

PEMBAURAN METODE DAKWAH DI TELEVISI SEBAGAI  
KONSTRUKSI DAKWAH MEDIA MASSA (STUDI ANALISIS  
ISI PROGRAM *TALKSHOW* RUMAH UYA TRANS 7 EPISODE  
“KISAH KASIH DI KOST-AN”



*SKRIPSI*

Diajukan Oleh

Nama : Lavenia Nita Ningrum

NIM : 1306015065

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**  
**JAKARTA, 2017**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lavenia Nita Ningrum  
NIM : 1306015065  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul :Pembauran Metode Dakwah di Televisi sebagai Konstruksi  
Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi Program  
*Talkshow* Rumah Uya Trans 7 Episode “Kisah Kasih Di  
Kost an”

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar – benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 November 2017

Yang menyatakan

**Lavenia Nita Ningrum**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi :Pembauran Metode Dakwah di Televisi Sebagai Konstruksi Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi Program *Talkshow* Rumah Uya TRANS7 episode "Kisah Kasih di Kostan"

Nama : Lavenia Nita Ningrum

NIM : 1306015065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Husnan Nurjuman, S.Ag.,M.Si.

Tanggal : 30 November 2017

Dr.Syaiful Rohim, M.Si.

Tanggal: 30 November 2017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POPOLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lavenia Nita Ningrum  
NIM : 1306015065  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul Skripsi : Pembauran Metode Dakwah di Televisi Sebagai  
Konstruksi Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi  
Program *Talkshow* Rumah Uya Trans 7 Episode "Kisah  
Kasih Di Kost an")

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang telah dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2017, dan dinyatakan LULUS

  
Dr. Sri Mustika, M.Si.  
Penguji I

  
Muhammad Dwi Fajri, M.Pd.I.  
Penguji II

Tanggal: 5/1/18

Tanggal: 03 Januari 2018

  
Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.

  
Dr. H. Syaiful Rohim., M.Si.

Pembimbing I

Pembimbing II

Tanggal: 5 Januari 18

Tanggal: 3 Januari 18.

Mengetahui  
Dekan,

  
Said Romadhon, S.Sos., M.Si.

## ABSTRAK

Judul :Pembauran Metode Dakwah di Televisi sebagai Konstruksi Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi Program *Talkshow* Rumah Uya Trans 7 Episode “Kisah Kasih di Kost-an”  
Nama : Lavenia Nita Ningrum  
NIM : 1306015065  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Halaman : 121+xi halaman+4 tabel +3 gambar+24 buku+4 lampiran

Penelitian ini meneliti program acara *talkshow entertainment* Rumah Uya di Trans 7. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Konstruksi Sosial Media Massa. Pendekatan penelitian adalah kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Unit analisis yang dikaji dalam penelitian ini adalah pembauran metode dakwah Irsyad (Konseling), unit pengamatan adalah program Rumah Uya Trans 7 episode “Kisah Kasih Di Kost-an”. Temuan dalam penelitian ini yaitu adanya proses pembauran metode dakwah dalam program *talkshow* Rumah Uya Trans 7, dalam penelitian ini metode dakwah yang dikaji adalah metode dakwah Irsyad (metode konseling).

Hasil penelitian ini menunjukkan di dalam isi tayangan program Rumah Uya terdapat proses pembauran metode dakwah dalam penelitian ini metode dakwah yang dikaji adalah metode dakwah Irsyad (metode konseling) dengan isi pesan yang menjelaskan bahwa dalam menyelesaikan suatu masalah haruslah *tabbayun*, yaitu mencari informasi sebenar-benarnya sebelum memiliki sikap *suudzon*.

Kontribusi akademis dalam penelitian ini adalah dapat menjelaskan bagaimana proses pembauran metode dakwah dalam sebuah program *talkshow* Rumah Uya Trans 7. Kontribusi metodologis adalah dapat memberikan penjelasan mengenai bagaimana metode analisis data dalam penelitian pembauran metode dakwah dalam sebuah program *talkshow* Rumah Uya Trans 7. Kontribusi sosial adalah diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai bagaimana pembauran metode dakwah dalam sebuah program *talkshow* Rumah Uya Trans 7. Kontribusi praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak Trans 7, untuk membuat sebuah tayangan program *talkshow* yang bukan hanya menarik, namun dapat memberikan nilai positif dan manfaat untuk masyarakat.

***Kata Kunci: konstruksi, pembauran, metode dakwah, program Talkshow***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Swt yang senantiasa melimpahkan segala nikmat-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembauran Metode Dakwah di Televisi Sebagai Konstruksi Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi Program *Talkshow* Rumah Uya Trans 7 Episode “Kisah Kasih Di Kost-an”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju alam pencerahan.

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, dari Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (FISIP UHAMKA). Peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Said Ramadhan, S.Sos.,M.Si. Dekan FISIP UHAMKA.
2. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
3. Dr. Sri Mustika, M.Si., Wakil Dekan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
4. Husnan Nurjuman, S. Ag., M.Si. Dosen pembimbing 1 dan Dr. H. Syaiful Rohim, M.SI., Dosen pembimbing 2 yang telah mengarahkan peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kedua orang tua tercinta Bapak Alm. Sumarta Yudho Selaras, dan Ibu Ngatini yang telah memberikan doa, dorongan moril, hingga materil kepada penulis..
6. Tersayang seluruh sahabat BBB (Musa, Willy, Tegar, Ulfa, Tyas), dan Bala (Wiki, Amalia, Manda, Mega, Rimas, Indri, Icha, Retno), Prasetyo dan Silsa Dea Suryana yang telah mendukung, membantu dan memberikan semangat kepada Peneliti.
7. Keluarga besar Wingstop Indonesia yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman FISIP UHAMKA angkatan 2013 yang telah memberikan semangat serta motivasi dan kebersamaannya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangannya, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini.

Jakarta, 3 Januari 2018

Lavenia Nita Ningrum

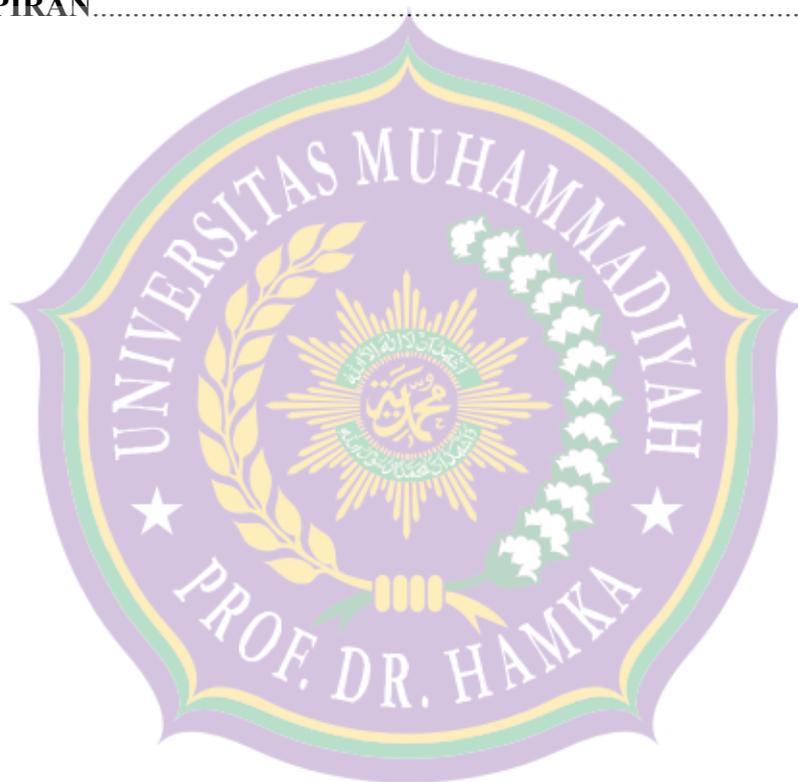
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (COVER)</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Kontribusi Penelitian .....	10
1.5. Pembatasan Masalah .....	11
1.6. Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
2.1. Paradigma Konstruktivisme.....	14
2.2 Hakekat Komunikasi.....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.2.2. Fungsi Komunikasi .....	19
2.2.3 Konteks Komunikasi.....	20
2.2.4. Model Komunikasi Tubbs dan Moss .....	22

2.2.5. Element Komunikasi.....	28
2.3. Komunikasi Massa.....	29
2.3.1. Pengertian Komunikasi Massa .....	29
2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa.....	30
2.3.3. Karakteristik Komunikasi Massa.....	31
2.4. Penyiaran.....	33
2.4.1. Definisi Penyiaran .....	33
2.4.2. Sifat Media Penyiaran .....	35
2.5. Televisi.....	35
2.5.1. Fungsi Televisi .....	36
2.5.2. Program Televisi .....	37
2.5.3. Jenis-Jenis Program Televisi .....	38
2.5.4. Program <i>Talkshow</i> .....	40
2.6. Pengertian Dakwah.....	42
2.6.1. Tujuan Dakwah .....	44
2.6.2. Unsur-unsur Dakwah .....	45
2.6.3. Wasilah (Media Dakwah) .....	48
2.6.4. Thariqah (Metode Dakwah) .....	50
2.7. Pengertian Metode Dakwah.....	50
2.8. Teori Dakwah.....	52
2.8.1. Teori Proses dan Tahapan Dakwah .....	52

2.8.2. Metode Dakwah Irsyad Islam .....	54
2.8.3. Pengertian Tabligh .....	56
2.9. Konsep Pengertian Pembauran .....	59
2.10. Media Massa dan Konstruksi Realitas Sosial .....	60
2.10.1. Tahap-Tahap Konstruksi Media Massa .....	64
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
3.1. Pendekatan Kualitatif .....	69
3.2. Jenis Penelitian .....	70
3.3. Metode Analisis Data Kualitatif .....	70
3.4. Unit Analisis dan Unit Pengamatan .....	71
3.5. Penentuan Narasumber .....	72
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.2. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	76
4.1.1. Sejarah Trans 7 .....	76
4.1.2. Program <i>Talkshow</i> Rumah Uya .....	80
4.2. Pembahasan .....	82
4.2.1. Analisis Isi Tayangan <i>Talkshow</i> Rumah Uya .....	82
4.2.2. Pembauran Metode Dakwah Program Rumah Uya .....	92
4.2.3. Proses Pembauran Metode Dakwah Rumah Uya .....	97

4.2.4. Isi Pesan Dakwah Program Rumah Uya Trans 7 .....	107
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	112
5.1. Kesimpulan .....	112
5.2. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	115
<b>LAMPIRAN</b> .....	118



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.1 Teknik Praktis Riset Komunikasi.....	16
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	74
Tabel 4.2 Analisis isi tayangan program <i>talkshow</i> Rumah Uya Trans 7.....	82



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah aktivitas paling penting yang dilakukan oleh manusia. Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya di kalangan ilmuwan komunikasi, melainkan juga di kalangan awam, sehingga kata komunikasi memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Sebagai makhluk sosial manusia selalu berkomunikasi dengan manusia lain. Dengan melakukan komunikasi, manusia bersosialisasi dengan lingkungannya.

Menurut Tubbs dan Moss dalam (Mulyana, 2010 : 65) komunikasi merupakan proses penciptaan makna antara dua orang yaitu komunikator 1 dan komunikator 2 atau lebih. Berkomunikasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja seperti di sekolah, kantor, pasar, lingkungan bahkan di media massa.

Komunikasi adalah proses penyampaian lambang-lambang yang berarti antar manusia. Seseorang menyampaikan lambang-lambang yang mengandung pengertian tertentu kepada orang lain. Lambang-lambang yang mengandung pengertian tersebut disebut "*pesan*" atau "*message*".

Perkembangan teknologi terjadi pada konteks komunikasi massa. Pada saat ini komunikasi massa sudah sangat berkembang, dapat dilihat dari perkembangan pada dunia penyiaran. Dunia penyiaran merupakan salah satu bagian dari konteks komunikasi massa. Komunikasi massa (*mass*

*communication*) adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi ini. Walaupun komunikasi massa biasanya merujuk pada surat kabar, video, radio, televisi dan film. Didalam dunia penyiaran sendiri terdapat dua aspek, yaitu penyiaran radio dan penyiaran televisi.

Televisi adalah media penyiaran yang memiliki keunggulan *audio* dan *visual* yang mampu menyalurkan suara dan gambar sekaligus. Televisi berasal dari bahasa Inggris *Television*, yang artinya tampak dari jauh (*tele* = jauh dan *vision* = tampak). Televisi merupakan sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa yang menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) yang dapat dilihat dan dapat di dengar. Selain itu televisi dapat juga diartikan sebagai pesawat penerima siaran televisi, kemudian televisi berkembang sebagai media massa, karena suara dan gambar yang disiarkan menyentuh khalayak banyak (massa) serta bersifat terbuka. Maka dari itu, televisi sangat penting untuk menjadi media dakwah, atau menyalurkan pesan-pesan dakwah. Hal ini telah banyak dilakukan di Indonesia, pada umumnya lembaga penyiaran televisi di Indonesia menyediakan waktu untuk berbagai kegiatan dakwah, seperti adzan magrib, atau acara-acara khusus pada bulan ramadhan, dan hari raya idulfitri dan iduladha, televisi dapat juga bermanfaat sebagai media yang menyajikan dialog-dialog tentang berbagai masalah yang dihadapi oleh ummat Islam. Keunggulan televisi sebagai media *audio visual* (dengar pandang) terletak pada daya persuasinya yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara sekaligus. Bahkan suara dan gambar tersebut dapat diterima

oleh khalayak pada saat sebuah peristiwa tablig atau khotbah yang sedang terjadi, melalui liputan secara langsung. Dengan demikian televisi memiliki kecepatan dan aktualitas yang tinggi dengan daya persuasi yang tinggi pula. Televisi juga dapat mengembangkan topik yang disajikan oleh media cetak (surat kabar, dan majalah).

Televisi merupakan media komunikasi massayang bersifat audio dan *visual*. Setiap orang dapat menggunakannya untuk menyebarkan berbagai macam informasi melalui berbagai program seperti program *Talkshow*.

Program *Talkshow* adalah program yang membahas topik-topik terhangat dengan menghadirkan narasumber yang relevan dipandu oleh pembawa acara atau *host*. Terdapat tiga jenis format program *talkshow*, yaitu *Talkshow News*, *Talkshow Entertainment*, dan *Talkshow Sponsorship*. Terdapat berbagai macam format dalam program *Talkshow* yang dihadirkan, namun dengan konsep acara yang dikemas berbeda-beda, seperti mencampurkan program *Talkshow* dengan konsep komedi didalamnya. Adapun konsep terbaru saat ini yaitu konsep program *talkshow* yang menghadirkan narasumber dengan permasalahan sosial dimasyarakat, lalu dikemas dengan menghadirkan Ustad atau Ustadzah sebagai salah satu moderator yang memberikan nasihat dalam sebuah topik yang dibahas berbeda setiap harinya. Hal ini membuat program *talkshow* menjadi salah satu program andalan di setiap stasiun televisi. Televisi juga sebagai saluran yang digunakan sebagai media dakwah Islam guna menyebarkan pemahaman-pemahaman Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah berasal dari bahasa Arab: *da'wah*, yang artinya memiliki mengajak, menyeru, memanggil, menyampaikan, mendorong, atau memohon (Ali Azis, 2009:6). *Da'wah* sebagai istilah bahasa Arab mengalami perkembangan dari asal kata *daa'* yang dalam bahasa Indonesia berarti ajakan, seruan, atau panggilan. Jadi setiap kegiatan manusia yang bertujuan mengajak, menyeru, atau memanggil sesamanya manusia untuk berbuat baik, melaksanakan kebajikan dan mencegah kemungkaran disebut dakwah. Pelakunya dinamakan *da'i* yaitu orang atau sekelompok orang yang melaksanakan dakwah. Maka dari itu, tuntunan ajaran agama Islam yang berkaitan dengan media massa harus dipahami dan dikuasai agar kehadiran media massa dapat bermanfaat bagi manusia dalam menopang kebudayaan dan peradabannya, oleh karena itu media menjadi sangat penting dan memiliki urgensi bagi dakwah terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak yang banyak dengan cepat.

Metode dakwah konvensional atau yang biasa dilakukan didalam majelis-majelis ataupun masjid-masjid dengan *audience* dengan skalanya yang kecil, terlebih dengan materi pembahasan atau tema yang terkhususkan pembahasannya mengenai kajian-kajian dalam tuntunan Agama Islam, dengan cara penyampaiannya tidak terlalu menarik dan cenderung pasif dengan pembahasan yang memang kurang dekat dengan permasalahan-permasalahan sosial masyarakat saat ini. Metode dakwah konvensional menjadi sebuah metode dakwah yang kurang efektif dalam kehidupan masyarakat modern saat

ini, dimana masyarakat modern ini sudah mulai dipengaruhi oleh gelombang globalisasi.

Sehingga proses pembauran terjadi dalam dunia dakwah saat ini dimana televisi menjadikan metode dakwah sebagai salah satu ide kreatif yang menarik ditayangkan kepada masyarakat dengan menggabungkan unsur metode dakwah Irsyad (konseling) dan *tabligh*, pembauran dalam penelitian seperti dalam program acara *talkshow* Rumah Uya Trans 7.

Program *talkshow* Rumah Uya menyajikan format program acara yang membahas masalah kehidupan sosial sehari-hari, yang dipandu oleh Uya Kuya sebagai pembawa acara yang dibantu oleh seorang aktris Haruka, atau Natasya Rider yang didatangkan untuk membantu mencairkan suasana dalam program tersebut, selain itu program Rumah Uya ini juga mendatangkan narasumber yang diposisikan duduk dekat penonton sebagai seseorang yang dianggap netral untuk melihat sebuah permasalahan yang ada. Disamping itu mengembangkan konsep lain dari Program Rumah Uya adalah dengan menghadirkan seorang *da'i* untuk memberi nasihat kehidupan dari sisi nilai-nilai keIslaman. Dalam penelitian ini Peneliti mengambil salah satu contoh episode yaitu “Kisah Kasih Di Kostan” yang hampir ditonton oleh 1 juta kaliditonton oleh penikmat *youtube*, dilihat dari *official account youtube* Trans 7, selain itu program ini menjadi salah satu program *talkshow* terfavorit dilihat dari penghargaan yang didapat oleh program Rumah Uya dalam ajang penghargaan *Panasonic Gobel Award* 2017.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti ”Pembauran Metode Dakwah di Televisi sebagai Konstruksi Dakwah Media Massa (Studi Analisis Isi Program *Talkshow* Rumah Uya Trans 7 Episode ‘Kisah Kasih Di Kost-an’). Sebagai acuan peneliti telah mengkaji beberapa penelitian antara lain :

**Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul Skripsi	Pendekatan dan Metode	Hasil Penelitian
1.	Syafrian Akbar, S1 tahun 2010, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Jakarta Syarif Hidayatullah	Televisi sebagai Media Dakwah (Analisis Produksi Siaran Program “Ustad Haryono Di Jak TV)	Kualitatif dan Analisis Isi Kualitatif	Dalam penelitian tayangan program Ustad Haryono yang ditayangkan di Jak TV menggambarkan bagaimana televisi digunakan sebagai media dakwah dalam penelitian ini bagaimana proses produksi metode dakwah yang di kaji adalah media dakwah <i>tablgh</i> .
2.	Aldila Syahfina, S1 tahun 2011, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Jakarta Syarif Hidayatullah	Metode Dakwah Dikalangan Masyarakat Perkotaan Dalam Pengajian Eksekutif Ummahatul Mu’minin Indonesia (UMI)	Kualitatif dan Analisis Isi Kualitatif	Dalam masyarakat perkotaan dakwah menjadi salah satu hal yang mulai di pinggirkan dalam sebuah forum-forum masyarakat khususnya

				<p>masyarakat kota, namun dalam penelitian ini peneliti mengambill penelitian bagaimana metode dakwah yang dilakukan melalui pengajian eksekutif yang dilakuka Ummahatul Mu'minin Indonesia yang akhirnya dapat membuat dakwah dapat masuk dalam kondisi masyarakat perkotaan saat ini.</p>
3.	<p>Nuraningsih, S1 tahun 2014, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta</p>	<p>Pendekatan Komunikasi Dalam Metode Dakwah Bil Lisan Pada Acara "Islam Itu Indah" di Trans TV</p>	<p>Kuantitatif dan Analisis Isi Kuantitatif</p>	<p>Dalam program Islam Itu Indah adalah salah satu program dakwah dalam media televisi yang dalam penelitian ini mengkaji metode dakwah <i>Bil Lisan</i> yaitu suatu teknik atau metode yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara seseorang <i>da'i</i> atau Mubaligh pada waktu melakukan aktivitas dakwah, dalam penelitian ini karakteristik</p>

				yang diteliti adalah karakteristik penyampaian isi pesan dakwah yang di bawakan oleh Ustad Maulana dimana dalam penampilannya menampilkan gaya penyampaian yang menarik dan memiliki karakteristik yang dapat menarik masyarakat saat menonton tayangan tersebut.
--	--	--	--	---

Dari pemaparan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas kelebihan penelitian ini adalah bagaimana melihat metode dakwah dalam sudut tayangan yang berbeda, jika dalam acuan penelitian terdahulu mengacu pada aspek metode dakwah dalam sebuah program acara televisi yang memang dikhususkan untuk program dengan tema dan konten Islam, namun dalam penelitian ini peneliti melihat bagaimana media televisi yang membaurkan atau mencoba menyatukan unsur dakwah dalam sebuah acara program *talkshow* di televisi, dimana dalam program *talkshow* tersebut memiliki konsep program televisi yang bertemakan masalah kehidupan sosial masyarakat dengan menghadirkan narasumber yang terkait dan dibawakan oleh seorang pembawa acara atau *host*, namun ada unsur dakwah yang dihadirkan didalam program

tersebut sebagai salah satu hal menarik yang dihadirkan program tersebut untuk menanggapi permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan menghadirkan tokoh ulama seperti Ustad atau Ustadzah sebagai mediator permasalahan sosial yang sedang dibahas dalam program tersebut setiap harinya.

Terkait masalah tersebut akhirnya peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pembauran metode dakwah di televisi dalam sebuah program *talkshow* Rumah Uya Trans 7.

## 1.2 Perumusan Masalah

Setelah mengetahui latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah isi tayangan *talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kost-an”?
2. Bagaimana proses pembauran metode dakwah dalam *talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kost-an”?
3. Bagaimana isi pesan dakwah tayangan *talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kost-an”?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memahami bagaimana isi tayangan *talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kostan”.
2. Untuk memahami bagaimana proses pembauran metode dakwah dalam *talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kostan”.
3. Untuk memahami bagaimana isi pesan dakwah Program Acara *Talkshow* Rumah Uya pada episode “Kisah Kasih Di Kost an”.

#### 1.4 Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian merupakan implikasi dari tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka berikut kontribusi penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti melalui penelitian ini :

##### a. Kontribusi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi akademik, dengan memberikan banyak gambaran mengenai bagaimana pembauran metode dakwah saat ini melalui media massa khususnya televisi dalam sebuah program *talkshow* dengan menggunakan teori konstruksi realitas mengenai bagaimana media massa mengkontruksikan realitas permasalahan sosial masyarakat dalam sebuah program tayangan *talkshow* Rumah Uya Trans 7.

##### b. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan secara sistematis fakta atau karakteristik metode analisis isi. Analisis isi juga digunakan agar penulis dapat meneliti secara

objektif, sistematis, dengan menggunakan metode interpretatif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan metode analisis kualitatif dengan detail dan tepat.

c. Kontribusi Sosial

Secara signifikan sosial, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bagaimana pembauran metode dakwah terbentuk dalam media serta dapat memberikan penjelasan mengenai bagaimana pembauran metode dakwah yang ada dalam sebuah program televisi.

d. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Trans 7 dalam membuat tayangan program *talkshow* yang lebih menarik dan inovatif yang dapat memberikan hal positif dan bermanfaat terhadap khalayak.

### 1.5 Pembatasan Masalah

Pembahasan dilakukan agar terfokus pada suatu permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada apa isi tayangan program Rumah Uya, dan bagaimana proses pembauran metode dakwah dalam program *talkshow* Rumah Uya, serta bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan dalam program *talkshow* Rumah Uya Trans 7.

## 1.6 Sistematika Penelitian

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti beserta rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, kontribusi penelitian atau manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

### **BAB II KERANGKA TEORI/LANDASAN PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijabarkan tentang Paradigma Konstruktivis, Hakekat Komunikasi, Karakteristik Komunikasi, Proses Terjadinya Komunikasi, Tujuan Komunikasi, Komunikasi Massa, Karakteristik Komunikasi Massa, Fungsi Komunikasi Massa, Media Massa, Program *Talkshow*, Konstruksi Realitas Sosial, Dakwah, Pesan Dakwah, dan Teori Medan Dakwah.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, akan menjabarkan mengenai metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang Pendekatan dan Jenis Penelitian, Pemilihan Media dan Penentuan Informan, Unit Analisis dan Unit Pengamatan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Waktu dan Lokasi Penelitian.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis memaparkan analisis dan hasil analisis, pembahasan hubungan analisis dan teori konstruksi realitas sosial media massa.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf, Yunan. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta : Prenada Media
- Mulyana, Deddy. *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. 2008. Bandung: Rosda.
- Mulyana, Deddy dan Jalaludin Rakhmat, 1993. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasidi Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmad, Jalaludin. 1997. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis.

West, Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Komunikasi Analisis dan Aplikasi edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.

Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Wawan, Kuswandi. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Toto, Tasmara. 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.

Ali Aziz, Moh. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Hafidhudin, Didin. 2000. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press.

Asmuni, Syukir. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.

Anshari, Hafi. 1993. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-ikhlas.

### **Penelitian Terdahulu**

Akbar, Syafrian. 2010. *Televisi Sebagai Media Dakwah (Analisis Produksi Siaran Program "Ustad Haryanto di Jak TV"*. Universitas Islam Negeri Jakarta Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Syahfina, Aldila. 2011. *Metode Dakwah Dikalangan Masyarakat Perkotaan dalam Pengajian Eksekutif Ummahatul Mu'minin Indonesia (UMI)*. Universitas Islam Negeri Jakarta Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Nuraningsih. 2014. *Pendekatan Komunikasi dalam Metode Dakwah Bil Lisan pada Acara “Islam Itu Indah” di Trans TV*. Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta. Jakarta.

### **Internet**

[www.trans7.co.id](http://www.trans7.co.id)

<http://id.wikipedia.org>

<http://www.perpuskita.com>. Pengertian *Talkshow*

<http://perpuskita.com>. Jenis *Talkshow*

