

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, seruan dan ajakan.<sup>1</sup> Kegiatan menyebar luaskan ajaran agama Islam serta mengajak masyarakat kearah yang lebih baik, dengan menyampaikan pesan yang disampaikan oleh seorang mubaligh (Da’i) kepada penerima (Mad’u) baik melalui metode ceramah maupun melalui media massa. Adapula metode dakwah telah ditetapkan oleh Allah dalam Al-quran surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

۱۲۵

Artinya;

“Serulah (manusia) pada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dia yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Wahidin Saputra, *pengantar ilmu dakwah* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), 1.

<sup>2</sup>Departemen Agama, *Al-Qur’an Al-Mubin* (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), 281.

Sedangkan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media (*Wasilah al-Dakwah*) pada sejumlah besar orang<sup>3</sup>. Media ini bisa dimanfaatkan oleh da'I untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan maupun tulisan. Diantara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para da'I saat ini adalah: televisi, koran, majalah, radio, dan film.

Salah satu media massa yang digunakan untuk berdakwah adalah televisi, televisi merupakan media komunikasi massa yang mempunyai daya tarik kuat, *music, sound effect*, juga memiliki keunggulan yaitu unsur visual berupa gambar hidup yang dapat menimbulkan pengalaman mendalam bagi respondennya. Televisi adalah media yang menggunakan jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, proses komunikasi antara komunikator dan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Yang berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.<sup>4</sup> Televisi (TV) berawal dari ditemukannya hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik. Kelebihan dari media televisi terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk memperoleh massa cukup besar, Bukan hanya satu atau beberapa individu saja.<sup>5</sup>

Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan tayangan yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi.

---

<sup>3</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 188 .

<sup>4</sup> Herdiyan maulana, *psikologi komunikasi dan persuasi* (Jakarta: Academia Permata, 2013), 133.

<sup>5</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi.*, 186.

Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti mengenai pendidikan. Maka dari itu dari tayangan televisi tersebut responden dapat mengambil manfaat sesuai dengan yang ia inginkan. Sebagai contoh tayangan yang berisi tentang dakwah baik dalam bentuk ceramah maupun *talkshow*, begitu banyak stasiun televisi yang menayangkan tayangan bernuansa islami.

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (*iptek*) maka hal ini menyebabkan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa yang memberikan berbagai penawaran menarik bagi responden, dan pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan responden pada media elektronik tersebut. Responden sendiri terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang heterogen, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa ibu-ibu muslimat juga menonton televisi untuk menambah pengetahuan keagamaannya melalui siaran televisi yang bernuansa islami seperti tayangan Mamah & Aa Beraksi di **INDOSIAR**.

Sedangkan muslimat adalah organisasi di bawah naungan Nahdlatul Ulama, yang diperuntukkan bagi kader-kader wanita muslimat. Oleh sebab itu nama organisasi ini menggunakan nama “muslimat” yang tidak lain anggotanya muslimah wanita. Organisasi ini tersebar di berbagai daerah, Seperti juga di Kediri, muslimat Kota Kediri adalah lembaga agama di Kota Kediri dan mempunyai kantor di Jalan Letjend Suprpto, Gang 2 No.24, Burengan, Pesantren, Kediri, Jawa Timur. Yang terbagi dalam 3 wilayah anak cabang yaitu anak cabang Kota, anak cabang Mojoroto, dan anak cabang Pesantren.

Maka dengan adanya kegiatan dakwah melalui televisi, peneliti tertarik dengan salah satu stasiun televisi yaitu INDOSIAR. Dengan program tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR yang tayang di INDOSIAR setiap hari pukul 06.00 WIB dengan tema berbeda-beda setiap harinya.<sup>6</sup> Program Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR ini adalah salah satu program televisi yang masih diminati oleh masyarakat seiring dengan banyaknya program televisi bernuansa islami lainnya, tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR bernuansa islami yang cukup menarik minat masyarakat terutama bagi ibu-ibu muslimat, karena selain segmentasinya bagi para ibu-ibu, tetapi juga tayangan ini menggunakan narasumber mamah Dedeh sebagai pembicara yang tegas dan juga mendengarkan curhatan dari audiencenya dengan jargonnya “mamah curhat dong”, Selain itu program tayangan ini juga menerima suara dari para audience yang ingin bertanya kepada mamah melalui email, skype, telepon, maupun bertanya langsung saat hadir di studio INDOSIAR.

Tidak hanya mendengarkan curhatan saja bahkan juga memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh audiencenya, hal ini membuat tayangan ini mempunyai Skor lebih di kalangan ibu-ibu. Dalam tayangan ini dipandu oleh Abdel achrian. Selain bertugas memandu berlangsungnya tayangan tersebut, Abdel juga bertugas untuk menghidupkan suasana agar menjadi lebih santai. Sedangkan Dedeh Rosyidah Syarifudin yang biasa disapa dengan Mamah Dedeh adalah sebagai Da'iyah, yang terkenal dengan gaya ceramah yang tegas dan

---

<sup>6</sup><https://www.INDOSIAR.com/shows/mamah-aa-beraksi>, diakses pada tanggal 26 desember 2017.

lantang dalam menjawab pertanyaan dari audience didasarkan dengan Al-Quran dan Hadits.

Maka dengan menonton tayangan ini setiap orang pasti mempunyai persepsi masing-masing terhadap tayangan ini, persepsi sendiri adalah proses menafsirkan informasi indrawi yang kita terima.<sup>7</sup> Setiap orang pasti membutuhkan informasi dan juga pengetahuan tentang keagamaan, maka hal ini dianggap menarik untuk diteliti bahwa bukan tidak mungkin apabila ibu-ibu muslimat Kecamatan Kota Kediri ini juga menyaksikan progam tayangan ini. Selain itu sebagai mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam kiranya perlu untuk tahu juga mengenai seberapa tingkat persepsi ibu-ibu muslimat terhadap tayangan media Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR tersebut, serta faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat persepsi tersebut.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dengan adanya tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR tentu saja akan menimbulkan berbagai persepsi ibu-ibu muslimat, maka dari itu peneliti memfokuskan penelitian terhadap:

1. Seberapa tingkat persepsi ibu-ibu muslimat terhadap tayangan televisi Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR?
2. Apakah faktor yang mempengaruhi tingkat persepsi tersebut?

---

<sup>7</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 180.

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan mengukur seberapa tingkat persepsi ibu-ibu muslimat terhadap tayangan televisi Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat persepsi ibu-ibu muslimat terhadap tayangan televisi Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR.

### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Kegunaan dalam penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menunjang perkembangan dalam Ilmu komunikasi, khususnya berkaitan dengan tingkat persepsi serta faktor yang mempengaruhi persepsi ibu-ibu muslimat Kecamatan Kota Kediri terhadap tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR.

#### **2. Kegunaan Secara Praktis**

##### **a. Kegunaan Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama pada tingkat persepsi dan faktor yang mempengaruhi persepsi ibu-ibu muslimat

Kecamatan Kota Kediri terhadap tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR.

**b. Kegunaan Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi IAIN Kediri, khususnya bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Ilmu Sosial IAIN Kediri untuk menjadi bahan literatur dalam masalah penelitian. Serta menambah wawasan mengenai tingkat persepsi dan faktor yang mempengaruhi persepsi ibu-ibu muslimat terhadap tayangan televisi Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR.

**c. Kegunaan Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat mengajak masyarakat untuk memanfaatkan televisi sebagai media dakwah, disamping kegiatan yang dilakukan dalam organisasi keagamaan.

**E. TELAAH PUSTAKA**

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, terdapat beberapa penelitian yang mencoba meneliti program-program tayangan di media massa, khususnya televisi. Beberapa di antaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh:

1. Indah Syaifullah Mahasiswi UIN Alauddin Makasar Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi pada tahun 2016 dengan judul *“Persepsi Majelis Taklim Al-Madinah Terhadap Tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR di INDOSIAR”*. Penelitian ini menggunakan metode

penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi atau ilmu komunikasi, Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitiannya adalah bahwa majelis taklim Al-madinah menyaksikan mamah dan aa karena tertarik pada informasinya, selain itu anggota majelis taklim juga mengaplikasikan informasi tersebut ke masyarakat dan juga dalam anggota keluarganya sendiri, sehingga studi keilmuan dapat membantu meningkatkan akidah dan akhlak dalam diri dan keluarganya

2. Muh.Akbar mahasiswa UIN Alauddin Makasar jurusan ilmu komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi pada tahun 2016 dengan judul “*TANGGAPAN SISWA KELAS XII SMA NEGERI 2 SINJAI SELATAN TERHADAP TAYANGAN DAKWAH MAMAH DAN AA DI INDOSIAR*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan teori *different perspektif*. Adapun populasi penelitian ini adalah siswa kelas XII SMA Negeri 2 Sinjai Selatan, dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dan menggunakan rumus *slovin* sebagai penentuan jumlah sampel. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan mendeskripsikan data dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian tayangan yang berupa pemilihan topic, penggunaan bahasa, dan isi ceramah serta candaan dalam tayangan Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR mampu menarik perhatian usia remaja dalam hal ini adalah siswa usia 13 tahun ke atas. Sementara untuk



tanggapan siswa kelas XII SMA Negeri 2 Sinjai Selatan terhadap tayangan ini diSkor menarik.

3. Saiful Arif mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2015 dengan judul "*PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN REALITY SHOW MISTIK (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN sunan kalijaga)*". Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, studi pustaka serta dokumentasi. Adapun hasil penelitiannya adalah para informan memberikan persepsi yang positif, karena dengan menonton tayangan tersebut dapat mempertebal rasa keimanan terhadap Allah SWT serta terhindar dari kemusrikan.

Penelitian yang akan penulis lakukan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan metode survey dengan kuesioner sebagai instrument datanya, serta wawancara untuk memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk metode analisis data dengan tujuan untuk menjabarkan atau menggambarkan sampel yang sedang diteliti berkaitan dengan data yang telah diperoleh melalui kuesioner dan wawancara, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui skor variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Item kuesioner dirancang berdasarkan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>8</sup> Hasil kuesioner yang telah disebarkan akan dianalisis menggunakan aplikasi *statistical package for the social sciences* (SPSS) versi 23. Kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi sederhana dalam bentuk diagram *pie chart* dan diagram batang, serta menjelaskan maksud atau arti setiap skor yang diperoleh dari hasil penelitian. Penelitian ini menarik dan berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penelitian ini mengangkat program televisi Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR, serta akan memfokuskan pada seberapa tinggi persepsi ibu-ibu muslimat Kecamatan Kota Kediri terhadap tayangan televisi “Mamah & Aa Beraksi di INDOSIAR”.

---

<sup>8</sup>Deni Darmawan, *metode penelitian kuantitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016), 297.