

**EFEKTIVITAS TAYANGAN AZAN PADA TELEVISI  
TERHADAP PENGUNJUNG DOORSMER COFFE  
UNTUK MENDIRIKAN SHALAT**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**MUFTI TAMREN  
NIM. 140401006**

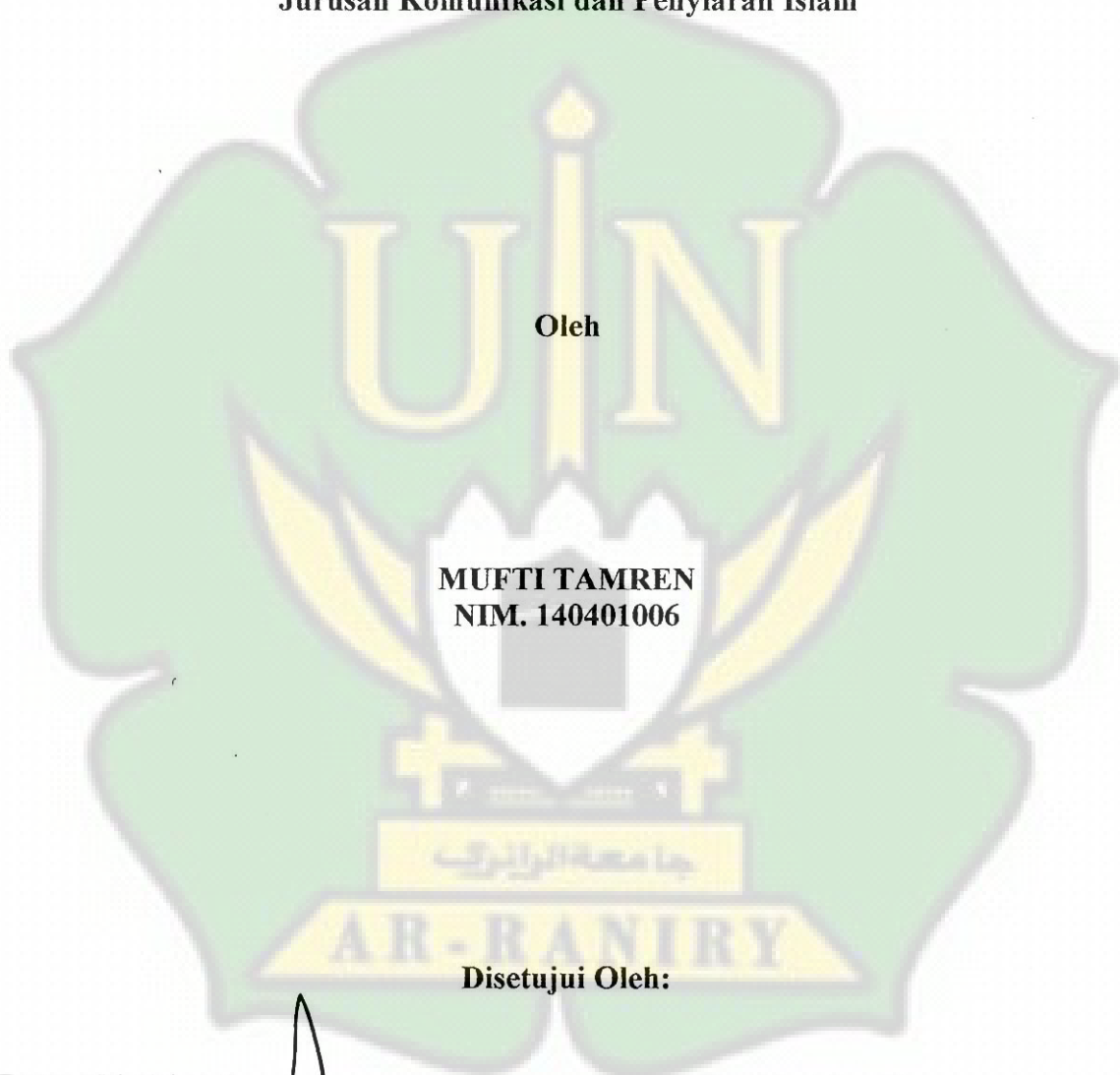
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1441 H / 2020 M**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**Oleh**

**MUFTI TAMREN  
NIM. 140401006**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**

**Ade Irma, B.H.Sc., MA  
NIP.197309212000032004**

**Pembimbing II,**

**Asmaunizar, S.Ag., M.Ag  
NIP.197409092007102001**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**MUFTI TAMREN  
NIM. 140401006**

**Hari/Tanggal**

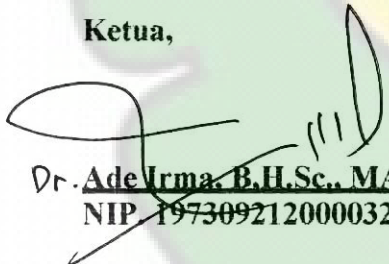
**Senin, 27 Januari 2020 M  
2 Jumadil Akhir 1441 H**

**di**

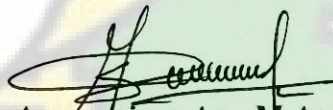
**Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

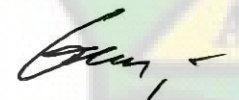
**Ketua,**

  
**Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA**  
NIP. 197309212000032004


**Sekretaris,**

  
**Asmaunizar Ag., M.Ag**  
NIP. 19740909200710201

**Anggota I,**

  
**Drs. Baharuddin AR, M. Si.**  
NIP. 196512311993031035

**Anggota II,**

  
**Azman, S.Sos.I., M.I.Kom**  
NIP. 198307132015031004

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**

  
  
**Dekan, S.Sos., MA**  
NIP. 19641291998031001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

NIM : Mufti Tamren

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesejamaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 17 Januari 2020



Menyatakan

Mufti Tamren  
140401006

AR-RANIRY

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani bagi setiap hamba-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan seluruh Umat Islam yang terlena maupun terjaga atas sunnahnya.

Alhamdulillah berkat pertolongan Allah Subhanahu Wata'ala, proses penulisan Skripsi bisa terselesaikan, dan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun pedoman penulisan skripsi ini berpedoman kepada buku panduan penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Untuk itu, penulis memilih judul skripsi "**Elektivitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat**".

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada : Keluarga tercinta yaitu Ayah Tamren Nyakmat dan Ibu Jasmi.AR, yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi, dukungan, mencurahkan cinta dan kasih sayangnya serta lantunan doa yang begitu

kuat untuk penulis, Ucapan terima kasih kepada Adik Miftahul Munawwarah dan Thalita Shafiqah yang selalu memberikan semangat dan selalu mensupport apa yang penulis lakukan termasuk menyelesaikan skripsi ini dan juga demi kesuksesan penulis untuk masa yang akan datang.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih yaitu kepada :

1. Bapak Dr. Fakhri, S.Sos. MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST. MM, selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Ibu Anita, S.Ag. M. Hum. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) serta seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan. Serta Bapak Drs.Syukri Syamaun,M.Ag. selaku Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
2. Ibu Ade Irma, B.H.Sc.,M.A. sebagai pembimbing pertama, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberi arahan, bimbingan, dan masukan kepada penulis serta ucapan terima kasih kepada Ibu Asmaunizar, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing kedua yang telah membimbing, memberikan semangat, motivasi dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

3. Teman-teman Unit Jurnalistik angkatan 2014 KPI UIN Ar-Raniry serta teman-teman baik yang seangkatan maupun yang lain selingkungan UIN Ar-Raniry khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Kepada sahabat seperjuangan saya Adam Pramayudha, Marbawi, Muhammad Shobari, Muhammad Fadhil, Fauzan Maulidin, Fikri Rahman, R.A. Ardy Laut Tawar, Muhammad Fajar, Popy, Hilma Yuliza, dan Kak Nova Maulidar yang telah banyak memberikan motivasi dan juga dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Kepada sahabat kecil penulis yang juga satu profesi (jurnalis) Fakhurrrazi, Alfi Rahmat Faisal, Yuni Darma, Firman Saputra yang selalu memberikan semangat dan motivasi melalui langsung juga pesan singkat media sosial sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah karya ilmiah.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penelitian dan penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis menghargakan masukan dan saran untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi penulis dan seluruh pembaca umumnya.

Banda Aceh, 17 Januari 2020

Penulis,

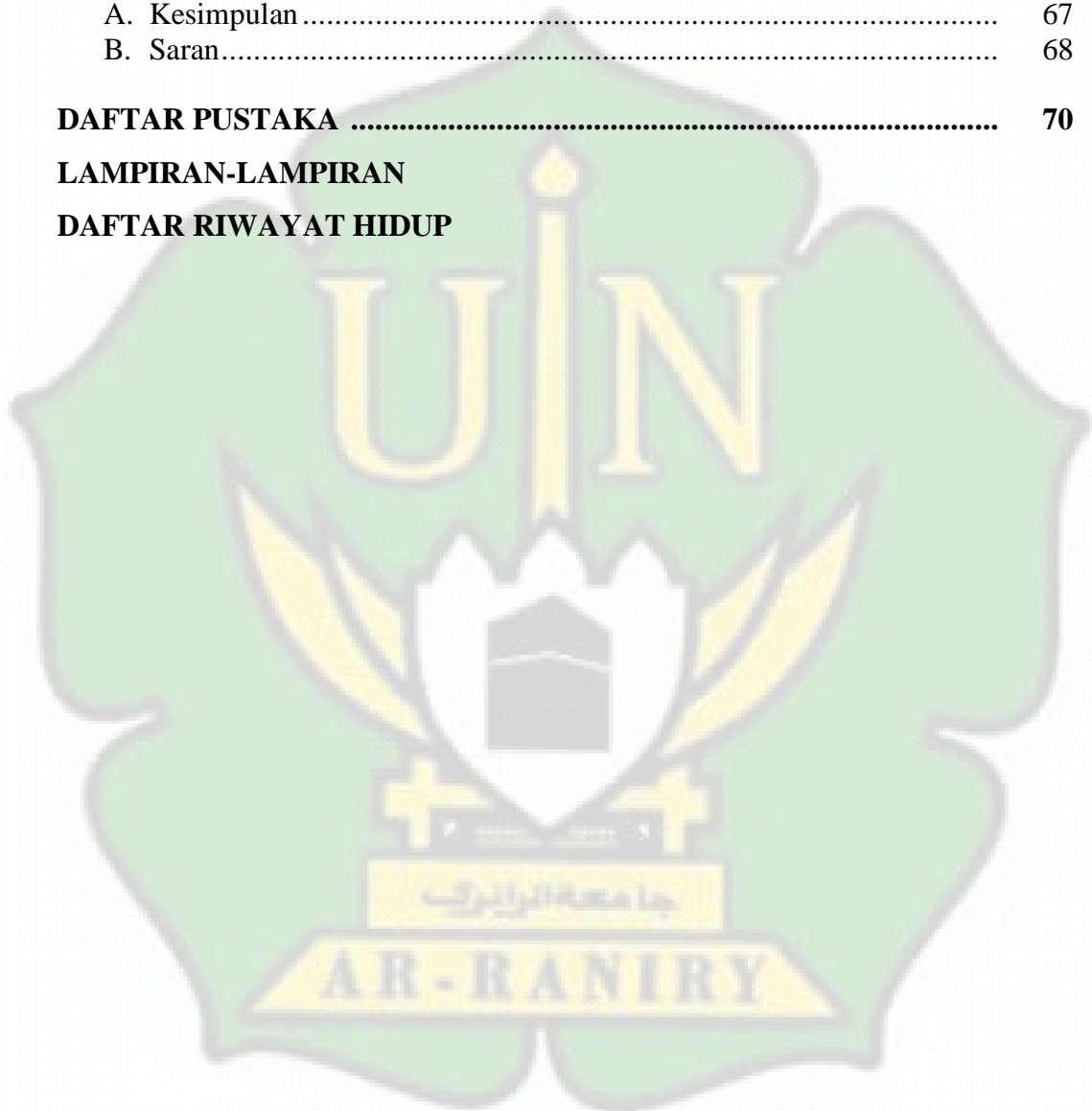
Mufti Tamren

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Konseptual.....	10
1. Komunikasi Massa .....	10
2. Ciri-ciri Komunikasi Massa .....	11
3. Fungsi Komunikasi Massa .....	13
4. Pengertian Televisi .....	15
5. Peran Televisi.....	16
a. Peran Televisi dalam Kehidupan Sosial Agama.....	17
b. Televisi Sebagai Media Dakwah .....	19
6. Fungsi dan Efektivitas Televisi pada Massa.....	23
7. Dampak Televisi Terhadap Perubahan Perilaku Massa .....	24
8. Tontonan Bisa Menjadi Tuntutan .....	26
9. Kajian Tentang Azan .....	27
B. Landasan Teoritis .....	32
C. Penelitian Terdahulu.....	38
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Yang digunakan .....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
1. Profil Doorsmer Coffe .....	46
2. Sejarah Kota Banda Aceh .....	47



3. Efektifitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat .....	51
B. Analisis dan Pembahasan .....	65
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Elektivitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat". Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian adalah Bagaimanakah Elektivitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Efektivitas Tayangan Azan pada Televisi Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Banda Aceh dalam Mendirikan Shalat dan untuk mengetahui *Audio Visual* azan mempengaruhi kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana peneliti terlebih dahulu mengobservasi kegiatan yang dilakukan masyarakat pada saat mereka berada pada warung kopi terutama pada saat tayangan azan muncul ditelevisi. Hasil penelitian yang peneliti dapatkan yaitu Kumandang azan yang disiarkan pada televisi sangat bermanfaat dan termasuk langkah yang efektif dalam mengedukasi penonton yang menyaksikan siaran televisi ketika memasuki waktu shalat. Juga Kesadaran atas perintah melaksanakan ibadah terletak pada diri masing-masing. Meskipun banyak siaran dakwah dan juga di sugukan dengan tayangan azan pada televisi, jika tidak memiliki kesadaran maka semua akan seperti biasa raja tanpa takut akan berdosa. Dengan kecanggihan teknologi semestinya manusia di tuntut semakin gampang dalam mengerjakan apapun termasuk melihat, mendengar dan menyaksikan tayangan-tayangan yang berhubungan dengan dakwah, sehingga bisa menjadikan tontonan sebagai tuntunan.

Kata kunci : Efektifitas, Kesadaran, Televisi, Azan, Pelaksanaan Shalat.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Televisi merupakan media massa yang hampir kita temui setiap hari baik dirumah, dikantor, dan bahkan hingga kedalam kamar kita sudah bisa mengakses media massa ini, dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku dan sebagainya)<sup>1</sup>. Televisi mempunyai hal yang berbeda dengan media massa lainnya, televisi media yang mempunyai audio visual dapat di lihat dan didengar, televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa.<sup>2</sup> Tentu sangat berbeda dengan hal yang lain, bisa dikatakan istimewa sebab televisi merupakan gabungan dari media dengar radio dan gambar hidup (*visual life*) yang bisa menyajikan politik, berperan sebagai hiburan, pendidikan, bahkan gabungan dari unsur tersebut. Kini televisi menayangkan banyak program acara yang menarik para hati penonton.<sup>3</sup>

Dari sekian banyak media komunikasi massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet dan film, ternyata televisi lah yang menduduki tingkat teratas yang diminati banyak khalayak. Karena kelebihan televisi yang menampilkan informasi secara menarik melalui *audio visual* hal inilah yang memudahkan khalayak untuk menerima informasi secara cepat dan mudah. Televisi sangat berperan dalam kehidupan di berbagai aspek. Misalnya dalam

---

<sup>1</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hal. 8.

<sup>2</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi....*hal.8.

<sup>3</sup>Onong Uchana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : RT. Citra Aditya Bakti, 2003), hal . 177 .

bidang pendidikan, pada waktu tertentu sesuai dengan masing masing jadwal televisi swasta ataupun negeri, ditampilkan acara yang berdasarkan pendidikan, seperti kuis cerdas cermat, debat ataupun seminar - seminar yang mendukung edukasi. Kemudian dalam bidang ekonomi, kita bisa mendapatkan informasi tentang perkembangan naik turunnya nilai kurs dollar dan juga kita bisa menikmati berita – berita yang ada didaerah masing masing, yang membuat penonton terus menyaksikan televisi karena berkenaan dengan dirinya dan daerah nya penonton tersebut.

Kemudian dalam bidang jurnalisme sendiri yang terus menyiarkan berita sesuai dengan perkembangan dunia. Apalagi dalam dunia *entertainment* yang sekarang mendominasi bisnis pertelevisian, mudah untuk mengkomunikasikan apa saja yang dilakukan oleh para selebritis melalui infotainment ataupun acara yang lain. Semuanya itu telah memudahkan kita untuk menerima pesan dari informasi yang diberikan narasumber melalui televisi dan disebarkan kepada khalayak, sungguh menakjubkan hanya dengan sekali pandang televisi kita bisa mendapatkan banyak informasi yang global.

Daya pikat televisi sangatlah besar dimana seiring perkembangan teknologi nan canggih dan modern saat ini, manusia lebih memilih yang gampang dan mudah di akses dalam menerima informasi maupun hiburan. Apalagi telah hadir media baru yang sama halnya juga dengan televisi yaitu *Youtube*, media tersebut juga punya potensi akses yang luas sama halnya dengan televisi menawarkan *Audio* dan *audio visual* yang sama, namun tentunya ada banyak perbedaan, jika kita melihat televisi lebih terstruktur, dan sistematis. Kemudian jam tayang

televisi tentunya sangat objektif dan terprogram. Pada akhirnya, media televisi menjadi alat atau sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia, baik untuk kepentingan politik, perdagangan, maupun melakukan perubahan tatanan nilai budaya manusia yang sudah ada sejak lama<sup>4</sup>

Dari berbagai macam acara televisi yang bersifat menghibur, televisi juga berfungsi sebagai media dakwah yakni dengan menampilkan tayangan tayangan yang bersifat islami atau kebaikan. Kini diberbagai stasiun televisi sudah banyak tayangan tayangan dakwah salah satunya yaitu tayangan adzan yang ditampilkan didepan layar kaca,dengan durasi 3-4 menit supaya penonton mengetahui waktu shalat telah tiba. Terlebih kita hidup di negara dengan mayoritas Islam, tentunya sangat bermanfaat jika salah satu program azan dapat di tampilkan dalam Televisi.

Pengertian dari adzan itu sendiri, adzan merupakan panggilan khusus terhadap orang-orang muslim sebagai tanda dimulainya sholat fardhu. Adzan menurut pengertian bahasa berarti “mengumumkan”, menurut istilah adzan adalah ucapan-ucapan tertentu untuk mengumumkan waktu shalat fardhu.<sup>5</sup> Sedangkan shalat adalah bentuk ibadah yang luhur, amal ibadah terpenting, perintah Allah yang utama dan pilar agama Islam. Oleh karena itu, perbuatan seorang hamba yang pertama akan di hisab pada hari kiamat adalah shalatnya.

Banyak orang yang terinspirasi akan Islam, setelah mendengarkan kumandang adzan yang menggetarkan jiwa. Gema adzan memiliki kekuatan dan menggetarkan nurani siapapun yang mendengarnya jika betul betul menghayati,

---

<sup>4</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hal .23 .

<sup>5</sup>Ahmad Thib Raya dan Sitimusdah Mulia,*Menyelami Seluk-Beluk Ibadah dalam Islam* .(Jakarta : Kencana,2003), hal. 157-158.

bahkan secara tak sengaja oleh orang-orang yang bermaksud mendengarnya dengan seksama. Tayangan azan yang muncul di layar televisi yang bertujuan untuk memberi peringatan kepada muslim untuk memenuhi panggilan shalat. Azan merupakan suatu tanda di mulainya shalat wajib. Disamping itu masih banyak fungsi lain dari azan itu sendiri, selain di masjid dan di mushalla, azan dapat di jumpai di media massa yaitu Televisi.

Kemasan azan yang menarik yang ditayangkan di televisi sangat menganjurkan orang muslim untuk beranjak melakukan shalat, sebagai seorang muslim mengikuti ajaran agama sangatlah penting, yaitu melaksanakan shalat, namun tak banyak masyarakat hanya bersantai ketika menjelang shalat atau juga masih juga menonton televisi, mengganti *channel* dan mengesampingkan shalat. Semestinya dengan penyajian adzan yang sangat bagus dan menarik di televisi, azan bisa memberikan kesadaran bahwa sekarang adalah waktunya shalat dan segera mungkin untuk melaksanakan shalat.

Dengan beberapa penjelasan di atas tentunya kita ketahui bersama di sisi informasi dan hiburan yang ada di televisi memang sangat penting, namun dibalik itu ada yang lebih penting dari itu semua ialah ketika azan berkumandang baik di televisi dan di mesjid-mesjid alangkah baiknya sesegera mungkin melangkah mengerjakan perintah Allah SWT. Namun fakta dilapangan dan juga mungkin hampir kita temui setiap hari ialah berbeda dengan apa yang kita pikirkan, banyak masih kita lihat bersama anak muda, pelajar, dewasa dan lain-lain, ketika azan berkumandang ia lalai dengan panggilan untuk mengerjakan kewajiban sebagai muslim yang taat akan perintah Allah SWT. Negeri yang

dibalut dengan syariat, dan kental akan ke Islamannya, kini mulai diragukan. Aceh juga dinobatkan sebagai Negeri dengan seribu warung kopi, tentunya dapat kita artikan makna tersebut ialah hampir di setiap pesimpangan, disetiap sudut kota, bahkan desa ada yang namanya warung kopi, disamping hal yang negatif tentang warung kopi, juga ada sisi positifnya, dimana disana kita bisa berkumpul dengan saudara, kerabat, teman, dan berbicara tentang bisnis. Disetiap warung kopi tentunya pasti ada salah satu alat hiburan bagi para penikmat kopi dan pelanggan yaitu jaringan *wifi* atau biasa disebut jaringan internet yang bisa mengakses seluruh informasi yang ada didunia ini, dan satu lagi media hiburan ialah televisi, yang biasanya disaksikan ketika siaran berita daerah maupun berita Nasional.

Terlepas dari pada itu semua, televisi di warung kopi juga menyajikan kumandang azan pagi para permirsa warung kopi ketika waktu shalat telah tiba, dengan kemasan *audio* dan *visual* nya baik dalam berbentuk cerita dan gema suara kumandang azan yang sangat merdu nan menenangkan jiwa. Salah satu yang warung kopi peneliti temui ialah di salah satu sudut kota dibanda Aceh yaitu desa Peunyeurat. Kec. Banda Raya warung kopi tersebut masih menggunakan TV kabel atau UHF yaitu memutarakan siaran *local* termasuk bila kumandang azan daerah Banda Aceh dan sekitarnya, masih ada pengunjung ketika azan berkumandang ditelevisi tetap melanjutkan aktivitasnya tanpa menghiraukan panggilan Allah SWT. Uniknyalah warung kopi tersebut berjarak 200 meter dekat dengan Masjid. Tentunya menjadi pertanyaan besar bagi kita semua apakah azan tidak lagi menjadi prioritas untuk kita melakukan salah satu rukun islam.

Maka dengan beberapa fenomena dan penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui tentang efektifitas tayangan azan pada televisi terhadap kesadaran pengunjung doorsmer coffe untuk mendirikan shalat.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan dapat dicemati dinamika yang terjadi dikehidupan saat ini, warung kopi sangat menjamur ditengah masyarakat, zaman berkembang begitu pesat termasuk teknologi salah satunya televisi, kumandang azan yang telah dirangkai sedemikian rupa tersebut, menambah pengingat agar pengunjung untuk segera melaksanakan ibadah, dari uraian tersebut peneliti ingin mengetahui Bagaimanakah Efektifitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang dikaji lebih lanjut untuk mengetahui arah penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui Efektifitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti ini merupakan wahana untuk mempertajam daya kritis dan nalar serta mempertajam kepekaan terhadap keadaan yang terjadi disekitarnya. disamping itu untuk memenuhi satuan kredit semester yang mengakhiri mata kuliah.
2. Televisi sebagai media dakwah bisa membuat perubahan sikap dan tingkah laku sesuai syariat Islam bagi para pemirsanya.



3. Memberi pengetahuan tentang pentingnya melaksanakan shalat tepat pada waktunya.
4. Bagi akademisi, penelitian ini berguna sebagai bahan tambahan referensi dalam kajian Televisi dalam ruang lingkup dakwah khususnya di KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) yang ada di UIN Ar – Raniry Banda Aceh.

### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang dapat di definisikan (observasi). Pemberian definisi operasional terhadap variabel-variabel di maksudkan sebagai alat untuk mengambil data mana yang cocok untuk di gunakan dan juga definisi operasional di maksudkan untuk menghindari kesalahan fahaman pembaca tentang yang dimaksudkan peneliti.<sup>6</sup>

#### **1. Efektivitas**

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pengertian efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti akibatnya, pengaruhnya, manfaat, kesamaannya, dapat membawa hasil, berhasil guna, mulai berlaku.<sup>7</sup> Efektivitas mengandung arti “keefektifan” (*effectiveness*) pengaruh/ efek keberhasilan, atau kemandirian/ kemujaraban.<sup>8</sup> Pengukuran keberhasilan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Disimpulkan bahwa keefektifan pengukuran tersebut dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

#### **2. Kesadaran**

---

<sup>6</sup> Sayuthi Ali, *Metode Penelitian Agama Pendekatan Teori dan Praktek* (Jakarta : PT Raja Rafindo Persada, 2002), hlm. 161.

<sup>7</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal. 250

<sup>8</sup>Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) hal. 85

Kesadaran adalah kesadaran akan perbuatan. Sadar artinya merasa, tau atau ingat (kepada keadaan yang sebenarnya), keadaan ingat akan dirinya.<sup>9</sup> Konsep kesadaran (*consciousness*) sejauh ini memiliki pengertian yang beragam. Velmans menyatakan bahwa isi dari istilah “*consciousness*” mencakup segala hal yang kita sadari atau yang kita alami secara sengaja dan meninggalkan jejak pada ingatan. Tidak hanya menyangkut pengalaman yang biasanya terkait pada diri kita seperti berpikir, merasa, imajinasi, mimpi, dan pengalaman yang terkait dengan tubuh saja, tetapi mencakup pula pengalaman dunia tiga dimensi yang melampaui tubuh dan diri manusia.

Kondisi mental yang berkenaan dengan sesuatu, disengaja atau tidak, dapat dikatakan sebagai kondisi yang berkesadaran.

Hal yang umum dalam pengalaman manusia yang tak hanya dialami tetapi juga diketahui, yang kualitas sadarnya membutuhkan penjelasan, lebih baik dijelaskan berdasarkan hubungan berbagai hal di dalamnya. Unsur – unsur pengalaman manusia yang membentuk keseluruhan pengalaman yang didasari merupakan hal yang perlu dipelajari untuk mengetahui apa itu kesadaran.<sup>10</sup>

### 3. Televisi

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang ada disekitar kita, selain radio, koran, majalah, film dan lain-lain. Televisi adalah sebuah sarana dari proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan massa, karena media televisi bersifat ‘*transitory*’ (hanya meneruskan) maka, pesan-pesan yang

---

<sup>9</sup> Arsip Artikel : (<https://id.wikipedia.org/wiki/Kesadaran>), diakses pada tanggal 5 Desember 2019 pukul 11:22

<sup>10</sup> Bagus Takwin, *Kesadaran Plural : Sebuah Sintesis Rasionalitas Dan Kehendak Bebas*, ( Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hal. 24-25

disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut, hanya dapat di dengar dan di lihat secara sekilas.<sup>11</sup>

#### 4. Azan

Pengertian dari adzan itu sendiri adalah, adzan merupakan panggilan khusus terhadap orang-orang muslim sebagai tanda dimulainya sholat fardhu. Adzan menurut pengertian bahasa berarti “mengumumkan”, menurut istilah adzan adalah ucapan-ucapan tertentu untuk mengumumkan waktu shalat fardhu<sup>12</sup>

#### 5. Pelaksanaan Shalat

Shalat adalah satu sarana ibadah yang sangat dibutuhkan oleh hamba Allah untuk mendekatkan diri (taqarrub) kepada-Nya. Rasa dekat hamba kepada Allah SWT, sebagai Pencipta alam semesta akan memberikan rasa tenang dan damai didalam dirinya, karena ia yakin bahwa Allah SWT adalah tempat segala makhluk bergantung/berharap. Untuk dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT sebagai Zat Yang Mahasuci, tentunya seorang hamba harus menempuh jalan dan tata cara yang telah ditentukan oleh-Nya, yaitu dengan beribadah kepada-Nya, terutama melalui ibadah shalat. Dalam melaksanakan ibadah shalat, seorang hamba harus terlebih dahulu mengetahui makna dan tata cara pelaksanaan shalat termasuk persyaratannya, yaitu suci dari hadats dan najis.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1996), hal.16

<sup>12</sup> Ahmad Thib Raya dan Siti Musdah Mulia, *Menyelami Seluk-beluk Ibadah dalam Islam*. (Jakarta :Kencana, 2003) hal. 157-158.

<sup>13</sup> K.H. Ali Yafie Dkk, *Pedoman & Tuntunan Shalat Lengkap*, (jakarta:Gema Insani,2008). hal. 1

## BAB II

### TIJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Konseptual

##### 1. Komunikasi Massa

Kalau kita mengartikan komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, tidaklah salah karena komunikasi massa memang memerlukan media massa seperti surat kabar, majalah, radio atau televisi. Jadi komunikasi massa bukan komunikasi dengan massa (orang banyak).

Wilbur Schramm (komala, dalam Karlinah.1999) mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu *source, message, destination* atau komunikator, pesan, komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung. Namun demikian, selain ketiga komponen tersebut masih terdapat komponen lainnya yang berfungsi sebagai pelengkap.<sup>1</sup> Artinya, jika komponen tersebut tidak ada, maka tidak akan berpengaruh terhadap komponen lainnya. Oleh karena itu, komponen-komponen utama (komunikator-pesan-komunikan) mutlak harus ada pada proses komunikasi, baik itu komunikasi antarpersonal (interpersonal), kelompok maupun komunikasi massa.

Joseph R, Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses dimana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan

---

<sup>1</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.2

tersebar. Komunikasi massa menurut Tan dan Wright dalam Liliweri (1991) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh berpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.<sup>2</sup> Lebih spesifik menekankan penggunaan media massal adalah dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang.

Menurut Wright (1956) komunikasi massa didefinisikan dalam tiga ciri :

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar heterogen dan anonim
- b. Pesan – pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.<sup>3</sup>

## 2. Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Menurut Charles Wright *mass audiens* memiliki karakteristik – karakteristik sebagai berikut :

- a. **Large**, yaitu penerima – penerima pesan komunikasi massa berjumlah banyak, merupakan individu – individu yang tersebar dalam berbagai lokasi;

---

<sup>2</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa...*, hal.3-4

<sup>3</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa...*, hal.5

- b. **Heterogen**, yaitu penerima – penerima pesan komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, beragam dalam hal pekerjaan, umur, jenis kelamin, agama, etnis dan sebagainya;
- c. **Anonim**, yaitu anggota – anggota dari *mass audience* umumnya tidak saling mengenal secara pribadi dengan komunikatornya.

Sedangkan ciri – ciri komunikasi massa, menurut Elizabeth Noelle Neuman adalah sebagai berikut :

- a. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis;
- b. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi;
- c. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim
- d. Mempunyai publik yang secara tersebar.<sup>4</sup>

Pesan – pesan media dapat dilakukan secara langsung artinya jika kita berkomunikasi melalui surat kabar, maka komunikasi kita tadi harus diformat sebagai berita atau artikel, kemudian dicetak didistribusikan, baru kemudian sampai ke audience. Antara kita dan audience tidak bisa berkomunikasi secara langsung, sebagaimana dalam komunikasi tatap muka. Istilah yang sering digunakan adalah *interposed*. Konsekuensinya adalah, karakteristik yang kedua, tidak terjadi interaksi antara komunikator dengan audience. Komunikasi berlangsung satu arah dari komunikator ke *audience*, dan hubungan antara keduanya impersonal.

---

<sup>4</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa...*, hal.8

Karakteristik pokok ketiga adalah pesan – pesan komunikasi massa bersifat terbuka, artinya pesan – pesan dalam komunikasi massa bisa dan boleh dibaca, didengar, dan ditonton oleh semua orang. Karakteristik keempat adalah adanya intervensi pengaturan secara institusional antara si pengirim dengan si penerima. Dalam berkomunikasi melalui media massa, ada aturan, norma dan nilai-nilai yang harus dipatuhi. Beberapa aturan perilaku normatif ada dalam kode etik, yang dibuat oleh organisasi – organisasi jurnalis atau media.

Dengan demikian, komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah *audience* yang tersebar, hererogeb, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sebagai pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

### **3. Fungsi Komunikasi Massa**

Devito mengungkapkan enam fungsi penting dari komunikasi massa yaitu :

- Menghibur
- Meyakinkan: mengukuhkan (orang demokrat menjadi semakin cinta demokrat), mengubah (dari tak memihak menjadi berpihak)
- Mengerakkan pemirsa untuk berbuat sesuatu (membeli yang diiklankan), menawarkan etika atau sistem nilai baru.
- Menginformasikan
- Menganugraahkan status
- Membius
- Menciptakan rasa kebersamaan

a. Pengawasan (*surveillance*)

Pengawasan atau *surveillance*, fungsi pertama, memberi informasi dan menyediakan berita. Dalam membentuk fungsi ini, media sering kali memperingatkan kita akan bahaya yang mungkin terjadi seperti kondisi cuaca yang ekstrem atau berbahaya atau ancaman militer. Fungsi pengawasan juga termasuk berita yang tersedia di media yang penting dalam ekonomi, publik dan masyarakat, seperti laporan bursa pasar, lalu lintas, cuaca dan sebagainya. Namun fungsi pengawasan juga bisa menyebabkan beberapa disfungsi. Kepanikan terjadi karena ada penekanan yang berlebihan terhadap bahaya atau ancaman terhadap masyarakat.

b. Korelasi

Korelasi adalah seleksi dan interpretasi informasi tentang lingkungan. Fungsi korelasi bertujuan untuk menjalankan norma – norma sosial dan menjaga konsensus dengan mengekspos penyimpangan, memberikan status dengan cara menyoroti individu terpilih dan dapat berfungsi untuk mengawasi pemerintah. Fungsi korelasi dapat menjadi disfungsi ketika media terus menerus melanggengkan *stereotype* dan menumbuhkan kesamaan, menghalangi perubahan sosial inovasi, mengurangi kritik dan melindungi serta memperluas kekuasaan yang mungkin perlu diawasi.

c. Penyampaian Warisan Sosial

Penyampaian warisan sosial merupakan suatu fungsi di mana media menyampaikan informasi, nilai dan norma dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota masyarakat ke kaum pendatang. Media membantu integrasi individu ke masyarakat, melanjutkan sosialisasi mengurangi perasaan terasing (*anomi*).



Namun komunikasi massa bisa juga menimbulkan disfungsi yang berupa depersonalisasi masyarakat, mengurangi, keanekaragaman kebudayaan dan meningkatkan masyarakat massa.

d. Hiburan

Media massa sebagai sarana istirahat dari masalah dan mengisi waktu luang, menciptakan budaya massa, meningkatkan rasa/selera. Namun berdampak pula mendorong orang melarikan diri dari kenyataan, merusak kesenian dan menurunkan selera (ketika tari gamyomg terganti goyang ngebor, goyang Cesar atau goyang oplosan)<sup>5</sup>

#### 4. Pengertian Televisi

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang ada disekitar kita, selain radio, koran, majalah, film dan lai-lain. Televisi adalah sebuah sarana dari proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan massa, karena media televisi bersifat '*transitory*' (hanya meneruskan) maka,pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut, hanya dapat di dengar dan di lihat secara sekilas<sup>6</sup>

Daya tarik televisi ini melebihi dari daya tarik radio yang hanya mempunyai daya tarik kata-kata, musik san *sound effect*, namun dalam televisi selain tiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton.<sup>19</sup> Hal itu disebabkan karena televisi mampu

<sup>5</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa...*, hal.18-19

<sup>6</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Televisi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996). hal.16

menyampaikan pesan yang seolah langsung antara komunikator (pembawa acara) dengan komunikan (pemirsa)<sup>7</sup>

Siaran televisi di Indonesia mungkin diseluruh dunia akan menghadapi kontruksi antara disukai dan tidak disukai. Disatu sisi televisi diminati karena banyak memberikan hiburan, namun diisi lain tidak diminati karena dianggap mendatangkan perubahan yang sering dikaitkan dengan moral, etika dan nilai – nilai tradisi. Kritikus sosial Micheal Novak mengatakan ‘televisi adalah pembentuk geografi jiwa. Televisi membangun struktur ekspetasi jiwa secara bertahap. Televisi melakukan hal persis seperti sekolah memberi pelajaran secara bertahap selama bertahun-tahun. Televisi mengajari pikiran yang belum matang dan mengajari mereka cara berfikir.” Para sarjana berbeda pendapat tentang potensi efek televisi terhadap masyarakat, tetapi semuanya sepakat bahwa ada tingkatan pengaruh.<sup>8</sup>

### **5. Peran Televisi**

Menurut Denis Mcquail dalam bukunya *Mass Communication Theory* (1987), televisi pada mulanya dipandang sebagai barang mainan atau sesuatu penemuan serius atau sesuatu yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial, kemudian berperan sebagai alat pelayanan. Pada intinya, televisi lahir dengan memanfaatkan semua media yang sudah ada sebelumnya.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Televisi*,....hal. 56

<sup>8</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, cetakan ke-1, Juli 2008), hal. 225-226

<sup>9</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Televisi*.... hal. 7.

Secara tegas terlihat bahwa peran media televisi sebagai saluran komunikasi manusia, mencirikan bahwa proses interaksi manusia merupakan hal penting bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan terhadap informasi yang berkembang. Selain itu, tingkat kepentingan dan kebutuhan masyarakat menjadi terpenuhi secara terarah dan jelas. Mengingat peran televisi sebagai alat pelayanan, maka banyak orang yang merasa bahwa media televisi meneliti fakta penting, hiburan, yang disajikan dengan cepat dan lengkap kepada masyarakat.<sup>10</sup>

#### **a. Peran Televisi dalam Kehidupan Sosial Agama**

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dengan perkembangan kehidupan manusia, maka penggunaan media untuk berdakwah juga mengalami perkembangan. Dakwah yang awalnya hanya menggunakan media tradisional, kini berkembang dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi modern, baik melalui media cetak (buku, koran, majalah, tabloid dan lain-lain) maupun dengan media elektronik (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya). Perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi guna kemaslahatan umat manusia.

Salah satu media modern yang memiliki beberapa kelebihan, dan telah dijadikan sebagai media dakwah, yang akan menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah media televisi. Televisi adalah salah satu hasil karya teknologi komunikasi yang memiliki berbagai kelebihan, baik dari sisi program maupun

---

<sup>10</sup> Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Televisi....*hal. 29.

teknologis. Dilihat dari sisi dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya seharusnya bisa menjadi media dakwah yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Karena dakwah melalui media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat, mengingat pemirsa televisi di Indonesia mayoritas beragama Islam.<sup>11</sup>

Dalam hal ini Moh.Ali Azis menjelaskan bahwa pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai *washilah* yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif *washilah* yang dipakai maka semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Oleh karena itu sudah seharusnya bagi para da'i memanfaatkan peluang ini dalam menyebarkan ajaran islam yaitu dengan menggunakan televisi.

Dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang di timbulkan akan lebih dalam. Dalam menyampaikan materi dakwahnya (*maddah*), para da'i harus senantiasa merujuk pada Al-Qur'an dan Hadist. Keduanya harus menjadi pengangan dalam setiap aktifitas dakwah apapun, dimanapun, kapanpun, dan menggunakan media apapun termasuk televisi. Ada kalanya Al-Qur'an menuntun manusia dengan redaksi yang sangat jelas dan dengan tahapan pemikiran yang sistematis sehingga manusia menemukan sendiri kebenarannya.

---

<sup>11</sup> Muhyidin, Asep dan Safei Agus Ahmad, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002). hal. 18

Adapun metode penyampaian pesannya bisa dengan cara mengemukakan yang berkaitan dengan tujuan materi. Hal ini bisa dilakukan dengan format: Ceramah, Dialog interaktif, Sinetron, Musik Islami, Talkshow, Film documenter, Film layar kaca, Drama. Disamping beberapa format acara diatas bisa juga dikembangkan berbagai acara yang lain yang dapat menunjang dakwah.<sup>12</sup>

## **b. Televisi sebagai Media Dakwah**

### **1. Dakwah dan Televisi**

Dakwah tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, bahkan dakwah identik dengan proses komunikasi walaupun ada perbedaan yang mendasar. Dapat dikatakan pula bahwa proses dakwah merupakan bentuk komunikasi itu sendiri, tetapi bukan komunikasi semata. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikasi atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku. Demikian juga dengan dakwah. Seorang da'i sebagai komunikator sangat berharap agar mad'u sebagai komunikan dapat berbuat dan bersikap sesuai isi pesan yang disampaikan. Dalam hal ini maka dakwah melalui media televisi dapat digolongkan sebagai salah satu bentuk komunikasi massa.

Acara yang bernuansa Islam, seperti ceramah-ceramah keagamaan di waktu subuh, Peringatan Hari Besar Islam, khususnya pada bulan ramadhan ditayangkan di televisi. Hal ini merupakan bukti bahwa televisi sebenarnya juga telah memberikan kontribusi terhadap kegiatan dakwah. Menyadari arti penting penggunaan media

---

<sup>12</sup> Muhyidin, Asep dan Safei Agus Ahmad, *Metode Pengembangan Dakwah*,... hal. 28

tersebut, sejak jaman dahulu para da'i telah memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Untuk membuktikannya kita bisa melihat kembali dengan apa yang telah dilakukan oleh Walisongo dalam menjalankan *syari'atnya*. Mereka melihat bahwa budaya dapat dipakai sebagai sarana untuk mengembangkan dakwah.

Dalam memanfaatkan media dan metode seorang da'i tidak boleh sembarangan, dan harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut :

1. Pengembangan metode *bi al-lisan* dan *bi al-amal* yang sesuai tantangan dan kebutuhan.
2. Mempertimbangkan metode dan media sesuai dengan tantangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
3. Memilih metode dan media yang relevan, baik mimbar, panggung, media cetak, atau elektronik (radio, televisi, komputer, dan internal)
4. Mengembangkan media atau metode kultural atau struktural, yakni pranata sosial, seni, karya budaya, dan wisata alam.
5. Mempertimbangkan struktur sosial dalam tingkat kadar intelektual yakni, khawas, awam yang menentang.
6. Memperhatikan struktur dan tingkatan masyarakat dari segi kekuasaan, geografis, demografis, sosiologis, antropologis, politis dan ekonomis.
7. Mengembangkan dan mengakomodasikan metode dan media seni budaya masyarakat setempat yang relevan, seperti wayang, drama, musik, lukisan dan lain sebagainya.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip tersebut diharapkan dakwah akan berlangsung baik. Adapun salah satu media massa elektronik yang sangat efektif dan sangat berpeluang untuk dijadikan media dakwah adalah televisi.<sup>13</sup>

## 2. Kelebihan dan Kekurangan Televisi Sebagai Media Dakwah

Kelebihan televisi sebagai media dakwah jika dibandingkan dengan media yang lainnya adalah :

- a) Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah harus disampaikan pada *mad'u* yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.
- b) Media itu mampu menyentuh *mad'u* yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang *da'i* yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau *mad'u* yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.
- c) Media televisi mampu menampung berbagai variasi metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para *da'i* memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
- d) Media televisi bersifat audio dan visual. Hal ini memungkinkan dakwah

---

<sup>13</sup> Anas, Ahmad, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2006). hal. 28-31.

dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.

Selain memiliki beberapa kelebihan sebagaimana disebutkan diatas, dakwah menggunakan media televisi juga mempunyai berbagai kelemahan. Secara umum kelemahan-kelemahan itu antara lain :

- 1) *Cost* yang terlalu tinggi untuk membuat sebuah acara Islam di televisi
- 2) Terkadang terjadi percampuran antara yang *haq* dan yang *bathil* dalam acara-acara televisi
- 3) Dunia pertelevisian yang cenderung *kapalistik* dan *profitoriented*
- 4) Adanya tuduhan menjual ayat-ayat Al-Qur'an ketika berdakwah di televisi
- 5) Keikhlasan seorang *da'i* yang terkadang masih diragukan
- 6) Terjadinya *mad'u* yang mengambang
- 7) Kurangnya keteladanan yang diperankan oleh para artis karena perbedaan karakter ketika berada didalam dan diluar panggung.

Oleh karena itu sudah selayaknya bagi para *da'i* untuk membekali diri dengan berbagai kemampuan guna pemanfaatan media yang ada sehingga dakwah dapat dijalankan secara lebih efektif dan efisien. Salah satu media dakwah yang cukup efektif dan harus betul-betul dimanfaatkan dengan baik saat ini adalah televisi.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Muhyidin, Asep dan Safei Agus Ahmad, *Metode Pengembangan Dakwah*,.... hal. 38



## 6. Fungsi dan Efektivitas Televisi pada Massa

### a. Fungsi Televisi

1. Fungsi menyiarkan (*to inform*) inilah fungsi yang pertama dan utama untuk mengetahui informasi tentang berbagai hal di penjuru dunia.
2. Fungsi mendidik (*to educate*) sebagai saran pendidikan masyarakat luas dan sarana untuk turut serta mensukseskan program pembangunan.
3. Fungsi menghibur (*to entertain*) sebagai fungsi rekreatif karena sebagian besar alokasi waktu massa siaran di isi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat di mengerti karena pada layar televisi dapat di tampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan dan dapat di nikmati di rumah oleh seluruh keluarga.
4. Fungsi mempengaruhi Widjaja dalam bukunya komunikasi hubungan masyarakat menggunakan bahwa fungsi yang lain dalam artian yang lebih luas yakni informasi sosialisasi, motifasi perdebatan dan diskusi pendidikan. Memajukan kebudayaan hiburan dan integrasi.<sup>15</sup>

### b. Efektivitas Televisi

Suatu media massa dikatakan efektifitas jika media massa itu memenuhi hajat hidup orang banyak. Artinya dengan adanya media menjadikan media lebih besar dirasakan manfaatnya bagi komunikasi demikian pula halnya dengan komunikasi. Suatu tayangan televisi bila diharapkan tayangan tetap efektif.

---

<sup>15</sup> Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993). hal. 9-10

Maka isi siaran harus memenuhi kesenangan, kebutuhan dan kepentingan para pemirsa seperti halnya berita politik, sosial, agama dan lain-lain. *Wilbuschram* dalam karyanya yang terkenal yakni "*How Communication Work*" menyetengahkan apa yang dinamakan '*The Condition Off Success in Communication Work*' yang secara gamblang di ringkas sebagai berikut:

- 1) Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang di maksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertentu kepada pengalaman yang sama antar komunikator dan komunikan. Sehingga sama-sama dimengerti.
- 3) Pesan harus dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berdua pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.<sup>16</sup>

#### **7. Dampak Televisi Terhadap Perubahan Perilaku Massa**

Kehadiran televisi bagi masyarakat negara berkembang seperti Indonesia mempunyai arti yang sangat penting. Di dalam program televisi tentunya disediakan paket acara-acara yang akan ditayangkan dengan tujuan memberikan pesan baik informasi berupa berita ataupun berupa hiburan seperti sinetron-sinetron yang kerap kali ditayangkan distasiun televisi swasta saat ini, yang hal in dapat menimbulkan

---

<sup>16</sup> Onong Uchana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Rosda Karya, 2000), hal. 32-33

dampak atau efek-efek bagi pemirsa baik dampak positif maupun dampak negatif.

Hadirnya media televisi di Indonesia mau tidak mau harus diterima karena sudah merupakan satu kebutuhan informasi bagi masyarakat, agar tidak tertinggal oleh kemajuan peradapan teknologi dan juga mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi di belahan dunia atau diluar negeri. Menurut Wawan Kusnadi, ada dua alternatif bagi televisi dalam menayangkan program acaranya dan perubahan sikap pemirsa yaitu :

- a. Tayangan acara yang memang ditujukan untuk perubahan sikap pemirsa.
- b. Tayangan acara yang hanya selintas memberikan hiburan yang bertujuan untuk merubah sikap pemirsa.

Dalam mencapai tahap perubahan sikap dan membentuk pola perilaku pemirsa televisi dapat menggunakan metode penggunaan yang berulang-ulang dengan kemasan acara yang bersifat dialogis.<sup>17</sup> Televisi sebagai teknologi maju, berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi itu sendiri dan telah menyentuh kepentingan umat manusia, hal itu tidak bisa di pungkiri yang disebabkan oleh kekuatan yang dimiliki oleh televisi sebagai alat menyampaikan pesan, sehingga mampu menciptakan daya rangsang yang sangat tinggi didalam mempengaruhi sikap, tingkah laku dan pola berfikir khalayaknya, dimana akhirnya

---

<sup>17</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Televisi....* hal. 102-103.

menyebabkan banyak perubahan yang terjadi di masyarakat.<sup>18</sup> Seperti yang telah banyak perubahan sikap secara drastis ataupun lambat pada penduduk pedesaan, termasuk pola pikir, gaya hidup, perilaku konsumtif atas produk-produk yang diiklankan dalam televisi bahkan perilaku mereka, karena menonton televisi. Maka dapat disimpulkan bahwa pemirsa setelah menonton acara televisi akan tercipta kesamaan persepsi serta image antara program acara televisi dengan tingkat kebutuhan pemirsa sehingga terjadi perubahan perilaku pemirsa.

### **8. Tontonan Bisa Menjadi Tuntunan**

Dampak positif yang dipertontonkan dalam tayangan Televisi di Indonesia pasti ada, tapi hanya sebagian kecil saja. Kebanyakan, program yang disajikan mengandung unsur negatif bagi penontonnya. Seperti halnya cara berpakaian, bertingkah laku bahkan cara berinteraksi dengan lawan jenis yang salah pun disajikan. Hal-hal seperti itulah, dapat kita temukan di dunia nyata, di luar dunia perfilman. Tak jarang kita temukan seorang wanita yang berpakaian kurang sopan. Dulu, ketika teknologi belum secanggih sekarang ini, hal itu sangat asing di kalangan masyarakat. Namun kini, hal itu menjadi sesuatu yang biasa, karena dalam perfilman pun ditayangkan seperti biasa.

Bukan hanya dari segi pakaian, dari bertingkah laku pun kini menjadi hal-hal yang mudah sekali kita jumpai. Tentunya, tingkah laku yang kurang baiklah yang banyak menjadi tuntunan dikalangan masyarakat kita. Seperti halnya, tidak patuh

---

<sup>18</sup> Darwanto Sastro Subroto, *Produksi acara Televisi University Press*, (Yogyakarta : Duta Wacana1994). hal . 27

pada orangtua, berbohong, mengucilkan orang yang ekonominya rendah, berkelahi, berinteraksi secara berlebihan dengan lawan jenis, dan masih banyak lagi yang lainnya. Tontonan yang menjadi tuntunan itu baik, bila yang dipertontonkannya juga baik. Tapi, kenyataannya masih banyak yang mempertontonkan hal yang tidak baik. Sehingga, masyarakat, terutama anak-anak dan remaja, menuntun hal yang tidak baik tersebut.

Oleh karena itu, kita sebagai orang yang lebih dewasa, yang tahu mana yang baik dan tidak, tuntunlah saudara-saudara kita yang masih belum mengetahui. Beritahu mereka agar apa yang mereka tuntun itu tidaklah baik. Dan, nasihatilah mereka untuk selalu mencari ilmu agar dapat mengetahui, mana yang sesuai dengan akidah kita atau tidak. Sehingga, bila mereka mulai fokus mencari kebenaran dan mengetahuinya, maka sedikit demi sedikit tuntunan yang mereka ambil dari tontonan tersebut akan menghilang. Dan insya Allah, mereka hanya akan menuntun dari tontonan yang benar-benar sesuai dengan ajaran dari Allah dan Rasul-Nya.

## **9. Kajian Tentang Azan**

### **a. Pengertian Adzan dan Dasar Hukum Adzan**

Adzan merupakan panggilan khusus terhadap orang-orang muslim sebagai tanda dimulainya shalat fardhu. Adzan menurut pengertian bahasa berarti 'mengumumkan', menurut istilah adzan adalah ucapan-ucapan tertentu untuk mengumumkan waktu shalat fardhu. Menurut Syaikh Said bin Ali Wahf Alqahthani azan menurut bahasa berarti memberitahukan sesuatu (*I'lam Asy-syai'*) dan menurut syara' berarti pemberitahuan waktu shalat dengan menggunakan lafaz-lafaz tertentu

yang telah disyariatkan sebagaimana yang telah diketahui. Maka dinamakan demikian karena *muadzin* (orang mengumandangkan azan) memberitahu manusia mengenai (telah masuknya) waktu-waktu shalat. Azan dapat jugadi sebut *nida'* (seruan panggilan) karena *muadzin* menyeru atau memanggil dan mengajak mereka untuk mengerjakan shalat.<sup>19</sup>

Adanya adzan yang dikumandangkan menandakan bahwa telah masuk waktunya shalat bagi orang-orang muslim, panggilan adzan ini memberikan peringatan untuk melakukan shalat, maka umat muslim dapat mengerti karena adzan adalah panggilan khusus yang tidak dimiliki agama-agama lain. Seperti yang sering didengar setiap waktu, adzan dikumandangkan tidak hanya asal karena kesenangan semata, namun adzan mempunyai dasar hukum, dasar hukum adzan dijadikan sebagai landasan bahwa adzan boleh dilakukan atau dikumandangkan pada saat-saat tertentu saja.

Adzan mulai di syariatkan pada tahun pertama Hijriyah. Adzan di lakukan berdasarkan dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist. Diantara dalil Al-Qur'an Qs. Al-Maidah (5) : 58 yaitu :

لَا قَوْمٌ بِنَهُمْ ذَلِكَ ۖ وَلَعِبًا هُزُوا اتَّخَذُوهَا الصَّلَاةَ إِلَىٰ نَادِيَتُمْ وَإِذَا

يَعْقُلُونَ {58}

<sup>19</sup> Ahmad Thib Raya dan Siti Musdah Mulia, *Menyelami Seluk-beluk Ibadah dalam Islam* (Jakarta : Kecana,2003), hal. 157-158

Artinya :

*“Apabila kami melakukan adzan untuk shalat, mereka menjadikannya olokan dan permainan” Qs. Al-Mai“dah (5) : 5.*

فَإِذَا ۚ جُنُوبِكُمْ وَعَلَىٰ وَقُعُودًا قِيَامًا اللَّهُ فَادْكُرُوا الصَّلَاةَ قَضَيْتُمْ فَإِذَا

كِتَابًا الْمُؤْمِنِينَ عَلَىٰ كَانَتْ الصَّلَاةَ إِنَّ ۚ الصَّلَاةَ فَأَقِيمُوا اطْمَأْنَنْتُمْ

{103} مَوْقُوتًا

Artinya :

*“Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. kemudian apabila kamu telah merasa aman, Maka dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”. Q.S. An-Nisa(4): 103.*

Adapun lafal-lafal adzan yang di sepakati oleh tiga Imam yaitu Hanafi, Syafi“iyah, Hambali adalah :

اللَّهُ أَكْبَرُ، اللَّهُ أَكْبَرُ  
 أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ  
 أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ  
 حَيَّ عَلَى الصَّلَاةِ  
 حَيَّ عَلَى الْفَلَاحِ  
 اللَّهُ أَكْبَرُ، اللَّهُ أَكْبَرُ  
 لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

Artinya :

*Allah Maha Besar, Allah Maha Besar*

*Aku bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah*

*Aku bersaksi bahwa Nabi Muhammad itu adalah utusan Allah*

*Marilah Sholat*

*Marilah menuju hari kemenangan*

*Allah Maha Besar, Allah Maha Besar*

*Tiada Tuhan selain Allah<sup>20</sup>*

b. Fungsi Adzan

Adzan, seperti definisi yang sudah disebutkan yaitu panggilan khusus

<sup>20</sup> Kahar Mansyur, *Salat Wajib* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal. 183



terhadap orang muslim sebagai tanda di mulainya shalat.

- 1) Adzan diucapkan ditelinga kanan bayi yang baru lahir, dan iqamah di telinga kiri bayi, hal ini bertujuan sebagai upaya untuk melindungi keturunan agar tidak di jerumuskan oleh syetan, selain memberi nafkah yang halal untuk ibu yang hamil sehingga janin tidak akan makan kecuali dengan makanan yang halal. Adzan diucapkan pada waktu terjadi kebakaran dan peperangan hal ini agar memanggil manusia agar berkumpul karena terjadi musibah tanda dimulainya peperangan.
- 2) Adzan diucapkan pada waktu terjadi kebakaran dan peperangan hal ini agar memanggil manusia agar berkumpul karena terjadi musibah tanda dimulainya peperangan.
- 3) Adzan juga disunnahkan diucapkan dihadapan orang-orang yang bingung dan marah-marah.

c. Efektivitas Tayangan Adzan di Televisi

Jika ada stimulus atau rangsangan maka akan ada penerimaan dan akan menimbulkan respon atau reaksi seperti teori yang dicetuskan oleh *Hovlan*, *Janis*, dan *Kelley*. Dan juga telah dijelaskan dalam efektivitas televisi bahwa pesan yang disampaikan harus memenuhi kebutuhan dan memberi manfaat bagi pemirsa. Tayangan adzan di televisi adalah salah satu tayangan yang memberi manfaat bagi kebutuhan pemirsa untuk memeberi tahu atau sebagai peringatan.

Adanya tayangan azan di televisi ini menstimuli terhadap pemirsa, masyarakat khususnya seperti yang peneliti maksud, untuk memberikan sebuah

peringatan terhadap pemirsa bahwa saat ini telah masuk waktunya shalat, diketahui efektif atau tidaknya adzan ini terhadap respon masyarakat setelah mengetahui bahwa tayangan adzan di televisi sudah di tayangkan, maka akan segera melaksanakan shalat, dengan adanya adzan memberikan motivasi warga yang disertai contoh atau keteladanan dari dirinya.

Maka efektivitas disini akan mengetahui berhasil tidaknya sebuah tayangan adzan itu dalam menggerakkan orang untuk melaksanakan shalat, dan ini akan diketahui dalam pembahasan hasil penelitian setelah membuat hipotesa bahwa tayangan adzan televisi dikatakan efektif atau tidak efektif.

## **B. Landasan Teoritis**

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengacu pada pemilihan media yang digunakan khalayak dalam menggunakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sesuatu yang diinginkan, sesuai dengan fenomena yang terjadi pada latar belakang masalah penelitian ini, yakni mengenai efektivitas tayangan azan pada televisi terhadap kesadaran masyarakat Kota Banda Aceh untuk mendirikan.

Teori *Uses and Gratification* pertama kali dikemukakan oleh Herbett Blummer dan Ellihu Katz pada tahun 1974, teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran lebih aktif untuk memilih media tersebut. Pengguna merupakan pihak yang aktif dalam usaha memuaskan kebutuhannya.<sup>21</sup>Teori ini lebih

---

<sup>21</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal 191.

tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media, bukan apa yang dilakukan media terhadap seseorang (khalayak). Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) medias untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang.<sup>22</sup>

Media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayaknya adalah media yang efektif, karena media menganggap khalayak memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan media.<sup>23</sup>Orang memilih media yang digunakan karena untuk memenuhi kebutuhannya, keinginan memilih tersebut dilakukan atas keinginan yang dianggap sebagai motif tersebut.

Prinsipnya, teori *uses and gratification* memberikan kerangka berfikir untuk memahami kapan dan bagaimana individu mengonsumsi produk-produk media menjadi lebih atau kurang aktif dan berdampak pada meningkatnya atau menurunnya keterlibatan individu tersebut.<sup>24</sup>Masing-masing individu memiliki pilihannya sendiri menurut sesuai dengan keinginannya.

Menurut Katz, Blumer dan Gurevitch dalam Elvinaro dan Lukiati, menjelaskan asumsi dasar dari teori *uses and gratification*, yaitu:<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup>Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal 124.

<sup>23</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 206.

<sup>24</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal 215.

<sup>25</sup>Elvinaro dan Lukiati, *Komunikasi Massa Revisi*(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). hal 73-74.

- a. Khalayak aktif, khalayak dianggap memiliki bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Proses komunikasi massa, dalam prosesnya berinisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
- c. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan media yang dipenuhi lebih luas
- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak.

Dennis McQuail dan kawan-kawan mengkategorikan motif dari penggunaan media, sebagai berikut:<sup>26</sup>

a. Informasi

1. Mengetahui berbagai dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
3. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
4. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.

b. Identitas Pribadi

1. Menentukan penunjang nilai-nilai pribadi.
2. Menentukan model perilaku.

---

<sup>26</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT Erlangga, 2003), hal 72.

3. Mengidentifikasi diri dari nilai-nilai lain (dalam media).

4. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Integritas dan Interaksi Sosial

1. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain.

2. Mengidentifikasi diri dengan keadaan orang lain.

3. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.

d. Hiburan

1. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.

2. Bersantai.

3. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estitis.

4. Penyaluran emosi

5. Mengisi waktu luang

Perkembangan teori *Uses and Gratification* media dibedakan dalam tiga fase, yaitu:<sup>27</sup>

1. Fase pertama, fase ini ditandai oleh Elihu Katz dan Blummer (1974) memberikan *deksripsi* tentang orientasi *subgroup audiens* untuk memilih dari ragam isi media, dalam fase ini masih terdapat kelemahan metodologis dan konseptual dalam meneliti orientasi *audiens*.
2. Fase kedua, Elihu Katz dan Blumler menawarkan operasionalisasi variabel-variabel sosial dan psikologis yang diperkirakan memberikan

---

<sup>27</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal 192.

pengaruh terhadap perbedaan pola konsumsi media. Fase ini juga menandai dimulainya perhatian pada tipologi penelitian gratifikasi media.

3. Fase ketiga, ditandai adanya usaha menggunakan data gratifikasi untuk menjelaskan cara lain dalam proses komunikasi, bahwa harapan dan motif *audiens* mungkin berhubungan.

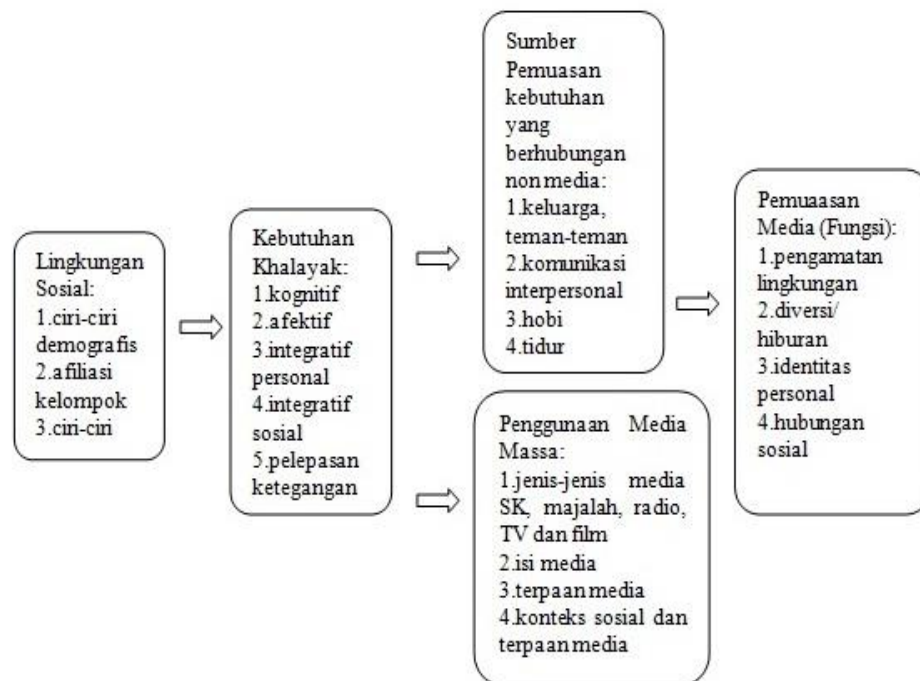
Teori *Uses and Gratification* memberikan perbedaan yang jelas antara aktivitas dan derajat keaktifan. Aktivitas berkenaan dengan apa yang dilakukan oleh konsumen media. Sedangkan derajat keaktifan, yaitu kebebasan dan otonomi khalayak dalam situasi komunikasi massa.<sup>28</sup>

Teori *uses and gratification* beroperasi dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan berikut dibawah ini:<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal 127.

<sup>29</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal 194.



**Gambar 2.4 Model Teori *Uses and Gratification***

(Sumber: Nuruddin)

Kebutuhan *kognitif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita. Kebutuhan *afektif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Kebutuhan pribadi secara *integratif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, stabilitas, dan status individual. Hal itu bisa diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan sosial secara *integratif* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan

keluarga, teman, dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Sementara itu, kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.<sup>30</sup>

Peran teori ini dalam komunikasi massa pada prinsipnya, *Uses and Gratification* telah mengubah tatanan berpikir individu selaku penerima pesan dari berbagai media yang masuk dalam tatanan komunikasi massa. Individu saat ini telah berhasil terlepas dari belenggu media. Walaupun ada sebagian yang masih terbelenggu, sebagian besar masyarakat Indonesia telah melek informasi.<sup>31</sup>

### C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam penelitian sehingga penulis dapat menambah teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. *Pertama*, Kehadiran televisi dalam kehidupan manusia tentunya menimbulkan pelbagai dampak positif dan negatif. Namun demikian, pengaruh yang dihasilkan oleh televisi tentu bergantung kepada penonton sebuah tayangan tersebut. Dalam penelitian ini mengangkat tentang “Pesan Moral dalam Tayangan Adzan Maghrib di RCTI” pada periode 2014/2015 dengan tema ‘Bertaubat’. Peneliti ingin memahami lebih dalam tentang bagaimana pesan moral yang terkandung dalam adegan dan *storyline* dalam tayangan adzan maghrib di RCTI. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan tayangan adzan di

---

<sup>30</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal 194.

<sup>31</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal 227.



seluruh televisi Indonesia dalam menyampaikan pesan-pesan yang lebih positif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis yang digunakan adalah semiotika menurut Roland Barthes. Analisis terhadap tayangan ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang ditinjau dari unsur adegan-adegan pada pemeran utama dan *storyline* sebagai acuan pengolah data. Selain itu, hasil dari wawancara yang dilakukan terhadap salah satu tim kreatif ditampilkan sebagai penguat data yang dihasilkan dari analisis. Sebagai indikator dalam penelitian ini adalah terkait moral akhlak, diantaranya tawadhu', lemah lembut, beramal shaleh, kasih sayang, sabar, dan pemaaf.

Dari penelitian diketahui bahwa dalam tayangan adzan maghrib RCTI versi tahun 2014/2015 dengan tema "Bertaubat", menampilkan beberapa adegan yang mengandung pesan moral positif. Pesan moral tersebut yaitu sifat tawadhu" yang dilakukan saat bertemu orang lain dan orang yang lebih tua, sifat lemah lembut dalam pergaulan, beramal shaleh dalam menjalani kehidupan, kasih sayang yang penuh kepada seorang ibu, sabar dalam menjalani pergaulan dan kehidupan antar sesama manusia, serta senantiasa memberikan maaf kepada orang lain, meskipun orang tersebut telah berbuat jahat. Pesan akhir pada tayangan adzan tersebut adalah memaafkan antar sesama sebagai upaya untuk mendapatkan kemenangan dan persatuan.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Afner Gus Chandra, *Pesan Moral dalam Tayangan Adzan Maghrib di RCTI*, Skripsi (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2016) ([http://digilib.uin-suka.ac.id/20806/1/12210010\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20806/1/12210010_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)) diakses pada tanggal 18 Juni 2019.

*Kedua*, Adzan sebagai syiar Islam atau dakwah yaitu untuk mengajak umat Islam menunaikan ibadah solat sesuai dengan perintah Allah SWT. Dakwah atau syiar Islam dalam adzan adalah suatu bentuk kegiatan menyampaikan pesan yang terkandung dalam lafadz-lafadz adzan. Pada hakikatnya adzan dimaksudkan untuk memberitahukan bahwa waktu sholat telah tiba dan menyerukan untuk melakukan sholat berjamaah namun fenomena yang terjadi di masyarakat desa sindang agung dusun 3 tidak memakai pengeras suara (*speaker*) untuk mengumandangkan adzan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan masyarakat setuju dan tidak setuju terhadap gema adzan yang ada di dusun 3 desa Sindang Agung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi historis atau catatan sejarah sebagai alat pengumpul data utama, wawancara dan observasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif interpretative yakni data yang dikumpul, disusun kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan. Dengan jumlah Populasi 160 KK, kemudian diambil Sample 16 KK dengan teknik *Purposive Sampling*.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi masyarakat yang setuju terhadap kumandang adzan termasuk dalam bentuk persepsi positif, yaitu gema adzan sebagai dakwah dalam arti ajakan atau panggilan melakukan sholat berjamaah maka adzan sangat penting dikumandangkan untuk mengingatkan bahwa waktu sholat telah masuk sehingga penggunaan speaker penting agar radius gema adzan terdengar luas.

Sedangkan Persepsi masyarakat yang tidak setuju terhadap gema adzan termasuk dalam bentuk persepsi negatif, masyarakat yang tidak setuju berpendapat bahwa penggunaan speaker yang sering disalahgunakan dengan pengumuman hal-hal yang tidak terlalu penting sehingga dinilai mengganggu, beberapa masyarakat juga tidak setuju karna volume pengeras suara yang terlalu keras membuat masyarakat merasa bising, selain itu belum adanya penggunaan speaker pada zaman Rasulullah menjadi salah satu alasan masyarakat tidak menyetujui adzan dengan menggunakan *speaker*, lalu masyarakat menyatakan adzan yang dinilai masih kurang baik membuat masyarakat justru khawatir jika di kumandangkan dengan keras memakai *speaker*, sehingga ditakutkan salah dalam lafaz dzan maka artinya akan berbeda.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Sifah Mutoharoh, *Persepsi masyarakat terhadap gema adzan dalam syiar islam (Di Desa Sindang Agung Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Lampung Utara)* Skripsi (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2018. ([http://repository.radenintan.ac.id/5328/1/SKRIPSI\\_FULLL.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/5328/1/SKRIPSI_FULLL.pdf)) diakses pada tanggal 18 Juni 2019.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian dan Pendekatan yang digunakan

Efektif dan sistematisnya sebuah penelitian ditentukan oleh metode penelitian untuk memperoleh hasil yang diperlukan dalam karya ilmiah. Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, mempunyai langkah-langkah sistematis.<sup>1</sup>

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dan penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan dan kemudian diolah menjadi metode deskriptif analisis, yaitu suatu penelitian dengan pengumpulan data di lapangan dan menganalisa serta menarik kesimpulan dari data tersebut.<sup>2</sup>

Metode deskriptif merupakan penelitian yang diuraikan dengan kata-kata berdasarkan pendapat responden apa adanya sesuai dengan pertanyaan dari peneliti, kemudian dianalisis dengan kata-kata sesuai dengan masalah yang melatar belakangi responden berperilaku (berfikir, berperasaan dan bertindak).<sup>3</sup> Dalam hal ini peneliti turun langsung ke lapangan mencari data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas yaitu “Efektivitas Tayangan Adzan pada Televisi terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Kota Banda Aceh”.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena, yang berkenaan dengan apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dan lain-lain. Secara holistic

---

<sup>1</sup> Husaini Usman, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal. 41

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hal. 103

<sup>3</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*,... hal. 130.

dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>4</sup>

### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian disalah satu Warung Kopi yang ada di Banda Aceh yaitu di Doorsmeer Coffe yang berada di Batoh – Banda Aceh. Pada penelitian ini Peneliti ingin melihat ke Efektivitasan Tayangan Azan pada Televisi di Warung Kopi tersebut ketika kumandang azan. Peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian karena di warung kopi tersebut, masih menggunakan Antena UHF, sehingga siaran *local* bisa ditoton oleh masyarakat Banda Aceh salah satunya kumandang azan bila waktu Shalat telah tiba.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Wawancara (interview)

Wawancara adalah proses tanya jawab yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>5</sup>

Wawancara juga merupakan salah satu teknik yang penulis gunakan untuk memperoleh informasi dan data konkrit yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi. Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*). Hasil

---

<sup>4</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010), hal. 6

<sup>5</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal. 83

wawancara ini berupa responden atau informan terhadap permasalahan penelitian dan dijadikan data dalam penulisan skripsi ini.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang telah tersusun secara sistematis untuk pengumpulan datanya.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara langsung dengan beberapa pengunjung dan juga pemilik warung kopi tersebut.

## 2. Observasi

Observasi adalah suatu teknik dalam pengumpulan data dengan mendatangi langsung tempat atau lokasi penelitian. Observasi meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek menggunakan seluruh alat indra.<sup>7</sup> Margono mendefinisikan observasi diartikan sebagai pengamat dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>8</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode ilmiah dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data baik itu data primer maupun data sekunder. Sumber utama metode ini adalah dari objek penelitian.<sup>9</sup>

### a. Data primer

Data yang diperoleh dari hasil wawancara atau informasi dari informan.

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hal. 194

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hal 133

<sup>8</sup> Nurul Zuriah, *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), hal. 176

<sup>9</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid I dan II, (Yogyakarta: Andy Orset, 1989), hal. 136

b. Data sekunder

Data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan mencari publikasi-publikasi dari majalah ataupun browsing di internet mengenai permasalahan yang penulis teliti dan juga tentang tayangan azan pada televisi, kemudian kesadaran masyarakat untuk mendirikan shalat ketika sudah mendengar kumandang azan baik dari mesjid – mesjid terdekat maupun melalui tayang pada televisi yang telah tesaji dengan bentuk *Audio Visual*.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema atau kategori.<sup>10</sup> Analisis data mengarah sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dasar, bersifat deskriptif sesuai dengan hasil wawancara dengan semua narasumber dan observasi langsung dalam gambaran tentang persolan yang sedang diteliti.

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam, dan dilakukan secara terus menerus. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Setelah semua data dapat, kemudian dikumpulkan dan di analisis sebaik mungkin. Mengumpulkan semua data menganalisis dan mendeskripsikan menjadi sebuah tulisan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> A. Rani Usman, *Emis Cina Perantauan Di Aceh*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2009), hal. 124

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 245

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Doorsmer Coffe**

Berdiri awal tahun 2013 hingga sekarang dengan mengangkat tema nuansa asri perkampungan warung kopi ini beralamat desa Peunyeurat. Kec. Banda Raya, seiring dengan perkembangan teknologi dan mulainya pembangunan kota khususnya Kota Banda Aceh, kemudian warkop ini berbenah menjadi ramah bagi semua kalangan baik itu remaja, dewasa, dan juga tak terkecuali perempuan untuk berkunjung. Warkop ini juga menyuguhkan berbagai minuman, dan yang paling banyak diminati adalah kopi hitam. Pengunjung yang berkunjung biasanya dari berbagai kalangan dan juga instansi, baik untuk menikmati kopi juga bersilaturahmi sembari berdiskusi.

Setiap warung kopi memiliki ruang hiburan bagi pengunjung seperti pemasangan alat jaringan internet (WIFI), dan televisi. Uniknya adalah dimana di warung – warung kopi pada umumnya menyediakan berbagai macam alat pendukung hiburan, namun di warung kopi sangat berbeda, alasannya di warung kopi tidak memasang jaringan internet adalah, biar semua aktifitas tidak tersita oleh jaringan, dikarenakan nuansa diskusi antara sesama itu ada, yang hanya adalah alat hiburan yaitu televisi atau TV berbayar, tujuannya untuk bisa menyaksikan pertandingan sepakbola dan siaran lainnya, yang tidak dapat dijangkau TV jaringan UHF. Kemudian di warung kopi ini juga terpasang antena UHF bertujuan agar bisa menyaksikan berita, talkshow, dakwah yang ditayangkan



untuk *local* Aceh khususnya, selain berita ditayangkan TV local juga menyajikan tayangan azan, penayangan azan ini sangat bermanfaat pastinya untuk pengunjung bisa tahu jadwal shalat dan segera mungkin melaksanakannya, karena itu hal yang wajib untuk dilaksanakan.<sup>1</sup>

## 2. Profil Pemerintah Banda Aceh

### a. Sejarah Kota Banda Aceh

Berdasarkan naskah tua dan catatan-catatan sejarah, Kerajaan Aceh Darussalam dibangun di atas puing-puing kerajaan-kerajaan Hindu dan Budha seperti Kerajaan Indra Purba, Kerajaan Indra Purwa, Kerajaan Indra Patra dan Kerajaan Indra Pura dari penemuan batu-batu nisan di Kampung Pande salah satu dari batu nisan tersebut terdapat batu nisan Sultan Firman Syah cucu dari Sultan Johan Syah, maka terungkaplah keterangan bahwa Banda Aceh adalah ibukota Kerajaan Aceh Darussalam yang dibangun pada hari Jumat, tanggal 1 Ramadhan 601 H ( 22 April 1205 M) yang dibangun oleh Sultan Johan Syah setelah berhasil menaklukkan Kerajaan Hindu/Budha Indra Purba dengan ibukotanya Bandar Lamuri.<sup>2</sup>

Tentang Kota Lamuri ada yang mengatakan ia adalah Lam Urik sekarang terletak di Aceh Besar. Menurut Dr. N.A. Baloch dan Dr. Lance Castle yang dimaksud dengan Lamuri adalah Lamreh di Pelabuhan Malahayati (Krueng Raya sekarang). Sedangkan istananya dibangun di tepi Kuala Naga (kemudian menjadi Krueng Aceh) di Kampung Pande sekarang ini dengan nama Kandang Aceh. Dan pada masa pemerintahan cucunya Sultan Alaidin Mahmud Syah,

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Rizal, pemilik Warung Kopi “Doorsmeer Coffe” pada 12 Desember 2019

<sup>2</sup> Di ambil dari [www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah](http://www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah), di akses pada 21 Desember 2019

dibangun istana baru di seberang Kuala Naga (Krueng Aceh) dengan nama Kuta Dalam Darud Dunia (dalam kawasan Meligoe Aceh atau Pendopo Gubernur sekarang) dan beliau juga mendirikan Mesjid Djami' Baiturrahman pada tahun 691 H.<sup>3</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman Kerajaan Aceh Darussalam dalam perjalanan sejarahnya telah mengalami zaman gemilang dan pernah pula mengalami masa-masa suram yang menggentirkan. Adapun Masa gemilang Kerajaan Aceh Darussalam yaitu pada masa pemerintahan Sultan Alaidin Ali Mughayat Syah, Sultan Alaidin Abdul Qahhar (Al Qahhar), Sultan Alaidin Iskandar Muda Meukuta Alam dan Sultanah Tajul Alam Safiatuddin. Sedangkan masa percobaan berat, pada masa Pemerintahan Ratu yaitu ketika golongan oposisi Kaum Wujudiyah menjadi kalap karena berusaha merebut kekuasaan menjadi gagal, maka mereka bertindak liar dengan membakar Kuta Dalam Darud Dunia, Mesjid Baiturrahman dan bangunan-bangunan lainnya dalam wilayah kota.<sup>4</sup>

Kemudian Banda Aceh Darussalam menderita penghancuran pada waktu pecah Perang Saudara antara Sultan yang berkuasa dengan adik-adiknya, peristiwa ini dilukiskan oleh Teungku Dirukam dalam karya sastranya, Hikayat Pocut Muhammad. Masa yang amat getir dalam sejarah Banda Aceh Darussalam pada saat terjadi Perang Dijalan Allah selama 70 tahun yang dilakukan oleh Sultan dan Rakyat Aceh sebagai jawaban atas ultimatum Kerajaan Belanda yang bertanggal 26 Maret 1837. Dan yang lebih luka lagi setelah Banda Aceh

---

<sup>3</sup> Di ambil dari [www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah](http://www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah), di akses pada 21 Desember 2019

<sup>4</sup> Di ambil dari [www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah](http://www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah), di akses pada 21 Desember 2019

Darussalam menjadi puing dan diatas puing Kota Islam yang tertua di Nusantara ini Belanda mendirikan Kutaraja sebagai langkah awal Belanda dari usaha penghapusan dan penghancuran kegemilangan Kerajaan Aceh Darussalam dan ibukotanya Banda Aceh Darussalam.<sup>5</sup>

Banda Aceh Darussalam telah dikubur dan Kutaraja dihidupkan, maka pada tahun 1963 Banda Aceh dihidupkan kembali, hal ini berdasarkan Keputusan Menteri Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah bertanggal 9 Mei 1963 No. Des 52/1/43-43. Dan semenjak tanggal tersebut resmilah Banda Aceh menjadi nama ibukota Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam bukan lagi Kutaraja hingga saat ini.

Aceh kerap menjadi buah bibir bagi banyak orang dikarenakan banyak hal istimewa yang tersimpan di Tanah Rencong ini, apakah itu dari segi keindahan alamnya, budaya, karakteristik *social* orang Aceh dan masih banyak lagi yang tidak dimiliki daerah lain di Indonesia. Salah satunya, Aceh juga dikenal sebagai negeri Seribu warung kopi. Bagaimana tidak, jika kita berkunjung ke daerah paling barat Indonesia ini maka tak heran kita akan melihat pemandangan yang tak lazim seperti tempat-tempat lain di belahan dunia, dimana-mana kita akan melihat deretan warung kopi yang sangat banyak. Banda Aceh, contohnya, satu daerah yang terdapat jajaran warung kopi yang tidak sedikit jumlahnya.<sup>6</sup>

Warung kopi atau biasa disebut dengan (warkop) adalah warung yang didalamnya menjual berbagai macam makanan, minuman, camilan dan lain lain. Jenis warung kopi bermacam-macam, mulai dari kelas yang rendah sampai kelas

---

<sup>5</sup> [www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah](http://www.bandaacehkota.go.id/p/sejarah), di akses pada 21 Desember 2019

<sup>6</sup> <https://aceh.tribunnews.com/2017/03/18/fenomena-warung-kopi>, diakses 2 Januari 2020

yang tinggi, mulai dari yang lesehan, bangunan tidak permanen atau kaki lima, ada juga warung kopi yang lumayan besar, sudah menetap, dan mempunyai banyak pegawai. Ada juga warung kelas menengah hingga kelas yang tinggi, seperti warung-warung kopi yang ada di mall atau bahkan mempunyai bangunan sendiri yang mewah, tentu juga harganya pun berbeda. Dari suatu pengamatan budaya, warung-warung kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial: warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil.

### **3. Efektifitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Pengunjung Doorsmer Coffe Untuk Mendirikan Shalat.**

Dalam pemanfaatan media massa yang ada untuk saat ini maka teknologi yang paling sesuai yaitu dengan teknologi yang bernama televisi. Televisi merupakan sebuah media massa yang mempunyai keunggulan lebih banyak dari pada media massa yang lain. Kelebihan televisi disamping mampu menyiarkan informasi dalam bentuk *audio visual* secara langsung maupun tunda, *coverage* (daya jangkau) yang luas dan kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lainnya seperti surat, pamflet, telepon dan lain sebagainya, bahkan oleh media massa lain seperti halnya koran dan buku serta film. Dengan keunggulan tersebut akan lebih mudah untuk menyampaikan dakwah, salah satu siaran dakwah yang dapat kita jadikan tuntunan adalah siaran azan, dimana siaran tersebut bisa mengingatkan

kita untuk segera melaksanakan shalat karena itu kewajiban seorang muslim yang taat.

Pada hasil observasi serta pengamatan pada warung kopi tersebut di saat menjelang memasuki waktu shalat dzuhur warung kopi tersebut memutar saluran TV *local* yang setiap memasuki waktu shalat ada tayangan azan, dan pada saat kumandang azan telah tiba, suasana di tempat tersebut hening dan tampak pengunjung ingin bergegas mengerjakan shalat, karena waktu shalat dzuhur telah tiba. Pemanfaatan media TV sebagai media dakwah tentunya sangat mendukung dalam proses perkembangan teknologi, pemanfaatan ini tentunya memudahkan para permirsa mengetahui waktu shalat telah tiba, apalagi kita hidup di Aceh, yang dibalut dengan syariat Islam.

Peruntukan warung kopi pada saat ini memang sangat marak di tengah masyarakat saat ini, apalagi warung kopi sudah menyiadakan tempat shalat atau musala di warung kopi singgahi. Kemudian warung kopi juga dijadikan tempat beristirahat serta berbincang-bincang sembari menunggu aktivitas lain yang ingin dilakukan. Dari pengamatan peneliti banyak kalangan yang memilih warung kopi sebagai tempat untuk beristirahat maupun mengerjakan sesuatu, baik bisnis, dan pengerjaan lainnya, kalangan yang sangat ramai adalah mahasiswa, pelajar, dan juga ada pedagang, masyarakat sekitar dari instansi pemerintah serta non pemerintah.

Untuk menunjang agar pengunjung nyaman, tentunya pemilik warung kopi tersebut memberikan beberapa fasilitas yang bisa digunakan, diantaranya televisi, ruangan shalat, toilet, serta fasilitas lain. Penyediaan televisi tentunya

bermanfaat besar bagi para pengunjung warung kopi tersebut, dimana menjelang azan tiba, suara azan akan terdengar dan membuat pengunjung bergegas meninggalkan aktifitasnya dan kemudian mengerjakan kewajibannya. Dalam visualisasi azan, berbagai macam *channel* TV menampilkan audio dan visual yang berbeda, tentunya dalam tayangan tersebut bersifat mengajak.<sup>7</sup>

Maraknya warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh hampir setiap sudut kota kita dapat menjumpainya membuat masyarakat semakin ramai berkunjung untuk bertemu dan bersosialisasi dengan sesama, seperti hanya meminum kopi, berdiskusi, dan melakukan kegiatan lainnya. Warung kopi adalah tempat pertama yang menyediakan barang teknologi informasi tersebut. Situasi hubungan warung kopi dengan masyarakat Aceh yang demikian rupa akan terus berkembang.

Hampir di setiap warung kopi yang ada di kota Banda Aceh tentunya memiliki satu wadah hiburan baik itu Jaringan WIFI (*Wireless Fidelity*) yang bisa terhubung dengan media sosial, dan televisi, yang paling banyak sebagai media hiburan bagi pengunjung warung kopi adalah televisi. Dimana televisi dapat memberikan informasi serta hiburan bagi pengunjung baik daerah (*local*) maupun nasional. Dalam penayangan siaran Televisi beragam informasi disajikan mulai dari berita, olahraga, seni, budaya, *infotainment*, film, hingga siaran dakwah serta tayangan azan.

Pemanfaatan media massa pada tentunya ada yang berdampak positif dan negatif bagaimana pemirsa yang padai memanfaatkan teknologi tersebut,

---

<sup>7</sup> Hasil observasi dan pengamatan peneliti di warung kopi “Doorsmeer Coffe” pada 10 Desember 2019

warung kopi selain dijadikan tempat bersilaturahmi juga pemanfaatannya untuk bisnis dan kepentingan lain, penyediaan media massa pada tempat-tempat seperti televisi sangat bermanfaat, apalagi di tayangkan dengan program-program bernuansa Islami contoh saja azan, yang diputar di kala waktu telah tiba. Pemilik warkop yang bernama rizal warkop memang menjadi tempat favorit dikunjungi hampir setiap hari, dan itu semua kalangan baik remaja, dewasa bahkan tak terkecuali perempuan.

“awal mula warung ini berdiri awal tahun 2013 hingga sekarang, yang dulu dengan nuansa asri perkampungan, seiring dengan perkembangan teknologi dan mulainya pembangunan Kota khususnya Kota Banda Aceh, jadi saya pribadi juga berbenah warung kopi ini menjadi ramah bagi semua kalangan baik itu remaja, dewasa, dan juga tak terkecuali perempuan untuk berkunjung. Pengunjung yang berkunjung kesini biasanya menikmati kopi dan juga minuman lainnya, juga ada dari instansi yang dating baik dari pemerintahan juga non pemerintahan, baik untuk menikmati kopi juga bersilaturahmi sembari berdiskusi. Setiap warung kopi memiliki ruang hiburan bagi pengunjung seperti pemasangan alat jaringan internet (WIFI), dan televisi. Alasan saya di warung kopi ini tidak memasang jaringan internet adalah, biar semua aktifitas kita tidak tersita oleh jaringan, maksudnya biarkan nuansa diskusi antara sesama itu ada. Tujuan memasang TV berbayar adalah untuk bisa menyaksikan pertandingan sepakbola dan siaran lainnya, yang tidak dapat dijangkau TV jaringan UHF. Pemasangan antenna UHF bertujuan agar bisa menyaksikan berita , talkshow, dakwah yang ditayangkan untuk local Aceh khususnya, selain berita ditayangkan TV local juga menyajikan tayangan azan, ini sangat bermanfaat pastinya untuk pengunjung bisa tahu jadwal shalat dan segera mungkin melaksanakannya, karena itu hal yang wajib untuk dilaksanakan”.<sup>8</sup>

Pemanfaatan warung kopi juga dilakukan oleh wartawan atau jurnalis, salah satu nya Aldi jurnalis SCTV, dimana ketika selepas liputan atau mencari berita, hal yang mereka lakukan adalah mencari warung kopi, tujuannya untuk

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Rizal, pemilik Warung Kopi “Doorsmeer Coffe” pada 12 Desember 2019

rehat sejenak sembari menulis berita. Jika sudah tiba waktu shalat dan kumandang azan terdengar diwarung kopi dan dimasjid serta musala maka kewajiban tersebut langsung dilaksanakan.

“televisi atau informasi untuk khalayak tidak bisa dipisahkan, Ketika kita membahas tentang ke islamian, maka Aceh tak terlepas dengan itu. Warung kopi sama halnya, tidak bisa dilepaskan dari *culture* masyarakat itu sendiri. Terkait dengan kumandang azan pada televisi, sangat efektif tentunya, dan sangat bermanfaat bagi orang ramai. Apalagi itu merupakan panggilan untuk umat islam mengerjakan ibadah.”<sup>9</sup>

Visualisasi atau *audi visual* tentunya sangat berpengaruh juga pada pemirsa yang menonton atau mendengar, tentunya harus mengajak khalayak ramai untuk segera melaksanakan ibadah, seperti halnya dalam teori S-O-R, dimana media massa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan, tentunya visualisasi berperan penting dalam hal ini mengajak seseorang untuk melakukan ibadah.

“bicara tentang gambar dan suara pada saat kumandang azan, tentunya setiap *channel* televisi sudah paham dengan ritme tersebut, karena peran dari televisi selain memberi informasi, juga sebagai media untuk mengajak atau mempengaruhi khalayak, dalam hal ini mengajak untuk beribadah”<sup>10</sup>

Selain menikmati kopi, pelanggan juga berdiskusi sembari bersilahturahmi dengan sesama baik kerabat juga keluarga. Memang warung kopi tidak bisa dikatakan dan dipandang sebelah mata, ada hal positif dan negatifnya. Salah satu hal yang positifnya adalah bisa berkumpul dengan teman dan kelompok kampus untuk mengerjakan tugas kampus dan berdiskusi untuk

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Aldi, Jurnalis TV yang sering berkunjung ke Warung Kopi “Doorsmeer Coffe” pada 12 Desember 2019

<sup>10</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Aldi, Jurnalis TV yang sering berkunjung ke Warung Kopi “Doorsmeer Coffe” pada 12 Desember 2019



membuat suatu event seperti seminar, diskusi *public* dan hal - hal positif lainnya.

Seperti yang dikatakan oleh seorang mahasiswa yang bernama Mulia Akbar.

"ya, saya sangat sering dan bahkan hampir setiap hari duduk diwarung kopi ini, selain hanya untuk ngopi biasa bersama teman teman kampus, disini kami juga berdiskusi bila ingin membuat satu acara atau event di kampus, ya seperti seminar diskusi *public* dan berbagai macam lomba. Mungkin saya dan teman-teman disini mencari ide dan solusi disini kadang-kadang, karena saya menganggap bahwa warung kopi itu tidak selamanya yang kita kerjakan negatif".<sup>11</sup>

Selain remaja dan mahasiswa warung kopi ini juga ramai dikunjungi oleh bapak-bapak yang usianya 40 tahun pekerjaan sebagai pedagang. Selain menikmati segelas kopi, bapak-bapak tersebut juga membaca berita baik di media cetak seperti koran, juga menonton berita di televisi. Seperti yang sudah kita lihat wawancara diatas, kali ini menambah kembali hal positif ketika kita berada di warung kopi, yaitu ingin melihat informasi atau berita baik di media cetak maupun Televisi sesuai dengan apa yang disajikan oleh pemilik warung kopi tersebut, termasuk tayangan azan bila waktu shalat telah tiba.

"saya sering kemari, seperti biasa menikmati kopi dan melihat berita dikoran, juga di televisi. Kalau dikoran biasanya kan kita baca sendiri, tapi kalau di TV kan sesuai dengan *channel* yang diputar oleh pihak warkop itu sendiri, karena di Indonesia ini banyak siarannya, baik itu berita maupun info-info lainnya, saya duduk diwarung kopi ini biasanya dijam istirahat biasa nya jam jam 12 siang, ya tergantung dengan kesibukan juga, karena orang aceh kalau belum minum kopi maka ide yang ada tersendat begitu kira-kira, ya biasanya kalau jadwal shalat telah tiba, di TV dengan siaran local

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Mulia Akbar, mahasiswa yang sering berkunjung ke Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 12 Desember 2019

ada tayangan azan nya, dan itu bermanfaat sekali, bisa mengingatkan kita untuk mengerjakan shalat dan langsung mengerjakannya".<sup>12</sup>

Siaran yang ada pada televisi selalu indetik dengan pengetahuan dan hiburan, namun dari sisi lain juga, terdapat siaran-siaran yang mencerahkan hati juga menambah pengetahuan tentang agama. Salah satu contoh siaran yang dapat mencerahkan dan menambah sedikitnya keimanan kita ialah, salah satu siaran di TV One yaitu "Damai Indonesiaku", Trans TV "Islam itu Indah", dan banyak siaran dakwah lainnya. Tak kalah menariknya juga siaran lokal juga ada menayangkan dakwah salah satunya yakni iNews TV Aceh "Cahaya Hate". Walaupun televisi dianggap banyak siaran hiburan, namun siaran dakwah juga disugukan agar adanya menyeimbangan antara siaran dakwah dan siaran hiburan.

"biasa di TV tidak semuanya diputar hiburan, ada juga siaran menyejukan hati seperti di TV One "Damai Indonesiaku" ya meski banyak hiburan di TV, juga tidak menutup kemungkinan siaran dakwah tidak ada sama sekali, ya meskipun di tayangka dalam seminggu sekali, dan ada juga setiap hari tapi siarannya setelah shalat subuh. TV ini seperti pisau bermata dua sebenarnya, ada positif dan ada negatifnya. Tergantung bagaimana kita menyikapi apa yang kita nonton dan apa yang ingin kita tonton, misalnya di warung kopi ini, kalau ada inisiatif dan yang punya waning tayangkan siaran dakwah, ya itu yang kita tonton, kalau tidak ya bisa kita tonton dirumah, siaran dakwah mungkin untuk yang paling sering menurut saya, yang mengingat dan langsung mengerjakan shalat adalah azan pada televisi, meskipun azan di mesjid dan mushalla bersamaan karna pertanda waktu shalat telah tiba."<sup>13</sup>

Meskipun kita menonton siaran lokal mau pun nasional yang diputar di warung kopi tersebut tentunya memiliki alasan kenapa kita harus menonton

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Pak Heri, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

<sup>13</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Pak Heri, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

siaran tersebut. Contohnya siaran dakwah seperti wawancara peneliti sebelumnya dengan pak heri tentang adanya penyeimbang antara tontonan hiburan dan tontonan yang menambah ilmu Agama. Menurut Sunardi masyarakat disekitar warung kopi tersebut, siaran dakwah yang ditayangkan di TV adalah cara penyampain nasehat dengan cara media massa yang sangat efektif, karena posisi komunikasi satu arah, kita yang menonton dapat memahami bahwa apa yang disampaikan bermanfaat untuk yang menonton saja, karena tayangan seperti itu lebih banyak positif dengan acara televisi lainnya contoh saja seperti *Infotainment* dan lain — lain.

"ya, siaran dakwah sangat bermanfaat bila di putar diwarkop seperti ini, setidaknya walaupun dia tidak melihat siaran tersebut, pastinya dia mendengar, karena televisi bermain dengan audio visual, apalagi jika di tayangkan itu siaran dakwah lokal yang ada di TV seperti program iNews Aceh "Cahaya Hate". Setidaknya dalam tayangan TV itu tidak melulu hiburan semata namun ada penyeimbang nya, demikian, ditambah lagi dengan adanya siaran azan pada televisi menambah positif bahwa acara di televisi tidak selalu menayangkan hiburan semata, tayangan azan sangat bermanfaat tentunya bisa sebagai pengingat kita untuk mengerjakan perintah Allah SWT. "<sup>14</sup>

Seperti yang sudah dibahas pada bab sebelumnya fungsi dari televisi ada beberapa seperti alat informasi, media edukasi, kontrol sosial, hiburan, dan media yang menghubungkan secara geografis. Dalam hal ini tak terlepas juga apa yang dimaksud dengan tontonan yang kita saksikan bisa menjadi tuntunan. Hal yang sangat simple adalah ketika kita menonton kemudian merubah hidup dan menambah keimanan kita itu yang disebut dengan tontonan menjadi tuntunan. Hal

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Sunardi, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

tersebut disampaikan oleh Muhammad Rifai pekejaan sebagai sales di salah satu Perusahaan swasta, Biasanya siaran-siaran yang menyentuh dengan apa yang kita alami sering kita mengambil contoh dari apa yang kita tonton.

"tak semua tontonan itu negatif, juga ada positifnya, lagi-lagi tergantung dengan apa yang kita tontonan sehingga tontonan kita bisa menjadi tuntunan dalam diri kita, contoh kecil saja tayangan azan pada televisi, bila kita melihat dan mendengar, setelah itu kita mengerjakan shalat itu bisa dikategorikan tontonan bisa menjadi tuntunan, seperti di warkop ini, sangat sering ketika waktu shalat sudah tiba, sesuai dengan jadwal lokal, makan azan pun akan berkumandang di televisi dan mesjid mesjid yang ada seputaran kota".<sup>15</sup>

Dari sebagian besar tayangan yang di siarkan televisi terdapat *space* waktu atau memberi jam tayang kumandang azan bila waktu shalat telah tiba, waktu yang diberikan bervariasi sesuai dengan jadwal nasional maupun *local*. Jika kita menggunakan mesin parabola tanpa berbayar, maka azan yang disaksikan kumandang azan nasional (Jakarta dan sekitarnya), namun jika kita menggunakan TV kabel atau televisi dengan antena UHF yaitu menampilkan kumandang azan yang ada di daerah Banda Aceh dan sekitarnya. Tentu saja tayangan azan sangat bermanfaat bagi kita semua yang beragama Islam, dimana selain kumandang azan terdengar di musala dan mesjid-mesjid yang ada disekitar kita.

Tayangan azan pada televisi adalah sesuai dengan peraturan dan regulasi yang ada, mengingat Aceh memiliki kekhususan juga menerapkan syariat Islam, mayoritas penduduk hampir semua masyarakatnya menganut agama Islam. Penayangan azan tersebut membuat masyarakat semakin dekat dengan perintah Allah SWT. Justru dengan adanya tayangan azan pada televisi membuat orang-

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Muhammad Rifai, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

orang yang berada baik di warung kopi, perkantoran, dan dimana saja yang mendengar azan di televisi merasa terpanggil dan langsung melaksanakan shalat.

Azan di televisi juga dapat menjadi tuntunan karena sangat bermanfaat mengingatkan kita akan perintah Allah SWT. Seperti yang diungkapkan Saiful Anwar bekerja sebagai karyawan swasta, warkop tersebut mengatakan azan pada televisi sangatlah memberi *effect* positif bagi yang mendengarnya, karena tayangan tersebut bisa mengerakkan kita untuk , melaksanakan ibadah, apa lagi *audio visual* dalam tayangan azan tersebut sangat menarik dan penuh akan makna, baik menampilkan mesjid-mesjid, juga disugukan dalam bentuk cerita dan suara azan dalam tayangan tersebut sangat merdu.

"Saya sangat Sering bahkan setiap hari melihat dan mendengar azan pada televisi. *audio visual* pada azan di televisi adalah pendukung untuk kita mengerjakan shalat, ditambah dengan suara azan yang merdu dan enak didengar, apa lagi kita di Aceh ini dibalut oleh syariat Islam yang sangat kental sekali, kumandang azan dimanapun dan kapan pun selalu terdengar baik di mesjid-mesjid maupun di televisi. Aktivitas manusia berbagai macam baik di perkantoran, di perusahaan bahkan sekarang di warkop pun banyak aktivitas manusia. Perkembangan teknologi semakin tak terbendung yang dulunya kita mengaji harus bawa Al Qur'an sekarang sudah bisa kita download dan kita baca dimanapun. Seperti yang terjadi di sekeliling kita saat ini, kumandang azan hingga hadir dirumah kita yaitu melalui tayangan televisi setiap waktu shalat tiba, bahkan diwarung kopi juga sudah ada, untuk mengingatkan pengunjung pastinya untuk mengerjakan shalat".<sup>16</sup>

Kehadiran kumandang azan dalam warung kopi dan dapat dilihat *audio visual* semestinya dan seharusnya membawa perubahan dalam diri, karena suara azan adalah panggilan bagi umat muslim untuk mendirikan shalat. Apapun

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Saiful Anwar, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

aktivitas dan kegiatan jika sudah mendengar suara kumandang segera mendirikan shalat. Namun ada yang berbeda dari kenyataan tak sedikit juga orang lalai dengan aktivitasnya bahkan kumandang azan di televisi tak digubris. Salah satu pengunjung Arifuddin Akmal mahasiswa semester akhir di salah satu kampus mengatakan bahwa ia mendengar suara azan dan tahu bahwa itu panggilan untuk shalat, namun dalam hal ini ia sedang melakukan aktivitas mengerjakan tugas kampus, ketika peneliti menanyakan kenapa tidak langsung melaksanakan shalat, alasannya waktu atau durasi shalat Dzohor dari jam 12.40 wib hingga menuju waktu shalat ashar, ia berdalih bahwa setelah shalat di mesjid baru mendirikan shalat di musala yang ada di warkop tersebut.

"ya saya tahu ada azan di mesjid dan di mushalla, dan di TV juga ada. Tapi ini saya lagi deadline. Jadi harus saya kejar dulu sampai ini selesai. saya rasa tidak ada orang yang mau meninggalkan shalat, tapi dengan kondisi seperti ini, ya mau bagaimana lagi, tapi saya mendukung adanya tayangan azan di televisi, artinya pengingat kita untuk mendirikan ibadah semakin dekat, sampai kerumah bahkan sampai ke warung kopi yang kita sambangi ini"<sup>17</sup>

Seperti pada bab sebelumnya kita sudah membahas tentang kesadaran, dan kesadaran adalah sadar akan perbuatan. Sadar artinya merasa, tau atau ingat (kepada keadaan yang sebenarnya), keadaan ingat akan dirinya. Padahal kita tahu bahwa pekerjaan yang tidak boleh tunda ialah mengerjakan perintah Allah, salah satunya mendirikan shalat, namun penyadaran itu tergantung kepada orang yang memang benar-benar sadar akan perintah Allah SWT. Seperti kita ketahui bersama shalat adalah kewajiban muslim dan salah satu amalan yang pertama kali dihisap. Jadi tidak ada alasan kita meninggalkan shalat hanya untuk

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Arifuddin Akmal, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

kepentingan duniawi semata, karena perintah Allah jauh lebih penting dari segalanya. Warung kopi memang penuh dengan hiburan, namun dibalik itu banyak pengingat kita untuk melaksanakan ibadah ditambah lagi kita tinggal memang dibalut dengan syariat Islam, dan juga banyak sekali mesjid dan juga musala mengumandangkan azan sehingga kita tidak ada alasan atau lupa, apalagi ditambah oleh tayangan azan yang disiarkan setiap memasuki waktu shalat.

Kumandang azan pada televisi dibuat sedemikian rupa agar para penonton siaran televisi langsung tersentuh untuk mengerjakan ibadah shalat, tayangan azan ada dalam bentuk cerita ada juga dalam bentuk menampilkan gambar-gambar mesjid agung nan indah, supaya kita semua tersentuh. Jika kita memakai TV kabel tau antena UHF, maka setiap azan khusus untuk wilayah Banda Aceh dan sekitarnya akan terdengar suara kumandang azan yang kita tonton, acara yang kita tonton otomatis akan terpotong. Nah, ini merupakan salah satu kebijakan dan ke khususan bagi Aceh pastinya karena di Aceh sangat kental ke Islarnannya, apa lagi dibalut dengan syariat Islamnya. Maka dari itu regulasi penayangan azan juga ada aturannya, karena mengingat Aceh masih kental akan syariatnya.

Seperti yang dikatakan oleh juga salah seorang pengunjung Zulkarnain seorang petani, sesibuk apapun kita dan sehebat apapun manusia ini, jika masuk waktu shalat maka dirikan shalat, karena kita ketahui bahwa hidup di dunia hanyalah sebentar, jangan hanya mengejar dunia saja namun akhirat lebih kita kejar, karena itu pasti. Apalagi ditambah dengan ketika memasuki waktu

shalat, kumandang azan tidak hanya di mesjid saja namun juga di televisi yang hampir setiap hari kita tonton.

"saya mendukung penuh bila azan di televisi tetap ada, bila perlu suara dan gambarnya diputar dan disiarkan secara live, apalagi kita tau bersama Aceh dengan sejarah dan agamanya yang sangat masih kental, tentunya memiliki harapan dan menjaga syariat ini tetap ada dan selalu ada. Kita melihat sekarang bersama bahwa memang ramai orang di warung kopi dari pada di mesjid, ya itu kembali lagi kepada kesadaran masing-masing, karena ajakan untuk melaksanakan ibadah itu sudah sangat banyak sekali mulai dari kumandang azan di mesjid bahkan ditelevisi. Bila di waktu azan tiba malu rasanya kita masih duduk di waning kopi, ya karena kita orang Aceh yang masih orang menganggap orang Aceh ini taat-taat dalam menjalankan perintah Allah SWT. Dan orang-orang tau itu, namun lagi-lagi kembali pada kesadaran masing-masing, bila iman seseorang kuat di dalam hati maka kesadaran untuk mengerjakan shalat itu langsung ada".<sup>18</sup>

Sepertinya penyadaran seseorang perlu disampaikan dengan ceramah juga nasihat sebelum azan itu sangatlah perlu, apalagi membahas tentang betapa berdosanya kita melalaikan perintah Allah, dan dosa-dosa meninggalkan shalat. Perlunya penyadaran seperti itu agar manusia ini kembali lagi kejalan yang benar. Mungkin saja dengan disiarkan penda'i-penda'i seperti Ustadz Abdul Somad dan Ustadz yang lainnya, menyampaikan risalah tentang dosa orang-orang yang meninggalkan shalat. Tentunya menambah pengetahuan dan keimanan penonton untuk segera mengerjakan shalat. Zulkarnain juga menambahkan bahwa setiap manusia memiliki kesadarannya masing-masing.

"sepertinya kesadaran untuk pribadi tergantung orang dan juga keimanan yang berbicara, tapi televisi sebagai media massa, tentunya memiliki opsi-opsi tersendiri pastinya, apalagi banyak ide-ide kreatif televisi bisa membuat tontonan menjadi tuntunan, jadi dalam hal ini perlu adanya seperti kultum sebelum azan sangat perlu disiarkan, dalam

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Zulkarnain, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019



nasehat tersebut disampaikan oleh penceramah yang sangat di kenal di Indonesia bahkan dunia, misalkan Ustad Abdul Somad, saya yakin dan percaya bila ceramah dan nasehat di putar di televisi, maka ada beberapa orang yang tergerak hatinya meninggalkan pekerjaannya sementara dan mendirikan shalat".<sup>19</sup>

Berdasarkan teori dan ditambah dengan hasil penelitian ditemukan bahwa tayangan azan pada televisi untuk mendirikan shalat sangat efektif, karena tayangan azan tersebut bisa membuat orang yang mendengar dan menyaksikannya langsung melaksanakan perintah Allah SWT. Kemudian tayangan azan tersebut bisa disaksikan dimana saja baik itu di rumah, bahkan di warung kopi.

Temuan dalam penelitian ini terdapat efek *kognitif*, *afektif* integrasi pribadi, dan integrasi sosial. Efek-efek tersebut berawal dari para pemirsa yang menonton tayangan televisi, bila jadwal shalat telah tiba maka kumandang azan akan terdengar baik di musala-musala dan juga televisi. Kemudian bagi yang mendengar dan penuh keimanan langsung melaksanakan ibadah shalat.

Menurut Katz, Blumer dan Gurevitch dalam Elvinaro dan Lukiati, menjelaskan asumsi dasar dari teori uses and gratification, yaitu:<sup>20</sup>

- a. Khalayak aktif, khalayak dianggap memiliki bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Proses komunikasi massa, dalam prosesnya berinisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
- c. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan media yang dipenuhi lebih luas

---

<sup>19</sup> Hasil wawancara peneliti dengan Zulkarnain, pengunjung Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" pada 13 Desember 2019

<sup>20</sup> Elvina dan Lukiati, *Komunikasi Massa Revisi*(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). Hal 73-74.

- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak.

Menyaksikan tayangan azan memang menyenangkan karena kita bisa melihat stasiun televisi menggarap visualnya dengan cukup serius sehingga menambah kekhusyuan dan kekhidmatan bagi yang melihat dan mendengarnya. Azan sebagai panggilan shalat memang penting bagi kaum muslim dan muslimat dalam menegakkan agama sebagai salah satu pilar dalam Rukun Islam yang berjumlah lima yaitu Syahadat, Shalat, Puasa, Zakat dan Haji.

Kemudian ada juga teori yang membahas bagaimana *audio visual* bisa mempegaruhi khalayak, yaitu Teori S-O-R (Teori Stimulus Organism Respons) teori ini sangat sepadan dengan napa yang sedang peneliti lakukan dimana dalam teori ini mengatakan bahwa *audio visual* berperan penting dalam mengajak seseorang untuk melaksanakan ibadah, Teori S-O-R merupakan teori komunikasi sebagai singkatan dari stimulus- organism- respon. Menurut teori ini, media masa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan, teori ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Namun respon sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menaggapinya dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R.<sup>21</sup>

Tayangan azan yang muncul di layar televisi yang bertujuan untuk memberi peringatan kepada muslim untuk memenuhi panggilan shalat. Azan merupakan suatu tanda dimulainya shalat wajib. Di samping itu masih banyak

---

<sup>21</sup> Morissan, m.A, et al, 2010, *teori komunikasi massa*, p.t. ghalia Indonesia. hal 17

fungsi dari azan itu sendiri. Kemasan adzan yang menarik yang ditayangkan di televisi sangat menganjurkan orang muslim untuk beranjak melakukan shalat, sebagai seorang muslim mengikuti ajaran agama sangatlah penting, yaitu melaksanakan shalat.

#### **4. Analisis dan Pembahasan**

Berdasarkan teori dan ditambah dengan hasil penelitian ditemukan bahwa tayangan azan pada televisi sangat efektif karena media massa tersebut memutar tayangan azan tepat pada waktunya sesuai dengan jadwal yang ada, kemudian membuat pengunjung dapat melihat dan mendengar suara azan tersebut dan kemudian langsung melaksanakan shalat. Sesuai dengan teori yang disebutkan sebelumnya yaitu teori *uses and gratification* dimana televisi sudah menyajikan apa yang dibutuhkan oleh pemirsa, salah satunya azan. Kemudian selanjutnya bagaimana cara dari pemirsa tersebut merespon dan menanggapi.

Karena shalat adalah kewajiban dan setelah mendengar azan yang dikumandangkan di televisi, maka kesadaran sebagai umat Islam yang penuh dengan keimananlah yang akan mengerjakan langsung melaksanakan shalat. Karena dengan kondisi sadar dan tahu akan kewajiban bisa mengerjakan kita untuk melaksanakan perintah —Nya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya pada bab ini peneliti membahas mengenai kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil yang didapatkan dari hasil penelitian, yaitu, kumandang azan yang disiarkan pada televisi sangat bermanfaat dan mengedukasi penonton yang menyaksikan siaran televisi ketika memasuki waktu shalat. Namun setiap manusia ini memiliki tingkat kesadaran yang berbeda-beda, langsung dan tidaknya mengerjakan shalat tergantung pada manusia itu sendiri, karena mengingat shalat adalah wajib, tidak ada alasan apapun untuk meninggalkan shalat, apalagi dunia semakin canggih dan untuk pengingat shalat juga semakin mudah yaitu dengan adanya tayangan azan pada televisi, kesadaran adalah titik awal kita tahu bahwa keajiban seperti shalat, wajib kita laksanakan. Sesuai dengan fungsi televisi sendiri ada fungsi alat informasi, kontrol sosial, hiburan dan media edukasi. Sangat banyak memberi pelajaran bahwa pengingat kita untuk mengerjakan perintah Allah itu juga ada pada media massa, salah satunya ada televisi. Dimanapun dan kapan pun azan tetaplah perintah bagi umat muslim untuk mengerjakan ibadah shalat tepat pada waktunya. Televisi memang sarana yang menarik untuk kita mengetahui informasi, namun dibalik itu juga banyak hal-hal positif yang dapat kita ambil, sehingga apa yang kita tonton di televisi bisa kita jadikan tuntunan dalam kehidupan sehari-hari. Kesadaran atas perintah ibadah memang terletak pada

diri masing-masing namun dalam hal ini kita dapat merenungi bahwa kita sedang hidup dimana dan kehidupan yang kita jalani ini apa sebenarnya. Maka dari itu shalat adalah perintah Allah SWT. Kepada umat manusia yang hidup di dunia ini, tanpa alasan apapun dan negosiasi apapun bergegaslah mencari ridha —Nya. Meskipun banyak siaran dakwah dan juga di sugukan dengan tayangan azan pada televisi, jika tidak memiliki kesadaran maka semua akan seperti biasa saja tanpa takut akan berdosa. Dengan kecangihan teknologi semestinya manusia di tuntut semakin gampang dalam mengerjakan apapun termasuk melihat, mendengar dan menyaksikan acara-acara dakwah salah satunya adalah azan yang dapat membuat kita kembali kepada-Nya.

## **B. Saran**

Adapun saran-saran terhadap penelitian yang sudah peneliti lakukan sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada station televisi *local* maupun nasional tetap menayangkan siaran azan pada saat menjelang waktu shalat, jangan azan hanya tayang di televisi yang hanya menggunakan antena UHF saja, namun beri regulasi khusus untuk Aceh memutar audio visual azan pada televisi-televisi berbayar, supaya azan dapat didengar dan lihat oleh seluruh masyarakat Aceh khususnya, sebagai pengingat ketika waktu shalat telah tiba.
2. Sesuai dengan regulasi yang ada tentang kekhususan Aceh dalam hal penayangan azan, sebaiknya ada penambahan ceramah dan juga nasehat

kepada pemirsa yang sedang menonton, ceramah tersebut yang disiarkan sebelum tayangan azan tentang dosa orang-orang yang meninggalkan shalat. Supaya pemirsa yang menonton tergerak hatinya untuk melaksanakan ibadah.

3. Diharapkan kepada pengunjung warung kopi yang ada di Banda Aceh, bila waktu shalat telah tiba dan kumandang azan telah terdengar baik di mesjid-mesjid, mushalla, dan juga di televisi semua aktivitas yang sedang dan mau kita kerjakan alangkah baiknya, kita tunda dulu dan langsung melaksanakan ibadah shalat. Karena tidak ada yang lebih penting perintah didalam dunia ini selain perintah Allah untuk melaksanakan ibadah kepada-Nya.
4. Kepada pemerintah mengatur dan jika bisa buat qanun khusus untuk warung kopi yang ada di Banda Aceh, mengingat kita di Aceh kental dengan syariat Islamnya. Bila perlu mengeluarkan sanksi bila tidak mematuhi peraturan, dimana setiap waktu shalat telah tiba alangkah baiknya, memberhentikan semua aktifitas kita, dan langsung mengerjakan perintah Allah SWT.
5. Selanjutnya terapkan setiap warung kopi wajib memiliki tempat ibadah, seperti ruangan ibadah, sehingga memudahkan masyarakat ataupun pengunjung setelah mendengar kumandang azan baik di mesjid atau pun televisi, bisa langsung melaksanakan shalat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: Kinca Cipta, 1996.
- Onong Uchana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : RT. Citra. Aditya Bakti, 2003.
- Ahmad Thib Raya dan Sitimusdah Mulia. *Menyelami Seluk-Beluk Ibadah dalam islam*. Jakarta : Kencana, 2003 •
- Sayuthi Ali, *Metode Penelitian Agama Pendekatan Teori dan Praktek* Jakarta PT Raja Rafindo Persada, 2002
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- Barda Nawawi Ariel, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Bagus Takwin, *Kesadaran Plural : Sebuah Sintesis Rasionalitas Dan Kehendak Bebas*, Yogyakarta: Jalasutra, 2005.
- K.H. Ali Yafie Dkk, *Pedoman & Tuntunan Shalat Lengkap*, Jakarta: Gema Insani, 2008
- JL. Gibson, JM. Inancevich, dan JH. Donelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002
- Aan Komariah dan Cepi Trianata, *Visionary Leader Menuju Sekolah Efektif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014
- John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, cetakan ke-1, Juli 2008
- Muhyidin, Asep dan Safei Agus Ahmad. *Metode Pengemhangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Anas, Ahmad, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Bumi Aksara, 1993.
- Darwanto Sastm Subroto, *Produksi acara Televisi University Press*, Yogyakarta : Duta Wacana 1994.
- Kahar Mansyur. *Salat Wajib* Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

- Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.
- Racmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Asep Saeful Muhtadi, *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Elvinaro dan Lukiati, *Komunikasi Massa Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatarna Media, 2007.
- Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Erlangga, 2003.
- Husaini Usman, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hal. 103
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosda Karya. 2010.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta Bumi Aksara, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta, 2009.
- A. Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan Di Aceh*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2009.
- Nurul Zuriah, *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.254/Un.08/FDK.I/PP.00.9/1/2020

23 Januari 2020

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada

Yth, 1. Warung Kopi "Doorsmeer Coffe" Peunyerat, Banda Aceh

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Mufti Tamren / 140401006**

Semester/Jurusan : XI / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat sekarang : Batoh

saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **"Efektifitas Tayangan Azan Pada Televisi Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Banda Aceh Mendirikan Shalat"**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam  
an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,

