

## **Strategi Komunikasi Dakwah Televisi Komunitas An-Nur Masjid Agung Palembang**

**Syahir Badruddin**

Email : syahir\_uin@radenfatah.ac.id

**Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang**

*Abstract: The researcher would like to know, first, how do the preach communication strategy applied in TV community Agung An-Nur Mosque in Palembang? Second, what are the preach programs in that TV? There some advantages from this research, first, theoretically, the result will add some more knowledge in preach and communication field. Second, practically, the result contributes positively for people in the field, personally or in group. The strategies are, conducting the strategies of An-Nur TV Palembang to have annually meeting discussing about funding, marketing target, and to do list. Another strategy is preparing some programs on air or off air. Additionally, some preach programs are Dakwah Akhbar, Uswatun Hasanah, Kekeran Ustadz, Keliling Masjid, Film Kartun Islami, Cawisan, Murotal al-Qur'an, Senandung Musik Islami.*

*Key words: strategy, communication, preach, television and Islam*

*Abstract: Penelitian ingin mengetahui, pertama, bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan TV komunitas Masjid Agung AN-Nur Palembang. Kedua, Apa saja program dakwah TV Komunitas Masjid Agung Palembang. Melalui penelitian ini akan diperoleh manfaat. Pertama, Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi. Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi positif bagi para penggiat dakwah, baik secara perorangan, kelompok, lembaga, organisasi, dan pemerintah dalam merumuskan strategi yang paling tepat untuk mengatasi problematika dakwah. Strategi yang sudah dijalankan, pertama, melakukan perumusan strategi TV An-Nur Palembang membuat rancangan rapat kerja satu tahun pada rapat umum yang membahas mengenai tata keuangan, target pemasaran, dan juga program kerja. Kedua, mempersiapkan dan melakukan suatu program baik itu secara on air dan off-air. Sedangkan, program-program dakwah yang terdapat di televisi komunitas MAP TV An-Nur Palembang, meliputi program Dakwah Akhbar, Uswatun Hasanah, Kekeran Ustadz, Keliling Masjid, Film Kartun Islami, Cawisan, Murotal al-Qur'an, Senandung Musik Islami.*

*Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Dakwah, Televisi, Islam.*

## A. Pendahuluan

Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. Televisi membujuk seseorang untuk mengonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana seseorang ingin menjalani hidup ini.<sup>1</sup>

Program televisi yang menarik dapat meningkatkan efektifitas terhadap pengaruh pikiran, perasaan, emosi, dan karakter seseorang.<sup>2</sup> Kehadiran televisi sesungguhnya memang mampu menayangkan tayangan-tayangan yang menarik, karena telah ditambah aksesoris-aksesoris, sehingga tanpa disadari masing-masing individu sangat mengagumi beberapa acara yang ditayangkan di televisi dan mampu mengubah sikap individu tersebut secara perlahan-lahan.<sup>3</sup> Selain itu, tayangan-tayangan televisi juga dapat menimbulkan dampak positif dan negatif.<sup>4</sup>

Daya tarik media televisi sedemikian besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia dibanding sebelum muncul televisi telah berubah secara total. Media televisi menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia. Tidak menonton televisi, sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam tempurung. Sebagai media hiburan, televisi senantiasa berlomba-lomba untuk menarik pemirsanya melalui tayangan-tayangan unggulan yang bersifat menghibur. Dengan demikian televisi akan berupaya untuk mengikat pemirsanya dengan tayangan televisinya kalau dilihat pada televisi-televisi swasta khususnya, dapat dikatakan tayangannya 80 % adalah hiburan yang mengadopsi dari luar atau produk import.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 1

<sup>2</sup>Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2010), h. 78.

<sup>3</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 63.

<sup>4</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 131.

<sup>5</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa sebuah Analisis Media dan Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 23.

Budaya menonton yang tinggi dapat meningkatkan ketergantungan terhadap televisi. Dengan demikian, televisi dapat menjadi sumber informasi dan alat media hiburan yang dominan pada masyarakat desa. Ketika interaksi dengan media meningkat, media tersebut akan menjadi sumber utama dalam pengembangan ritme individu dan seluruh masyarakat.<sup>6</sup>

Televisi merupakan media komunikasi dengan ciri-ciri sebagai berikut: *Pertama*, komunikasi berlangsung satu arah. *Kedua*, komunikatornya merupakan lembaga, yakni kelompok yang terorganisir, yang nampak dipembagian tugas dan pemberian wewenang. *Ketiga*, pesannya bersifat umum, artinya bukan rahasia (dapat diketahui umum). *Keempat*, penyebaran beritanya bersifat serempak. *Kelima*, komunikasinya bersifat heterogen.<sup>7</sup>

Televisi di Indonesia mulai menjelma sebagai industri, yang mempunyai beberapa karakteristik, antara lain. *Pertama*, memperlakukan tayangan sebagai komoditi. *Kedua*, mengandalkan iklan sebagai pemasukan dana terbesar. *Ketiga*, kompetisi sesama stasiun televisi untuk menyajikan yang terbaik bagi pemirsa dengan harapan meningkatnya volume penampilan iklan. *Keempat*, mendorong tumbuhnya aktivitas ekonomi dalam sektor lain, yang mendukung operasi kelima. *Kelima*, berkembangnya televisi sebagai stasiun distribusi informasi tanpa harus memperbaiki materi tayangannya. *Keenam*, mengorientasikan tayangan pada kepentingan dan minat masyarakat. *Ketujuh*, televisi berperan dominan sebagai lembaga komersil yang mendukung ide pokok kapitalisme, yakni produksi dan reproduksi. Hal ini nampak pada kecendrungan media televisi untuk menerima transaksi barang-barang yang sekaligus diiklankannya. *Kedelapan*, jaringan kerja televisi memiliki aset dan hubungan dengan penyebarluasan budaya massa.<sup>8</sup>

Tetapi sayangnya, kebanyakan lembaga penyiaran lebih berorientasi pada keuntungan bisnis dan belum mengarahkan perhatiannya pada dakwah. Kendati sudah terdapat beberapa acara yang bernuansa dakwah namun volumenya masih

---

<sup>6</sup>Stemar L Lubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication, Konteks-Konteks Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), h. 213.

<sup>7</sup>Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), h. 24.

<sup>8</sup>Arimi Hidayati, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 75-76.

sangat kecil bila dibandingkan dengan volume iklan, apabila bila kita bandingkan dengan total jam siaran.

Tentunya, untuk membangun sebuah media massa dakwah, harus dilakukan berdasarkan konsep yang berdasarkan fungsi-fungsi media massa yaitu: *Pertama*, fungsi informasi agama Islam, adalah usaha penyebaran aktifitas dunia Islam di tanah air dan manca negara. Untuk melaksanakan fungsi media massa Islam harus membangun kerjasama dengan seluruh organisasi Islam di dunia dan informasinya disampaikan melalui jaringan informasi internet.<sup>9</sup>

*Kedua*, fungsi pendidikan agama Islam adalah untuk menyebarkan dan menanamkan pendidikan Islam kepada komunitas Islam. *Ketiga*, fungsi sosial budaya Islam adalah upaya untuk menyebarkan nilai-nilai budaya Islam seperti tata cara berpakaian, kehidupan dalam rumah tangga, dan keluarga Islam. *Keempat*, fungsi hiburan agama Islam adalah usaha untuk menyebarkan kesenian Islam seperti drama dan sinetron Islam, dan hiburan musik Islam.<sup>10</sup>

Kemudian yang menarik untuk diteliti sebuah stasiun televisi dengan nama televisi AN-Nur Masjid Agung Palembang. Televisi AN-Nur Masjid Agung Palembang, akan menjadi masjid pertama di Indonesia yang memiliki televisi komunitas yang bisa ditonton masyarakat Palembang. Menurut Iwan Kusumajaya, televisi komunitas Masjid Agung Palembang ini, dapat menjadi salah satu alat untuk memberikan informasi positif seputar aktifitas dan kegiatan Masjid Agung.<sup>11</sup>

TV komunitas Masjid Agung AN-Nur Palembang, merupakan televisi komunitas, televisi analog dan berbeda dibandingkan dengan televisi-televisi komersil lain. Jangkauan kekuatan siar MAP TV adalah 5-20 km. Sedangkan, untuk format siaran, MAP TV menyajikan tayangan agama sebanyak 55 persen, kemudian program berita 10 persen penerangan dan informasi 10 persen, pendidikan, dan kebudayaan 20 persen serta hiburan dan musik 5 persen.

---

<sup>9</sup>Syahir, *Teknik Siaran Dakwah, Radio dan Televisi: Teori dan Praktek*, (Palembang: CV. Grafika Telindo, 2011), h. 52.

<sup>10</sup>*Ibid.*, h. 52.

<sup>11</sup>“Alhamdulillah, Masjid Agung Palembang Punya Stasiun Televisi” Artikel diakses pada 6 Mei 2016, dari <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/14/05/26/n66 sf8- alhamdulillah-masjid-agung-palembang-punya-stasiun-televisi>.

Menurut Nawawi Dencik dari Yayasan Masjid Agung Palembang, komposisi siaran MAP TV akan terdiri 90 persen acara lokal dan 10 persen acara nasional dan asing. Televisi Komunitas MAP TV ini sangat diharapkan mampu menunjang siaran agama, sebagai media berdakwah melalui televisi.<sup>12</sup> Imam Besar Masjid Agung Palembang KH Nawawi Dentjik Alhafiz, juga menjelaskan bahwa TV Komunitas Masjid Agung atau MAP-TV terinspirasi tayangan langsung (*live*) TV Komunitas di Masjid Nabawi dan Masjidil Haram, Arab Saudi yang menyiarkan kegiatan ibadah dan informasi haji kepada masyarakat dunia yang ada di dua kota itu.<sup>13</sup>

Sedangkan, siaran MAP TV sudah dapat diterima warga yang tempat tinggalnya berjarak dalam radius 10-15 Km dari Masjid Agung Palembang atau lebih kurang ditonton 250 rumah, sesuai dengan syarat keanggotaan TV Komunitas. Disinggung lama jam tayang, Sukemi menyebutkan hanya enam jam per harinya. Untuk untuk selama Ramadan, tayangan langsung meliputi kegiatan berbuka puasa, shalat Maghrib, Isyak, dan terawih di masjid Agung. Untuk kamera sendiri, yayasan dan pengelola MAP TV sudah memasang di berbagai sudut dalam masjid, dan di luar masjid.<sup>14</sup>

## B. Pengertian Strategi

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikan dengan taktik yang secara bahasa dapat diartikan sebagai, *concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*.<sup>15</sup> Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga dapat dipahami segala cara dan daya

---

<sup>12</sup>*Ibid.*

<sup>13</sup>“Gubernur Sumsel Resmikan TV Komunitas Masjid Agung.” Artike diakses pada 6 Mei 2016 dari [http://palembang.tribunnews.com/2013/07/26/gubernur-sumsel-resmikan-tv-kom\\_u\\_ni\\_tas-masjid-agung](http://palembang.tribunnews.com/2013/07/26/gubernur-sumsel-resmikan-tv-kom_u_ni_tas-masjid-agung)

<sup>14</sup>*Ibid.*

<sup>15</sup>Lewis Mulford Adams, ed, *Webster's World University Dictionary*, (Washington: Publisher, 1965), h. 1019.

untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.<sup>16</sup>

Bagi Hafied Cangara strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*), dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>18</sup>

Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi optimal. Dengan kata lain strategi komunikasi dakwah adalah siasat, taktik, atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Tentunya, strategi komunikasi dakwah melibatkan unsur-unsur komunikasi lainnya. Seperti komunikator, pesan, media, penerima, dan efek komunikasi. Tanpa adanya unsur-unsur tersebut strategi komunikasi dakwah tidak dapat berlangsung.

### C. Sejarah Lahirnya Televisi Komunitas MAP TV Al-Nur

Setiap orang berhak untuk berkumpul dan mengeluarkan pendapatnya, menjalin komunikasi sebagai sesuatu yang asasi serta hak untuk menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Sebagaimana, yang diamanatkan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28 F, sebagai bentuk apresiasi atas kebebasan untuk mendapatkan, menyampaikan informasi, dan menjalankan haknya, untuk berbicara dengan bertanggung jawab sebagai bagian

---

<sup>16</sup>Arifin, HM., *Ilmu Pendidikan Islam: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis Berdasarkan Pendekatan Interdisipliner*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 58.

<sup>17</sup>Hafied, Cangara. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 61.

<sup>18</sup>Onong, Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 32.

dari pengembangan diri antara manusia dan lingkungan sosialnya. Televisi komunitas adalah sarana untuk tercapainya tujuan tersebut sebagaimana televisi Masjid Agung, dalam melaksanakan siaran-siaran dan membuat program yang memiliki arah dan kaitannya, dengan pengembangan wawasan keislaman dan pengenalan nilai-nilai Islam dalam masyarakat yang dilandasi semangat siar Islam kesukarelawanan dan independen.

Televisi Komunitas MAP TV Al-Nur dalam melaksanakan siaran dan membuat program yang memiliki arah dan kaitannya dengan pengembangan wawasan keislaman dan pengenalan nilai-nilai dalam masyarakat yang dilandasi semangat siar Islam secara sukarela dan independen. Televisi Komunitas MAP TV Al-Nur beralamat di Sekretariat MAP-TV, Masjid Agung Palembang, Jalan Jendral Sudirman Nomor. 1 Palembang. Televisi komunitas ini berdiri untuk jangka waktu yang tidak ditentukan waktunya. Sedangkan bentuk asas dan sifat Televisi Komunitas MAP TV Al-Nur adalah televisi komunitas MAP TV ini berbentuk perkumpulan. Kemudian, televisi komunitas MAP TV bersifat independen dan kekeluargaan. Berasaskan pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dan Anggaran Rumah Tangga sebagai Acuan Operasional.

Sedangkan Maksud dan tujuan didirikan televisi komunitas MAP TV. Pertama, siaran televisi terbatas yang memajukan kehidupan komunitas dan warga sekitarnya dengan menyampaikan informasi dan edukasi mengenai wawasan keislaman dan sosial kemasyarakatan. Sarana dan media penyiaran bagi anggotanya.

Kegiatan yang berlangsung di Televisi Komunitas MAP TV Al-Nur. *Pertama*, melakukan penyiaran gelombang televisi. *Dua*, melakukan aktivitas dakwah, pemberdayaan sosial demi peningkatan kesejahteraan masyarakat umum maupun anggota komunitas. *Tiga*, sarana presentasi dan rekonstruksi sosial.

Keanggotaan televisi komunitas bersifat umum dan terbuka. Keanggotaan terdiri dari anggota aktif, anggota aktif adalah mereka yang tercatat sebagai anggota yang berpartisipasi aktif dan yang memiliki tugas dan fungsi sebagaimana yang diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan terikat atau

mengikatkan diri. Anggota pasif, simpatisan atau setiap pihak yang memberikan dukungan nyata atas perkembangan televisi.

Keuangan Televisi Komunitas MAP TV diperoleh dari sumbangan-sumbangan yang tidak mengikat dan pendapatan sah. Pengurus memberikan laporan dan pertanggung jawaban keuangan dan perbendaharaan kepada musyawarah anggota dan diwajibkan melakukan pencatatan dan pengurusan atas seluruh kekayaan dan penggunaan keuangan televisi komunitas MAP TV untuk masa baktinya dan untuk pertanggung jawaban keuangan tahun pertama akan diumumkan kepada anggota setelah diaudit. Tahun buku bagi pencatatan keuangan televisi komunitas MAP TV menggunakan tahun takwin, pengurus hanya bertanggung jawab terhadap keuangan dan kekayaan televisi komunitas MAP-TV untuk masa jabatan pengurus dalam hal masa baktinya berakhir tidak pada tahun takwin.

#### D. Program Dakwah Akhbar Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Sejak tahun 2013, Masjid Agung Palembang TV AN-NUR berusaha untuk menyajikan tayangan-tayangan yang bernuansa Islam. Hal ini dikarenakan tujuan didirikannya, Masjid Agung Palembang TV AN-NUR sebagai media dakwah. Sebagaimana, yang diungkapkan Ust. Nawawi Dencik, sebagai perintis berdirinya TV AN-NUR, bahwa tujuan didirikan MAP TV AN-NUR untuk silaturahmi antar warga dan juga sebagai salah satu stasiun untuk dakwah di komunitas, dengan menayangkan salah satu untuk dakwah di komunitas dengan menayangkan pengajian dan program dakwah bernuansa Islam, dan juga untuk membuka wadah bagi pemuda-pemudi Palembang untuk beraktivitas.<sup>19</sup>

#### E. Program Uswatun Hasanah Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

---

<sup>19</sup>Wawancara Pribadi dengan Ust. Nawawi Dencik, *Ketua Masjid Agung Palembang*, tanggal 25 Oktober 2017

Program uswatun hasanah adalah feature biografi para ulama Palembang Darussalam. Salah satu ulama Palembang yang diangkat dalam program ini adalah Muhammad Azhari bin Abdullah Al-Palembani. Kemas Muhammad Azhari yang dilahirkan di Palembang, semasa kecilnya, telah mengalami berlakunya sistem kekerabatan Palembang, yang apabila menyapa anak seorang ulama', pemuka masyarakat, atau keturunan bangsawan, maka dijuluki dengan menambah sapaan "Ce" di depan nama sehari-harinya. Jika nama sehari-harinya disapa oleh kakak atau ayuk-nya sebagai "Mamat", maka teman sebayanya, atau kerabat dekat lainnya akan menyapanya sebagai "Ce" Mamat. Sedangkan adiknya (misan/mindo/mentelu) akan menyapanya sebagai Ka' Ca'/Ka' Ce'/Ka' Nga/Ka' Ning/Ka' Ci'/ atau Ka' Mamat. Ada juga yang menggunakan sapaan "mang" untuk ini. Sehingga berlaku pula sapaan "Mang Mamat."

#### F. Program Kekeran Ustadz Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Program ini berisi talkshow bersama para Ustadz dan Ustadza di Palembang. Istilah ustadz ustadzah untuk menunjuk kepada arti guru yang khusus mengajar bidang pengetahuan agama Islam. Istilah ini banyak digunakan oleh masyarakat Islam Indonesia dan di Malaysia. Sedangkan kata-kata ustadz dalam buku-buku pendidikan Islam yang ditulis para ahli pendidikan jarang digunakan. Istilah tersebut di Mesir digunakan untuk menunjuk kepada pengertian dokter. Selain itu, terdapat pula istilah *syaiikh* yang digunakan untuk merujuk kepada guru dalam bidang tasawuf. Dan ada pula sebutan Kyiai, Ajengan, dan Buya. Dan ada pula istilah tuanku yang menunjukkan pada guru atau ahli agama untuk masyarakat Minangkabau Sumatera Barat, seperti Tuanku Imam Bonjol, Tuanku Cikditiro, dan lain sebagainya.<sup>20</sup>

#### G. Program Cawisan Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

---

<sup>20</sup>Abuddin Nata, *Perspektif Islam Tentang Pola Hubungan Guru dan Murid: Studi Pemikiran Tasawuf al-Ghazali* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Cet. 1, 2001), h. 42.

Secara konseptual, cawisan dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk melaksanakan kegiatan ceramah umum, pengajian, dan dzikir bersama. Kegiatan ini banyak dilakukan di Masjid, Musholla, di kantor-kantor- baik kantor pemerintah maupun swasta, dan di tempat lain yang dikhususkan untuk pembelajaran agama.

Oleh karenanya, kegiatan cawisan harus dikelola dengan baik dan profesional, sementara yang terjadi di masyarakat pada umumnya adalah berjalan apa adanya, belum dibuat kurikulum dan sarana pendukung lainnya. Dengan pengelolaan yang jelas dan terprogram, diharapkan dapat memberikan nuansa keagamaan yang diminati oleh masyarakat sekitar maupun lainnya. Begitu pula berhubungan dengan metode penyampaian materi harus konvergen, sehingga materi yang disampaikan menarik dan tidak menjenuhkan. Sedangkan, *live event* pengajian yang dilangsungkan setiap ba'da shalat lima waktu di masjid agung Palembang.

#### H. Program Murotal al-Qur'an Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Murottal mempunyai beberapa manfaat antara lain: pertama, mendengarkan bacaan ayat-ayat al-Qur'an dengan tartil akan mendapatkan ketenangan jiwa. *Kedua*, lantunan al-Qur'an secara fisik mengandung unsur suara manusia, sedangkan suara manusia merupakan instrumen penyembuhan yang menakjubkan dan alat yang paling mudah dijangkau. Suara dapat menurunkan hormon-hormon stress, mengaktifkan hormon endorphin alami, meningkatkan perasaan rileks, dan mengalihkan perhatian dari rasa takut, cemas dan tegang, memperbaiki system kimia tubuh sehingga menurunkan tekanan darah serta memperlambat pernafasan, detak jantung, denyut nadi, dan aktifitas gelombang otak. Laju pernafasan yang lebih dalam atau lebih lambat tersebut sangat baik menimbulkan ketenangan, kendali emosi, pemikiran yang lebih dalam dan metabolisme yang lebih baik.

*Ketiga*, dengan terapi murottal maka kualitas kesadaran seseorang terhadap Tuhan akan meningkat, baik orang tersebut tahu arti al-Qur'an atau

tidak. Kesadaran ini akan menyebabkan totalitas kepasrahan kepada Allah SWT, dalam keadaan ini otak pada gelombang alpha, merupakan gelombang otak pada frekuensi 7-14 Hz . ini merupakan keadaan energi otak yang optimal dan dapat menyingkirkan stress dan menurunkan kecemasan. Sedangkan, program acara murotal di MAP An-Nur Palembang, merupakan program pemutaran video murotal imam besar masjid agung Palembang. Program acara murotal ditayangkan sebelum maghrib.

#### I. Program Senandung Musik Islami Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Dakwah melalui seni musik atau suara bukanlah hal yang baru dalam dunia Islam, seorang sufi besar dari Persia, Maulana Jalaluddin Rumi, beliau sering melantunkan syair-syair pujian kepada Allah SWT, seperti halnya sebagian Wali Songo yang menyebarkan agama Islam di Indonesia dengan menggunakan alat musik gamelan yang dipandang sama pentingnya dengan dakwah itu sendiri. Dakwah melalui seni musik memang sangat banyak dilakukan oleh Islam Indonesia, dengan mengusung lirik-lirik keislaman dari berbagai jenis aliran musik, yaitu Nasyid, Kasidah, Marawis, Dangdut, Pop, bahkan musik beraliran keras sekalipun seperti rock juga dapat dijadikan media dakwah.<sup>21</sup>

#### G. Strategi Komunikasi MAP TV An-Nur Palembang dalam Meningkatkan Eksistensinya sebagai Televisi Komunitas dan penyiaran yang Berbasis Keislaman.

Menurut Onong Uchjana Effendy yaitu strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu

---

<sup>21</sup>Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 138.

menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luwes, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh.<sup>22</sup>

Jadi, strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran dengan memperhatikan keunggulan kompetitif dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu dan organisasi.<sup>23</sup>

Strategi dalam segala hal dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi. Strategi *marketing communication* yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien.<sup>24</sup> Strategi itu, adalah sebuah gagasan, rencana, dan ide yang harus dijalankan untuk memenuhi target kemenangan dan strategi itu juga sebagai penentuan untuk mencapai suatu tujuan. Bagaimana TV An-Nur Masjid Agung memiliki kebijakan bagi setiap penanggungjawab divisi lainnya.

#### H. Implementasi Strategi Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Efek terpenting dari penguatan fungsi televisi komunitas adalah acara-acara yang disuguhkan hal ini bagian untuk mengembangkan potensi media televisi komunitas terhadap masyarakat setempat. Sebagaimana visi dan misi TV An-Nur Masjid Agung Palembang yaitu memberikan cahaya keislaman bagi keluarga dan juga misinya menjadi sahabat bagi keluarga yang menyajikan tayangan bermutu dan mengandung nilai-nilai positif serta menambah wawasan

---

<sup>22</sup>Onong Ucjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 28.

<sup>23</sup>Triton PB, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2007), h. 17.

<sup>24</sup>John E. Kennedy dan R. Demawan Soemanagara, *Marketing Communication*, (Jakarta: PT Buana Ilmu Populer, 2009), h. 1

dan menayangkan program-program siaran sebagai barometer tercepat dan terakurat melalui program-program keagamaan.

#### I. Kompetensi Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR dalam Produksi Program-Program Acara.

Program merupakan sesuatu yang riil yang dapat dilihat langsung dengan pemirsa, sehingga program menjadi jembatan nyata antara stasiun televisi dengan khalayak pemirsanya. Para praktisi penyiaran televisi berlomba menayangkan program menarik. Demikian pula TV An-Nur Palembang yang merupakan televisi komunitas Islam pertama yang hadir di daerah Palembang. Jangkauan siarannya sampai saat ini sudah menjangkau meliputi Palembang dan sekitarnya. Sedangkan, luas jangkauannya kurang lebih 10-15 KM dari pemancar.

TV An-Nur Masjid Agung Palembang sejak awal berdirinya sudah menetapkan segmentasi penonton, yaitu masyarakat Palembang sekitarnya dengan ciri khasnya. Segmentasi tersebut tentunya mempunyai prospek pertumbuhan untuk 10 tahun mendatang dari sisi program-programnya. Hal ini menjadi acuan bagi TV An-Nur Masjid Agung Palembang dapat mempertahankan penetrasi penonton sesuai dengan segment masyarakat dan budaya Palembang. Oleh karenanya, format siaran TV Masjid Agung Palembang yang khas dan sarat dengan program keislaman. Hampir seluruh wilayah kota Palembang dapat dijangkau oleh MAP TV dan wilayah Sumatera Selatan. MAP TV dapat dinikmati melalui saluran TV Kabel Sriwijaya Vision, dan yang menonton MAP TV tidak kurang dari 5000 orang. Map TV juga dilengkapi dengan aplikasi android sehingga dapat dinikmati di seluruh dunia.

Unsur yang dikandung dalam komposisi siaran yang dikemas TV An-Nur Palembang mempunyai unsur hiburan, informasi, pendidikan, iklan dan layanan masyarakat yang jelas terlihat dari deskripsi program setiap mata acara dalam jadwal yang juga telah dibuat oleh TV An-Nur Masjid Agung Palembang setiap bulannya. Materi pada jadwal siaran itu sendiri sudah disesuaikan dengan waktu yang tepat sesuai dengan Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dikeluarkan Komisi Penyiaran Indonesia.

#### J. Evaluasi Strategi Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR

Tahap terakhir dari strategi adalah evaluasi dari pelaksanaan strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi untuk tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang telah dinyatakan telah tercapai. Pengevaluasian yang dilakukan TV An-Nur Masjid Agung Palembang adalah untuk memecahkan masalah, mencari letak kekurangan dan mencoba cari jalan keluar dengan cara berdiskusi dengan masing-masing divisi.

Pimpinan MAP TV AN-NUR Palembang melakukan peninjauan kembali tugas apa saja yang menjadi kendala dari setiap para crew atau setiap masing-masing bagian yang sudah menjadi tanggungjawab. Misalnya bagian News-nya apakah sudah memberikan tayangan informasi yang baik yaitu tidak menampilkan sebuah kekerasan, isu sara, yang berdarah-darah, dan lain-lain.

#### Simpulan

Pada setiap organisasi dan perusahaan sangat penting melakukan sebuah perencanaan jangka panjang untuk meningkatkan kualitas organisasi ataupun perusahaan. Oleh karena itu, strategi yang hendak dijalankan sangat mempengaruhi kemampuan dari kinerja crew maupun penanggung jawab divisi lainnya, di Televisi Komunitas Masjid Agung Palembang TV AN-NUR untuk meningkatkan eksistensinya di daerah Palembang. Strategi yang sudah dijalankan, *pertama*, melakukan perumusan strategi TV An-Nur Palembang membuat rancangan rapat kerja satu tahun pada rapat umum yang membahas mengenai tata keuangan, target pemasaran, dan juga program kerja. *Kedua*, mempersiapkan dan melakukan suatu program baik itu secara *on air* dan *off-air*. Sedangkan, program-program dakwah yang terdapat di televisi komunitas MAP TV An-Nur Palembang, meliputi program Dakwah Akhbar, Uswatun Hasanah, Kekeeran Ustadz, Keliling Masjid, Film Kartun Islami, Cawisan, Murotal al-Qur'an, Senandung Musik Islami.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

Adams, Lewis Mulford ed, *Webster's World University Dictionary*, Washington: Publisher, 1965.

Alawiyah, Tutty "*Paradigma Baru Dakwah Islam: Pemberdayaan Sosio-Kultural Mad'u*", Dakwah; Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, Vol. III, No. 2, Jakarta: Fakultas Dakwah IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2001.

*JKPI: Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan*, Vol. 1, No 2, 2017

- Ardianto, Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung: Amrico, 1984.
- Aripudin, Acep, *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Arni, Muhammad, *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Bakti, Andi Faisal Bakti, *Communication dan Family Planning in Islam in Indonesia: South Sulawesi Muslims Perceptions of a Global Development Program*, Jakarta: INIS, 2004.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- David, Fred R. *Manajemen Strategi dan Konsep*, Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Effendi, Onong Uchjana, *Televisi Siaran dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984.
- Ghallusy, Ahmad *al-Dakwah al-Islâmiyah: Ushûluhâ wa Wasâiluhâ*, Kairo: Dar al-Kitab al-Mashry, Cet. 2, 1407 H/1987 M.
- HM., Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis Berdasarkan Pendekatan Interdisipliner*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Hidayati, Arimi, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa sebuah Analisis Media dan Televisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Lincoln, Guba, Egon G. Dan Yvonna S. *Effective Evaluation*, San Fransisco: Jossey-Bass Publisher, 1995.

- Lubbs, Stemar L dan Sylvia Moss, *Human Communication, Konteks-Konteks Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996.
- Maarif, Bambang S. *Komunikasi Dakwah, Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Prenada Media Group, 2008
- Mubarok, Achmad, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus, Cet. II, 2001.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Munawwir, Ahmad Warsono, *al-Munawwir: Kamus Arab Indonesia*, Yogyakarta: Pondok Pesantren al-Munawwir, 1984.
- Murtopo, Ali, *Strategi Kebudayaan*, Jakarta: Center for Strategic and Internasional Studies-CSIS, 1978.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Pimay, Awaluddin, *Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2005.
- Quthub, Sayyid, *Tafsîr fî Zhilâl al-Qur'ân* (Kairo: Dâr al-Syurûq, Cet. XIV, 1408 H/1987 M), Jilid IV, Juz XIII, h. 206.
- Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2010.
- Sukayat, Tata, *Internalisasi Nilai Agama Melalui Kebijakan Publik: Dakwah Struktural Bandung Agamis*, Bandung: CV. Rieksa Utama Jaya, Cet. 1, 2011.
- Supratikno, Hendrawan, *Advanced Strategic Management, Back to Basic Approach*, Jakarta: PT. Grafindo Utama, 2003.
- Syahir, *Teknik Siaran Dakwah, Radio dan Televisi: Teori dan Praktek*, Palembang: CV. Grafika Telindo, 2011.

Syalaby, Ra'uf, *al-Dakwah al-Islâmiyah fî 'Adihâ al-Makky: Manâhijuhâ wa Ghayatuhâ* Kairo: al-Fajr al-Jadîd, 1985.

Syamsudin, Din, *Etika Agama dalam Membangun Masyarakat Madani*, Jakarta: Logos, 2000.

Umar, Husein Umar, *Srategi Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Vivian, John, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

Zulkiflimansyah, dan Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, 1998.

#### B. INTERNET

“Alhamdulillah, Masjid Agung Palembang Punya Stasiun Televisi” Artikel diakses pada 6 Mei 2016, dari <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/14/05/26/n66-sf8-alhamdulillah-masjid-agung-palembang-punya-stasiun-televisi>.

“Gubernur Sumsel Resmikan TV Komunitas Masjid Agung.” Artike diakses pada 6 Mei 2016 dari <http://palembang.tribunnews.com/2013/07/26/gubernur-sumsel-resmikan-tv-komunitas-masjid-agung>

Irta, Sulatri. *Komunikasi Dakwah di Kota Padang: Kajian Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Da'i dalam Berdakwah di Kota Padang*, (Bandung: Universitas Padjajaran, 2015). Lihat juga, “Dengan Disertasi “Komunikasi Dakwah”, Irtasulatri Raih Gelar Doktor Komunikasi.” Artikel diakses pada 12 Februari 2017 dari <http://fikom.unpad.ac.id/dengan-disertasi-komunikasi-dakwah-irtasulatri-raih-gelar-doktor-komunikasi/>