,* Yogyakarta: Teras.

Sugiyono,2008,*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&B*, Bandung :Alfabeta

Sugiyono. 2014.  *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta Cv.

Susanto, S.Phil Astrid. 1986. *Komunikasi Massa Jilid 1*. Bandung: Bina cipta.

Tohirin, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling.* Jakarta :Rajawali Pers

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Pt. Raja Grafindo Persada.

Uchyono, Onong,*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* Bandung : PT Remadja Rosdakarya.

WJS Poerwodarminto, 1976 *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : PN Balai Pustaka.

1. Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam*, (Jakarta : Harakah, 2002), hlm. 64 [↑](#footnote-ref-2)
2. Kusdi, *Teori Organisasi dan Administrasi,* ( Jakarta: Salemba Humanika 2009)hal: 92 [↑](#footnote-ref-3)
3. Dinda Nurfadilah, Efektivitas Program Siaran Mutiara Qalbu Sebagai Media Dakwahdi Radio Bkm 100.1 Fm Oku Timur Sumatera Selatan, (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden intan lampung, 2019) [↑](#footnote-ref-4)
4. Sugeng Sejati, *Psikologi Sosial,* (yogyakarta: Teras, 2012), h. 74 [↑](#footnote-ref-5)
5. Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka, 2002, edisi ke 3, h.863. [↑](#footnote-ref-6)
6. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009,) h.51 [↑](#footnote-ref-7)
7. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.52 [↑](#footnote-ref-8)
8. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.52 [↑](#footnote-ref-9)
9. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.54 [↑](#footnote-ref-10)
10. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.55 [↑](#footnote-ref-11)
11. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.56 [↑](#footnote-ref-12)
12. Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* h.58 [↑](#footnote-ref-13)
13. Undai Pareek, *Perilaku Keorganisasian* ( Jakarta: Pustaka Binaman Presaindo, 1996), h. 14-25. [↑](#footnote-ref-14)
14. Dani Vardiansyah, Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. II (Jakarta: PT Indeks, 2008) h. 25-26. [↑](#footnote-ref-15)
15. Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 68-69. [↑](#footnote-ref-16)
16. Alo Liliweri, Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya, Cet. IV (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 8. [↑](#footnote-ref-17)
17. Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, Cet. XII, (Jakarta: PT.Rajagrafindo, 2011), h. 18-19. [↑](#footnote-ref-18)
18. Vardiansyah, Filsafat Ilmu, h. 25-26 [↑](#footnote-ref-19)
19. Ujang Saefullah, Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama Cet. I, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007) h. 2. [↑](#footnote-ref-20)
20. Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta, PT. Rajarafindo Persada, 2007, h. 9 [↑](#footnote-ref-21)
21. Artikel diakses pada 04 oktober 2017 http://dariamjsylc4445.com,jendela-iman-esa-tv [↑](#footnote-ref-22)
22. Hamzah Ya’qub, *Publisistik Islam Tekhnik Dakwah dan Leadership*, (Bandung : CV Diponegoro, 1981), hlm. 47-68 [↑](#footnote-ref-23)
23. Onong Uchyono, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* (Bandung : PT Remadja Rosdakarya, 1992) hlm. 18 [↑](#footnote-ref-24)
24. Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Terjemah Per-Kata* (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur’an, 2009) hlm. 281. [↑](#footnote-ref-25)
25. Asnybu Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam,* (Surabaya : Al-Iklas), hlm. 60 [↑](#footnote-ref-26)
26. Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta:PT. Rajawali Pers 2009). h.3 [↑](#footnote-ref-27)
27. Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Grasindo. 2000). Hal: 3-9 [↑](#footnote-ref-28)
28. Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*, h. 45-46 [↑](#footnote-ref-29)
29. <https://www.academia.edu/8562135/Komponen_komunikasi_massa> (akses pada tanggal 25 Februari 2020) [↑](#footnote-ref-30)
30. Fransuscus Theojunior Lamintang, *Pengantar Ilmu broadcasting & cinematography,* Jakarta, In Media, 2013. hlm.23. [↑](#footnote-ref-31)
31. Drs. Elvinaro Ardianto dkk, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar* (Bandung, Simbiosa Rekatama Media, 2007) edisi revisi, hlm. 136 [↑](#footnote-ref-32)
32. Morisal,Manajemen Media Penyiaran: Strategi, Mengelola Radio dan Televisi. [↑](#footnote-ref-33)
33. Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional danRregulasi , h. 44 [↑](#footnote-ref-34)
34. Andi Alimuddin Unce, Televisi dan Masyarakat Pluralistik (Cet. 1; Jakarta: Prenada,2014), h. 103 [↑](#footnote-ref-35)
35. Onong Uchjana, Dinamika Komunikasi, (Cet.7. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h 64-65. [↑](#footnote-ref-36)
36. Aqib Suminto, Problematika Dakwah, (Jakarta: Panji Islam, 1993), h. 56. [↑](#footnote-ref-37)
37. Juariah, “Proses Produksi Program Acara di PT. Yogyakarta (Jogja Tv)”, Laporan pelaksana Kuliah Kerja Media 2009 (Universitas Maret Surakarta, 2009) h. 20-23 [↑](#footnote-ref-38)
38. Yulius A. Taufiq,” Hubungan Daya Tarik Sinetron Siaran Televisi Swasta dengan Perubahan Sikap Penonton Remaja (Study Kasus di Kawasan Perumahan Griya Asri BSD, Tangerang), Laporan Penelitian Program Penelitian Dosen Muda Kopentis Wilayah III Tahun 2008, h. 47 [↑](#footnote-ref-39)
39. William L. Rivers, Media Massa dan Masyarakatb Modern, (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2008), h. 220 [↑](#footnote-ref-40)
40. Onong Uchjana, Dinamika Komunikasi, h. 22 [↑](#footnote-ref-41)
41. Junaidi, *Manajeman E-Dakwah: Berdakwah Melalui Siber,* (IBanda Aceh: Mahasiswa IAIN Banda Aceh,2008). [↑](#footnote-ref-42)
42. Artikel diakses pada oktober 2017 dari http://alumnifiad.youneed.us [↑](#footnote-ref-43)
43. Artikel di akses pada 05 oktober 2017 dari http://www.bimasislam.depag.go.id [↑](#footnote-ref-44)
44. ohirin, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2012), h .2-3 [↑](#footnote-ref-45)
45. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif,* h .2-3 [↑](#footnote-ref-46)
46. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2014), h. 4 [↑](#footnote-ref-47)
47. Fransuscus Theojunior Lamintang, *Pengantar Ilmu broadcasting & cinematography,* Jakarta, In Media, 2013. hlm.23. [↑](#footnote-ref-48)
48. Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif,* h. 54. [↑](#footnote-ref-49)
49. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling,* (Jakarta :Rajawali Pers, 2013), h. 68. [↑](#footnote-ref-50)
50. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), h. 111-112 [↑](#footnote-ref-51)
51. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, h..66. [↑](#footnote-ref-52)
52. Mardalis, *MetodePenelitianSuatuPendekatan Proposal,* (Jakarta :BumiAksara, 2008), h. 63 [↑](#footnote-ref-53)
53. Sugiyono, *MemahamiPenelitianKualitatif,* (Bandung :Alfabeta cv, 2014), h. 66. [↑](#footnote-ref-54)
54. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktik* , (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 201 [↑](#footnote-ref-55)
55. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2012), h.72 [↑](#footnote-ref-56)
56. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif,* h. 75 [↑](#footnote-ref-57)
57. Zainal Abidin, Ketua RT Semarak Raya, RT 3 RW 1, *Wawancara,*,Sabtu, 12 Januari 2019. [↑](#footnote-ref-58)
58. Yuliana, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 12 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-59)
59. Dini, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020 [↑](#footnote-ref-60)
60. Gunawan, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-61)
61. Dini, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-62)
62. Oktavia, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-63)
63. Oktavia, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-64)
64. Oktavia, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020 [↑](#footnote-ref-65)
65. Junaidi, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-66)
66. Yuliana, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 12 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-67)
67. Zainal, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 12 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-68)
68. Sulastri, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 12 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-69)
69. Zainal, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Minggu, 12 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-70)
70. Efendi, Masyarakat , *Wawancara,* Jl. Semarak Raya RT.3 Kota Bengkulu,Jumat, 10 Januari 2020. [↑](#footnote-ref-71)