

Sejarah Perkembangan dan Peranan Televisi Berbasis Dakwah Islam

Erwan Efendi¹, Santi Hatahap², Hafis Mutawalih Rambe³

^{1,2,3}Fakultas Dakwah Dan Komonikasi UIN Sumatra Utara
santiharahap671@gmail.com², hafisrambe59@gmail.com³

ABSTRACT

This research is structured to find out, repeat, remember how the history, development and role of television for broadcasting Islamic da'wah, while the results of this research television is a mass media that has developed over time until now the development of television is getting faster, more sophisticated and can be used see everywhere, television has a function as a tool to help in getting information, information, knowledge, learning and even entertainment, television is used in many ways in their respective fields, one of which is in broadcasting Islamic da'wah television plays a very important role in Islamic da'wah broadcasting da'wah, studies Islam in the form of routine study films in a TV broadcast, television is a visible medium where not only the voice can be heard but the images can also be seen, with television the audience is more satisfied in receiving news, information, knowledge, studies and even entertainment by watching the picture so that it can make mas society is more effective in receiving information.

Keywords : history, development, role, television

ABSTRAK

Penelitian ini di susun untuk mengetahui, mengulang, mengingat bagaimana sejarah, perkembangan dan peranan televisi bagi siaran dakwah islam adapun hasil dari penelitian ini televise ialah suatu media massa yang berkembang demi masa kemasa hinga sampai saat ini perkembangan televisi pun semakin cepat semakin canggih dan dapat di liat di mana mana, televisi memiliki fungsi sebagai alat bantu dalam mendapatkan brita, informasi, ilmu, pembelajaran bahkan hiburan, televisi di gunakan dengan banyak hal dalam bidang nya masing masing salah satunya dalam penyiaran dakwah islam televisi sangat berperan dalam dakwah islam menyirkan dakwah, kajian islam dalam bentuk filim kajian rutin dalam suatu siaran TV, televisi subuah media visiul yang mana bukan hanya suara nya yang dapat di dengar akan tetapi gambar nyapun dapat kita saksikan, dengan televisi audiens lebih merasa puas dalam menerima subuah berita, informasi, ilmu, kajian bahkan hiburan dengan menyaksikan gambarnya sehinga dapat membuat masyarakat lebih efektif menerima sebuah informasi.

Kata kunci : sejarah, perkembangan, peranan, televisi

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi berita dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, dunia dihadapkan dengan cepatnya perkembangan arus isu. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebuah media penyampai info terhadap khalayak. sepertinya tidak bisa dibendung. tetapi kebalikannya, eksistensi teknologi canggih pada era globalisasi informasi dan komunikasi ini wajib dimanfaatkan sebagai penyebaran info dan pesan-pesan dakwah Islam.

Da'i selaku orang yang menginformasikan serta menyampaikan pesan dakwah islam terhadap kawan dakwah harus memanfaatkan media, supaya apa yg disampaikan praktis dipahami sang kawan dakwah. Media dakwah adalah indera objektif yang sebagai

saluran yang dapat menghubungkan inisiatif dengan umat, suatu elemen yang penting serta sebagai urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat urgen pada memilih bepergian dakwah salah satu media dakwah yang efektif digunakan oleh para da'i merupakan media televisi

keluarnya media televisi pada kehidupan insan menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yg bersifat massa munculnya media televisi pada kehidupan manusia memang menghadirkan suatu Globalisasi informasi serta komunikasi setiap media massa kentara melahirkan suatu efek sosial yg bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia. Televisi sebuah media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio, ternyata menyampaikan nilai yg sangat spektakuler pada sisi-sisi pergaulan hidup insan saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa membagikan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis serta sosiologis, 202 Mengingat televisi mempunyai tiga pihak yg terlibat problem televisi ialah dilema seputar apa yang tersaji?. siapa yg menyajikan?, dansiapa yang menikmati?. Selain itu, tentu saja pemirsa boleh menentukan mana yg layak dinikmati serta mana yg tidak. tetapi demikian, seperti halnya televisi yg jelas-kentara hanya sebuah perangkat mini elektronik sintesis manusia selalu mampu membius dan mempengaruhi orang-orang yang berada didekatnya. dalam artian bahwa poly orang yang datang-tiba saja duduk dihadapan pesawat televisi tanpa diundang, poly niat dan planning yg datang-tiba saja dibatalkan disebabkan oleh terpanggil, terpangaruhi, tergelitik buat menikmati acara tertentu yg disiarkan oleh televisi. Jika program yg ditonton tadi memang lebih bermanfaat dibandingkan dengan niat dan planning semula, barangkali boleh-boleh saja. tetapi anehnya. acapkali acara yg ditonton itu hanyalah homogen hiburan yg menyebabkan mudharat.

Berbagai media massa termasuk televisi menggunakan sengaja atau tidak, tak jarang melansir atau menayangkan informasi umat Islam diberbagai belahan global menggunakan cara tasywih, yakni 203 menonjolkan dan memperburuk gambaran umat Islam. contohnya, pemberitaan mengenai umat Islam di India, Kashmir serta Arteria, berbagai tindakan brutal kalangan Mujahidin di Philipina dan Afganistan.

Televisi bagi kebanyakan warga Indonesia dijadikan wahana hiburan dan asal info utama. pada beberapa daerah pedesaan. rakyat poly menghabiskan waktunya pada depan televisi. kalau dakwah Islam bisa memanfaatkan media ini dengan efektif maka otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yg disebabkan akan 204 lebih mendalam." oleh sebab itu, televisi suatu media dakwah wajib diterapkan serta dimanfaatkan untuk hasil teknologi canggih. dengan pemanfaatan akibat teknologi tersebut diharapkan semua aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran yg lebih optimal baik 205 kuantitatif juga kualitatif."

Media dakwah menggunakan media televisi sangat banyak memperoleh kehebatan dibandingkan dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatan lainnya ialah bisa dilihat dan didengar sang seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri serta muballiqnya ada pada sentra pemberitaan atau studio saja.

Buat detail maka pada uraian selanjutnya akan dibahas wacana media televisi serta dakwah Islam, penyebaran dakwah Islam melalui media televisi serta mencari solusi dakwah yang efektif di televisi.

SEJARAH TELEVISI DI INDONESIA

Sejarah Singkat Kelahiran Televisi pada Indonesia. setelah kemerdekaan Indonesia mulai membentuk pasilitas isu guna berbagai pembangunan yg berkelanjutan. aneka macam cara dilakukan oleh pemerintah RI guna membangun pasilitas info keliru seperti penunjang pengadaan Asian Games pada Indonesia serta pencerahan akan pentingnya peran televisi pada memajukan bangsa, maka di tahun 1953, bangsa Indonesia mulai mengadopsi teknologi televisi ke dalam negeri.

Kepres (Keputusan Presiden) No. 215/1963, merupakan galat satu langkah penting pada kemunculan televisi pada Indonesia. Kepres ini merupakan penetapan pengadaan televisi pertama di Indonesia, yakni TVRI yang didirikan pada tanggal 20 Oktober 1963. Hal ini kemudian disusul dengan pembangunan beberapa satsiun televisi yang sama pada beberapa kota krusial di Indonesia. kemudian pada tahun 1988 lahir televisi partikelir pertama yaitu RCTI, selanjutnya disusul stasiun SCTV di memahami 1989, TPI pada tahun 1991, Indosiar, Metro TV, Trans TV, TV 7, Golbal TV, Bali TV, Aceh TV, Deli TV serta lain sebagainya.dua

saat ini Televisi lahir dan berkembang seiring dengan poly lahir ilmuan serta ilmuan komunikasi sebagai akibatnya lahirlah kajian-kajian akademik yang berkaitan dengan televisi. pada samping itu banyaknya lahir seniman serta pendakwah-pendakwah di televisi. Dakwah pada televisi ketika ini sangat poly dengan sistem-sistem dakwah apalagi di bulan puasa. Paket dakwah menjadi krusial bagi pemrogram televisi di Indonesia.

Selanjutnya, perkembangan pertelevisian Indonesia semakin membagikan tingkat yg mengagumkan, teknologi media massa mewabah keseluruh wilayah pada Indonesia. warga Indonesia tidak lagi harus menonton satu saluran televisi saja, ketika telah mempunyai saluran televisi cara lain sinkron dengan kebutuhan mereka.

Semenjak kehadiran media televisi di tengah-tengah warga Indonesia di tahun 1963, maka mulai ketika itu jua teknologi komunikasi gosip mewabah pada seluruh penjuru Indonesia. rakyat secara perlahan kemudian seolah terbebas asal keterisolasian akan info. dalam saat yang tidak usang peran dan fungsi televisipun sudah menghasilkan karakter serta sosial, ekonomi, budaya serta politik warga terbangun menggunakan sendirinya. Gaya hiduo warga Indonesiapun mengaju pada kehidupan yg tepat, Jika memiliki pesawat televisi.

PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DALAM MEDIA TELEVISI

Televisi boleh dikatakan ketika mendominasi hampir seluruh waktu serta peluang bagi setiap orang. asal hasil penelitian yang dilakukan di Amerika bahwa hampir setiap orang pada benua ini menghabiskan waktunya antara 6-7 jam perminggu buat menonton televisi. Begitu juga yg terjadi di Indonesia, pemakaian televisi di kalangan anak-anak semakin tinggi pada saat libur, bahkan bisa melebihi 8 jam per hari.

Sekarang, sebetulnya televisi telah mengakibatkan kepercayaan masyarakat industri ialah orang sekarang belajar beroperasi dengan televisi. di Amerika, televisi dianggap the second god atau yang kuasa kedua. Anak-anak belajar tentang cara beroperasi, berpakaian serta berjalan lewat televisi, namun sekarang televisi bahkan

sudah sebagai the first god (ilahi pertama). Ini disebabkan sebab hampir seluruh kegiatan kehidupan mereka dijadwal serta diatur sang pesan-pesan aktivitas televisi. Hal yang demikian jua terjadi di negara-negara lain. Televisi menjadi televisi. 225 perempumaannya saja, telah terjadi penjadwalan pulang aktivitas sehari-hari karena agama warga industri menggeser agama-kepercayaan yg konvensional. Khutbahnya didengar serta disaksikan sang jamaah yg lebih akbar daripada jamaah agama manapun, tempat tinggal ibadahnya beredar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan serta lebih poly menggetarkan hati dan menghipnotis bawah sadar manusia daripada ibadat kepercayaan - agama yang pernah ada.

Televisi bisa dikatakan menjadi kepercayaan yang bisa memberikan legitimasi pada para raja dan televisi mentahbiskan para penguasa terkini. dalam politik, kehadiran televisi sudah mengalihkan perhatian orang dalam pemilu, berasal duduk perkara program atau informasi ke dilema kepribadian. yang menentukan bukan lagi kelalaian program tetapi kepandaian juru kamera mengemas gambar dan tokoh.

Galat satu kekuatan televisi ialah kemampuan untuk menyajikan empiris kedua (the second hand reality). Lewat layar kecil yg berfungsi sebagai jendela global, para pemirsa diarahkan buat mendefinisikan situasi sesuai dengan kehendak elite pengelola gosip. Orang bertindak, membuat keputusan, tidak berdasarkan realitas namun sesuai makna yg diberikan kepada realitas tadi.

Televisi merupakan keliru satu penemuan alat elektro terpenting serta bagian berasal aneka macam hasil temuan kebudayaan manusia terbaru dan jikalau dipergunakan atau dimanfaatkan secara benar memungkinkan manusia buat menciptakan suatu kebudayaan baru yang bisa menghubungkan manusia menggunakan khalik-Nya. Bila insan memanfaatkan. televisi menjadi indera bantu yang efektif serta efisien pada menjalani kehidupannya maka ia. akan merasa nyaman, tenteram dan safety. Ini bisa terwujud kalau acara dan planning tayang televisi dibuat berdasarkan akibat penelitian kebutuhan warga secara umum yg memperoleh dipertanggungjawabkan secara moral dan materil.

Televisi sangat berguna buat menyampaikan dakwah Islam atau memaksimalkan kiprah televisi menjadi keliru satu media dakwah. buat itu semua stasium televisi nasional, baik pemerintah juga swasta sebenarnya sudah memanfaatkan televisi untuk memberikan pesan-pesan dakwah eksklusif.

Maraknya dakwah melalui wahana komunikasi televisi tidak tanggal berasal ciri dunia yaitu segala bentuk komunikasi bisa sebagai profesi dan akan bersentuhan dengan bisnis. salah satu contoh aktual merupakan dakwah melalui saluran telepon atau sms yg dilakukan sang Aa Gym dengan menggandeng pengusaha muslim Amerika. Demikian juga Arifin pandangan baru, alm. Jefri al-Bukhori, mama Dedeh, ustaz Maulana dan lainnya yang telah memaksimalkan sarana teknologi pada cakupan audien lebih poly memperoleh sambutan, walaupun materi keagamaan yang disampaikan relatif sederhana. inklinasi asal dakwah itu, tentu saja bisnis, bukan semata-mata dakwah. model lainnya, tampilnya para mubaligh yg bersentuhan menggunakan glamournya televisi, terkait menggunakan industri media pada genggaman kapitalisme ekonomi yang ujung-ujungnya artinya bisnis. Tentu saja niat mubaligh merupakan syiar Islam, akan tetapi saat berkaitan dengan ekonomi media maka problem meluber kepada eksek

ekonomi. Media menerima pemasukan iklan asal acara acara yang dijual, kebalikannya media harus pula membayarnara asal menggunakan baku ekonomi media yg didahului dengan kontrak. oleh karena itu, konteks profesi dakwah wajib dipertimbangkan. ketika rakyat tidak mempersalahkan mubaligh atau da'i yg tampil pada televisi menerima honor sinkron dengan profesinya, mengapa saat da'i mendapat amplop dari warga dipermasalahkan? sebaliknya, kabar da'i permanen membutuhkan ekonomi, dan adalah hal yang tak mampu dipungkiri, maka saat mereka telah berakibat profesi dakwah menjadi bagian asal kehidupannya, tentu pada konteks tinjauan komunikasi terkini tadi, tidak terdapat salahnya Jika dakwah dimanajemen secara ekonomi, yang mengindikasikan adanya biaya -porto yang ditanggung oleh gerombolan rakyat yang menghendaki, bagi kepentingan dakwah, dan narasumbernya tersebut."

Dari Zakiah Daradjat, 83 % sikap insan itu ditentukan sang apa yang dilihatnya, 11% dari apa yang didengarnya dan 6% sisanya ialah campuran asal aneka macam stimulus yang diterimanya. pada perspektif ini bisa dibayangkan bagaimana yg masih sangat suka menonton televisi." 229 peranan tayangan televisi dalam membuat kepribadian warga terutama generasi belia yang masih sangat suka menonton televisi.

Galat satu temuan hasil penelitian Balai Litbang kepercayaan Jakarta tahun 2009, demikian menyatakan bahwa warga secara merespon secara positif terhadap tayangan dakwah Islam pada TV Nasional. suatu tayangan bermuatan dakwah Islam pada TV lokal dilihat masih sangat terbatas. Terutama karena kemasannya yang kurang variatif serta narasumber yang kurang profesional. pada samping itu, pada biasanya responden tertarik pada program dakwah TV menggunakan pendekatan percakapan interaktif, sebab bisa menyampaikan wawasan yang lebih luas asal sisi kompleksitas masalah yg muncul atas warga, dan keluasan pembahasan sang pembicara (narasumber). Paket-paket program bermuatan dakwah yg mengangkat masalah-perkarariil pada masyarakat melalui paket Bedah problem atau Curhat, 230 pencerahangalbu, mempunyai daya tarik tersendiri.

Menggunakan demikian, bisa dipahami bahwa televisi memegang kapasitas yang sangat krusial terhadap terbentuknya perilaku serta sikap rakyat pada skala besar dan luas, sebagai akibatnya seseorang da'i harus melatih para pengikutnya buat membunatkan kemampuan menerima, menyimpan, mengolah dan memberikan dan menganalisis gosip yg sudah disampaikan. buat itu, seorang da'i harus menguasai media komunikasi menggunakan baik agar pesan-pesan dakwahnya dapat menggunakan praktis diterima terutama penguasaan media audiovisual termasuk media televisi.

PERAN DAKWAH ISLAM DALAM TELEVISI

Kemampuan televisi buat menghadirkan info, memainkan kiprahnya menjadi entertainer, informer serta sebagainya sudah menjadikannya menjadi pemimpin media lainnya pada menanamkan dampak bagi masyarakat. seorang yang sudah menguasai televisi dapat menghipnotis warga atau penonton. saat ini seorang yg ingin sukses tentunya akan menguasai media terutama televisi.

Beberapa manfaat teknologi komunikasi seperti yang diutarakan oleh Prof. Rahmah Hashim, beliau menyebutnya menjadi ICT, ialah menjadi berikut:

1. ICT berupaya memanfaatkan jarak ketika, ruang serta jeda fizikal. Penyebaran maklumat antara peserta / pelakon ICT artinya efektif asal segi kos serta mempercepat serta memudahkan pertukaran maklumat.
2. Perkhidmatan yang sebelum ini tak boleh diniagakan serta tertumpu kepada satu-satu lokasi eksklusif sekarang boleh diniagakan menerusi ICT, mirip perkhidmatan binaan dan kejuruteraan.
3. Negara-negara sedang menciptakan atau yg masih mundur boleh "leapfrog" serta memanfaatkan ICT dan teknologi digital terkini.
4. ICT meletakkan prasarana buat fungsi pasaran barangan dan / atau perkhidmatan nasional serta internasional yang lebih tepat.
5. ICT berupaya menghubungkan setiap isi rumah melalui telefon.
6. ICT memungkinkan tele-perubahan, tele-pendidikan, e-governance, komunikasi interaktif buat pelbagai aktiviti komunikasi, budaya, environment. Ekologi atau apa juga aktiviti komuniti bagi tujuan pembangunan dan kerjasama internasional.
7. Sistem telefon-radio menggunakan energi solar berupaya memudahkan penyebaran maklumat dalaman, distigatif di kawasan pedalaman.

Berangkat berasal ke tujuh manfaat Era Teknologi Maklumat dan Komunikasi (Information and Communication Technology-ICT) yang digambarkan oleh Rahmah Hashim pada atas pada kaitannya dengan teknologi disegala bidang dalam abad ke-20, membuahkita semakin benar-benar dengan kiprah serta fungsi media yg juga semakin kuat pada mensugesti peradaban insan.

Impak media TV dalam Indonesia semenjak kelahirannya pada tahun 1963 sampai ketika ini telah juga berperan dalam membuat ciri dan budaya warga ke arah yg lebih baik. Meskipun luas para tokoh menyebut imbas tersebut penuh menghambat budaya lokal, dengan alasan masyarakat pula kian meninggalkan tradisi leluhurnya yg justru sangat bernilai. Televisi menjadi media dalam pembangunan bangsa bisa berfungsi apabila pengelola televisi mengarahkan kepada pembangunan dan dakwah, apalagi selama lockdown corona virus.

Dengan adanya televisi, implikasinya kemudian ialah bahwa kesempatan rakyat dapat saling berinteraksi sosial semakin berkurang, karena rakyat Indonesia mungkin lebih suka dapat menghabiskan waktunya pada dalam tempat tinggal dengan menonton hiburan yg disajikan televisi. Kehidupan sosial semakin berkurang. namun demikian selama kurung diri masa Covid-19 warga cenderung meningkat dapat menonton televisi.

Akumulasi dari ke 2 imbas pada atas selanjutnya jua berakibat masyarakat kian konsumtif. karena aneka macam produk yg disiarkan melalui layar TV sebagai bagian asal kehidupan mereka. dengan sendirinya peningkatan secara ekonomi asal para pedagang juga semakin tinggi. akibat berikutnya yang tidak kalah krusial ialah terciptanya pola konsumsi terhadap banyak sekali jenis kebutuhan hayati pula turut semakin tinggi. dalam tinjauan ekonomi hal tersebut memang menguntungkan, tetapi dalam tinjauan lebih dekat lagi pada keadaan ekonomi serta pendapatan rakyat terdapat 2 kemungkinan yg absolut; yaitu, semakin maju atau malah stagnan.

Selanjutnya transmisi budaya tak bisa dielakkan selalu hadir dapat berbagai bentuk komunikasi yg mempunyai akibat pada penerimaan individu. Demikian jua beberapa bentuk komunikasi menjadi bagian asal pengalaman dan pengetahuan individu. Melalui individu, komunikasi menjadi bagian dari pengalaman kolektif gerombolan, publik, audience berbagai jenis serta individu bagian asal suatu massa. Ini artinya pengalaman kolektif yang direfleksikan balik melalui bentuk komunikasi, tidak hanya melalui media massa seperti TV, tetapi pula pada seni, ilmu pengetahuan, rakyat.

Warisan merupakan akibat akumulasi budaya dan masyarakat sebelumnya yang sudah menjadi bagian dari hak asasi manusia. Itu ditransmisikan oleh individu, orang tua, mitra sebaya, grup utama atau sekunder, dan proses pendidikan. warga sebagai penonton televisi semakin hari semakin semakin tinggi dan pemrogram televisi menyesuaikan dengan suasana serta kenyataan pada warga mirip bulan ramadhan penuh siaran televisi menyiarkan siaran dakwah.

KESIMPULAN

Dakwah Islam artinya suatu usaha atau proses yg diselenggarakan dengan sadar dan bersiklus dengan mengajak manusia ke jalan Allah swt., memperbaiki situasi yg lebih baik dalam rangka mencapai tujuan eksklusif, yakni hayati bahagia pada dunia dan di akhirat. agar dakwah Islam dapat dijalankan secara efektif, maka penggunaan media sangat diperlukan. galat satu media dakwah yang efektif buat dipergunakan merupakan media televisi. Media televisi ialah galat satu indera atau fasilitas komunikasi yg bersifat periodik dan transitori yang melibatkan secara perorangan serta gerombolan dengan organisasi kompleks buat memantau diri insan pada kehidupan sehari-hari. Media televisi sangat bermanfaat dalam penyampaian dakwah karena proses komunikasi akan bisa terlaksana lebih intensif, lebih menarik, dan buat syarat eksklusif lebih realistik, dan dapat menembus daya pikir serta daya rasa pemirsa. buat memaksimalkan kiprah televisi menjadi media dakwah maka seluruh stasiun televisi memformat dan merancang program televisi dengan acara dakwah, dan menjadi asal informasi dan hiburan yang terikat di nilai-nilai kepercayaan, sehingga televisi dapat dijadikan menjadi media dalam penegakan kebenaran serta keadilan atau menjadi media amar ma'ruf serta nahi mungkar.

DAFTAR PUSTAKA

Fardil, Miftah, *Dakwah Kontenporer; Pola Alternative Dakwah Melalui Televisi*, Cet, 1:

Bandung : Pasdai Press, 2000.

Joni Arman Hamdi, Endah Hari Utara, Yoenarsih Nazar, *TPEN4312/Modal 1*

Perkembangan Industri Telivisi

Jurnal Peurawi EISSN: 2598-6031- ISSN: 2598- Media Kajian Komunikasi Islam Vol. No.

Tahun 20 <http://junal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi>

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 3 Nomor 3 (2023) 1054-1061 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v3i3.3057

Kholil, Syukur, Penyiaran Islam Melalui Televisi, Konsep Ideal, Kondisi Ojektif dan Prosfeknya, sebuah makalah dalam Loka Karya jurusan Komunikasi Islam IAIN SU Medan pada tanggal 9 Desember 2006

Munandar, Haris dan Dudy Priatna. Terj, Media Massa Dan Masyarakat Modren, Jakarta: Kencana, 2003.

Samsinar s. Jurnal dakwah dan sosial keagamaan, Efektivitas Dakwah Islam Melalui Media Televisi issn : 2442-5389