

MEDIA MASSA DAN DAKWAH

Japarudin¹

Abstrak

Seperti halnya komunikasi, aktifitas dakwah Islam mutlak membutuhkan media dakwah. Penyampaian pesan dakwah Islam dewasa ini idealnya memanfaatkan media yang dapat menyentuh masyarakat secara tepat dan menyeluruh. Salah satu media komunikasi massa yang dapat digunakan dalam komunikasi Dakwah Islam adalah media Televisi. Televisi mempunyai khalayak yang beragam dan hampir distiap waktu menerpa pemirsanya, untuk itu dakwah melalui media televisi dewasa ini cukup dapat diperhitungkan.

¹ Alumnus pascasarjana UIN Sunan Kalijaga program studi social works – IIS dan dosen pada jurusan dakwah STAIN Bengkulu.

A. Pendahuluan

Perkembangan dan kemajuan media massa dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Sebagai alat komunikasi massa, media massa mempunyai peranan yang signifikan sebagai agen perubahan sosial (*agent of change*). Dengan kemajuan yang dicapai peranan media massa saat ini bukan hanya terbatas pada alat komunikasi massa, penyampai berita dan hiburan saja, akan tetapi sebagian media massa telah menggunakan acara siaran yang diprogramkan untuk menyampaikan pesan agama, khususnya media televisi. Dalam program acara disebuah stasiun televisi berbagai kemasan acara yang disusun untuk menyampaikan pesan agama, baik itu melalui sinetron, acara siraman rohani, dan lain sebagainya. Dengan demikian media massa telah ambil bagian untuk mengkomunikasikan penyampaian pesan agama pada masyarakat luas.

Apapun bentuknya, aktivitas dakwah mutlak menggunakan media (*channel*) dakwah. Jika dakwah dilaksanakan dalam ruangan, maka media yang paling sederhana dapat menggunakan mimbar ataupun penggunaan multimedia proyektor. Perkembangan dan kemajuan teknologi media massa khususnya televisi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Pada dasarnya media dakwah yang digunakan mengacu pada siapa objek dakwah yang dihadapi, kepandaian subjek dakwah menggunakan media dakwah dapat mempengaruhi berhasil tidaknya pelaksanaan dakwah Islamiyah. Sebaliknya, keahlian subjek dakwah meramu materi dakwah dengan kesesuaian media yang digunakan, dapat menjadi faktor penunjang keberhasilan dakwah. Perlu diingat adalah, materi dakwah ada kalanya memerlukan media tertentu dalam pelaksanaannya.

Media massa merupakan sumber informasi utama mengenai kejahatan dan sistem peradilan, termasuk televisi memberikan sumbangan yang relatif besar dalam membentuk kesan (*impression*) terhadap kenyataan kejahatan di tengah masyarakat². Pengaruh

² Abdurrahman Mukaffi. *Kategori Acara TV dan Media Cetak Haram di Indonesia*, (Jakarta: Darul Falah, 2001).

positif media massa terhadap masyarakat, masyarakat dapat menerima siaran berita dan informasi, dapat menambah wawasan pengetahuan, unsur hiburan yang dibutuhkan masyarakat dapat terpenuhi melalui siaran televisi, maupun berita di koran ataupun majalah. Sedangkan unsur negatif dapat berupa pengurangan budaya dan moral, dalam acara televisi banyak kita temukan perkara-perkara sihir, yang biasanya ditampilkan dalam bentuk sinetron-sinetron mistik yang menampilkan kebolehan pemerannya yang mempunyai kekuatan sihir luar biasa dalam setiap adegan pertempuran³. Dengan memanfaatkan peranan media massa yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat secara cepat dan akurat, diharapkan penyampaian pesan agama yang difasilitasi oleh media massa dapat berhasil dengan baik.

A. Karakteristik Media Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) merupakan komunikasi melalui media massa yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop⁴. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat⁵.

Kecanggihan teknologi komunikasi dengan menggunakan media massa membuat satu sistem komunikasi, yang dapat dikenal dengan komunikasi massa. Menurut Rakhmat⁶, "komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara

³ Ibid, hlm. 101

⁴ Onong Uchyana Efendi. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 79

⁵ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm. 189

⁶ *Ibid.*, hlm. 189

serentak dan sesaat". Sedangkan menurut Efendi⁷ komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan digedung-gedung bioskop.

Menurut Elizabeth-Noelle Neuman yang dikutip Jalaludin Rakhmat⁸, ada empat tanda pokok dari komunikasi massa yakni : (1) bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis; (2) bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (para komunikan); (3) bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim; (4) mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Harold D. Lasswell yang dikutip oleh Efendy⁹ mengemukakan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi, yang beberapa di antaranya adalah :

- Pengamatan terhadap lingkungan , penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
- Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan.
- Penyebaran warisan sosial, disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan berumah tangga maupun di sekolah, yang meneruskan warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Sebagai media komunikasi publik, media massa mempunyai kekuatan pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Salah satu dampak kehadiran media massa menurut Mc Combs dan Shaw yang dikutip Rakhmat¹⁰ mengemukakan, adanya kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu – telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting* dari komunikasi massa. Disinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita.

⁷ Onong Uchyana Efendi, *op.cit.*, hlm. 79

⁸ Jalaludin Rakhmat, *op.cit.*, hlm. 189

⁹ Onong Uchyana Efendi, *op.cit.*, hlm. 29

¹⁰ *Ibid*, hlm. 229

Kelahiran televisi sebagai bagian dari media massa, dapat ditelusuri lewat karya Alexander Edmund Becquerel dan penemuan elektro kimia tentang cahaya, sebab meskipun teknologi komunikasi massa telah banyak mendorong perkembangan radio, tetapi masih belum sampai pada penemuan media audio visual. Secara praktis, aplikasi prinsip-prinsip transmisi informasi visual dimulai pada tahun 1884 oleh Paul Nipkow, ilmuwan berkebangsaan Jerman dengan karyanya *Scanning Disc Transmitter and Receive*. Pada saat yang tidak jauh berbeda Edward Muybridge dan J.D Isaacs berhasil dalam membuat proyeksi gambar. Hasil eksperimen ini kemudian digunakan oleh Thomas A Edison dalam mengembangkan alat yang disebut *Kinetoscope*, sebuah kamera yang digunakan untuk mengambil gambar melalui gulungan film¹¹.

Televisi mulai diperkenalkan pada publik dalam acara pameran dunia tahun 1939. perjalanannya terus melaju sehingga pada tahun 1950-an dikenal sebagai *television golden era*. Sejalan dengan sebutan masa keemasan itu, TV semakin berkembang pesat dan semakin populer di masyarakat. Beberapa program yang cukup menarik perhatian publik ketika itu, misalnya dua film komedi *Love Lucy* dan *The Live of Riley*. Sajian untuk anak-anak juga mulai hadir melengkapi acara televisi dengan menampilkan film boneka seperti film *Kukla, Fran, and Ollie*. Dan sebuah film yang agak serius *Juvenile Jury*, *Wonderfull Word of Disney* dan *Mickey Mouse Club*, merupakan film yang tak kalah populer.

Pada tahun 1960-an, televisi telah memasuki berbagai sektor kehidupan termasuk dalam kehidupan politik sekalipun. televisi mulai dimanfaatkan untuk kepentingan politik praktis. Perdebatan politik antara Kennedy dan Nixon menjelang pemilihan presiden Amerika tahun 1960 dan terpilihnya Jimmy Carter, disiarkan secara terbuka melalui televisi. Carter bahkan mendapat julukan *the president of media*, karena keberhasilannya dalam menduduki kursi kepresidenan lebih ditentukan oleh peran media massa khususnya televisi.

Tahun 1970-an sebagai implikasi perkembangan televisi yang cukup pesat, mulai muncul berbagai tanggapan dan kritik, terutama

¹¹ Muhtadi. 1999. Hlm. 97

menyangkut efeknya yang luar biasa bagi masyarakat. Misalnya Marshal Mc. Luhan, mengemukakan pandangan tentang televisi, menurutnya media televisi telah mampu menggiring masyarakat pada pola pikir seperti "kaca spion" (*rear view*). Segala sesuatunya di lihat sebagai realitas yang bukan sesungguhnya. Televisi pendidikan (*education television*) dirancang secara khusus untuk memperkaya hasil proses belajar mengajar pada dunia pendidikan. Televisi pendidikan beroperasi dengan mengacu pada program televisi non komersial. Televisi dipergunakan secara langsung untuk mentransmisikan program pendidikan, atau secara tidak langsung dengan memanfaatkan televisi sebagai sumber belajar. Dalam banyak hal televisi memang mempunyai beberapa ciri khusus yang berbeda dari jenis dan bentuk media lainnya. Sajian gandanya yang berupa gambar dan suara telah mengantarkan media ini pada posisinya yang khas dan menarik¹².

Rohani¹³ mengemukakan beberapa keuntungan televisi sebagai media massa adalah :

1. Kenyataan yang ditayangkan kongkret dan langsung
2. Melalui indera penglihatan dan pendengaran, TV dapat membawa kontak dengan peristiwa nyata dan langsung.
3. Memberikan tantangan untuk mengetahui lebih lanjut
4. Keseragaman komunikasi
5. Keterangan ringkas yang diprogramkan bersifat komprehensif.

Sejalan dengan perkembangan dunia pertelevisian sajian acara yang disuguhkan pada masyarakat berupa berbagai bentuk acara di antaranya ada berupa film dokumenter, sinetron, kuis, iklan layanan masyarakat dan lain sebagainya. Lebih lanjut Rohani mengemukakan, sebagai salah satu media audio visual film/sinetron mempunyai beberapa kelebihan sebagai berikut :

1. Penerima pesan akan memperoleh tanggapan yang lebih jelas dan tidak mudah dilupakan, karena antara melihat dan mendengar dapat dikombinasikan menjadi satu.

¹² Muhtadi, 1999. Hlm. 97

¹³ Rohani. 1997

2. Dapat menikmati kejadian dalam waktu yang relatif lama pada suatu proses atau peristiwa tertentu.
3. Dengan teknik *slow-motion* dapat mengikuti suatu gerakan atau aktifitas yang berlangsung cepat.
4. Dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu
5. Dapat membangun sikap dan perbuatan serta dapat membangkitkan emosi dan mengembangkan problem.

Selanjutnya Nasution¹⁴ menjelaskan beberapa kelebihan dan keuntungan film/sinetron yaitu ; film sangat baik untuk menjelaskan suatu proses bila perlu dengan *slow-motion*, film sejarah dapat menggambarkan masa lalu secara realitas dalam waktu yang singkat, film dapat membawa orang dari negara yang satu ke negara yang lain dan dari masa yang satu ke masa yang lain, dan film dapat diulang bila perlu untuk menambah kejelasan.

Kemajuan teknologi yang diikuti dengan kemajuan dunia elektronik seperti televisi dengan beberapa kelebihan dan kelemahan yang ada padanya dapat digunakan sebagai media dakwah, karena di zaman sekarang televisi hampir dimiliki dan siarannya dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, dari masyarakat kota sampai masyarakat desa dan masyarakat pelosok sekalipun.

Media massa, baik media cetak maupun media elektronik mempunyai beberapa karakteristik tersendiri dalam menyampaikan pesan, baik berupa pesan berita secara langsung ataupun melalui pertunjukan film, sinetron dan lain sebagainya kepada khalayak. Salah satu karakteristik media massa sebagai alat komunikasi massa adalah kecepatan penyampaian, dan keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung tersebut yaitu : *pertama* kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan. *Kedua* keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan¹⁵.

¹⁴ Nasution, 1994, hlm. 104

¹⁵ Onong Uchjana Efendi. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek...*, hlm. 82

Karakteristik media massa lainnya adalah mampu mempengaruhi dan merubah opini publik. Salah satu bentuk pengaruh tayangan televisi adalah adanya anak-anak yang menjadi korban *Smack Down*. Tayangan *smack down* yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia pada tahun 2006 silam, disinyalir memakan banyak korban terutama pada anak-anak. Begitu besar pengaruh tayangan *smack down* tersebut, sebagaimana yang diberitakan oleh koran harian Media Indonesia berikut ini:

MEDAN (media): Nur Syahrizal, 15, pelajar kelas satu SMP Budi Satria mengalami patah tulang akibat dibanting oleh saudara sepupunya. Bantingan itu membuat lengan kirinya terpaksa digips karena patah dibagian pertengahan antara siku dan pergelangan tangan. Menurut orangtua Syahrizal, 59, anaknya menjadi korban kekerasan saudaranya yang mempraktekkan gulat bebas ala *smack down*. Peristiwa itu terjadi pada Minggu (26/11). Kejadiannya berwal dari tubuh Zulkarnain yang lebih besar mengangkat tubuh Syahrizal hingga melewati kepala, dan selanjutnya dibanting ke belakang. Ia kini dirawat di rumah. "anak dan keponakan saya memang kereanjungan nonoton *smack down* di televisi," ujarnya..

Di Sulawesi Tenggara, para guru di SMP Negeri 3 Kendari melakukan razia terhadap para siswa setelah ditemukan korban *smack down* di lingkup sekolah tersebut. Korban bernama Muhammad Hadianto, 11, mengalami cedera pada bagian kepala hingga mengeluarkan darah dan muntah-muntah¹⁶.

Sebuah kekuatan yang dimiliki dan menjadi karakteristik media massa adalah, mampu menjangkau khalayak secara luas, dan serentak tanpa terhalang oleh waktu. Media massa merupakan sebuah kekuatan yang dapat merubah sikap dan pendapat masyarakat (publik).

Berbagai dampak dan pengaruh dapat ditimbulkan oleh media massa sebagai media komunikasi yang universal, dengan media

¹⁶ Harian Media Indonesia edisi 2 Desember 2006.

massa berita dan hal-hal positif seperti kemajuan teknologi dan peradapan dapat disebarluaskan melalui media massa. Namun bukan hanya hal-hal yang positif yang terdapat di media massa tersebut, ada juga sisi negatifnya. Seperti penyampaian adegan kekerasan baik melalui berita ataupun film dan sinetron merupakan penyumbang kekerasan nomor dua di televisi setelah sinetron. Hal ini sesuai dengan apa yang dilansir dan diberitakan oleh harian Media Indonesia berikut ini :

“JAKARTA (Media): sebanyak 30 5 dari total tayangan kekerasan di televisi berasal dari pemberitaan. Unsur kekerasan terutama berasal dari tayangan pemberitaan kriminal. Tayangan pemberitaan kriminal yang merupakan produk jurnalistik menjadi penyumbang kekerasan nomor dua di televisi. Sedangkan penyumbang kekerasan terbesar adalah acara sinetron. Bahkan sebanyak 50 % dari total unsur kekerasan di televisi berasal dari sinetron”¹⁷.

Berdasarkan pernyataan pemberitaan di atas, jelas menunjukkan bahwa gejala sebagai sumber terjadinya kekerasan di masyarakat adalah media televisi. Namun fenomena yang ada pada masa sekarang menunjukkan bahwa, ada sebagian stasiun televisi swasta yang mencoba memproduksi sinetron yang dapat dikatakan bernuansa “Islami”.

Kecenderungan dan animo masyarakat untuk menyaksikan sinetron di televisi dapat diasumsikan umumnya cukup besar, oleh karena itu berbagai sajian acara dapat dinikmati di beberapa stasiun televisi. Dengan karakteristik tersendiri televisi mempunyai kekuatan mengubah perilaku masyarakat, untuk itu perlu kiranya dilakukan pengkajian sejauhmana media massa khususnya televisi dapat memediasi penyampaian pesan agama kepada masyarakat.

C. Dakwah Melalui Media Massa

Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling mengasihi dan menyayangi, serta bersatu padu membina kerukunan

¹⁷ Harian Media Indonesia edisi 2 Desember 2006.

hidup. Sehingga kebahagiaan dunia akhirat dapat tercapai. Menurut Nottingham¹⁸, "agama mempersatukan kelompoknya sendiri sehingga apabila tidak dianut oleh seluruh atau sebagian anggota masyarakat, ia bisa menjadi kekuatan yang menceraikan, memecah-belah dan bahkan menghancurkan". Perintah Allah untuk selalu bersatu dan menjaga keutuhan umat, terdapat dalam Al-Quran Surah Ali Imran ayat 103¹⁹ : "Dan berpegang teguhlah kamu kepada tali (Agama) Allah dan janganlah kamu bercerai berai...".

Asmuni Syukir²⁰ mengelompokkan macam-macam masyarakat menjadi tiga kelompok, yaitu: "masyarakat primitif, masyarakat desa, dan masyarakat kota. Masyarakat desa lebih religius dan masih sangat patuh pada agama dan kepercayaan yang dianutnya".

Mencermati pendapat Syukir tersebut di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat desa secara realitas memang cenderung lebih religius di dibandingkan dengan masyarakat kota dan masyarakat primitif. Suasana religius di desa lebih terasa dengan adanya kebersamaan dalam mengamalkan ajaran agama, hal ini terlihat masih banyaknya masyarakat desa yang mengaji, shalat berjamaah secara bersama-sama.

Walaupun demikian, masyarakat kota juga melakukan hal yang sama dengan masyarakat desa dalam kegiatan keagamaan, namun karena pengaruh pekerjaan dan kesibukan serta waktu sajalah maka masyarakat kota cenderung mengamalkan ajaran agama lebih sedikit secara bersama-sama seperti masyarakat desa pada umumnya.

Menurut Maftuh yang dikutip oleh Muhyidin²¹, karakter masyarakat desa dan metode dakwah yang dapat digunakan pada mereka adalah sebagai berikut :

¹⁸ Elizabeth K. Nottingham. *Agama dan Masyarakat*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1997), hlm. 42

¹⁹ Departemen Agama RI. *Al – Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: CV Toha Putra 1989), hlm. 93

²⁰ Asmuni Syukir. 1983, hlm. 79

²¹ Asep Muhyidin dan Ahmad Syaferi. *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 146

1. Komunitas desa relatif sederhana, taat pada tradisi dan agama.
2. Adanya kontrol sosial yang kuat.
3. Menggunakan pendekatan bahasa, struktur, dan kultur yang relevan dengan masyarakat pedesaan (*bilisani qaumih*), sederhana, dapat dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan.
4. Melalui pendekatan dan kerjasama dengan tokoh panutannya
5. Menggunakan bahasa lisan yang komunikatif dalam penjelasan tentang sesuatu untuk terciptanya kondisi pemahaman, persepsi, dan sikap.
6. Menggunakan metode pendekatan karya nyata (amal) dengan memprioritaskannya kebutuhan yang mendesak dan menyentuh kebutuhan real masyarakat secara umum.
7. Melalui pemanfaatan sikap dan karakteristik yang positif yang dimiliki masyarakat pedesaan, yaitu ketaatan, gotong royong, dan kepedulian.
8. Membantu dalam mencari solusi dari problema sosial, budaya, dan ekonomi yang sedang dihadapi.

Bangsa Indonesia dikenal dengan masyarakat Islam yang terbesar di dunia. Namun walaupun demikian bukan berarti dengan besarnya jumlah penganut agama tidak ada masalah yang di hadapi. Masalah yang ada pada masyarakat memerlukan dakwah sebagai filterisasi dan sarana terciptanya kerukunan ukhuwah Islamiah.

Masyarakat sebagai sub system dari suatu negara, dijamin dalam menganut agama dan kepercayaannya. Di Indonesia kebebasan menganut suatu agama oleh masyarakat dijamin oleh undang-undang. Dalam UUD 1945 ayat 29 dikemukakan dengan jelas bahwa negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing.

Televisi dapat menjadi alat propaganda dan mempengaruhi sikap, dan opini publik melalui acara siaran yang ditayangkan. Pengaruh media massa cukup signifikan terhadap perilaku dan sikap orang yang mengkonsumsi produk media massa tersebut. Berita, film, dan sinetron dapat mempengaruhi opini dan sikap khalayak. Pengaruh tayangan film dan sinetron yang tayang di setiap stasiun

televisi mempunyai muatan misi tertentu, misalnya ; hampir disetiap stasiun televisi khususnya televisi swasta memberikan hiburan film dan sinetron yang berbau mistik, animisme yang dapat mengurangi keyakinan terhadap kekuasaan Tuhan. Sebuah film/sinetron yang ditayangkan adakalanya hanya menceritakan perilaku hidup mewah dan konsumtif, pertengkaran keluarga, perebutan harta warisan dan lain sebagainya yang kesemuanya itu disadari atau tidak dapat mempengaruhi orang yang menyaksikan acara tersebut.

Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah di antaranya telah di lakukan oleh beberapa stasiun televisi baik televisi pemerintah maupun televisi swasta. Bentuk pemanfaatan media televisi tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa acara sinetron yang bernuansa Islam yang sebagian ceritanya diangkat dari kisah nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Sinetron merupakan singkatan dari *sinema elektronik* yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, yang merupakan media komunikasi audio visual yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video, melalui proses elektronik lalu ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi. Sebagai media komunikasi massa, sinetron memiliki ciri-ciri, di antaranya bersifat satu arah serta terbuka untuk publik secara luas dan tidak terbatas.

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui sinetron lebih mudah sampai kepada *mad'u* (masyarakat). Selain itu, pesan verbal yang digunakan dalam sinetron dapat diimbangi dengan pesan dakwah visual yang memiliki efek sangat kuat terhadap pendapat, sikap dan perilaku *mad'u*. Hal ini sangat mungkin terjadi karena dalam sinetron, selain pikiran, perasaan pemirsa pun dilibatkan dalam penyampaian pesannya. Dalam sinetron juga terdapat kekuatan dramatik dan hubungan logis bagian-bagian cerita yang tersaji dalam alur cerita, kekuatan yang dibangun akan diterima *mad'u* secara penghayatan, sedangkan hubungan logis diterima *mad'u* secara pengetahuan²² (Muhyidin, 2002 :206).

²² Muhyidin, Asep dan Syafei, Ahmad. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung : Pustaka Setia

Lebih lanjut Muhyidin mengemukakan, bahwa sinetron juga secara lengkap memiliki komponen dakwah. Matriks di bawah ini menggambarkan hal demikian secara lebih jelas :

| Dakwah | Sinetron |
|-----------------|--------------------|
| ❖ Da'i | ❖ Bintang Sinetron |
| ❖ Pesan Dakwah | ❖ Isi sinetron |
| ❖ Media Dakwah | ❖ Televisi |
| ❖ Metode Dakwah | ❖ Dramatisasi |
| ❖ Materi Dakwah | ❖ Naskah/Skenario |
| ❖ Mad'u | ❖ Pemirsa |

D. Penutup

Penyampaian pesan agama (*dakwah*) melalui media massa, meskipun dibutuhkan penelitian lebih lanjut terkait dengan keberadaan dan hubungannya belum memberikan kejelasan secara spesifik apakah ada hubungan antara kesejahteraan keluarga masyarakat. Persoalan penyampaian pesan agama melalui media massa terhadap keluarga sakinah muncul saat objek dakwah (masyarakat umum) beranggapan kalau penyampaian pesan agama di media massa sama dengan acara hiburan lain yang diprogramkan oleh sebuah media massa, satu hal yang layak dianalisa adalah intensitas masyarakat menikmati pesan agama melalui media massa tersebut. Bila masyarakat banyak menikmati penyampaian pesan agama di media massa, apakah hal tersebut berpengaruh terhadap keluarga sakinah.

Disadari atau tidak pengaruh hiburan yang ada di media massa lebih banyak dinikmati oleh masyarakat. Adanya penyampaian pesan agama melalui media massa masih dapat dirasakan adanya kesenjangan dengan terbentuknya sebuah keluarga sakinah. Apakah penyampaian pesan agama melalui media massa berpengaruh terhadap keluarga sakinah?, padahal secara umum dapat diasumsikan intensitas masyarakat yang menikmati siaran pesan agama melalui media massa sudah cukup merata disemua lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. *Al – Quran dan Terjemahnya*, Semarang : CV Toha Putra, 1989.
- Efendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000.
- . *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000.
- Muhyidin, Asep dan Syafei, Ahmad. *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung : Pustaka Setia, 2002.
- Mukaffi, Abdurrahman. *Kategori Acara TV dan Media Cetak Haram di Indonesia*, Jakarta : Darul Falah, 2001.
- Nottingham, Elizabeth K. *Agama dan Masyarakat*, Jakarta: Rajawali Pers, 1997
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- <http://www.republika.co.id>
- <http://www.mail-archive.com/sobat-azzam@yahoogroups.com>.