

# Dakwah Pembangunan dalam Produksi Siaran Radio dan Televisi

**Surianor**

Fakultas Dakwah IAIN Antasari

*Development requires a model of socialization with various approaches, one of them is a religious approach. The media, both print and electronic have the strategic position and role in delivering development message.. Radio and television should proactively communicate and preach the message of development to the community, with the hope that people are inspired to help and participate, in order to achieve success in various aspects of development. The problem is the role of public broadcasting services in preaching the dakwah of development is still lacking, and broadcasting companies are more commercially oriented and mostly owned by non-Muslims. Commitment and the role of Muslim entrepreneurs are needed to set up, manage and develop broadcasting services that are more focused on the interests of dakwah.*

**Key words:** Mission development, public broadcasters, radio, television.

*Pembangunan membutuhkan model sosialisasi melalui berbagai pendekatan, salah satunya dengan pendekatan agama. Media massa, baik cetak maupun elektronik mempunyai posisi dan peran strategis menyampaikan pesan pembangunan tersebut. Radio dan televisi harus proaktif menyampaikan dan memberitakan pesan pembangunan kepada masyarakat, dengan harapan orang-orang terinspirasi untuk membantu dan berpartisipasi, guna mencapai keberhasilan pembangunan di berbagai aspeknya. Masalahnya adalah, peran lembaga penyiaran publik dalam memberitakan dakwah pembangunan masih kurang, lembaga penyiaran lebih berorientasi komersial dan sebagian besar dimiliki non-Muslim. Komitmen dan peran pengusaha Muslim diperlukan untuk mengatur, mengelola dan mengembangkan penyiaran publik yang lebih terfokus pada kepentingan dakwah.*

**Kata kunci:** Dakwah pembangunan, penyiaran publik, radio, televisi.

Di era orde baru hampir semua aspek kehidupan dan kegiatan, baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun masyarakat selalu dikaitkan dengan pembangunan. Hal ini sangat erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah saat itu yang memang sangat berkaitan dengan pembangunan, sehingga setiap lima tahun selalu disusun program pembangunan (PELITA), setiap penyusunan kabinet selalu dinamakan dengan Kabinet Pembangunan, dan sebagainya.

Sampai-sampai kegiatan dakwah pun dikaitkan dengan pembangunan, sehingga ada istilah dakwah pembangunan. Berbagai kegiatan berita media massa baik cetak maupun elektronik selalu diisi dengan kegiatan pembangunan. Sebagai hasilnya, pembangunan saat itu memang cukup menonjol, khususnya di segi pembangunan fisik, Presiden Soeharto saat itu diberi gelar "Bapak Pembangunan".

Email penulis: surianor@iain-antasari.ac.id

Seiring dengan runtuhnya pemerintah orde baru dan diganti dengan era reformasi, istilah dakwah pembangunan sudah jarang terdengar. Kegiatan pembangunan pun kelihatannya banyak terabaikan. Para elit lebih banyak berbicara politik untuk berebut kedudukan dan kekuasaan, akibatnya, nasib rakyat khususnya rakyat yang berada pada tingkatan ekonomi menengah ke bawah cenderung diabaikan.

Dalam kondisi demikian, sebenarnya dakwah pembangunan kembali urgen untuk dihidupkan. Hal-hal yang bersifat membangun perlu sekali digelorakan. Untuk itu berita media massa, khususnya radio dan televisi perlu sekali diisi dengan dakwah pembangunan. Masyarakat, baik di perkotaan maupun perdesaan perlu disadarkan kembali akan makna dan pentingnya pembangunan dalam arti yang seluas-luasnya, baik pembangunan fisik maupun spiritual.

### **Memahi Ulang Dakwah dan Pembangunan**

Kata dakwah diambil dari bahasa Arab, dengan akar kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya, mengajak, menyeru dan menjamu (Yunus 1973, 127). Kata dakwah ini sudah menjadi bahasa Indonesia, yang artinya "penyiaran, propaganda, penyiaran agama di kalangan masyarakat dan pengembangannya, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama" (KBBI 1990, 181).

Para ahli mengemukakan pengertian dakwah Islam secara lebih dalam. Di dalam *Encyclopaedia of Islam* dinyatakan: "*in the religious sense, the da'wa is the invitation addressed to men by God dan the Prophets to believe the true religion Islam*" (Canard 1965, 68).

Artinya, dalam pengertian agama dakwah adalah seruan yang dialamatkan kepada manusia oleh Allah dan Rasul untuk mempercayai kebenaran agama Islam.

Isa Anshary (1992, 17) mengatakan, "dakwah Islamiyah artinya menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam". Menurut Syamsuri Siddiq (1983, 8), dakwah adalah segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam ujud sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung ditujukan kepada orang perorang, masyarakat, maupun golongan, supaya tergugah jiwanya dan terpanggil hatinya kepada ajaran Islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Amrullah Achmad (1983, 2), pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan, dengan menggunakan cara tertentu).

Menurut Aqib Suminto (1984, 53), dakwah yaitu amar ma'ruf nahi munkar. Memerintahkan kebajikan dan memberantas kemunkaran, menyerukan berbuat baik dan melarang berbuat buruk. Baik dan buruk di sini dipandang dari ajaran Islam, yaitu segala perbuatan yang Allah perintahkan agar dikerjakan manusia adalah baik, dan segala yang dilarangnya adalah buruk.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah atau dakwah Islamiah adalah usaha menyeru manusia untuk berbuat baik dan mencegah mereka berbuat buruk, dengan menggunakan cara-cara, sarana-sarana dan media tertentu, yang dilakukan secara teratur, terencana dan kontinyu, sehingga ajaran Islam dapat diketahui, dihayati dan diamalkan, baik dalam lingkup kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat, bahkan bangsa dan negara.

Tolok ukur atau barometer kebaikan (*al-ma'ruf*) dan keburukan (*al-munkar*) sebagai muatan dakwah adalah menurut ajaran Islam, yang bersumber dari Alquran dan hadis. Abdulqadir Djaelani yang dikutip oleh Redaksi *Waqf Ikhlas Publication* menyatakan dalam redaksi bahasa Inggris sebagai berikut: "*The things that are compatible with Quran, Hadith and reason are called ma'ruf, and the things that are incompatible with them are called munkar*" (Isik 1989, 121). Artinya, segala sesuatu yang bersesuaian dengan ajaran Alquran, hadis, dan akal disebut *ma'ruf*, dan segala sesuatu yang bertentangan dengannya disebut *munkar*.

Di dalam Alquran diterangkan: "Ma'ruf adalah segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah, dan munkar adalah segala perbuatan yang menjauhkan kita daripada-Nya" (1984:94).

Dengan demikian, dakwah mengantar orang kepada kebaikan menurut agama, yang sejalan dengan ajaran Alquran, hadis dan pertimbangan akal yang sehat, yang jika dilakukan akan mendekatkan diri manusia kepada Allah. Pada sisi lain dakwah juga berusaha menyadarkan orang untuk mencegah dan menjauhi keburukan yang bertentangan dengan ajaran Alquran, hadis dan akal, sebab keburukan itu akan menjauhkan orang

dari Allah Swt. Jadi dalam dakwah itu ada keseimbangan antara seruan kepada kebaikan dan mencegah dari keburukan.

Keseimbangan ini penting, sebab dalam diri manusia memang ada kecenderungan untuk berbuat baik dan buruk. Allah Swt berfirman dalam surat asy-Syams ayat 8-10, yang artinya: "... maka Allah mengilhamkan kepada jiwa manusia itu jalan kefasikan dan ketaqwaan, sesungguhnya beruntunglah orang yang menyucikan jiwa itu, dan sesungguhnya merugilah orang yang mengotorinya".

Menurut Quraish Shihab, walaupun kedua potensi ini terdapat dalam diri manusia, namun ditemukan isyarat-isyarat dalam Alquran, bahwa kebajikan lebih dahulu menghiasi diri manusia daripada kejahatan, dan bahwa manusia pada dasarnya cenderung kepada kebaikan". Agar potensi kebaikan ini terjaga dan tidak dikalahkan oleh potensi buruk, maka di sini sangat diperlukan usaha-usaha dakwah (Shihab 2004, 254).

Setiap sesuatu tentu memiliki tujuan, demikian juga halnya dengan dakwah. Bachtiar Affandie (1980, 2) mengatakan: "Tujuan dakwah ialah mengubah pendirian dan perbuatan orang yang tidak beragama menjadi beragama, orang yang tadinya tidak berTuhan menjadi berTuhan, orang yang tadinya tidak atau kurang taat beribadah menjadi taat beribadah dan seterusnya".

Asmuni Syukir (1984) membagi tujuan dakwah dalam dua kelompok, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dakwah (*major objective*) adalah mengajak umat manusia (meliputi seluruh orang mukmin maupun orang kafir atau orang musyrik) kepada jalan yang benar yang diridhai Allah Swt, agar hidup mereka berbahagia di dunia maupun di akhirat.

Tujuan umum di atas dapat diperinci lagi dalam beberapa tujuan khusus (*minor objective*), yang ringkasnya sebagai berikut: (1) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan ketaqwaannya kepada Allah Swt. Mereka diharapkan senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan terhindar dari perkara yang dilarang-Nya; (2) Membina mental agama Islam bagi kaum yang masih *muallaf*, yaitu mereka yang baru beriman atau berislam dan masih mengkhawatirkan keIslaman dan keimannya. (3) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman (memeluk) agama Islam. (4) Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya (Syukir 1984, 56).

Menurut Masdar Helmy (1980, 34) ada beberapa tujuan dakwah Islam, yaitu: (1) Terwujudnya masyarakat yang mempercayai dan menjalankan sepenuhnya ajaran Islam; (2) Dengan terwujudnya masyarakat yang menjalankan ajaran Islam, akan tercapailah masyarakat yang aman, adil dan makmur, yang diridhai oleh Allah Swt. (3) Hidup manusia mempunyai tujuan yang digariskan Allah, yaitu berbakti sepenuhnya kepada Allah Swt.

Dari beberapa keterangan di atas dapat dipahami bahwa tujuan dakwah Islam adalah menanamkan ajaran Islam, sehingga mereka mempercayai dan mengamalkan ajarannya dalam kehidupan sehari-hari. Dari sini pada gilirannya akan terwujud kedamaian dan kebahagiaan lahir dan batin, baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat nanti.

Tujuan dakwah, sejalan dengan tujuan agama Islam itu sendiri. Sayyid Sabiq mengatakan, tujuan yang hendak dicapai oleh risalah Islam ialah membersihkan dan menyucikan jiwa, dengan jalan mengenal Allah dan

beribadah, serta dengan mengokohkan hubungan antara manusia dan menegakkannya di atas dasar kasih sayang, persamaan, dan keadilan, hingga dengan demikian tercapailah kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat (Sabiq 1982, 10).

Jadi kebahagiaan dunia dan akhirat merupakan tujuan inti dari dakwah dan tujuan inti agama Islam. Seiring dengan itu, agama Islam juga memiliki tujuan-tujuan luhur, yang disebut *maqashid al-syariah*, untuk menjaga agama (*hifzh al-din*), menjaga jiwa (*hifzh al-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-aql*), menjaga keturunan (*hifzh al-nasl*), dan menjaga harta (*hifzh al-maal*) (Sabiq 1982, 11).

Dengan demikian tujuan dakwah dan tujuan Islam itu berjalan seiring. Ia tidak saja dalam arti sempit memelihara agama dengan menanamkan keimanan dan ketaqwaan kepada pemeluknya, tetapi juga memelihara aspek lain yang juga penting dalam kehidupan. Dakwah juga memelihara jiwa, maksudnya jiwa manusia hendaknya terpelihara, tidak terjadi penganiayaan, pertumpahan darah, dan pembunuhan kecuali dengan jalan benar. Untuk itu dakwah harus mampu menciptakan suasana kehidupan yang damai, rukun, dan harmonis.

Dakwah juga mampu memelihara akal yang sehat, sebab akal adalah anugerah Allah yang sangat bernilai tinggi. Tidak boleh akal itu dirusak dengan minuman keras, narkoba dan sebagainya, sebab rusaknya akal dapat berakibat rusaknya agama seseorang, sebab akal dapat dijadikan tolok ukur perbuatan baik dan buruk. Keturunan juga harus dijaga dengan dakwah, dengan cara menghindarkan perbuatan maksiat seperti perzinahan, pelacuran, dan pergaulan bebas, supaya setiap anak yang lahir ke dunia jelas garis nasib, dan ada orang tuanya yang betul-betul bertanggung jawab, serta tidak terjadi aborsi (pengguguran

kandungan) yang melanggar hukum. Selanjutnya dakwah juga menjaga harta, dalam arti harta hendaknya diperoleh secara benar dan digunakan secara benar pula. Kemiskinan harta hendaknya dihindari sebab dapat berakibat pada kemiskinan agama. Hal-hal yang merusak harta seperti perjudian, pemborosan, penipuan, korupsi dan lain-lain hendaknya dihindari. Dakwah dituntut mampu membangun semangat umat untuk rajin bekerja keras dan produktif untuk kebaikan hidup pribadi, keluarga dan masyarakat.

Adapun pembangunan, berasal dari kata dasar bangun, artinya bangkit, berdiri dari duduk, tidur dan sebagainya. Pembangunan berarti proses, perbuatan cara membangun. Pembangunan dimulai dari atas (negara) kemudian menurun kepada rakyat (KBBI 1990, 77). Pembangunan nasional adalah upaya untuk meningkatkan seluruh aspek kehidupan masyarakat, bangsa dan negara yang sekaligus merupakan proses pembangunan keseluruhan sistem penyelenggaraan negara untuk mencapai tujuan nasional. Tujuan nasional tersebut adalah untuk menciptakan manusia dan masyarakat Indonesia yang berkualitas, adil dan makmur, material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pembangunan nasional menganut delapan asas atau prinsip, di antaranya asas keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, bahwa segala usaha dan kegiatan pembangunan dijiwai, digerakkan dan dikendalikan oleh keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan, sebagai nilai luhur yang menjadi landasan spiritual, mental dan etik. Asas lainnya adalah keseimbangan dunia dan akhirat, material dan spiritual (DPP Golkar 1997, 105).

Usaha pembangunan ini menurut Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei (2001, 9), juga identik dengan pengembangan masyarakat. Secara bahasa, pengembangan berarti membina dan meningkatkan kualitas, dan masyarakat Islam berarti kumpulan manusia yang beragama Islam. Secara terminologis, pengembangan masyarakat Islam berarti men-transformasikan dan melembagakan semua segi ajaran Islam dalam kehidupan keluarga (*usrah*), kelompok sosial (*jamaah*) dan masyarakat (*ummah*).

Dengan demikian antara dakwah Islamiyah dengan pembangunan memiliki keterkaitan atau benang merah yang erat, baik di segi pengertian, tujuan maupun prinsipnya. Oleh karena itu, pembangunan dapat diupayakan melalui kegiatan-kegiatan dakwah, dan sebaliknya dakwah pun dapat dilaksanakan melalui kegiatan-kegiatan pembangunan. Keduanya saling menunjang dan melengkapi, hanya saja dakwah lebih mengarah kepada pembangunan aspek spiritual, sedangkan pembangunan pada umumnya lebih mengarah kepada pembangunan fisik. Namun pembangunan yang dilaksanakan di Indonesia menganut prinsip keseimbangan material dan spiritual.

### **Dakwah Melalui Lembaga Dakwah**

#### **Fungsi Lembaga Dakwah**

Arturo Israel (1990) mengatakan, Lembaga dakwah menurut bahasa ialah: pertama, adalah asal dari suatu arti, kedua, adalah acuan, sesuatu yang memberi bentuk kepada yang lain, ketiga adalah badan atau organisasi yang bertujuan melakukan sesuatu penelitian keilmuan atau melakukan sesuatu usaha. Dari ketiga arti lembaga

tersebut, dapat disimpulkan menjadi suatu pengertian, yakni fisik, material, konkret dan pengertian non fisik, non material dan abstrak.

Dalam bahasa Inggris, lembaga dalam arti fisik disebut institut, sarang (organisasi) untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan pengertian lembaga dalam bentuk nonfisik adalah istilah lembaga (*institutional*) dan pengembangan kelembagaan (*institutional development*) atau pembinaan kelembagaan (*institutional building*), mempunyai arti yang berbeda-beda bagi orang yang berbeda pula (Israel 1990, 13).

Jadi lembaga identik dengan institusi atau organisasi. Para ahli manajemen mendefinisikan organisasi dalam berbagai versi. Menurut Mc Farland Dimnock (1958, 161), "*an organization is an identifiable group of people contributing their efforts toward the attainment of goal*". Artinya organisasi adalah suatu kelompok manusia yang dapat dikenal yang dapat menyumbangkan usahanya terhadap tercapainya suatu tujuan (Handyaningrat 1988, 43). Menurut Dimock (1960, 129), "*organization is the systematic bringing together of independent part to form a unified whole through which authority, coordinating, and control may be exercised to achieve a given purpose*". Artinya, "organisasi adalah perpaduan secara sistematis dari bagian-bagian yang saling berkaitan untuk membentuk suatu kesatuan yang bulat melalui kewenangan, koordinasi dan pengawasan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan" (Handyaningrat 1988, 43).

Dengan demikian, organisasi secara umum berarti suatu lembaga atau perkumpulan orang-orang yang bekerjasama untuk melaksanakan suatu usaha atau kegiatan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh

organisasi tersebut. Berdasarkan rumusan ini, maka lembaga dakwah dimaksud dapat diartikan sebagai kumpulan orang-orang yang memiliki komitmen untuk melaksanakan kegiatan usaha dakwah, guna mencapai tujuan dakwah.

Lembaga dakwah ini banyak macamnya. Menurut Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 6 Tahun 1979, ada empat kelompok lembaga dakwah, yaitu: Badan-badan Dakwah, Majelis Taklim, Pengajian, dan Kemakmuran Masjid dan Mushalla.

1. Badan Dakwah, adalah organisasi Islam yang bersifat umum, seperti NU (Nahdlatul Ulama), Muhammadiyah al-Washliyah, Persatuan Islam, Syarikat Islam, Majelis Dakwah Islam (MDI) dan Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII). Badan-badan dakwah ini kemungkinan melaksanakan berbagai kegiatan seperti dakwah, pendidikan, ekonomi, sosial dan lain-lain.
2. Majelis Taklim, adalah organisasi penyelenggara pendidikan nonformal di bidang agama Islam untuk orang dewasa. Di beberapa daerah kegiatan ini diberi nama pengajian.
3. Pengajian, adalah organisasi Islam yang mengelola pengajian, yakni pendidikan nonformal di bidang agama Islam untuk orang dewasa dan anak-anak, pria maupun wanita. Pengajian ini biasa dilaksanakan di rumah-rumah atau di tempat-tempat ibadah (masjid, langgar, surau).
4. Organisasi Kemakmuran Masjid dan Mushalla, adalah organisasi yang dibentuk untuk mengelola masjid atau langgar, melakukan berbagai kegiatan di masjid atau langgar, seperti bidang pendidikan, perpustakaan, peringatan hari-hari besar Islam,

kesehatan dan koperasi (Rozak 1984, 29).

Lembaga-lembaga dakwah dalam bentuk badan-badan dakwah lebih bersifat nasional dan ada pula yang menonjol di daerah-daerah tertentu saja. Berikut ini disebutkan beberapa organisasi atau lembaga dakwah, sebagai berikut:

1) Organisasi dakwah umum, seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII), Syarikat Islam (SI), Majelis Dakwah Islam (MDI), Missi Islam, Matlaul Anwar, Jamiatul Washliyah, Al-Irsyad, Persis, Al-Khairat Palu, Al-Hilal Ambon, Front Muballigh Islam Medan.

2) Organisasi dakwah wanita, seperti Aisyiah, Nasyyatul Aisyiah (NA), Muslimat NU, Fatayat NU, Kohati, dan lain-lain.

3) Organisasi dakwah pemuda, pelajar dan mahasiswa, di antaranya Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Gerakan Pemuda Ansor, Pemuda Muhammadiyah, Pelajar Islam Indonesia (PII), Ikatan Pelajar NU (IPNU) dan lain-lain.

4) Organisasi dakwah remaja masjid, meliputi Remaja-remaja Masjid setempat, Badan Komunikasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia (BKPRMI).

5) Organisasi dakwah untuk pelayanan kesehatan, yatim piatu, fakir miskin, dan lain-lain (Rozak 1984, 32).

Di samping itu juga ada organisasi dakwah yang menjadi bagian dari instansi pemerintah, misalnya di Departemen Agama ada P2A, BKM (Badan Kesejahteraan Masjid), BAZ (Badan Amil Zakat), LPTQ (Lembaga Pengembangan Tilawatil Quran) dan lain-lain.

Keberadaan organisasi atau lembaga dakwah ini tentu sangat penting dan sejalan dengan tugas dakwah. Allah swt berfirman dalam surat Ali Imran ayat 104: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung".

Ayat ini menuntut adanya organisasi atau lembaga dalam mengemban tugas dakwah. Ahmad Musthafa al-Maraghi (1996, Juz 4:32) menerangkan, maksud istilah *al-ummah* adalah golongan yang terdiri dari banyak individu, yang antara mereka terdapat ikatan yang menghimpun, dan persatuan yang membuat mereka seperti berbagai organ dalam satu tubuh.

Tegasnya, di dalam masyarakat Islam hendaknya ada suatu golongan yang bekerja untuk kepentingan dakwah, amar ma'rif nahi munkar. Orang-orang yang diajak bicara dalam ayat ini ialah kaum mukminin seluruhnya. Mereka terkena taklif agar memilih suatu golongan yang melaksanakan kewajiban ini. Realisasinya hendaknya masing-masing golongan mempunyai dorongan dan mau bekerja dalam dakwah, dan mengawasi perkembangannya dengan kemampuan yang optimal. Ketika mereka melihat kekeliruan dan penyimpangan dalam masyarakat, mereka segera mengembalikan dan mengarahkannya ke jalan yang benar (al-Maraghi (1996, 34).

### **Lembaga Penyiaran sebagai Lembaga Dakwah**

Melihat rumusan dan pembagian lembaga-lembaga dakwah di atas, tampaknya ada satu yang terabaikan dan terkesampingkan, yaitu lembaga

penyiaran. Radio dan televisi sering disebut dengan lembaga penyiaran publik, dengan demikian keduanya merupakan suatu lembaga. Ketika suatu lembaga banyak menyiarkan dakwah, sebagian maupun seluruhnya, maka ia layak disebut sebagai lembaga dakwah.

Memang radio dan televisi sering dikelompokkan sebagai media dakwah, yaitu media audio (radio) dan media audio-visual (televisi). Tetapi mengingat radio dan televisi juga diselenggarakan oleh suatu lembaga penyiaran, maka ia juga dapat disebut sebagai lembaga, yang salah satu fungsinya adalah menyiarkan siaran-siaran dakwah Islamiyah dalam arti yang seluas-luasnya.

Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima, *the fifth estate*, setelah pers. Radio bersifat auditif, hanya dapat didengar. Dengan demikian radio merupakan media audio, yang disebut juga media dengar. Pendengar radio bisa santai, karena sambil mendengarkan radio seseorang dapat membaca koran atau aktivitas lainnya. Efektivitas radio terletak pada daya langsung, daya tembus, daya tarik, musik, kata-kata dan efek suara (Kusnawan 1995, 51). Meskipun televisi lebih unggul dan sudah relatif berusia tua, namun ia tidak pernah dijuluki sebagai kekuasaan keenam (*the six estate*). Hal ini karena radio dianggap lebih berpengaruh kuat. Keunggulan radio, ia tidak mengenal jarak, ruang dan rintangan. Berapa pun jauhnya jarak, semuanya dapat dijangkau oleh siaran radio. Gunung, lembah, daratan dan lautan tidak menjadi masalah bagi radio. Batas negara dan benua menjadi sirna (Effendi 1993, 242).

Menurut Wawan Kuswandi, sebagai media radio mampu memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam misi-misi pergaulan hidup manusia saat ini. Kekuatan dari media radio adalah

mampu menguasai jarak dan ruang, karena teknologi radio menggunakan gelombang elektro-magnetik, kabel dan tibel yang dipancarkan melalui satelit. Kemampuannya menjangkau massa dengan sendirinya sangat besar. Adanya suara menyebabkan radio lebih menarik, mudah diterima dan memberi pengaruh pada pendengar (Kuswandi 1996, 23).

Adapun televisi, secara istilah, televisi berasal dari "tele" yang berarti jauh dan "visi" (vision) yang berarti penglihatan. Dengan demikian televisi merupakan media audio-visual, yang disebut juga media pandang dengar, karena sambil didengar dapat pula langsung dilihat. Pemirsa televisi tidak sesantai radio, karena sambil mendengarkan radio seseorang dapat membaca koran atau aktivitas lainnya. Ketika orang menonton televisi, maka perhatian, pendengaran dan pandangannya memang tertuju kepada televisi (Kusnawan 1995, 73).

Secara historis televisi sudah mulai dinikmati oleh publik Amerika sejak tahun 1939, yaitu ketika berlangsungnya *World Fair* di New York AS. Tetapi Perang Dunia II yang pecah selama kurun 1939-1945 berakibat terhentinya riset-riset dan percobaan untuk mengembangkan teknologi pertelevisian. Baru kemudian di tahun 1946 se usai perang pengembangan televisi dimulai lagi. Maka ketika Dewan Keamanan PBB bersidang di gedung Hunter New York, para undangan dan waryawan sangat terbantu oleh adanya pesawat televisi yang menyiarkan jalannya sidang di dalam gedung. Hal ini sangat menggemparkan, tidak saja karena sidang itu sangat penting dalam rangka menata dunia pasca perang, tetapi karena hadirnya televisi yang sangat menarik dan merupakan alat komunikasi luar biasa saat itu. Hingga kini AS cukup terdepan dalam teknologi

televisi dan terdapat tidak kurang 750 siaran televisi (Effendi 1993, 171-172).

Indonesia mulai mengenal televisi sejak tanggal 18 Agustus 1962 dengan studionya yang sederhana di Kompleks Senayan Jakarta. Walau dibanding negara-negara maju semisal AS, Inggris dan Jepang Indonesia relatif baru mengenal televisi, namun dibanding beberapa negara Asia Tenggara seperti Malaysia dan Singapura, televisi Indonesia lebih dulu hadir. Di penghujung tahun 1980 tercatat sembilan stasiun dimiliki TVRI yang dilengkapi 124 stasiun pemancar dan stasiun penghubung. Dalam kurun ini 400.000 km<sup>2</sup> wilayah dan 80 persen penduduk Indonesia sudah terjangkau televisi. Sekarang dengan semakin banyaknya televisi swasta yang bermunculan tentu persebaran dan daya jangkauannya semakin merata (Effendi 1993, 190-191).

Meski memiliki kekurangan, televisi punya banyak keunggulan dibanding media lainnya. Jack Lyle (Direktur Komunikasi East Western dari East Western Centre Honolulu Hawaii) ketika memberikan ceramahnya di Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Jakarta mengatakan, televisi mampu bertindak sebagai *agent of displacement*. Ada *dis-placement effect* yang dibawa oleh televisi. Orang yang menjadi pemirsa, baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa tidak segan mengorbankan waktu dan kegiatannya yang lain untuk mengikuti acara yang disiarkan televisi. Berbagai kebutuhannya yang lain yang tidak terpenuhi dapat terpuaskan dengan menonton televisi.

Senada dengan Lyle, menurut Mar'at dari Unpad Bandung, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan pada penonton, dan ini adalah hal yang wajar. Jika ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu,

terpesona bahkan latah, itu bukanlah sesuatu yang istimewa. Sebab, salah satu pengaruh psikologi televisi adalah seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga penonton dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi (Effendi 1993, 192).

Menurut Wawan Kuswandi, sebagai media televisi mampu memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam misi-misi pergaulan hidup manusia saat ini. Kekuatan dari media televisi adalah mampu menguasai jarak dan ruang, karena teknologi televisi menggunakan gelombang elektromagnetik, kabel dan tibel yang dipancarkan melalui satelit. Kemampuannya menjangkau massa pemirsa dengan sendirinya sangat besar. Adanya suara sekaligus gambar bergerak menyebabkan televisi lebih menarik, mudah diterima dan memberi pengaruh pada pemirsanya (Kuswandi 1996, 23).

Memang salah satu media yang paling cepat merasuki kehidupan masyarakat di segala usia adalah televisi. Onong Uchjana Effendi (1993, 177) menyatakan, daya tarik televisi memang tidak diragukan lagi. Kalau radio mempunyai daya tarik disebabkan unsur kata-kata, musik dan *sound effect* maka televisi selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini melebihi radio dan film di bioskop, sebab segalanya dapat di nikmati di rumah dengan aman dan nyaman.

Karena adanya daya tarik inilah maka sebagian masyarakat, lebih tersedot perhatiannya kepada televisi daripada media lainnya. Sebuah penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan, 71,64% perhatian pemirsa tertuju kepada televisi, sedangkan selebihnya kepada media lain seperti radio (1,48%), dan

surat kabar/majalah (26,85 %) (Yakan 1992, 13).

Dari sejumlah media yang ada di tengah masyarakat, televisi merupakan media yang paling merata penyebarannya, paling digemari dan paling cepat sampai kepada publik. Televisi merupakan sumber hiburan dan informasi. Muna Haddad Yakan mengatakan, televisi merupakan media yang diibaratkan pedang bermata dua. Ia bisa mendatangkan manfaat yang maksimal bila disikapi dan digunakan secara sehat dan positif, tapi dapat pula mendatangkan kerusakan terutama terhadap anak-anak yang tidak selektif karena terpengaruh oleh materi acara televisi yang kurang mendidik (Yakan 1992, 16).

### **Dakwah Pembangunan Melalui Lembaga Penyiaran Publik**

#### **Masyarakat Sasaran**

Dakwah yang bernuansa pembangunan tepat sekali untuk mengisi atau minimal mewarnai siaran-siaran pada lembaga penyiaran publik, dalam hal ini khususnya radio dan televisi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa faktor. Pertama, dari segi ajaran agama Islam yang didakwahkan memiliki keunggulan, baik di segi kebenaran, kedalaman maupun keluasan (kelengkapan) ajarannya, jadi tidak habis-habisnya untuk digali dan disiarkan.

Keunggulan ajaran Ajaran Islam sebab Alquran dan Sunnah yang diajarkan Nabi berisi ajaran yang asli, benar dan senantiasa sejalan dengan perkembangan zaman, berisi petunjuk untuk kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat. Ajarannya sederhana dan rasional, sehingga mudah untuk dilaksanakan. Selain itu ajaran Islam juga dapat disesuaikan

dengan ideologi nasional yaitu Pancasila, UUD 1945 dan beberapa produk peraturan perundang-undangan, sehingga dapat berjalan seiring, tidak bertentangan dan bertabrakan.

Kedua, penganutnya besar, sebab umat Islam tergolong mayoritas di negeri ini. Jumlah umat Islam Indonesia mendekati 90 % dari jumlah penduduk keseluruhan, dan hampir merata di segenap propinsi. Hanya sedikit provinsi yang umat Islamnya tidak mayoritas, seperti Bali, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Utara dan Papua. Dengan jumlah yang besar itu merupakan sumber daya dan konsumen media yang besar pula sekiranya dapat dikelola dengan baik (Rozak 1984, 35).

Dakwah Islamiyah yang disiarkan melalui lembaga penyiaran publik dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan pembangunan dan atau pengembangan masyarakat. Pengembangan masyarakat yang dimaksudkan di sini lebih dititikberatkan pada masyarakat Islam. Badan Dunia PBB (*United Nations*) merumuskan, bahwa pengembangan masyarakat ialah proses perubahan yang disebabkan atas usaha masyarakat sendiri untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Perubahan terjadi baik secara sosial maupun psikologis, dari cara hidup yang tradisional ke cara hidup progresif" (Aly 1995, 4).

Pengembangan masyarakat, dalam bahasa Inggris diistilahkan dengan *community development*, atau bisa juga disebut pembangunan masyarakat (Echols dan Shadily 1984, 131). Para ahli sosiologi membagi masyarakat dalam dua kategori, yaitu masyarakat perkotaan (*rural community*) dan masyarakat perdesaan (*urban community*) (Soekanto 1990, 36). Antara kedua kategori ini terdapat beberapa perbedaan di segi kehidupan

keagamaan, sosial dan budayanya, yaitu:

a. Kehidupan keagamaan perkotaan berkurang dibandingkan dengan kehidupan agama di desa. Memang di kota-kota orang juga beragama, tetapi pada umumnya pusat kegiatan agama hanya tampak di masjid, gereja dan sebagainya. Di luar kehidupan masyarakat lebih disibukkan oleh kehidupan ekonomi, perdagangan, dan sebagainya. Cara ke-hidupan demikian cenderung ke arah ke-duniawian (*secular trend*), sedangkan warga desa cenderung ke arah agama (*religious trend*).

b. Orang kota pada umumnya dapat mengurus dirinya sendiri tanpa banyak bergantung pada orang lain. Di desa orang lebih memen-tingkan kelompok atau keluarga. Di kota kehidupan keluarga sulit dipersatukan karena perbedaan berbagai kepentingan, paham politik, bahkan agama dsb. Kehidupan di kota lebih bebas, sedangkan di perdesaan sebaliknya, lebih terikat dengan norma.

c. Perubahan-perubahan sosial lebih cepat terjadi dan nyata di kota-kota karena pengaruh dari luar. Hal ini sering menimbulkan pertentangan dengan generasi muda dengan tua. Di perdesaan kehidupan lebih rukun dan damai, perubahan berjalan lambat karena pengaruh luar juga berjalan lambat (Soekanto 1990, 170).

Di tengah lajunya komunikasi dan informasi sekarang serta lancar, nya transportasi, perbedaan kehidupan di perkotaan dan pedesaan tidaklah jauh berbeda. Namun pada kedua kehidupan itu tetap memiliki problema tersendiri di segi agama, sosial ekonomi, pendidikan dan sebagainya. Keberadaan organisasi atau lembaga dakwah diharapkan mampu untuk mengembangkan masyarakat kota dan

desa agar senantiasa sejalan dengan ajaran agama dan dapat terhindar dari hal-hal negatif.

### Muatan Siaran

Ada beberapa materi dakwah yang bisa disiarkan, di antaranya dalam bentuk dakwah pada umumnya, pendidikan Islam, pembacaan Al-Quran, kegiatan ekonomi, dan kegiatan sosial.

**Dakwah pada umumnya.** Kegiatan dakwah secara umum seperti (1) Tabligh, artinya menyampaikan, maksudnya menyampaikan ajaran Allah (syariat) Islam kepada manusia. Orang yang menyampaikan disebut mubaligh. Di tengah masyarakat sering dilaksanakan kegiatan tabligh seperti dalam peringatan hari-hari besar Islam, maka media radio dan televisi dapat menyiarkannya, baik dalam bentuk siaran langsung maupun siarean tunda; (2) Amar ma'ruf dan nahi munkar, artinya menyuruh kepada kebaikan dan melarang dari kemunkaran. Dakwah begini dapat terwujud dalam kegiatan ceramah, penyuluhan, bimbingan dan sejenisnya; (3) *Tabsyir* dan *indzar*, artinya memberi kabar gembira tentang rahmat dan karunia Allah yang akan diperoleh orang-orang yang beriman dan memberi kabar peringatan (ancaman) bagi orang-orang yang tidak mau mengikuti petunjuk; (4) *Tadzkirah*, artinya peringatan, memberi ingat agar mereka memelihara diri dan keluarga dari azab Allah, memberi ingat agar waspada dan hati-hati dalam hidup duniawi yang bersifat sementara ini. Kegiatannya dapat berupa majelis zikir, istigotsah dan sejenisnya; (5) *Mau'izhah dan massyah*, artinya memberi pelajaran dan wasiat-wasiat atau pesan-pesan yang baik. Kegiatannya dapat berupa khutbah dan sejenisnya (Arroisi 1985,38).

**Pendidikan Islam.** Di samping kegiatan dakwah pada umum-nya, kegiatan pendidikan Islam juga merupakan materi siaran yang penting. Pendidikan Islam (keagamaan) dapat dibagi tiga, yaitu jalur keluarga (informal), jalur sekolah (formal) dan jalur masyarakat (nonformal). Pendidikan Islam formal seperti pengelolaan sekolah, madrasah dan pondok pesantren. Menurut Pasal 30 ayat (3) dan (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas), "Pendidikan keagamaan dapat diselenggarakan pada jalur pendidikan formal, nonformal dan informal. Pendidikan keagamaan berbentuk pendidikan diniyah, pesantren, madrasah dan bentuk lain yang sejenis" (Hamid, 2004,16).

Pendidikan Islam yang bersifat nonformal diselenggarakan melalui pengajian atau mejelis taklim. Beberapa ciri mejelis taklim ia merupakan lembaga pendidikan Islam non-formal; Waktu belajarnya berkala tetapi teratur, tidak setiap hari seperti sekolah atau madrasah; Pengikutnya relatif banyak, sehingga disebut jamaah, bukan siswa atau pelajar; Kehadiran di majelis taklim tidak merupakan kewajiban; Tujuannya lebih khusus dalam rangka me-masyarakatkan ajaran Islam ,(Departemen Agama RI 1994, 31).

Majelis taklim sebagai lembaga pendidik-an nonformal biasanya melakukan aktivitas pengajian kitab tertentu yang memuat aspek-aspek ajaran agama seperti tauhid, fikih, tasawuf, tafsir, hadis dan sebagainya. Bagi sebagian masyarakat biasanya merujuk kepada kitab-kitab klasik, sedangkan bagi kalangan lainnya lebih merujuk kepada Alquran, kitab-kitab hadis shahih serta ceramah umum. Adakalanya dalam kegiatan pengajian

atau majelis taklim itu disertai tanya-jawab.

Di tengah masyarakat Islam banyak sekali kegiatan dakwah dalam bentuk pengajian, yang semuanya merupakan materi siaran keagamaan di radio dan televisi yang tidak habis-habisnya. Pada kenyataannya banyak juga dari pengajian itu yang telah disiarkan, terutama yang berskala besar. Bahkan ada juga kegiatan pengajian yang sengaja dilaksanakan di stasiun televisi, bukan di masjid atau mushalla. Hal ini karena tujuan-nya memang untuk disiarkan, sehingga sehingga peserta yang menjadi sasaran bukan hanya jamaah pengajian, tetapi lebih-lebih para pemirsa di tempat yang jauh. Hal ini dapat dilihat dari beerapa kegiatan dakwah pada sejumlah televisi nasional, seperti acara "*Islam itu Indah*", "*Damai Indonesiaku*", "*Mama dan A'a Curhat Dong*", "*Manajemen Qalbu*", "*Obat Hati*" dan sebagainya. Pada beberapa televisi lokal (Banjarmasin) juga ada acara-acara dakwah demikian, yang dikemas khusus untuk disiarkan serta diikuti jamaah dan masyarakat luas.

**Pembacaan Al-Quran.** Pembacaan Alquran juga merupakan materi siaran yang menarik masyarakat. Bentuk kegiatannya seperti MTQ nasional dan daerah serta lomba-lomba membaca dan menghafal Alquran, baik dengan tilawah maupun tartil serta tahfizh. Tidak kalah pentingnya siaran kegiatan pembelajaran Alquran guna mem-pelajari ilmu tajwid, *makhraj al-huruf* dan aspek lainnya secara praktis. Pendengar dan pemirsa yang tidak sempat, enggan, malu, dan lainnya untuk belajar langsung, dapat belajar melalui radio dan televisi.

**Kegiatan ekonomi.** Umat Islam yang menjadi mayoritas di suatu daerah, seringkali mengalami keterbatasan dalam kehidupan ekonomi, baik yang

bertempat tinggal di perkotaan maupun di perdesaan. Berdasarkan Sensus Penduduk tahun 2000 diketahui 125 juta jiwa penduduk Indonesia (60,2%) bertempat tinggal di perdesaan, dan selebihnya tinggal di perkotaan. Pada tahun 2003 jumlah penduduk miskin di Indonesia cukup tinggi, mencapai 37,3 juta jiwa (17,4%) dari total penduduk, di mana 20,2% dari padanya berada di perdesaan, di mana persentasi penduduk miskin di perdesaan mencapai 20,2% dan di daerah perkotaan 13,6% (Departemen Komunikasi dan Informasi RI 2005,109).

Mengingat mayoritas penduduk beragama Islam, maka sebagian besar penduduk miskin tentunya orang Islam juga. Kemiskinan ini tentu berbahaya bila tidak diatasi dengan baik. Akan terjadi berbagai masalah sosial seperti pengangguran, urbanisasi, pencurian, pelacuran karena alasan ekonomi dan berbagai tindak kriminal yang berlatar belakang ekonomi.

Dampaknya makin parah tidak dibarengi dengan keimanan yang kuat, dapat merusak keberagamaan seseorang. Di dalam sebuah hadis yang bersumber dari Anas dari Nabi Saw beliau bersabda: "hampir saja kefakiran itu mendekati kekafiran" (HR. Abu Na'im) (al-Suyuthi t.th, 89).

Mengatasi kemiskinan diperlukan dakwah pembangunan. Berbagai usaha ekonomi seperti koperasi, pengembangan sektor ekonomi informal, usaha kecil menengah, kredit dengan bunga rendah atau tanpa bunga, pelatihan keterampilan dan wirausaha perlu sekali di-kembangkan dan semua itu perlu disosialisasikan melalui lembaga penyiaran publik. Diharapkan kalangan usahawan aktif membantu mengem-bangkan sektor riil guna membuka lapangan usaha seluas-luasnya.

Tentu tidak semata tanggungjawab pemerintah, tapi juga ada

tanggungjawab para ulama, juru dakwah dan organisasi Islam serta lembaga-lembaga keuangan yang dapat membantu perekonomian masyarakat, seperti perbankan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah. Harus dikembangkan BAZ/BAZIS yang dananya dapat untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Para orang kaya dan mampu hendaknya didorong agar aktif berzakat, berinfaq, bersedekah dan membuka lapangan kerja, sehingga tidak ada pengangguran dan sebagainya.

**Kegiatan sosial.** Banyak sekali masalah sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Selain banyak fakir miskin, banyak pula orang jompo, lansia, orang yatim piatu, orang yang miskin yang tidak mampu sekolah dan berobat, wanita tuna susila, orang-orang cacat dan penderita penyakit tertentu yang tidak punya biaya untuk berobat, pencandu narkoba dan sebagainya. Sering terjadi musibah kebakaran, kematian, bencana alam, banjir, kekeringan dan sebagainya. Lembaga penyiaran publik perlu menyiarkannya secara aktif dan kontinyu dengan maksud menggugah kepedulian sehingga para pihak terkait bersimpati dan membantu mencari jalan keluarnya.

Adanya penyandang masalah sosial menuntut partisipasi berbagai pihak untuk dibantu dan diberdayakan. Di dalam GBHN digariskan perlunya untuk memberdayakan mereka, sebagaimana dijelaskan dalam arah pembangunan kesejahteraan sosial:

- 1) Membangun ketahanan sosial yang mampu memberi bantuan penyelamatan dan pemberdayaan terhadap penyandang masalah kesejahteraan sosial dan korban bencana, serta mencegah timbulnya gizi buruk dan turunnya kualitas generasi muda.

2) Membangun apresiasi terhadap penduduk lanjut usia dan veteran untuk menjaga harkat dan martabatnya serta memanfaatkan pengalamannya.

3) Meningkatkan kepedulian terhadap orang cacat, fakir miskin dan anak-anak terlantar serta kelompok rentan sosial dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Tap MPR RI, 1999, 81).

### **Tantangan Dakwah Pembangunan**

Meskipun penyiaran dakwah pembangunan melalui lembaga penyiaran publik sangat penting, namun tantangan ke arah itu juga tidak sederhana. Yang paling terasa adalah keterbatasan lembaga penyiaran publik yang berkenan menyiarkan dakwah pembangunan dalam berbagai aspeknya itu secara aktif dan kontinyu. Sudah menjadi rahasia umum bahwa banyak perusahaan televisi dan radio swasta, baik di tingkat nasional maupun daerah dimiliki oleh pengusaha non Muslim. Artinya, tidak banyak pengusaha Muslim yang mau terjun mendirikan dan mengelola lembaga penyiaran publik.

Akibat keadaan ini maka dakwah pembangunan belum dapat disiarkan secara fokus. Materi dakwah hanya dijadikan sebagai selingan di sela-sela iklan, sebab perusahaan televisi dan radio swasta nasional dan daerah itu umumnya bermotif komersial. Dalam arti, mereka memang banyak mengandalkan pemasukan dana dari sumber iklan. Pemasang iklan yang juga bermotif komersial umumnya kurang tertarik untuk menyponsori kegiatan atau siaran dakwah. Mereka lebih tertarik memasang iklan pada acara-acara yang lebih diminati pendengar dan pemirsa seperti hiburan dan acara-acara aktual lainnya.

Di tengah kondisi demikian, dipastikan jika porsi penyiaran acara-acara dakwah pembangunan masih kurang. Sebagai solusinya diperlukan keterlibatan pengusaha Muslim untuk mendirikan dan mengelola lembaga-lembaga penyiaran, sehingga ke depan penyiaran acara-acara dakwah tidak bergantung kepada pihak lain.

### **Kesimpulan**

Tidak diragukan lagi bahwa dakwah pembangunan selalu penting, terlebih di era reformasi sekarang. Dakwah pembangunan diharapkan mampu memacu semangat membangun di tengah masyarakat Muslim, tentunya pembangunan yang tetap sejalan dengan dasar dan nilai ajaran agama.

Dakwah pembangunan perlu selalu disosialisasikan ke tengah-tengah masyarakat baik melalui media cetak maupun elektronik. Sesungguhnya sangat banyak masalah dakwah pembangunan yang terjadi di masyarakat yang perlu sekali disiarkan ke tengah publik. Untuk itu diperlukan lembaga penyiaran yang peduli dan memiliki komitmen kuat untuk menyiarkannya.

Selama ini dakwah pembangunan lebih banyak disiarkan oleh lembaga penyiaran publik milik pemerintah dan swasta yang karena motif komersial, sehingga berakibat, siaran dakwah pembangunan hanya bersifat pelengkap, bukan siaran utama. Karena itu, diperlukan keterlibatan pengusaha Muslim untuk mendirikan, mengelola dan mengembangkan lembaga penyiaran publik yang lebih fokus menyiarkan dakwah pembangunan. Semakin banyak lembaga penyiaran dimaksud, maka akan semakin banyak pesan dan materi dakwah yang dapat disampaikan ke tengah masyarakat.

## Referensi

- Achmad, Amrullah. 1983. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Prima Duta.
- Affandie, Bachtiar. 1980. *Tuntunan Dakwah*. Jakarta: Jasana.
- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa. 1996. *Tafsir al-Maraghi*. Juz 4. Semarang: Thoha Putra.
- Al-Sayuthi, Imam Jalaluddin. 1978. *Al-Jami' al-Shaghir*. Juz 2. Surabaya: Dar al-Ihya al-Kutub al-Arabiyyah.
- Aly, Bachtiar. 1995. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Anshari, M. Isa. 1992. *Mujahid Dakwah*. Bandung: Diponegoro.
- Arroisi, Abdurrahman. 1985. *Laju Zaman Menantang Dakwah*. Bandung: Rosda Karya.
- Canard, M. 1965. Da'wa. Dalam *Encyclopaedia of Islam*, diedit oleh B. Lewis, Ch. Pellat and J. Schacht. Leiden: Brill.
- Departemen Komunikasi dan Informasi. 2005. *Program Kompensasi Pengurangan Subsidi BBM*. Jakarta: Badan Informasi Publik.
- Departemen Agama RI. 1985. *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Alquran.
- . 1995. *Peta Majelis Taklim*. Jakarta: Proyek Peningkatan Tenaga Keagamaan.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dimock, Marshall Edward, dan Gladys Gouverneur Ogden Dimock. 1960. *Public Administration*. New York: Rinehart.
- Echols, John M, dan Hassan Shadily. 1984. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Effendi, Unong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Handayani, Soewarno. 1988. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Haji Masagung.
- Helmy, Masdar. 1980. *Problematika Dakwah Islam dan Pedoman Muballigh*. Semarang: Toha Putra.
- Isik, Huseyin Hilmi. 1989. *Endless Bliss First Fascicle*, Waqf Ikhlas Publications, No 1. Turkey: Hakikat Kitabevi.
- Israel, Arturo 1990. *Pengembangan Kelembagaan Pengalaman Proyek-proyek Bank Dunia*. Jakarta: LP3ES.
- Kusnawan, Aep. 1995. *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Gunung Jati.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Radio*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Machendrawaty, Nanih, dan Agus Ahmad Safei. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam*. Remaja Rosdakarya.: Remaja Rosdakarya.
- McFarland, Dalton E. 1958. *Management principles and practices*. New York,: Macmillan.
- Rozak, Makmun, et al. 1984. *Panduan Kerja Juru Penerangan Agama*. Jakarta: Proyek Penerangan, Bimbingan dan Dakwah/ Khutbah Agama Islam.
- Sabiq, Sayyid. 1982. *Fikh al-Sunnah*. Jilid 1. Beirut: Dar al-Fikr.
- Shihab, M. Quraish. 2004. *Wawasan al-Quran: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan.
- Siddiq, M. Syamsuri. 1983. *Dakwah & Teknik Berkhutbah*. Bandung: Al-Ma'rif.
- Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- Suminto, Aqib. 1984. *Problematika Dakwah*. Pustaka Panjimas: Jakarta.
- Syukir, Asmuni. 1984. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Penjelasannya*. Jakarta: Durat Bahagia.
- Yakan, Muna Hadad. 1992. *Hati-hati Terhadap Media yang Merusak Anak*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Yunus, Mahmud. 1973. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah & Penafsiran Alquran

