

BENTUK DAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI TVRI KALIMANTAN TIMUR

Sy. Nurul Syobah

IAIN Samarinda, Indonesia

nurulfaruq92@gmail.com

Abstract

Television is a technology product which becomes the need of human being. It becomes an important part of human life from morning up to the next morning. It is important, since it becomes an effective media to promote education, information, entertainment, and social connection. This is a descriptive qualitative research with communicative and management approach which aims at describing the effectiveness of da'wah in TVRI Kalimantan Timur. The findings of the study shows that there are two kinds of da'wah in TVRI, they are: 1) integrative da'wah which consists of the da'wah in the da'wah and non-da'wah program, 2) partial da'wah which is done by da'wah in the process of production and in the process of broadcasting. To measure the effectiveness of da'wah, it was done by doing a survei to the TVRI viewers. The result shows that da'wah in TVRI is not effective yet, since it has some flaws and weaknesses. Most of viewers state that the program should be improved by developing the quality of da'wah program in TVRI. TVRI has done and tried hard to create the program, yet it still needs to be improved and produce a qualified da'wah program.

Key-words: da'wah, television program, TVRI

A. Pendahuluan

Salah satu media dakwah yang saat ini dinilai efektif adalah media televisi. Media ini dinilai efektif karena sistem penyiarannya yang terdiri dari objek gambar yang bergerak disertai bunyi (suara) yang melalui kabel atau melalui angkasa (*channel frekuensi*) dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Dengan kelebihan tersebut, maka dibandingkan dengan radio serta media cetak atau bahan bacaan, televisi merupakan kekuatan yang luar biasa dalam komunikasi massa, kehadiran tayangan televisi pun menjadi kebutuhan sehari-hari karena materi program siarannya dapat menyentuh setiap sisi kehidupan manusia sehingga perkembangan industri televisi pun semakin pesat.

Saat ini industri penyiaran televisi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, terutama sejak pengesahan regulasi bidang penyiaran dengan ditetapkannya Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Jumlah stasiun penyiaran semakin meningkat demikian pula rancangan acara pun semakin bervariasi. Masing-masing lembaga penyiaran dituntut untuk

meningkatkan pelayanannya dengan semakin memanjakan *audiens* yakni para pendengar atau pemirsanya, meski di sisi lain industri penyiaran pun tidak boleh melupakan fungsi utama dari media penyiaran, yaitu sebagai media pendidikan, informasi, hiburan serta perekat sosial. Maka, televisi pun menjadi salah satu media belajar termasuk pelajaran keagamaan melalui tayangan-tayangan acaranya yang sangat variatif. Inilah salah satu alasan yang mendukung anggapan bahwa televisi merupakan salah satu media dakwah yang efektif. Keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami selera audiensnya, hal itu dapat diwujudkan jika ditopang dengan tiga pilar utama yaitu: (1) program, (2) teknik, dan (3) pemasaran¹.

Pengelola penyiaran tidaklah sepatutnya mengabaikan salah satu dari tiga pilar utama ini. Program yang baik akan senantiasa mengikat pemirsa untuk mengikuti setiap mata acara yang disajikan, demikian pula dari segi teknis di mana pemirsa selalu menuntut kenyamanan dalam setiap tayangan yang disajikan. Gambar yang tidak jelas menyebabkan pemirsa segera beralih ke acara yang lainnya. Pilar ketiga dari tiga pilar utama tersebut ialah aspek pemasaran, dalam hal ini *audiens* dipahami melalui pendekatan ilmu pemasaran karena *audiens* adalah konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap program siaran (produk stasiun televisi)².

Saat ini di Kalimantan Timur terdapat lebih dari 10 (sepuluh) stasiun penyiaran televisi yang mengudara termasuk di antaranya TVRI (LPP Televisi Republik Indonesia/ ch. 4 VHF). Masing-masing stasiun televisi menyajikan program siaran yang diharapkan menjadi tayangan favorit pemirsanya, dengan demikian acara tersebut akan memperoleh *rating* yang tinggi, Karena dengan *rating* yang tinggi sebagai bukti jumlah pemirsa yang banyak, akan mempengaruhi pendapatan lembaga penyiaran tersebut dari perolehan dana pengiklan.

Berbeda dengan stasiun televisi swasta yang program acaranya bersifat komersil, maka sebagai lembaga penyiaran televisi publik TVRI menyajikan program siaran bersifat lebih informatif dan edukatif yang berpihak kepada kepentingan publik, dengan ciri khas sedemikian maka TVRI dapat diberdayakan sebagai media dakwah yang efektif.

Dakwah di TVRI seharusnya lebih gencar dan merupakan media dakwah yang efektif karena merupakan lembaga penyiaran publik yang dibandingkan dengan televisi swasta, materi tayangan TVRI mestinya lebih berpihak kepada publik. Di sisi lain, media televisi merupakan media komunikasi yang paling mudah menjangkau sasaran dakwah karena paling banyak mendapatkan perhatian masyarakat publik yang merupakan target sasaran dakwah.

Kenyataannya selama ini umumnya layar televisi dipenuhi dengan program yang hanya memberikan kepuasan bagi selera rendah masyarakat,³ fungsi televisi sebagai media pendidikan didominasi oleh fungsi hiburan semata, tayangan acara

¹Morisson, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2008), h. iv.

²*Ibid*, h.163.

³Hasil pemantauan KPID Kaltim sekaligus merupakan aduan masyarakat tentang pelanggaran P3SPS. Istilah selera rendah difunakan untuk menunjukkan selera masyarakat terhadap acara hiburan tanpa memperdulikan muatan edukasi dan materi informasi di media massa.

yang memiliki *rating* cukup bagus berarti cukup diminati oleh pemirsa, ternyata tidak banyak memberikan pesan dakwah bagi pemirsanya.

Bagi industri televisi khususnya stasiun televisi swasta kondisi tersebut sulit dihindari, karena kesinambungan operasional siarannya sangat bergantung pada asupan dana yang diperoleh dari pengiklan. Pengiklan bersedia membayar biaya sponsor hanya kepada mata acara siaran yang memiliki *rating* yang tinggi atau yang diminati oleh masyarakat, padahal acara yang bermuatan dakwah yang ditayangkan selama ini umumnya tidak mendapatkan nilai *rating* yang tinggi, sehingga siaran acara dakwah dianggap kurang layak dipasarkan dengan kata lain tidak memiliki nilai jual yang bagus. Tetapi TVRI sebagai lembaga penyiaran publik, seharusnya tetap mengutamakan kepentingan publik lebih dari kepentingan selera pemirsa. Idealnya setiap lembaga penyiaran mampu memproduksi siaran yang berkualitas secara teknis, diminati banyak pemirsa dan sekaligus mengandung materi yang bersifat edukatif, menghibur, dan memberi pencerahan bagi pemirsanya.

Persoalan dalam mewujudkan program acara yang memiliki muatan dakwah tetapi dengan tidak mengabaikan teori ilmu pemasaran dalam produksi program siaran televisi inilah yang masih kurang banyak dikaji dalam wilayah akademik sehingga dapat diketahui bagaimana bentuk-bentuk dakwah melalui tayangan acara pada TVRI Kalimantan Timur serta bagaimana efektivitas dakwah tersebut.

B. Kajian Pustaka

1. Dakwah dan Media Massa

Kegiatan dakwah menjadi semarak dengan merambah dunia media massa yang terintegrasi. Dalam perkembangannya, media mampu melakukan rekonstruksi sosial dalam membentuk opini publik terhadap realitas di tengah-tengah masyarakat. Dalam amatan Burhan Bungin, untuk memahami konstruksi sosial media massa berpijak dari teori dan pendekatan konstruktivisme yang bermula dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif.⁴

Sementara dakwah senantiasa bersentuhan dengan realitas dalam masyarakat tertentu. Secara historis, interaksi Islam dengan realitas sosio-kultural terdapat dua kemungkinan. *Pertama*, dakwah Islam mampu memberikan pengaruh terhadap lingkungan sehingga terbentuknya realitas sosial yang baru. *Kedua*, dakwah Islam terpengaruh oleh perubahan masyarakat dalam arti eksistensi corak dan arahnya. Ini berarti bahwa aktualitas dakwah ditentukan oleh sistem sosio-kultural. Jika kemungkinan kedua ini yang terjadi maka dakwah akan bersifat statis atau terdapat dinamika dengan kadar hampir tidak berarti bagi perubahan sosio-kultural.⁵

Kegiatan dakwah kontemporer mengharuskan pendekatan komunikasi, khususnya melalui media. Dalam mengurai relasi bahkan integrasi dakwah dan

⁴ Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa, Kekuatan Pengaruh Media massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*, (Jakarta: kencana, 2008), h.13.

⁵ Amrullah Ahmad (ed.), *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: PLP2M, 1983), h. 2.

komunikasi melalui media, memberi kesadaran untuk melakukan transformasi gerakan dakwah melingkupi pengajian di masjid-masjid atau majelis ta'lim ibu-ibu melalui arisan bulanan. Selain itu aktivitas dakwah melalui media, sebab gerakan yang paradoks dengan dakwah kini berkembang pesat, yang kini merambah pada dunia maya (teknologi modern seperti internet).

Untuk itu, kontekstualisasi dakwah kontemporer menjadi suatu keharusan. Hal ini sekaligus menjawab berbagai pertanyaan di atas. Artinya, dakwah tidak tepat lagi dipahami sebatas pengajian, ceramah di tempat-tempat tertentu, melainkan harus merambah pada dunia maya, internet dan alat teknologi lainnya. Selain itu, berdakwah melalui jalur dakwah juga menjadi kebutuhan, justru saatnya diintensifkan. Betapa tidak, selama ini para elit banyak melakukan penyimpangan moral, maka saatnya figur-figur yang bermoral dengan komitmen keagamaan yang kuat untuk masuk dalam kancah dakwah praktis.

Aktivitas dakwah pada awalnya hanyalah merupakan tugas sederhana yakni kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima dari Rasulullah saw. Dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja dalam bentuk yang sangat sederhana. Sejalan dengan perputaran masa dan pergantian waktu, perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang semakin beragam, membuat dakwah dituntut untuk dilakukan secara modern. Untuk itu diperlukan sekelompok orang yang secara terus-menerus mengkaji, meneliti dan meningkatkan aktivitas dakwah secara profesional.⁶

Kenyataan itu selalu menantang untuk merumuskan strategi baru dalam menjawab setiap persoalan yang muncul di masyarakat. Persoalan dan tantangan tidak akan pernah final (*al-nusus qad intahat wa al-waqa'i la tantahi*). Dai sebagai pilar pelopor perbaikan umat harus memiliki sikap kreatif dan inovatif dalam menghadapi setiap tantangan yang muncul di masyarakat. Ketika dakwah dipahami sebagai transformasi sosial maka aktivitas dakwah harus bersentuhan dengan teori-teori perubahan sosial yang mengasumsikan terjadinya *progress* (kemajuan) dalam masyarakat. Gagasan tentang kemajuan muncul dari kesadaran manusia tentang diri sendiri dan alam sekitarnya. Dalam konteks ini, realitas aktivitas dakwah dihadapkan pada nilai-nilai kemajuan yang perlu direspon, diberikan nilai, diarahkan dan dikembangkan ke arah yang lebih berkualitas.⁷

Pengembangan dakwah melalui media diaplikasikan bahwa dakwah dalam Islam adalah suatu kewajiban yang mutlak dilaksanakan oleh setiap muslim menurut kemampuan yang dimilikinya, sebagaimana disinyalir oleh Al-Qur'an: "Siapakah yang lebih baik perkataannya dari orang-orang yang menyeru kepada Allah (agama-Nya) serta beramal saleh serta berkata saya salah seorang muslim (Q.S. Fushilat/41 : 33).

Dari makna ayat tersebut, dapat dipahami bahwa tugas dakwah dalam Islam adalah tugas mulia dan merupakan kewajiban. Sasaran dakwah dalam Islam adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali, apakah telah memiliki suatu agama atau belum. Oleh karena itu metode penyampaian dakwah adalah hal yang sangat penting, karena dapat menentukan efektif tidaknya suatu penyampaian. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini dapat mempengaruhi aktivitas dakwah yang dilakukan oleh para pelaku dakwah. Oleh karena itu, dakwah masa kini sudah

⁶M. Yunan Yusuf, *Metode Dakwah sebuah Pengantar Kajian* dalam Munzier Suparta dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah* (Cet. 2; Jakarta: Kencana, 2006), h. viii.

⁷Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *loc. cit.*

seharusnya dikemas dalam berbagai metode yang efektif sesuai dengan kondisi objeknya.

Dari beberapa defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan, *pertama* dakwah merupakan suatu proses usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja, sehingga diperlukan organisasi, manajemen, sistem, metode dan media yang tepat. *Kedua*, usaha yang diselenggarakan itu berupa ajakan kepada manusia untuk beriman dan mematuhi ketentuan-ketentuan Allah, amar ma'ruf dalam arti perbaikan dan pembangunan masyarakat, dan nahi munkar. *Ketiga*, proses usaha yang diselenggarakan tersebut berdasarkan suatu tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah. Salah satunya melalui media jurnalistik. Jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan/berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik.⁸

Sehubungan dengan itu perlu pula diketahui bahwa fungsi menghibur bagi media massa, bukan dalam arti menyajikan tulisan-tulisan atau menyiarkan informasi-informasi mengenai jenis-jenis hiburan yang disenangi oleh masyarakat. Akan tetapi menghibur dalam arti menarik pemirsa dengan menyuguhkan hal-hal yang ringan di antara sekian banyak informasi yang berat dan serius, menekankan nada informatif, namun terdapat juga nada persuasif.

Dengan demikian tampak bahwa ada kesamaan antara fungsi dakwah dan fungsi pers. Dalam hal ini, persamaan antara dakwah dan publisistik yaitu sama-sama menyampaikan isi pernyataan, sasarannya sama-sama yaitu manusia, sama-sama bertujuan agar manusia lain jadi sependapat, selangkah dan serasi dengan orang yang menyampaikan isi pernyataan. Oleh karenanya, kelihatan bahwa antara dakwah dan media yang disebut televisi mempunyai hubungan yang erat, terutama dakwah masa kini yaitu televisi sebagai alat penyampaian dakwah kepada khalayak.

Di tengah-tengah perkembangan dan pembangunan sektor komunikasi yang menggembirakan sekarang ini, pikiran untuk mengembangkan dakwah dengan melihat pers tentu saja merupakan langkah yang tepat dan bijak. Sekarang sudah saatnya para pemikir, muballigh, ulama dan pemuka Islam lainnya, memanfaatkan serta mempergunakan peluang maupun pengaruh yang dimiliki oleh pers tersebut guna meningkatkan dakwah. Media massa dapat dipandang sebagai bagian dari strategi dakwah, sekaligus sebagai instrumen perubahan yang bersifat hikmah, yang menurut Harun Nasution memiliki dimensi intelektual, etikal, estetikal, dan pragmatikal. Suatu hal yang perlu disimak, sejalan dengan gerakan reformasi yang digulirkan, bahwa pengeluaran SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) yang dulu sarat dan berbelit-belit kini menjadi terbuka lebar.

Dunia pers yang memiliki fungsi utama sebagai media informasi, media hiburan dan media kontrol sosial kini semakin semarak. Kehidupan masyarakat pun tidak bisa lagi dipisahkan dengan pers. Masyarakat kini, khususnya masyarakat yang melek secara informasi, sangat bergantung kepada pers.

⁸ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h.16.

2. Dakwah di Televisi

Berdakwah melalui media televisi mempunyai cara dan karakteristik tersendiri, berbeda dengan berdakwah pada media lainnya. Televisi adalah salah satu komunikasi masyarakat yang sangat besar pengaruhnya terhadap penontonnya. Televisi lebih menekankan nada informatif namun terdapat nada persuasif.⁹

Berdakwah melalui televisi dapat dilakukan dalam bentuk audio visual yang mendiskripsikan suatu ajaran dan aplikasinya bagi kehidupan umat manusia. Dakwah melalui televisi lebih tepat dan cepat tersebar ke seluruh masyarakat, di samping itu masyarakat mudah memahaminya, sebab televisi merupakan media yang telah mampu menjangkau keberadaan masyarakat. Perlu diketahui pula bahwa isi televisi cukup merakyat, karena hamper tidak ada keluarga maupun masyarakat yang tidak memiliki televisi.

Berangkat dari gambaran tersebut dan kemungkinan berdakwah melalui televisi maka perlu ditata teknik yang tepat dan peningkatan isi atau materi dakwah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berarti bahwa berdakwah melalui media massa di televisi membutuhkan konsep yang selektif dan terarah untuk masyarakat luas. Oleh karena itu menyampaikan pesan-pesan dakwah di televisi perlu memperhatikan karakteristik media massa. Asep Saiful Muhtadi dalam bukunya *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek* mengemukakan karakteristik media massa sebagai berikut, *pertama*, komunikasi massa berlangsung satu arah. *Kedua*, komunikasinya bersifat melembaga. *Ketiga*, pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum. *Keempat*, pesan-pesan yang disampaikan lewat media digunakan secara serempak. *Kelima*, komunikasinya bersifat heterogen.¹⁰

Dalam hubungan ini, Denis McQuail, mengemukakan bahwa televisi tidak lahir dari satu sumber dan memiliki ciri-ciri khas dengan media lain.¹¹

Dengan demikian berdakwah melalui televisi harus selalu memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi pada umumnya. Selama ini, penulis berita selalu berpegang pada enam pedoman dalam menyampaikan suatu berita yaitu: apa yang terjadi, siapa yang terlibat di dalamnya, mengapa kejadian atau peristiwa itu terjadi, di mana terjadinya, kapan peristiwa itu terjadi, dan bagaimana kejadiannya. Khusus untuk tujuan komunikasi massa seperti dakwah bagi masyarakat luas maka produk jurnalistik dapat disampaikan melalui media audio visual.¹²

Dakwah masa kini melalui media massa atau televisi adalah langkah yang tepat, karena dengan pers objek dakwah akan lebih cepat menerima informasi yang diperlukan. Namun pers atau televisi sekarang masih sangat terbatas dijadikan sebagai media komunikasi dakwah oleh pelaku dakwah. Cara berkomunikasi dalam bentuk dakwah melalui pers harus mengikuti teori-teori pertelevisian tanpa meninggalkan nilai-nilai ajaran agama, agar pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh sasarannya.

⁹ Bahri Gazali, *op. cit.*, h. 43.

¹⁰ Asep Saiful, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek* (Cet. 1; Jakarta: Logos, 1999), h. 73.

¹¹ Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Cet.II; Jakarta: Erlangga, 1999), h. 9.

¹² Kustadi Suhandang, *Manajemen Pers Dakwah: Dari Perencanaan Hingga Pengawasan*, (Cet. I; Bandung: Marja, 2007), h. 163.

Terdapat karakteristik dakwah melalui media komunikasi massa antara lain yaitu:

- a. Arus informasi dakwah melalui media massa tidak dipengaruhi oleh reaksi khalayak *mad'u* tetapi terkendali oleh dai. Oleh karena itu, seorang *programmer* dakwah media massa dituntut bisa membaca kecenderungan umum di masyarakat yang dapat dipertimbangkan dalam menyajikan menu siaran sehingga siaran dakwah banyak disukai.
- b. Dalam dakwah melalui media massa reaksi *mad'u* terbatas melalui beberapa hal saja seperti surat pembaca, telepon dari pendengar radio/tv, berbeda dengan dakwah melalui tatap muka yang diterima secara langsung. Reaksi *mad'u* banyak macamnya seperti tertawa, menangis, bertepuk tangan, teriakan, gerakan tubuh dan lain sebagainya.
- c. Dalam dakwah melalui media massa suara dan isi dakwah dan pemikiran (bahasa dan logika) menjadi yang terpenting karena berbeda dengan dakwah melalui tatap muka/langsung yang lebih mementingkan hubungan interpersonal (kedekatan batin atau emosional) kepada *mad'u*, sehingga dengan sedikit materi namun hubungan dengan *mad'u* sudah dekat maka *mad'u* bisa secara mudah dipengaruhi.

Kegiatan dakwah menjadi keniscayaan dalam menjaga eksistensi agama secara berkesinambungan. Dalam hal ini, Islam sebagai agama dakwah (*missionary religion*) menjadikan kegiatan tersebut sebagai perekat terpeliharanya nilai-nilainya Islam melalui proses transmisi pesan-pesan dakwah seorang dai dihadapan khalayak selaku *mad'u* yakni sasaran dakwah.

Sementara realitas media justru tidak lepas dari dimensi bisnis. Meskipun demikian, bukan berarti dakwah dan bisnis media tidak dapat dipertemukan, justru harus diintegrasikan sehingga keduanya berjalan sinergis dan berkesinambungan. Perkembangan media massa mesti diselaraskan dengan pengembangan dakwah sehingga masyarakat modern tetap memelihara nilai-nilai keagamaan.

3. Efek Media Televisi

Seluruh studi yang berkaitan dengan media massa didasarkan pada asumsi bahwa media memiliki dampak, meskipun belum diperoleh kesepakatan yang jelas mengenai dampak tersebut, apakah bersifat langsung atau tidak langsung memberi pengaruh yang besar atau kecil.

Secara esensial, media massa telah memberi pengaruh kepada manusia baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut McLuhan bentuk media saja memberi pengaruh kepada kita. Pengaruh yang ditimbulkan oleh sebuah medium bukan hanya terletak pada isi pesannya, melainkan pula dipengaruhi oleh jenis media komunikasi yang dipergunakan – interpersonal, media cetak atau televisi.¹³ Saat ini kita hidup dalam sebuah lingkungan yang disebut Mc Luhan sebagai *Global Village* yang berarti bahwa dengan perantaraan media komunikasi modern,

¹³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Cet.XIII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h.220.

memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia merasakan kedekatan antara satu dan yang lain dalam sebuah lingkaran.¹⁴

Dampak yang ditimbulkan oleh sebuah media massa tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri dalam masyarakat. Beberapa faktor yang menyebabkan seseorang tertarik untuk bersentuhan dengan media massa di antaranya seperti yang dikemukakan McQuail¹⁵, yaitu: *Pertama*, fungsi informasi (*information*) yaitu menyediakan informasi tentang suatu peristiwa dan kondisi dalam kehidupan masyarakat dan dunia. Fungsi ini juga memberikan fasilitas terhadap adanya inovasi, adaptasi, dan kemajuan. *Kedua*, fungsi korelasi (*correlation*) yaitu menjelaskan, menginterpretasikan, dan mengomentari peristiwa dan informasi yang ada serta merupakan wadah dari proses sosialisasi dan membangun konsensus. *Ketiga*, fungsi kesinambungan (*contuinitas*) yaitu mengekspresikan budaya dominan dan mengakui kehadiran budaya baru. *Keempat*, fungsi hiburan (*entertainment*) yaitu menyediakan hiburan, pengalihan, perhatian, dan meredakan ketegangan sosial. *Kelima*, fungsi mobilisasi (*mobilization*) yaitu mengkampanyekan kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik, perang, pembangunan, ekonomi, dan agama.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif. Perspektif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan komunikasi dan manajemen produksi siaran. Untuk memperoleh hasil penelitian yang terarah kepada sasaran tujuan, yaitu bentuk dakwah efektif maka data yang dikumpulkan dianalisis dengan pendekatan manajemen produksi siaran televisi dan didukung dengan analisis isi siaran.

Teknik dan strategi pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap manajemen produksi siaran televisi khususnya pada siaran bermuatan dakwah sebagai fokus kajian penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan cara menggali informasi dengan nara sumber yaitu orang-orang yang terlibat langsung dalam pelaksanaan produksi acara siaran dakwah dalam program acara televisi di TVRI Kaltim. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disusun, namun tidak menutup kemungkinan akan berkembang di luar pertanyaan yang direncanakan untuk menggali kedalaman data yang dibutuhkan. Setiap wawancara yang dilakukan direkam dan dibuatkan deskripsinya untuk melengkapi data yang akan diamati secara mendalam. Dokumentasi dilakukan dengan cara pemantauan rekaman acara-acara produksi TVRI Kaltim yang pernah ditayangkan dari Mei-Juli 2014. Selain itu data yang diperoleh dari buku, artikel di media koran, majalah, internet yang memuat hal-hal seputar acara siaran televisi produksi TVRI Kaltim. Strategi lain yang dilakukan untuk

¹⁴ Lihat Little John, *Theories of Human Communication*, Fifth Edition (New York: Wadsworth Publishing Company, 1996), h. 324.

¹⁵ Dennis McQuaill, *Mass Communicatin Theory*, Third Edition (USA : Sage Publication, 1994), h.79.

memenuhi keakuratan data dalam penelitian ini yaitu dengan memutar ulang rekaman (*rerun*) siaran program dakwah terdahulu untuk keperluan analisis isi siaran (isi pesan).

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah yang melakukan penelitian itu sendiri yaitu penulis. Penulis merupakan orang yang membuka kunci, menelaah, mengeksplorasi seluruh ruang secara cermat, tertib dan leluasa. Penulis biasa juga disebut sebagai *key instrumen*.¹⁶ Maksudnya penulis sebagai pengumpul data utama, sebab perolehan data lunak dan pemahaman fenomena yang akan diamati lebih tepat dilakukan oleh penulis itu sendiri.

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan, yakni analisis data kualitatif dengan pertimbangan bahwa metode ini akan memberikan deskripsi yang lebih luas dengan pembahasaan mendalam terhadap obyek penelitian. Analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman dilakukan secara interaktif melalui data *reduction*, data *display* dan *verification*. Dalam penelitian ini dilakukan pula teknik analisis pesan (*content analysis*) sesuai dengan karakteristik obyek penelitian yaitu bentuk siaran (isi pesan).

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Samarinda, Kalimantan Timur yaitu di TVRI Kaltim. Fokus penelitian pada bentuk dan efektivitas dakwah yang dilakukan oleh TVRI Kaltim dalam berkontribusi terhadap pengembangan dakwah di kota Samarinda. Dalam hal penentuan lokasi penelitian, peneliti melihat bahwa media massa *TVRI Kaltim* merupakan bagian dari representasi media *maenstream* yang turut mewarnai konstruksi opini publik serta menggambarkan realitas masyarakat melalui pemberitaan media sebagai salah satu media dakwah.

Penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila memiliki derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*compirmability*)¹⁷ untuk menguji keabsahan penelitian ini maka penulis harus melakukan triangulasi yakni mengecek dan mengamati sumber data secara berulang-ulang sampai kepada kesimpulan yang sama dalam menafsirkan fenomena yang diamati.

Terdapat empat triangulasi yang dirujuk dari sumber kepustakaan yakni triangulasi data (*data triangulation*), triangulasi metodologi (*methodological triangulation*), triangulasi penulis (*investigator triangulation*) dan triangulasi teoritik (*theory triangulation*).¹⁸

Dalam penelitian ini hanya dua triangulasi saja yang digunakan yakni triangulasi sumber data, dan triangulasi metodologi, karena penulis hanya menitikberatkan perhatian terhadap bentuk dan efektivitas dakwah di TVRI Kaltim. Pelaksanaanya dikerjakan dengan menggunakan berbagai sumber yakni berdiskusi dengan dai/tokoh agama, praktisi media, dan masyarakat.

Teknik triangulasi seperti ini dapat membangun validitas dari suatu kategori dalam menguji kebenaran suatu data. Cara lain yang digunakan penulis dalam triangulasi adalah membandingkan hasil-hasil catatan yang diperoleh dalam pengumpulan data penelitian, baik melalui observasi maupun melalui wawancara.

¹⁶Lihat Djam`an Satori dan Aan Komariah, *op. cit.*, h. 61.

¹⁷*Ibid.*, h.164.

¹⁸Lincoln, Y.S. dan Guba, E.G, *op. cit.*, h. 80.

D. Temuan

1. Profil LPP TVRI Kalimantan Timur

Sejarah berdirinya TVRI Kalimantan Timur, diawali dari Stasiun Produksi Keliling (SPK) Balikpapan di Gunung Pancur, kemudian menjadi TVRI Stasiun Balikpapan. Adanya Kebijakan Pemerintah, yang mengharuskan TVRI Stasiun Penyiaran berada di Ibukota Propinsi, maka pada tahun 1992, TVRI Stasiun Balikpapan pindah ke Samarinda.

Seiring dengan perjalanan waktu, TVRI Stasiun Kalimantan Timur sudah banyak berkiprah dalam penyampaian informasi kegiatan Gubernur, Wakil Gubernur, Bupati dan Walikota se-Kalimantan Timur, serta memberikan hiburan yang menarik, menyajikan informasi tentang olahraga serta berbagai program acara budaya serta agama, dan tak ayal TVRI Kalimantan Timur semakin banyak diminati acaranya oleh masyarakat.

Sejak Maret 2010, Siaran TVRI Kalimantan Timur-pun semakin luas, menjangkau sampai Asia Pasipic, dimana Pemprov Kalimantan Timur memberikan bantuan berupa penyewaan transponder Satelit Telkom 1 pada frekwensi 3793 Mhz, Symbol Rate 3000, Polarisasi Horizontal. Dengan demikian jangkauan siaran TVRI Kalimantan Timur, dapat diterima oleh para penonton di negara-negara ASEAN, Papua Nuginie, Laos, Cambodia, Taiwan, Myanmar, Hongkong, Macau hingga Australia Utara.

Bagi masyarakat Kalimantan Timur yang tidak memiliki Parabola dapat melihat siaran TVRI Kalimantan Timur, menggunakan antena VHF maupun UHF di 13 Stasiun Transmisi yang tersebar di seluruh Kalimantan Timur, yaitu di Kantor TVRI Kalimantan Timur di Samarinda (UHF), Transmisi Gunung Lampu Samarinda (VHF), Satuan Transmisi Gunung Pancur (UHF), Gunung Intan (VHF), Long Ikis (VHF), Tanah Grogot (VHF), Melak (VHF), Sangkulirang (VHF), Tarakan (VHF), Tanjung Redeb (VHF), Nunukan (VHF), Malinau (UHF), Sebatik (UHF).

TVRI daerah satu-satunya di pulau Kalimantan yang sudah ber-Tipe A ini, melakukan siaran selama 4 jam sehari, sejak tahun 2008, siaran TVRI Kalimantan Timur mengudara selama 4 jam sehari setelah itu merelay siaran TVRI Pusat Jakarta. Siaran Lokal dimulai pukul 16.00 hingga 20.00 wita dengan berbagai program, diantaranya Berita, Talkshow, Hiburan, Musik, Budaya, Pendidikan dan Agama. Selain memproduksi untuk tayangan lokal, TVRI Kalimantan Timur, juga mengirim Paket acara seperti Pelangi Nusantara, Pesona Desa, Daerah Membangun, serta secara aktif melakukan pengirim Berita secara *live cross* ke TVRI Jakarta atau menggunakan FTP.

Dari sisi sumberdaya manusia, TVRI Kalimantan Timur memiliki karyawan sebanyak 175 orang, yang terbagi dalam 5 bidang, yaitu Bidang Berita, Bidang Program & Pengembangan Usaha, Bidang Teknik, Bagian Keuangan serta Bagian Umum & SDM. Diantara Karyawan, sudah ada yang berpendidikan Stata Dua. Untuk meningkatkan profesionalisme karyawan, TVRI Kalimantan Timur selalu mengirimkan peserta diklat ke Balai diklat TVRI di Jakarta.

Bidang Berita terdapat beberapa profesi di antaranya Produser Berita, Reporter, Kamerawan Berita, Pengarah acara Berita, Editor Berita dan FD Berita.

Sedangkan di Program serta pengembangan Usaha, terdiri dari Produser, PD Umum, PD Program, Tenaga Tata artistik, Make up, serta profesi Manajer Unit. Untuk di Bidang Teknik, terdiri dari Technical director, Penata cahaya, Penata Suara, Penata Gambar, tenaga CCU, tenaga editor, tenaga Master control, dan tenaga Maintenance. Untuk di Bagian keuangan, SDM dan Umum, terdapat tenaga Manajer Unit, Tenaga Pengelola keuangan, Bendahara, Supir dan tenaga bidang kepegawaian.

Saat ini dalam menyelenggarakan kegiatan penyiaran televisi, TVRI Kalimantan Timur dipimpin oleh seorang Kepala Stasiun Manajer dibantu oleh Kepala Bidang sebagai berikut: Kepala Bidang Program dan pengembangan Usaha yang membawahi Kepala Seksi Program dan Kepala Seksi Pengembangan Usaha; Kepala Bidang Berita, yang membawahi Kepala Seksi Produksi Berita dan Kepala Seksi *Current Affair* & Siaran Olah Raga; Kepala Bidang Teknik, yang membawahi Kepala Seksi teknik Transmisi, Kepala Seksi fasilitas Transmisi dan Kepala Seksi Teknik Produksi dan Penyiaran; Kepala Bidang Keuangan, yang membawahi Kepala Subbagian Perbendaharaan dan Subbagian Akutansi; Kepala Bagian Umum yang membawahi Kepala Subbagian Sumber Daya Manusia dan Kepala Subbagian Perlengkapan. Masing-masing pejabat struktural tersebut dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh staf administrasi/keuangan dan pejabat fungsional yang terdiri atas Andalan Siaran, Adikara Siaran, dan Teknisi Siaran.¹⁹

Setelah mengalami beberapa kali perubahan status kelembagaan, saat ini TVRI ditetapkan menjadi Lembaga Penyiaran Publik (LPP). Sesuai dengan semangat Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran, bahwa di Indonesia hanya dikenal 4 jenis lembaga penyiaran yaitu: (1) Lembaga Penyiaran swasta, yaitu lembaga penyiaran yang bertujuan untuk komersil atau mencari keuntungan bisnis dari penyelenggaraan siarannya, (2) Lembaga Penyiaran Publik, yaitu lembaga penyiaran yang pendiriannya diinisiasi oleh masyarakat dan didanai oleh APBN/APBD dan menjadi media yang berpihak kepada kepentingan publik (3) Lembaga Penyiaran Komunitas, atau lembaga penyiaran yang dibentuk oleh komunitas tertentu untuk menjadi media komunitasnya sendiri dan tidak bersifat komersil, serta (4) Lembaga Penyiaran Berlangganan, atau lembaga penyiaran yang sifatnya berbayar dengan pelanggan yang terikat oleh aturan berlangganan.

Sebagai sebuah lembaga penyiaran publik TVRI sudah seharusnya menjadi media utama dalam memberikan informasi yang sehat dan mendidik bagi masyarakat umum. TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik adalah sebuah organisasi lini (*line organization*), bahwa posisi tertinggi dalam struktur organisasi TVRI adalah Dewan Pengawas yang bertugas memantau roda organisasi, mengawasi pelaksanaan visi, tugas, dan fungsi TVRI sebagai sebuah lembaga penyiaran publik serta memberikan masukan berkaitan dengan pelaksanaan tugas penyiaran TVRI.

¹⁹Adikara siaran adalah orang-orang yang berkreasi di balik penyiaran, misalnya pengarah acara, penata busana, penata rias atau penulis naskah. Andalan Siaran, adalah orang-orang garis depan yang langsung bersentuhan dengan pemirsa, misalnya penyiar dan reporter. Sedangkan teknisi siaran ialah petugas teknik yang bertugas pada proses produksi acara siaran.

Pelaksanaan tugas penyiaran dikoordinir oleh Direktur Utama yang dibantu oleh 5 (lima) orang kepala direktorat, masing-masing Direktorat Program Berita, Direktorat Keuangan, Direktorat Teknik, Direktorat Umum dan Direktorat Pengembangan dan Usaha. Selain itu Direktur Umum juga membawahi 3 (tiga) unsur penting dalam struktur organisasi TVRI yaitu : Satuan Pengawas Intern, Pusat Pendidikan dan Latihan (Pusdiklat) dan Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbang).

Pelaksanaan operasional penyiaran dipimpin oleh masing-masing Kepala stasiun penyiaran yang terbagi kepada beberapa tipe stasiun televisi. Pelaksanaan operasional penyiaran ini dilakukan secara terpadu mengikuti pola siaran terpadu yang ditetapkan oleh FOPERSI di TVRI Pusat.

TVRI Kalimantan Timur saat ini dipimpin oleh Kepala Stasiun dengan membawahi beberapa kepala bagian dan bidang, yang menempati pekerjaan sesuai dengan kebutuhan kinerja sebuah stasiun penyiaran tipe A. Penentuan tipe sebuah televisi daerah dilihat dari fasilitas sarana dan prasarana, jumlah SDM serta kinerjanya.

Sebagai lembaga publik TVRI Kalimantan Timur memposisikan diri dekat kepada warga, menjadi media yang senantiasa saling mengingatkan antara publik satu dengan publik lainnya serta dari TVRI Kalimantan Timur sendiri dengan kontrol sosial yang berlandaskan kebijakan penyiaran “*peace information*”.

Tentang visi TVRI Kalimantan Timur, Syarifuddin Lakku²⁰ menjelaskan bahwa visi TVRI Kalimantan Timur ialah: Televisi warga yang menuntun, mencerdaskan dan terdepan di kawasan Kalimantan. Visi ini merupakan penjabaran dari visi TVRI Nasional yaitu “Terwujudnya TVRI sebagai media pilihan bangsa Indonesia dalam rangka turut mencerdaskan kehidupan bangsa untuk memperkuat kesatuan nasional”.

Untuk mewujudkan visi tersebut maka pihak manajemen TVRI Kalimantan Timur menyusun 7 (tujuh) langkah program yang diusung sebagai misi, yaitu: (1) Penciptaan lingkungan dan suasana kerja menyenangkan, (2) Pengembangan kemampuan SDM berkelanjutan, (3) Pendayagunaan potensi SDM sesuai minat dan kemampuan, (4) Peningkatan mutu siaran sejalan dengan kebutuhan dan keinginan publik, (5) Mewujudkan kemitraan saling menguntungkan (6) mencerdaskan masyarakat Kalimantan Timur, dan (7) Menjadikan media perekat sosial dan pelestari budaya lokal.

Melalui misi ini dirancanglah program kerja yang disusun untuk jangka pendek pertahun, dan jangka panjang perlima tahun. Program kerja bersama antar stasiun TVRI dengan TVRI kantor pusat Operasional program kerja tertuang dalam “Pola Siaran Terpadu” berupa program penyiaran nasional yang ditunjang oleh 28 stasiun TVRI seluruh Indonesia, sedangkan untuk stasiun daerah mengacu pada Pola Siaran Lokal.

²⁰ Hasil wawancara dengan H. Syarifuddin Lakku, Kepala Stasiun TVRI Kalimantan Timur, tanggal 12 Juni 2014 di kantor TVRI Kalimantan Timur. Jl. H. Ery Suparjan Samarinda.

2. Pola Acara Siaran TVRI Kalimantan Timur

Pola acara siaran adalah pedoman pelaksanaan penyiaran berjadwal penyiaran serta tema acara yang diproduksi sesuai jenis mata acara masing-masing. Pola acarasiaran ini disusun oleh bidang program dan Pengembangan Usaha yang dibahas di FOPERSI²¹ untuk ditetapkan sebagai pola acara siaran yang akan ditinjau kembali setiap tiga bulan.

Sebelumnya penetapan pola acara siaran dilakukan setiap setahun sekali, namun dengan pertimbangan begitu pesatnya perkembangan informasi, persaingan antar stasiun televisi serta selera publik (pemirsa) yang senantiasa berubah, maka kebijaksanaan penetapan pola acara siaran di TVRI Kalimantan Timur diganti dan ditinjau kembali setiap tiga bulan sekali, bahkan serigkali pula dilakukan tinjauan pola acara siaran lebih cepat dari jadwal yang ditetapkan, misalnya sebulan sekali atau atas pertimbangan kejadian penting yang akhirnya harus mengubah pola acara yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Selain pola acara siaran yang berlaku secara lokal juga dikenal acara siaran terpadu yang dijadikan sebagai pedoman bagi semua stasiun TVRI daerah yang dijadikan pegangan untuk siaran nasional TVRI Pusat Jakarta. Pola acara siaran terpadu diterbitkan setiap bulan sebagai acuan TVRI Pusat Jakarta serta seluruh stasiun lokal yang ada di 28 stasiun TVRI di daerah tingkat propinsi dalam menyusun jadwal acara atau *run down*²² acara harian.

Berdasarkan hasil wawancara, sepanjang bulan Juni 2014 TVRI Kalimantan Timur menayangkan 68 judul mata acara, yang terdiri acara pendidikan, hiburan, drama/ budaya, serta berita/ penerangan/ Pola acara ini tampaknya didominasi oleh acara bergenre pendidikan sebanyak 38 %, kemudian acara bergenre berita/ informasi sebesar 30 %, dan sisanya masing-masing acara bernuansa hiburan sebanyak 17 % , dan acara drama / budaya sebanyak 15 %.

Dari keseluruhan mata acara tersebut, terdapat beberapa mata acara yang merupakan acara dakwah atau acara yang memang materi utamanya adalah dakwah tentang Islam, yaitu : (1) Sentuhan Kalbu, (2) Getar Kalam, (3) Azan Magrib, dan (4) Senandung Religi.

Sepanjang bulan Juni hingga Agustus pekan ke 2 nyaris tidak banyak perubahan pola acara, kecuali ada acara *talkshow* Dokter Menyapa yang bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Samarinda.

Dari pola acara tersebut dapat diketahui bahwa TVRI Kalimantan Timur mengudara selama 4 jam sehari atau dari jam 16.00 hingga 20.00 wita, sebelum dan sesudahnya adalah acara yang direlay dari TVRI Pusat Jakarta. Durasi selama 4 (empat) jam itu diisi dengan maksimal 7 (tujuh) mata acara perhari yang disiarkan

²¹FOPERSI adalah singkatan dari Forum Perencanaan Siaran. Forum ini yang terdiri atas para pejabat tingkat tinggi Kepala Bidang ditambah beberapa staf senior atau memiliki latar belakang dan pengetahuan mendalam tentang penyiaran. Tugas utama forum adalah mengevaluasi paket-paket produksi yang akan disiarkan atau pasca siar. Forum ini merekomendasi untuk perbaikan mutu. Setelah diputuskan oleh FOPERSI, konsep acara yang disertai catatan: mata acara, jenis acara, tujuan, sasaran, kriteria acara, rancangan produksi dan keterangan seperlunya diserahkan ke bidang program atau bidang berita dan mata acara tersebut dimasukkan dalam pola siaran minimal jangka waktu 3 (tiga) bulan.

²²*Rundown* adalah acara merupakan urutan amata acara yang ditayangkan setiap hari.

secara lokal dengan durasi masing-masing acara bervariasi antara 30 hingga 60 menit.

Dari hasil wawancara dengan H. Syarifuddin Lakku, Kepala Stasiun TVRI Kalimantan Timur diketahui bahwa acara siaran TVRI Kalimantan Timur terdiri atas tayangan bernuansa Pendidikan 38%, Drama/Budaya 15%, Hiburan 17%, dan Berita/ Penerangan 30% yang berlaku untuk pola siaran Mei hingga Agustus tahun 2014.²³

Pada setiap hari antara jam 16.00 hingga 16,30 wita diisi dengan acara hiburan yaitu tembang daerah untuk memberikan warna acara dengan muatan lokal sesuai ciri khas daerah, acara ini berisi lagu-lagu dari bahasa Kutai, Banjar, dan Dayak, yang menampilkan artis dan penyanyi lokal, berupa acara yang diproduksi oleh *PH (production house)* lokal.

Setiap hari pada jam 16.30 hingga 17.00 wita, ditayangkan paket Berita Sore yang berisi tentang liputan berita seputar daerah Kalimantan Timur yang disampaikan oleh penyiar berita. Pada pukul 17.00 hingga 18.00 diisi dengan acara paket pendidikan dengan judul beragam, dan setiap hari Kamis acara dakwah Sentuhan Kalbu,²⁴ acara ini merupakan salah satu acara dakwah yang disajikan dalam bentuk *talk show* dengan menghadirkan sekelompok majlis taklim di studio sebagai audiens dan berinteraksi langsung dengan narasumber. Arasumber dari acara ini adalah para dai lokal yang disesuaikan dengan tema serta penguasaan narasumber yang bersangkutan. Acara dipandu oleh pembawa acara yang bukan penyiar tetap TVRI. Karena acara ini diselenggarakan atas kerjasama beberapa pihak, misalnya Majelis Taklim Al Fath, STAIN Samarinda, BAZ Kalimantan Timur dan Kementrian Agama Kalimantan Timur, maka narasumber dan pembawa acaranya pun ditentukan oleh pihak mitra.

Dari pola acara tersebut juga disebutkan bahwa pada setiap Jumat ditayangkan acara Getar Kalam. Acara ini merupakan sebuah acara yang menyajikan pembelajaran al-Qur'an dengan materi yang disusun sesuai urutan surah-surah pendek yang ada dalam al-Qur'an. Penyajiannya dilakukan dalam bentuk edukasi selama 30 menit. Pada acara ini penyajian materi tidak hanya menguraikan bagaimana membaca al Qur'an dengan baik dan benar sesuai dengan ilmu tajwid, tetapi juga penjelasan umum tentang terjemahan al Qur'an dan penafsirannya yang sesekali menghadirkan narasumber tamu, termasuk beberapa audiens baik dari kalangan santri maupun dari kelompok majlis taklim.

Setiap sore memasuki waktu shalat Magrib, TVRI Kalimantan Timur juga menayangkan Azan Magrib disesuaikan dengan jadwal waktu shalat Magrib. Penayangan Azan Magrib tentu saja mengikuti jadwal waktu shalat sesuai ketetapan yang berlaku di wilayah kota Samarinda, Balikpapan dan sekitarnya. Hal ini menjadi kekuatan tersendiri bagi TVRI Kalimantan Timur untuk menjalin

²³Hasil wawancara dengan H. Syarifuddin Lakku, Kepala Stasiun TVRI Kalimantan Timur, tanggal 12 Juni 2014 di kantor TVRI Kalimantan Timur. Jl. H. Ery Suparjan Samarinda.

²⁴Sentuhan Kalbu, acara dialog tentang permasalahan agama Islam dengan menghadirkan narasumber dari kalangan ulama/ dai/ pakar Islam yang dipandu oleh seorang presenter. Acara ini juga biasa dihadirkan kelompok majlis taklim yang diberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan narasumber bagi audiens di studio maupun pemirsa di rumah melalui pesawat telepon.

kerjasama dengan pihak mitra dalam memproduksi paket azan Magrib terutama di bulan Ramadan, karena azan Magrib dijadikan sebagai patokan untuk berbuka puasa. Sehingga para pemirsa di wilayah Kalimantan Timur hamper seluruhnya mengalihkan kanal frekuensinya yang ditontonnya ke stasiun televisi lokal.

3. Gambaran Produski Acara TVRI Kalimantan Timur

Produksi dan penyiaran televisi yang merupakan ugas utama TVRI Kalimantan Timur dilaksanakan oleh Tim Produksi atau Tim Operasional Penyiaran. Tim produks acara acara dibentuk berdasarkan Surat Perintah Operasional (SPO) Kepala Bidang Berita atau Kepala Bidang Program yang sekaligus menugaskan Pejabat Fungsional dari bidang bersangkutan. Kepala Bidng Teknik menugaskan Pejabat Fungsional untuk bergabung dalam Tim Produksi Berita (khususnya produksi non berita harian) atau Tim Produksi Acara/Program. Kepala Bagian Umum dan SDM menugaskan staf dalam Tim Produksi untuk menunjang atau membantu proses penyelesaian produksi.

Khusus untuk operasional penyiaran Tim dibentuk berdasarkan Surat Perintah Operasional Kepala Bidang Program dan dilengkapi oleh masing-masing petugas dari Bidang dan Bagian lain.

Seperti telah diungkapkan sebelumnya bahwa tayangan acara TVRI Kalimantan Timur tidak semuanya diproduksi sendiri melainkan juga menerima dai rumah produksi atau stasiun yang resmi.²⁵ Khusus untuk paket acara yang diproduksi sendiri, Kepala Stasiun TVRI Kalimantan Timur menjelaskan bahwa setiap produksi acara melibatkan sejumlah kerabat kerja yang jumlah kerabat kerja yang dilibatkan relatif, sesuai sifat dan bentuk serta besarnya acara. Semakin besar acara semakin besar jumlah kerabat kerja. Dalam produksi televisi semua fungsi kerabat kerja utama dilibatkan, hanya untuk produksi kecil basanya seorang kerabat kerja mempunya fungsi ganda.

Fungsi-fungsi utama dalam kerabat kerja produksi acara televisi adalah : Bidang program/ Berita: Produser, Pengarah Acara, asisten, Penata Rias, Perancang Dekorasi, Penata Dekorasi, Bidang Teknik, Kameramen, Penata Cahaya, Penata Suara, Pengalih Gambar, Pengarah teknik, Operator Komputer Grafis, Bidang tata Usaha: Manajer Unit.

Dalam prakteknya proses produksi di TVRI Kalimantan Timur berawal dari sebuah konsep (diusulkan melalui produser acara) yang disahkan oleh pejabat yang berwenang di Bidang Program (Kepala Seksi Program) dan atau Bidang Berita (Kepala Seksi Berita & Kepala Seksi *Current Affair*). Pemisahan tentang konsep acara dalam hal ini disebabkan karena paket acara berita memiliki karakter berbeda denga acara non berita.

²⁵Hasil wawancara dengan Zainal Abdi, proses pengadaan produksi acara dari luar tersebut ialah: pihak yang bersangkutan mengajukan permintaan dan menyerahkan paket yang dimaksud untuk dievaluasi. Jika dinyatakan layak siar dibuat kesepakatan: apakah mitra membayar *slot time* penyiaran atau kerjasama dengan barter atau kerjasama tanpa ada yang membayar dan menerima, bila konten paket tersebut ntuk kepentingan publik, atau TVRI Kalimantan Timuryanharus membayar dengan syarat acara tersebut sesuai kebutuhan TVRI Kalimantan Timur untuk penyiaran (kepentngan publik) atau TVRI diijinkan untuk mencari mitra/ kerjasama penyiaran ke pihak lain.

Secara umum urutan pelaksanaan proses produksi siaran di TVRI Kalimantan Timur adalah sebagai berikut : (1) Penyiapan Konsep/Naskah, (2) Penerbitan Surat Perintah Operasi, (3) Penentuan Kerabat Kerja, (4) Pelaksanaan observasi/ *hunting* lokasi/ kostum, (6) Persiapan peralatan teknik, (7) Pelaksanaan produksi atau langsung penyiaran, (8) Pasca produksi, (9) Evaluasi acaa, (10) Penyiaran, dan (11) Evaluasi FOPERSI.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh TVRI Kalimantan Timur dalam pelaksanaan produksi acaranya ialah masalah keterbatasan biaya produksi. Anggaran dari APBN dinilai sangat minim, untuk itu diperlukan efisiensi biaya dari jumlah anggaran yang diberikan oleh APBN. Penghematan biaya tersebut menjadi modal tambahan untuk dapat memproduksi acara tambahan di luar anggaran yang telah ditetapkan oleh APBN, anggaran tersebut diperuntukkan bagi produksi acara yang akan disiarkan secara nasional.

Selain itu keterbatasan alat dan fasilitas yang memadai mengingat peralatan di stasiun TVRI Kalimantan Timur sudah banyak yang tidak *up to date* untuk sebuah stasiun penyiaran di era sekarang, apalagi dengan makin banyaknya stasiun televisi swasta baik nasional maupun lokal yang sudah didukung dengan peralatan canggih dan jangkauan siar yang memadai.

Dalam prakteknya durasi siaran (4 jam per hari) jauh lebih besar dan membutuhkan biaya berlipat ganda dari anggaran per mata acara yang disediakan. Sehingga pihak TVRI seringkali membutuhkan adanya mitra kerja yang dapat membantu produksi acara siaran setiap hari. Selain itu seringkali dilakukan subsidi silang secara internal, yaitu anggaran mata acara yang biaya produksinya diperoleh atas kerja sama mitra pendukung digunakan selebihnya untuk memproduksi acara lain yang tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar. Subsidi silang ini seperti ini seringkali dilakukan oleh pihak TVRI Kalimantan Timur sebagai upaya peningkatan pelayanan kepada pemirsanya.

E. Pembahasan

1. Bentuk Dakwah TVRI Kalimantan Timur

Sebagai sebuah lembaga penyiaran publik, maka TVRI Kalimantan Timur selayaknya menyajikan acara yang memiliki muatan edukasi, informasi dan hiburan yang dapat mejadi perekat sosial yan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan publik. Demikian pula dengan muatan dakwahnya. Pengertian tentang bentuk dakwah di televisi bisa berarti siaran mata acara yang memang merupakan acara dakwah, atau tayangan yang berisi tentang siaran keagamaan., dan atau siaran yang bersifat umum, mualai dari acara berita, musik, budaya mauun siaran olah raga yang dalam penajiannya memuat unsur dakwah. Dalam hal ini termasuk penampilan para penyiar/ presenter dengan busana yang menunjukkan simbol keagamaan dan bentuk sapaan yang menunjukkan bentuk sapaan khas suatu agama tertentu.

Seiring perkembangannya TVRI mulai lebih dekat dengan pemirsanya. Nuansa agama juga bukanlah hal yang tabu untuk dijadikan alasan sebagai dasar ide untuk memproduksi acara siaran. Seperti yang diakui oleh Kepala Stasiun TVRI Kalimantan Timur, bahwa sebagai lembaga penyiaran publik, TVRI

senantiasa mengupayakan adanya muatan dakwah pada setiap acara yang diproduksi oleh TVRI Kalimantan Timur.

“Pesan dakwah atau kebaikan di setiap acara tetap diupayakan. Sebagai media publik TVRI berperan untuk saling mengingatkan dan sesuai misi kebijakan penyiaran TVRI *peace information*. Pesan kebaikan itu bersifat universal tidak harus dari agama tertentu. Pesan kebaikan tersebut bias saja berasal dari agama, dari filosof, atau pemikiran-pemikiran baik yang sejalan dengan nilai agama dan norma sosial serta nilai-nilai kebenaran atau ilmiah. Khusus untuk pesan keagamaan dimasukkan dalam acara-acara tertentu seperti mimbar agama atau pendidikan sebagai wahana media dakwah dari agama bersangkutan.

Senada dengan pernyataan Syarifuddin Lakku, seperti telah diungkapkan sebelumnya dalam penegasan judul tentang bentuk-bentuk dakwah yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah merupakan kegiatan ajakan baik dalam bentuk gambar maupun suara yang disampaikan dengan lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan melalui program acara siaran terpadu dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul didirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama Islam yang disampaikan dengan mengajak, mendorong, menyeru manusia untuk melakukan kebaikan dan menaati petunjuk Allah, menyuruh mereka melakukan kebajikan dan mencegah dari perbuatan yang mungkar, agar meraih kebahagiaan dunia dan di akhirat.

Sebagai upaya peningkatan mutu acara siaran TVRI, Syarifuddin Lakku mengakui bahwa senantiasa dilakukan pengawasan dan evaluasi siaran. Evaluasi/ pengawasan dilaksanakan langsung oleh Produser dan atasan langsung (Ka. Seksi) dan Kepala Bidang terkait dengan produksi. Evaluasi dilaksanakan oleh petugas monitoring per hari dari anggota FOPERSI secara bergilir. FOPERSI mengadakan rapat evaluasi setiap pekan minimal sekali, dan menghadirkan produser/ pengarah acara/ pengarah teknik jika dibutuhkan untuk memberikan keterangan berkaitan kasus-kasus tertentu.

Ketika ditanyakan tentang penanggungjawab dan eksekutor sebuah produksi acara di TVRI Kalimantan Timur, Syarifuddin Lakku menjelaskan, bahwa untuk paket rutin sesuai Pola Siaran oleh Kepala Bidang Program/ Kepala Bidang Berita atau jenjang ke bawah yang menerima delegasi. Pelaksanaan produksi dilaksanakan oleh Kepala Bidang Program/ berita yang didelegasikan kepada produser yang ditunjuk untuk itu. Khusus penyiaran dilaksanakan di bawah perintah dan koordinasi Kepala Bidang Program didelegasikan ke staf yang ditugaskan sebagai Pengarah Acara Umum. Sedangkan untuk paket khusus/ non pola diproduksi dan disiarkan atas keputusan FOPERSI sangat khusus dievaluasi dan ditentukan layak atau tidak layak atau *reedit*, *rewriting* atau *reshooting* sebuah acara yang ditentukan oleh Tim Pengendali Mutu.

Rangkaian kegiatan produksi acara siaran TVRI Kalimantan Timur seperti telah diuraikan di atas menghasilkan karya berupa paket acara yang menjadi wujud pelayanan TVRI Kalimantan Timur kepada pemirsanya.

Dari hasil observasi yang dilakukan berkenaan dengan proses produksi acara siaran tersebut, maka ditemukan ada 2 dua) kategori bentuk dakwah di TVRI

Kalimantan Timuryaitu : (1) Bentuk Dakwah Integratif dan (2) Bentuk Dakwah Parsial.

2. Bentuk Dakwah Integratif

Bentuk dakwah integratif adalah bentuk dakwah yang terintegrasi atau dakwah yang sekaligus menjadi program acara TVRI Kalimantan Timur. Bentuk dakwah integratif meliputi *Bentuk Dakwah pada Program Acara Dakwah*.

Bentuk dakwah pada program acara dakwah televisi yaitu, jenis paket acara yang disajikan pada jadwal tertentu sesuai dengan target kalayak pemirsa. Bentuk program dakwah di TVRI Kalimantan Timur yang ditemukan selama penelitian ini :

- a. Sentuhan Kalbu yaitu sebuah acara dialog yang menampilkan seorang nara sumber yang diwawancarai oleh seorang presenter di depan sekelompok audiens dari majlis taklim. Di tengah acara, presenter membuka interaktif lewat telepon serta interaktif dengan audiens di studio. Acara berdurasi 60 menit. Ditayangkan setiap Kamis sore pukul 17.00 wita.
- b. Getar Kalam, yaitu sebuah acara dakwah bersifat edukatif yang berisi tentang pembelajaran al-Qur'an dengan menampilkan seorang narasumber sekaligus sebagai presenter. Sewaktu-waktu juga menghadirkan narasumber tamu drai pakar. Materi dakwah adalah telaah ayat-ayat suci al-Qur'an. Di studio juga hadir jama'ah yang lebih bervariasi, terdiri dari anak-anak, remaja, maupun orang dewasa (dari majlis taklim atau rombongan kelompok tertentu, misalnya siswa atau kelompok remaja masjid). Durasi acara 30 menit. Ditayangkan setiap hari Jum'at pukul 17.00 wita.
- c. Dialog Khusus/ Dialog Eksklusif, merupakan acara *live* (siaran langsung) atau rekaman yang disajikan dalam bentuk *talk show* dengan menghadirkan beberapa orang narasumber berupa pakar di bidang berbagai ilmu. Acara ini mengupas suatu tema disesuaikan dengan isu yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat berkaitan dengan perayaan atau *event* tertentu. Durasi acara selama 2 (dua) jam atau lebih, dan terkadang menghadirkan pula beberapa orang *audiens* di studio yang ikut berpartisipasi dalam diskusi pembahasan tema pembicaraan.
- d. Azan Magrib, penayangan suara azan yang disertai visual grafis berupa terjemahan dari setiap lirik azan begitu pula tulisan Arab sesuai lafaz azan yang mengajak setiap muslim untuk segera meninggalkan aktivitasnya dan menunaikan ibadah shalat.
- e. Senandung Religi, acara ini merupakan acara hiburan selama 30 menit dengan menampilkan beberapa penyanyi atau grup music dalam bentuk rekaman di studio. Di sela-sela lagu, presenter membuka dan menutup acara serta mengomentari isi lagu dengan beberapa kata hikmah yang juga mengandung muatan dakwah.
- f. Paket Hiburan menyambut Hari Besar Islam, yaitu sebuah acara yang diproduksi dalam rangka menyambut perayaan hari besar Islam. Acara ini menampilkan beberapa buah lagu Islami yang diselingi dengan *tausiyah* (pesan-pesan nasehat) serta puisi-puisi yang bernuansa dakwah, atau dengan penggarapan semi sinetron. Proses pengambilan gambar dilakukan di luar

studio (*out door production*) dengan melibatkan artis-artis lokal yang terseleksi. Durasi acara 60 sampai 90 menit.

- g. Kata-kata Bijak, yaitu dakwah dalam bentuk grafis atau tulisan yang disajikan dalam bentuk *filler*, ditampilkan di sela-sela acara atau saat menantikan penayangan sebuah acara sesuai jadwal penayangannya.

3. Bentuk Dakwah Parsial

Kalau dalam bentuk dakwah integratif dikenal adanya bentuk dakwah yang sekaligus menjadi program acara siaran, maka bentuk dakwah parsial adalah bentuk dakwah berupa audio, visual maupun grafis yang mengandung nilai-nilai dakwah yang dilihat dari sisi proses produksi acara TVRI Kalimantan Timur dan tidak menjadi bagian dari program acara tersebut. Misalnya penayangan selingan gambar atau tulisan berupa kata-kata hikmat atau hadis Rasul saw. Penayangan visual atau grafis seperti ini disebut juga dengan *fillers* atau *telop*.

Dalam ilmu dakwah, dikenal pula beberapa bentuk dakwah berupa: (1) *dakwah bi al-lisan* untuk pengistilahan dakwah dengan menggunakan kata-kata yang terucap, (2) *dakwah bi al hal* untuk dakwah yang dilakukan dengan contoh berupa kegiatan, (3) *dakwah bi al kitabah* atau dakwah yang dilakukan dalam bentuk tulisan atau grafis, (4) *dakwah bi al funun* atau dakwah yang dilakukan dalam bentuk karya seni yang mengandung unsure keindahan atau estetika, apakah dalam bentuk gambar (*visual*), suara (*audio*), atau tulisan (*grafis*).

Selain itu ada juga bentuk dakwah yang disesuaikan dengan metode penyampaian kepada target sasaran atau *mad'u*. Dari sisi metode penyampaian dakwah, seperti diajarkan al Qur'an maka dikenal adanya 3 (tiga) bentuk metode dakwah yaitu dengan perkataan tegas, dengan metode pembelajaran yang baik serta perdebatan yang baik, atau dengan kata lain *dakwah bial-hikmah, mau'izatul hasanah, mujadalah billati hiya ahsan*.

Dari pemahaman tersebut, maka dalam praktek operasional penyiaran di TVRI Kalimantan Timur ditemukan bentuk dakwah yang sesuai dengan metode tersebut. Metode dengan perkataan yang tegas, pembelajaran yang baik serta perdebatan yang baik, dilakukan pada setiap penayangan acara dakwah di TVRI Kalimantan Timur. Metode tersebut dilakukan oleh para nara sumber dalam menyampaikan dakwahnya, misalnya ketika berlangsung dialog interaktif melalui telepon, tanya jawab dan perdebatan senantiasa dilakukan dengan cara yang baik.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, dikenal adanya metode dakwah berupa: (1) *dakwah bial-lisan*, (2) *dakwah bi al hal*, yang kemudian dikembangkan sehingga dikenal pula istilah (3) *dakwah bi al-kitaabah*, (4) *dakwah bi al funun*, dan lain sebagainya.

Dakwah bial-lisan adalah dakwah dengan menggunakan lisan atau lidah, sebuah terminologi yang menunjukkan tentang bentuk dakwah yang dilakukan oleh seorang dai secara langsung dengan lisan, baik melalui mimbar atau menggunakan media elektronik (seperti radio atau televisi).

Sementara *dakwah bi al hal* menunjukkan bentuk dakwah yang dilakukan seseorang dengan memperlihatkan sebuah tindakan yang mengajak untuk diteladani. Bentuk dakwah seperti ini lebih mudah ditemukan di layar televisi, karena televisi menyajikan gambar selain suara. Undang-undang nomor 32 tahun

2002 tentang penyiaran maupun kode etik penyiaran tertuang dalam P3-SPS (pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) mengisyaratkan bahwa asal satu fungsi penyiaran adalah media pendidikan. Sehingga sudah semestinya media televisi bisadimanfaatkan sebagai media dakwah, karena tujuan dakwah adalah untuk memperbaiki kehidupan seseorang sebagaimana tujuan pendidikan.

TVRI Kalimantan Timur sebagai sebuah lembaga penyiaran publik juga menggunakan strategi dakwah yang telah diungkapkan pada pembahasan di atas. Dengan demikian selain bentuk dakwah integratif di TVRI Kalimantan Timur juga terdapat bentuk dakwah parsial.

4. Efektivitas Dakwah TVRI Kalimantan Timur

Seperti halnya efektivitas komunikasi yang harus memenuhi syarat prinsip-prinsip komunikasi, maka efektivitas dakwah pun harus memenuhi prinsip-prinsip dakwah. Seperti telah diungkapkan sebelumnya pada bagian awal, bahwa prinsip dakwah ialah *qaulan balighan*. Kata "*balligh*" dalam bahasa Arab berarti sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Bila dikaitkan dengan kata "*qawl*" (ucapan/ komunikasi) "*balligh*" berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki, karena itu prinsip '*qawlan ballighan*' dapat diterjemahkan sebagai komunikasi yang efektif. Salah satu syarat komunikasi dapat efektif, bila komunikator dapat menyampaikan pesannya sesuai kadar dan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. Dalam hal produksi acara dakwah di TVRI Kalimantan Timur, khalayak yang dihadapinya adalah pemirsa atau penonton TVRI Kalimantan Timur itu sendiri.

Untuk mengetahui bagaimana efektivitas dakwah melalui penayangan acara siaran dakwah di TVRI Kalimantan Timur, peneliti melakukan penelusuran data melalui survey pemirsa dengan mengajukan kuisisioner kepada beberapa responden untuk mengetahui pendapat mereka tentang penayangan acara di TVRI Kalimantan Timur. Lebih dari 200 eksemplar kuisisioner yang disebarkan namun yang diisi kemudian dikembalikan oleh responden dan layak untuk dihimpun menjadi data awal adalah 150 eksemplar.

Dari data yang terkumpul tersebut, maka jumlah responden pada kuisisioner ini adalah 150 responden yang terdiri dari 107 orang perempuan dan 43 orang laki-laki. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan selama 2 bulan dari awal bulan Juni hingga hingga akhir Juli 2014. Dari keseluruhan responden, rentang usia mereka adalah dari umur 14 tahun hingga 67 tahun dengan berbagai profesi dari masing-masing responden yaitu: guru, karyawan, siswa, mahasiswa, wiraswasta, arsitektur, peneliti, PNS, ibu rumah tangga, sopir angkot, tukang ojek, dosen, dokter, perawat hingga penyiar radio. Memperhatikan data tersebut berarti TVRI Kalimantan Timur disaksikan oleh sebagian masyarakat Kalimantan Timur dengan latar belakang berbagai macam profesi.

Dengan karakteristik pemirsa yang sangat heterogen, maka hendaknya produksi acara siaran TVRI juga memperhatikan heterogenitas dari pemirsanya, dengan kata lain sebuah acara tidak diproduksi hanya untuk satu golongan atau segmen tertentu melainkan seharusnya dengan mempertimbangkan bahwa tayangan tersebut juga sangat mungkin untuk ditonton oleh pemirsa yang berlatarbelakang berbeda.

Jenjang pendidikan responden, masing-masing tamatan SD:13 orang, SMP 27, SMA 64 orang, 5 orang di antaranya tidak menyebutkan latar belakang pendidikan/ tidak tamat. Sarjana S1 :34 orang, S2: 5 orang dan S3 : 2 orang. Adapun wilayah penyebaran kuesioner, dikarenakan keterbatasan penelitian maka wilayah penyebaran kuesioner hanya sekitar Kota Samarinda.

Metode penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara metode *purposive sampling*, yaitu dengan menetapkan target responden yang memang pernah menyaksikan tayangan TVRI Kalimantan Timur dan acara dakwah di TVRI Kalimantan Timur. Pnyebaran dilakukan pada beberapa kegiatan pertemuan kelompok majelis taklim, di lingkungan sekolah (MAN 2 dan SMPIT Cordova), perguruan tinggi dan di masyarakat.

Dari keseluruhan responden 27 menyatakan setiap hari menonton TVRI, 43 menyatakan sering menonton acara-acara tertentu mislnya program dakwah, berita, dialog ataupun hiburan saja. Terdapat 78 orang yang menjawab jarang, dan 2 dari responden yang menjawab tidak sama sekali. Alasan teknis karena gambar yang tidak jelas dan kurang menarik menjadi alasan umum mengapa jumlah responden lebih banyak yang jarang menonton TVRI Kalimantan Timur.

Untuk mengukur efektivitas dakwah yang dilakukan melalui pesan-pesan kebaikan pada setiap acara TVRI Kalimantan Timur, bisa dilihat dari beberapa indikator, di antaranya dengan menghitung seberapa banyak pemirsa yang terlibat dalam proses interaktif melalui pesawat telepon. Biasanya untuk durasi acara satu jam, penelpon yang terlibat sedikitnya 6 sesi penelpon. Ini tentu saja sesuai dengan kebijaksanaan produser utuk menyeleksi dan menerima telepon yang bordering di sela-sela dialog interaktif. Kesuksesan dari sebuah acara juga dapat diukur dari respon pemirsa yang memberikan komentar secara langsung Selain itu indikator kesuksesan acara tersebut dapat dilihat dari besarnya minat di kalangan kelompok majlis taklim untuk mengisi acara di bidang dakwah di TVRI Kalimantan Timur, sehingga jumlah majlis taklim yang mendaftar untuk menjadi audiens di studio cukup besar.

Salah satu dampak efektivitas penayangan acara dakwah di TVRI Kalimantan Timur juga dapat diukur dari besarnya minat pemirsa dengan melihat *rating* atau jumlah rata-rata pemirsa yang menyaksikan acara tersebut yang dilakukan dengan melakukan survey sebagai ukuran besarnya minat pemirsa terhadap acara tersebut, dapat pula dilakukan melalui dengan jajak pendapat atau penulusuran melalui kuesioner, seperti yang penulis lakukan kepada beberapa responden untuk mengetahui tentang efektivitas dakwah di TVRI Kalimantan Timur. Data tentang seberapa sering para responden menonton TVRI Kalimantan Timur, selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Seberapa sering menonton TVRI Kaltim

Responden	Seberapa sering menonton TVRI Kaltim selama setahun ini				Total
	Setiap hari	Sering untuk acara tertentu	Jarang (sese kali)	Tidak sama sekali	
Perempuan	27	19	58	-	104
Laki-laki	16	8	22	-	46
Jumlah	43	27	80	-	150

Sumber: Data Kuesioner, 2014.

Dari data tersebut di atas menunjukkan bahwa dari 150 orang responden lebih dari setengah mengaku jarang menonton TVRI Kalimantan Timur selama setahun ini, pengertian jarang berarti tidak sesering menonton tayangan dari stasiun televisi lainnya. Dalam kondisi persaingan antar stasiun televisi yang cukup ketat dengan sekian banyak stasiun televisi swasta nasional dan lokal, jumlah angka 43 bagi responden yang mengaku selalu menonton TVRI Kalimantan Timur cukup signifikan. Meskipun lebih dari separuh responden yaitu 78 orang yang mengaku jarang menonton TVRI Kalimantan Timur, namun dalam pengisian pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner berkenaan dengan siaran acara dakwah para responden tetap membrikan masukan data seperti yang tertuang pada hasil rekapitulasi data berikutnya.

Alasan responden menonton acara TVRI Kalimantan Timur cukup beragam, ada yang menyatakan menonton karena mengenal pengisi acaranya, dan ingin menyaksikan sosok yang tampil di layar TVRI, misalnya anggota keluarga, teman atau diri sendiri.

Selain itu ada di antara responden yang menyatakan alasan menonton TVRI karena muatan lokal dari konten acara TVRI Kalimantan Timur yang hampir tidak dapat disaksikan melalui stasiun televisi nasional, misalnya tayangan tentang budaya lokal, pengumuman bersifat lokal, pemberitaan peristiwa-peristiwa seputar Kalimantan Timur atau semisal azan Magrib yang tentu berbeda dengan jadwal waktu shalat di wilayah lain.

Sebagian responden juga mengungkapkan tentang alasan menonton TVRI Kalimantan Timur karena menilai acara-acara TVRI Kalimantan Timur bersifat edukatif serta mengandung muatan dakwah, tetapi ada juga yang tidak tahu menjawab ketika ditanya alasan mereka menonton TVRI Kalimantan Timur dan ada yang memberi jawaban bahwa ia menonton karena sedang iseng mencari kanal pilihan yang lain selain siaran televisi swasta, tanpa menyebutkankan alasan lainnya. Gambaran tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Alasan Menonton TVRI Kaltim

Responden	Alasan Menonton TVRI Kaltim					Total
	Karena mengenal Pengisi Acaranya	Karena Muatan Lokalnya	Karena Acaranya Mendidik	Karena acaranya bermuatan Dakwah	Tidak Ada Pilihan	
Perempuan	14	17	52	18	3	104
Laki-laki	6	8	22	8	2	46
Jumlah	20	25	74	26	5	150

Sumber : Data Kuesioner, 2014.

Sebagai sebuah lembaga penyiaran publik, maka selayaknya jika publik pun berpartisipasi dalam memberikan masukan untuk peningkatan kualitas siarannya, itu dapat terjadi manakala TVRI mampu menyajikan tayangan sesuai harapan pemirsanya dengan berpihak kepada kepentingan khalayak umum.

Secara umum penyajian TVRI Kalimantan Timur di mata responden belum memuaskan, Ada banyak hal yang 'dikeluhkan' oleh para responden terutama dari segi teknis penyajian gambar serta dekorasi. Ketika diajukan pertanyaan apakah menurut anda siaran TVRI Kalimantan Timur telah sesuai harapan anda?.

Responden ada yang memberi jawaban “ya” dan lebih sebagian responden yang menjawab “tidak”, ada yang menjawab “ya dan tidak”, dan ada juga yang menjawab “tidak sama sekali”. Di antaranya ada mengomentari tentang materi berita yang umumnya bersifat seremonial dan terkesan kaku, sehingga pemirsa merasa tidak puas dan belum sesuai dengan harapannya.

Hasil survey pemirsa dari responden penelitian ini menunjukkan data sebagai berikut:

Tabel 3. Sesuikah Siaran TVRI Kaltim dengan Harapan Pemirsa

Responden	Sesuikah siaran TVRI Kaltim dengan harapan anda ?			
	Ya	Ya & Tidak	Tidak	Total
Perempuan	27	46	31	104
Laki-laki	8	21	17	46
Jumlah	35	67	48	150

Sumber : Data Kuesioner, 2014.

Sebanyak 35 responden atau sekitar 23 % dari seluruh responden mengaku siaran TVRI Kaltim telah sesuai dengan harapan mereka. Sejumlah 48 responden atau 32 % yang mengakui tidak sesuai dengan harapan mereka dan selebihnya sekitar 45 % menjawab antara ya dan tidak. Data ini menunjukkan bahwa masih banyak kekurangan TVRI Kaltim dalam memberikan kepuasan sesuai harapan pemirsanya., namun demikian pemirsa tetap mengharapkan adanya perbaikan dalam penyajian acara siaran TVRI. Usul perbaikan itu diungkapkan dengan beragam masukan sebagai upaya peningkatan kualitas siaran TVRI Kaltim.

Selanjutnya pertanyaan tentang mata acara dakwah yang ditayangkan pada TVRI Kaltim ternyata yang paling diminati adalah Senandung Kalbu. Hal ini juga disebabkan karena acara dakwah ini rutin ditayangkan setiap minggunya. Pada kuesioner tentang mata acara dakwah TVRI yang ditonton oleh para responden ini, responden diperbolehkan menjawab lebih dari satu jenis mata acara. Hasil survey dapat dilihat pada tabel selanjutnya :

Tabel 4. Mata Acara Dakwah TVRI Kaltim yang Ditonton Pemirsa

Responden	Mata acara dakwah TVRI Kaltim yang ditonton ?				Total
	Senandung Kalbu	Getar Kalam	Dialog Khusus	Senandung Religi	
Perempuan	68	16	8	12	104
Laki-laki	25	11	6	4	46
Jumlah	93	27	14	16	150

Sumber : Data kuesioner, 2014.

Hasil data tersebut menunjukkan bahwa acara Sentuhan Kalbu merupakan mata acara dakwah yang paling diminati oleh pemirsa., yaitu sejumlah 93 atau sekitar 62 % dari keseluruhan responden 68 diantaranya responden perempuan dan 25 sisanya adalah laki-laki. Selanjutnya disusul oleh acara Getar Kalam, Senandung Religi dan Dialog Khusus.

Data selanjutnya adalah untuk mengetahui efektivitas pesan dakwah pada TVRI Kaltim. Dari 150 responden sebagai pemirsa TVRI Kaltim sebanyak 79 % mengaku dapat menangkap pesan dari apa yang ditontonnya, 15 % yang menangkap hanya separuh dari isi pesan yang disampaikan melalui acara dakwah tersebut, dan 6% diantaranya mengaku dapat menangkap tetapi tidak terkesan. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5. Penerimaan Pesan Dakwah

Responden	Dapatkah anda menangkap pesan dari acara dakwah di TVRI Kaltim?			Total
	Ya	Ya, separuh	Ya tapi tidak terkesan	
Perempuan	98	4	2	104
Laki-laki	21	19	6	46
Jumlah	119	23	8	150

Sumber: Data kuesioner, 2014.

Dari data tabel di atas tentang penerimaan pesan dakwah oleh responden menunjukkan dominan dapat menerima pesan dakwah tersebut. Namun meski tidak terlalu signifikan terdapat 23 orang dari keseluruhan responden atau sekitar 15 % yang menyatakan menerima pesan tetapi separuh saja dan 6 % di antaranya tidak terkesan dengan pesan dakwah yang ditayangkan oleh TVRI Kaltim. Hal ini menunjukkan masih banyak hal yang menyebabkan pesan dakwah tersebut tidak maksimal sehingga tidak efektif bagi pemirsa TVRI Kaltim.

Dengan merujuk kepada keterangan data tersebut hendaknya pihak TVRI Kaltim mampu melakukan evaluasi agar sajian acaranya dapat sampai kepada pemirsa semaksimal mungkin, terutama pesan-pesan dakwah sesuai harapan pemirsanya.

Dari sekian banyak responden yang mengajukan usulan untuk peningkatan kualitas siaran serta kepuasan pemirsanya maka yang paling penting untuk dibenahi TVRI ialah pembenahan kreativitas ide dan kemasan produksi acaranya. Hal ini diajukan responden atau sekitar 82 % dari keseluruhan responden, kemasan cara itu mencakup permasalahan pada kualitas gambar, dekorasi, durasi penayangan termasuk pula keterlibatan khalayak pemirsa untuk ikut berinteraksi dengan nara sumber acara.

Sementara dari keseluruhan responden terdapat 81,33 % yang mengusulkan agar TVRI Kalimantan Timur melakukan peningkatan kualitas dalam hal materi dakwah pada setiap tayangan acara, di antaranya mengusulkan agar dilakukan peningkatan kualitas dari sisi nara sumber sebanyak 8 %, dan 10 % yang mengkritik perbaikan atau peningkatan kualitas pembawa acaranya.

Untuk mengetahui pandangan pemirsa tentang hal apa saja yang patut dibenahi dalam proses produksi dibenahi dalam proses produksi acara dakwah di TVRI Kalimantan Timur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hal yang Patut Dibenahi untuk Perbaikan Siaran Dakwah di TVRI Kaltim

Responden	Hal apa yang patut dibenahi untuk perbaikan siaran dakwah di TVRI Kaltim ?				Total
	Nara Sumber	Pembawa Acara	Materi Dakwah	Kemasan Produksinya	
Perempuan	7	5	7	85	104
Laki-laki	5	10	18	12	46
Jumlah	12	15	25	97	150

Sumber: Data kuesioner, 2014.

Salah satu masukan dari responden tentang hal yang patut dibenahi oleh TVRI Kaltim ialah tentang pengaturan jadwal penayangan termasuk durasi acara. Ini berarti berkenaan dengan penyusunan pola acara. Seperti yang telah diungkapkan dalam temuan penelitian sebelumnya, bahwa untuk menetapkan durasi dan jadwal sebuah tayangan harus melalui rapat forum perencanaan siaran

yang terdiri dari tim monitoring serta manajer dan kepala seksi di lingkungan TVRI Kaltim. Selain itu ada juga yang mengomentari tentang penataan dekorasi yang dinilai monoton sehingga kurang menarik .

Para responden memberikan masukan tentang durasi yang ideal dari sebuah acara dakwah di TVRI yaitu 16,67 % yang menyatakan durasi 30 menit dan 79, 33 % yang menyatakan durasi ideal adalah 60 menit (1 jam). Sisanya 4 % yang menyatakan sebaiknya durasi selama 2 jam. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Durasi Acara Dakwah TVRI Kaltim sesuai Harapan Pemirsa

Responden	Berapa lamakah durasi ideal acara dakwah di TVRI ?			
	30 menit	60 menit	120 menit	Total
Perempuan	16	86	2	104
Laki-laki	9	33	4	46
Jumlah	25	119	6	150

Sumber : Data kuesioner, 2014.

Untuk membenahi kemasan acara TVRI Kaltim, kepada responden juga ditawarkan pilihan kemasan acara dalam beberapa format yang sesuai dengan selera masing-masing. Tabel berikut ini menggambarkan kemasan paket acara yang diminati oleh responden pemirsa TVRI Kaltim. M (monolog/ ceramah tunggal); TS (talkshow/ dialog, termasuk acara interaktif melalui pesawat telepon); SR (sinetron religi); F (feature); MR (musik religi); dan MP (metode pembelajaran atau paket acara edukasi). Responden juga diberi kesempatan untuk mengajukan usulan tentang kemasan lain yang sesuai dengan harapan mereka, misalnya sebuah kemasan acara yang ditujukan bagi pemirsa khusus, misalnya untuk anak-anak dengan menampilkan sosok dai cilik yang sesuai dengan usia mereka.

Tabel 8. Kemasan Acara Dakwah yang Disukai Pemirsa

Responden	Kemasan acara dakwah yang paling anda sukai adalah ?						
	M	TS	SR	F	MR	MP	Total
Perempuan	-	67	14	6	7	10	104
Laki-laki	-	29	6	2	1	8	46
Jumlah	-	96	20	8	8	18	150

Sumber : Data kuesioner, 2014.

Dari data di atas ditemukan bahwa dominan responden atau sebanyak 64 % menyukai kemasan dalam bentuk *talk show*, namun perlu pembenahan dan peningkatan kualitas dari sebelumnya sebagaimana yang diungkapkan responden dalam uraian tanggapannya. Dan hal yang menarik kemasan monolog tidak diminati dari keseluruhan responden namun tanpa penjelasan alasan mengapa tidak diminati oleh para responden yang menjawab.

Sebuah paket acara televisi juga sangat ditentukan oleh kepiawaian presenter (pembawa acaranya). Selama ini acara dakwah di TVRI Kaltim lebih sering dipandu oleh pembawa acara/presenter laki-laki. Untuk mengetahui apakah

presenter perempuan atau laki-laki yang disukai oleh pemirsa, tabel berikut ini memberikan gambaran tentang hal tersebut.

Tabel 9. Pilihan Pemirsa tentang Presenter Acara Dakwah

Responden	Presenter acara dakwah menurut anda sebaiknya adalah:		
	Perempuan	Laki-laki	Total
Perempuan	42	62	104
Laki-laki	17	29	46
Jumlah	59	91	150

Sumber : Data kuesioner, 2014.

Dari data pada tabel di atas menunjukkan bahwa pembawa acara/presenter laki-laki dalam acara dakwah di TVRI Kaltim lebih digemari oleh pemirsa dari pada presenter perempuan dengan sekitar perbandingan 60 : 40.

Beberapa orang responden mengajukan tanggapan bahwa penampilan perempuan untuk menjadi pembawa acara (presenter) akan lebih tepat jika mendampingi narasumber yang juga seorang perempuan (*ustazah*), dan untuk narasumber laki-laki lebih tepat dipandu oleh seorang pembawa acara laki-laki.

Mengenai materi dakwah, responden ditanyakan tentang materi dakwah yang paling digemari. Terdapat 66 orang atau sekitar 44 % dari keseluruhan responden menjawab materi yang digemari adalah masalah fiqh/ syari'ah.

Tabel 10. Materi Dakwah yang Digemari oleh Pemirsa

Responden	Materi Dakwah di TVRI yang paling anda gemari adalah ?					
	Fiqh/Syariah	Sejarah Islam	Pendidikan Keluarga	Al Qur'an Hadis	Muamalat	Total
Perempuan	51	9	25	11	8	104
Laki-laki	15	5	12	10	4	46
Jumlah	66	14	37	21	12	150

Sumber: Data Kuesioner, 2014.

Melengkapi kuesioner tentang acara dakwah di TVRI Kaltim dibutuhkan jawaban responden tentang alasan apa yang disukai dari seorang dai. Beberapa kriteria diajukan sebagai panduan pemilihan yaitu: gaya bahasa yang digunakan oleh dai, kewibawaan, segi penampilan berbusana, pengetahuan yang meyakinkan tentang agama Islam, gaya dan improvisasi serta variasi dalam menyajikan materi dakwahnya, gaya humoris atau memancing tawa audiens, gaya ceramah yang sering membuat audiensnya terharu, atau bahkan tidak tahu tentang kriteria dai yang difavoritkan. Para responden diperkenankan memilih lebih dari satu kriteria. Hasil jajak pendapat tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Alasan Pemirsan tentang Penilaian Seorang Dai pada Acara Dakwah di TVRI Kaltim

No	Alasan anda menggemari penyampaian dakwah seorang dai adalah :		
	Alasan kriteria dai	Jumlah Responden	Prosentasi (%)

Bentuk dan Efektivitas Dakwah di TVRI Kaltim

1	Gaya bahasa yang mudah dimengerti	150	100
2	Faktor usia/ kewibawaan	73	48,67
3	Dai muda	47	31,33
4	Penampilan berbusana rapi	147	98
5	Pengetahuan yang meyakinkan tentang agama Islam	150	100
6	Variasi dalam penyajian materi	126	84
7	Memancing tawa/ humoris	67	44,47
8	Mengharukan	27	18

Sumber : Data kuesioner, 2014.

Data tersebut di atas menggambarkan bahwa syarat utama yang diinginkan oleh pemirsa tentang seorang dai yang layak menjadi narasumber pada acara dakwah di TVRI Kaltim ialah pengetahuan tentang Islam. Hal tersebut diajukan oleh hampir oleh semua responden atau sebanyak 90,27 %. Selain itu para responden juga mensyaratkan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti atau mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang komunikatif memang menjadi salah satu strategi dakwah atau strategi komunikasi yang efektif.

Metode dakwah dengan humoris atau bernuansa populer tampaknya juga menjadi pilihan sebagian pemirsa, terutama di kalangan ibu-ibu majlis taklim yang menyatakan memilih dai yang sering melucu sebagai narasumber acara dakwah di TVRI Kaltim, hal ini diusulkan sekitar 28,1 % responden.

Selain itu, para responden juga mengajukan beberapa usulan dengan menuliskan masukan serta tanggapan untuk peningkatan kualitas acara dakwah di TVRI Kaltim di antaranya diharapkan materi dakwahnya disajikan sesuai kurikulum, terprogram seperti materi tarbiyah, sehingga pemirsa tertarik untuk mengikutinya terus menerus dan tidak akan ada materi yang berulang. Acara dakwah di TVRI Kaltim juga diharapkan bervariasi cocok untuk semua usia, laki-laki maupun perempuan

Beberapa responden juga mengajukan kritik, misalnya: kualitas gambar secara teknis masih sangat buruk. Penataan cahaya studio juga dinilai kurang memadai serta dekorasi yang monoton. Keadaan seperti itu menjadikan pemirsa kurang tertarik. Meski demikian ada juga yang mengusulkan agar tayangan dakwah di TVRI ditingkatkan menjadi 3 (tiga) kali sepekan.

Dengan berdasarkan pada hasil jajak pendapat dari responden yang merupakan representasi dari khalayak sasaran pemirsa TVRI, maka kriteria acara dakwah di TVRI Kaltim yang dikehendaki oleh pemirsanya ialah:

- a. Acara yang berdurasi selama 60 menit yang menunjukkan bahwa jumlah yang menyatakan bahwa acara dakwah yang mereka sukai adalah berdurasi 60 menit (1 jam).
- b. Acara yang dikemas dengan menggunakan bahasa Indonesia sehingga pemirsa dapat mengerti dan menerima pesan yang disampaikan dengan mudah;
- c. Format acara dakwah dikemas dalam bentuk *talk show* ;
- d. Acara dakwah yang dipandu oleh presenter laki-laki;

- e. Materi dakwah yang beragam, namun tetap lebih banyak membahas tentang fiqh syariah sesuai yang ditunjukkan pada tabel yang menyatakan bahwa responden dominan menggemari fiqh/ syari'ah dari pada materi lainnya;
- f. Acara dakwah dikemas lebih menarik jika dilengkapi dengan visual pendukung, demikian pula dengan tambahan narasi yang menjelaskan tentang visual yang ditampilkan.

Jika dikaitkan dengan teori produksi siaran televisi yang diungkapkan oleh Pringle – Starr – Mc Cavitt (1991) seperti diutip oleh Morrison bahwa tiga faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh pengelola siara televisi khususnya lembaga penyiaran publik dalam penyusunan strategi program siarannya, yaitu: (1) *the nature of the lisenche*, yang dapat diartikan sebagai misi atau fungsi utama keberadaan stasiun atau lembaga penyiaran publik tersebut; (2) kebutuhan dan kepentingan masyarakat sebagai khalayak sarasannya; serta (3) upaya menggalang dana dari masyarakat (*the requirements for find raising from the audience*, maka penyusunan strategi program yang dilakukan oleh TVRI Kaltim masih perlu pembenahan dan perbaikan, terutama dalam hal penyusunan pola acara.

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti diungkapkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa: Bentuk-bentuk dakwah di TVRI Kalimantan Timur terdiri atas: 1) Dakwah yang bersifat integratif meliputi : (a) Bentuk dakwah pada program acara dakwah (dakwah formal) misalnya acara : Sentuhan Kalbu, Getar Kalam, Dialog Khusus, Azan Magrib dan (b) Bentuk dakwah pada program acara lain (dakwah non formal). 2) Dakwah yang bersifat parsial merupakan dakwah di TVRI Kaltim yang dilihat dari proses produksi acaranya , baik berupa visual, audio, maupun grafis yang tidak mejadi bagian dari program acara tersebut. Misalnya: *fillers*, *scrolling telop* atau *running text* yang berisi tentang ajakan atau seruan dakwah.

Dakwah di TVRI Kalimantan Timur belum efektif dengan alasan bahwa masih terdapat kekurangan yang harus segera dibenahi dan ditingkatkan. Dari hasil jajak pendapat dapat dikemukakan, bahwa untuk meningkatkan kualitas siarannya TVRI Kalimantan Timur harus berupaya melakukan pembenahan khususnya pada segi:

- a. Kemasan acara yang lebih kreatif dan inovatif;
- b. Durasi dan jadwal penayangan yang tepat;
- c. Materi acara yang lebih bervariasi dan sesuai dengan masyarakat Kaltim sebagai khalayak sasaran dakwah (*mad'u*);
- d. Pembawa acara serta narasumber yang lebih terseleksi;
- e. Dekorasi studio yang lebih menarik, serta
- f. Perbaikan kualitas siaran secara teknis, sehingga gambar yang diterima oleh pemirsa lebih baik dan jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, H.M. *Psikologi Dakwah. Suatu Pengantar Studi*, Cet.4, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.

- A. Azizy, Qodri, *Islam dan Permasalahan Sosial: Mencari Jalan Keluar*, Yogyakarta: LKiS, 2000.
- Ardhana, Sutirman Eka. *Jurnalistik Dakwah Cet. I*; Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995.
- Imron, Arifin (ed.). *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu-ilmu Sosial dan Keagamaan*, Malang: Kalimasahada, 1996
- Ball-Rokeach, Sandra J and Melvin L DeFleur, *Theories of Mass Communication*, NewYork: Logman, 1982.
- Bennett, Tony, *Theories of The Media, Theories of Society* dalam Michael Gurevitch etall (ed). *Culture, Society and the Media*, New York: Methuen, 1982.
- Berger, Arthur Asa., *Media and Communication Research: An Introduction to Qualitative and Quantitative Aproach*. London: Sage Publications Ltd. 2000.
- Eriyanto. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Cet.V; Yogyakarta: LKIS, 2006.
- Everett M. Rogers, *Communication Technology: The New Media in Society*, London: The Free Press Collier Publisher, 1986.
- Gazali, Bahri. *Dakwah Komunikatif*, Cet. I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997.
- Haryatmoko. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*, Yogyakarta: Kanisius, 2007.
- Hasjmy, A. *Dustur Dakwah menurut Al-Qur'an*, Jakarta: Bulan Bintang, 1997.
- Hamka. *Prinsip dan Kebijakan Dakwah Islam*, Jakarta: Panjimas, 1990.
- Husein Haikal, Muhammad, *Al-Hukumah al-Islamiyah*, Dar al-Ma'arif.
- Idy Subandy Ibrahim. *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Jalasutra, 2007.
- Johnson, Allan G., *The Blackwell Dictionary of Sociology: A User's OGuide to Sociological Language*, USA: First Publiseh, 1995.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Parnama Kusumaningrat. *Jurnalistik Teori dan Praktek*, Cet. I, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996.
- Krippendorff, Klaus., *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993.
- Littlejohn, Stephen, W., *Theoris of Human Communication*, sevent edition, New Mexico: Wardswort Publisher, 2002.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Cet. II*, Jakarta: Erlangga, 1999.
- Muhyidin, A. Asep & Agus Ahmad Syafei. *Metode Pengembangan Dakwah Cet. 1*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda Karya, 1991.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya Bandung, Cetakan Kesepuluh, 2007.
- M. Munir, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Permada Media, 2006 .
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosda Karya, 1998.

Bentuk dan Efektivitas Dakwah di TVRI Kaltim

- Morisson, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Muri'ah, Siti, *Metodologi Dakwah kontemporer*, Yogyakarta: Penerbit Mitra Pustaka, 2000.
- Rahmat, Jalaluddin. *Penelitian Komunikasi*, Cet; VII, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Ruben, Brent D. *Communication and Human Behavior*, 3rd edition, Prentice Hall Englewood Cliffs, N.J., 1992.
- Saiful, Asep. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek* , Cet.1; Jakarta: Logos, 1999.
- Suhandang, Kustadi. *Manajemen Pers Dakwah: Dari Perencanaan Hingga Pengawasan*, Cet. I; Bandung: Marja, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Cet. XIII; Bandung: Alfabeta, 2011.