

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi saat ini berkembang dengan pesat, sehingga informasi begitu mudah didapatkan melalui berbagai macam teknologi seperti radio, komputer, handphone, dan televisi. Teknologi dapat dijadikan sebagai sarana informasi, khususnya sebagai sarana dakwah islam, dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, dakwah kini tidak hanya dilakukan di berbagai lembaga, tetapi dakwah dapat dilakukan melalui media teknologi.

MNC Channels merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Media Nusantara Citra Tbk pada unit MNC Media, MNC Channels bergerak menyediakan konten saluran dalam industri televisi berbayar di Indonesia yang dapat disaksikan melalui platform MNC Vision, MNC Play, dan K-Vision. Di MNC Channels terdapat berbagai macam Channels yang menyediakan berbagai program menarik, salah satunya Muslim TV yang menyediakan program-program religi.¹

Mengutip dari hasil tracking dan rank MNC Channels terdapat kenaikan penggunaan MNC Channels sebagai Tv berbayar, peningkatan tersebut mulai dari tahun 2018 sampai tahun 2023. Dan Muslim Tv menjadi salah satu Channels yang mendorong kenaikan penggunaan MNC Channels. Dalam hal ini, tentunya pengemasan yang dilakukan dalam sebuah program sangat berpengaruh terhadap tingkat kenaikan program.

Melihat sedikitnya program dakwah yang ditampilkan di Televisi, dikarenakan kurangnya ketertarikan masyarakat terhadap program

¹ Dokumen Arsip, *MNC Channels*, 8 Mei 2023

dakwah, karena dinilai monoton dan terkesan menggurui dalam pengemasannya. Sehingga Muslim Tv berinovasi dalam sebuah pengemasan dakwah yang ditampilkan. Sebab dakwah dengan cara konvensional (ceramah) saja akan sulit mendapat tempat di hati masyarakat.²

Melihat adanya fenomena dakwah dalam pengemasan untuk penyampaian dakwah menjadikan sebuah dorongan terhadap Muslim Tv untuk menarik penonton, karena dakwah harus bersifat dinamis, progresif, dan inovasi. Sebab pemanfaatan teknologi untuk pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat masa kini dalam mengalami perkembangan dan eksistensinya menjadi salah satu konsekuensi modernisasi. Fenomena dakwah melalui media bukanlah hal asing bagi dunia dakwah islam, kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan aspek penguat spiritual telah mendorong berbagai penemuan kreatif terkait metode dakwah yang efektif dan mampu menjawab kebutuhan masyarakat.

Muslim Tv termotivasi dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan yang sangat pesat. Sebab televisi dengan kelebihanannya sebagai audio visual sangatlah efektif menjadi media dakwah, hingga dapat dilakukan dengan membuat program-program tayangan berisikan pesan dakwah dalam berbagai bentuk apapun.³ Hal ini ditunjukkan dengan adanya berbagai program religi untuk menyebarkan isu-isu keagamaan di berbagai stasiun televisi dengan format yang berbeda dalam bentuk edutainment, talkshow dan ceramah monolog.

² Deasy E Wattimena, "Tuntunan dan Tontonan: Analisis Fenomena Dakwah dalam Tantangan Komodifikasi Agama", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, Vol 7, No. 2, (Desember, 2020), h. 230.

³ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Sleman: Deepublish, 2018), h. 104

Salahnya satunya Share It sebagai program dakwah di Muslim TV, Pemakai konsep talkshow sebagai dakwah menjadi sebuah kreatifitas dalam menyampaikan pesan dakwah. Share It merupakan program dakwah yang dikemas secara ringan menggunakan konsep talkshow, dengan berbagai tema menarik yang memberikan sebuah inspirasi kepada para penonton dengan mengundang tokoh-tokoh inspiratif.

Mengutip dari data ratingan Muslim Tv, Share It merupakan sebuah program unggulan dari program Muslim TV lainnya, fakta ini menunjukkan bahwa penonton Share It lebih banyak dari program lainnya di Muslim TV, untuk menarik penonton harus memiliki daya tarik dalam pengemasan konten dakwah, terlebih lagi dengan adanya masyarakat yang memang terikat pada media sosial. Dibutuhkan sebuah strategi yang baik agar konten yang dibuat dapat menarik perhatian penonton, hal ini terbukti karena masyarakat tertarik dengan pengemasan konten di media sosial yang mudah dimengerti dan tidak monoton dalam pengemasannya.

Hal tersebut yang menjadi acuan dalam mengelolah program Share It di Muslim Tv, dibutuhkan kreatifitas dan strategi yang tepat untuk mengemas pesan dakwah dalam bentuk talkshow pada konten dakwah. Inilah mengapa perlu adanya penggunaan strategi kreatif yang tepat untuk mengemas sebuah konten dakwah. Dengan bantuan strategi kreatif, talkshow menarik perhatian public sehingga tujuan dakwah dapat tercapai. Berbicara mengenai strategi kreatif, menjadi salah satu upayah dalam menyampaikan pesan secara kreatif sedemikian rupa, agar target audience menerima pesan dengan baik.

Oleh karna itu, dengan pemaparan di atas dan permasalahan yang ada, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “*Strategi Kreatif Muslim Tv dalam Mengemas Konten Dakwah melalui Talkshow Share It*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti memiliki rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi kreatif Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah melalui talkshow Share It?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah melalui talkshow Share It?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat memiliki sebuah tujuan yang dicapai oleh peneliti yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana startegi kreatif Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah memalui talkshow Share It
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah melalui talkshow Share It

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan memenuhi beberapa hal, yakni :

1. Manfaat Akademis
 - a. Diharapkan penelitian ini akan memperluas pengetahuan dan informasi dalam ilmu dakwah dan komunikasi, khususnya terkait dengan strategi kreatif dalam mengemas konten dakwah melalui televisi
 - b. Diharapkan penelitian menjadi sumber dan acuan untuk penelitian berikutnya

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan evaluasi bagi Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah khususnya talkshow Share It seiring perkembangan zaman
- b. Bagi kalangan umum, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi seputar keislaman dan meningkatkan religiusitas masyarakat

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagai acuan dalam yang akan dilaksanakan, penulis menggunakan beberapa kajian pustaka sebagai referensi untuk penelitian ini. Beberapa kajian pustaka tersebut diantaranya:

Penelitian terdahulu yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh Muamaroh mahasiswi fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN (Universitas Islam Negeri) Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul **“Strategi Kreatif Muslimahdaily.com dalam mengemas konten dakwah melalui Film Islami Embun Hijrah”** focus penelitian ini adalah sebuah strategi kreatif yang dilakukan dalam mengemas konten dakwah melalui sebuah film Islami Embun Hijrah menggunakan platform youtube, dengan metode pendekatan kualitatif. Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang diatas adalah menggunakan metode kualitatif dan fokus yang sama yaitu strategi kreatif dalam mengemas konten dakwah, hanya saja objek nya yang berbeda. Jika penulis menggunakan Muslim Tv, sedangkan Muamaroh menggunakan Muslimahdaily.com.⁴

⁴ Muamaroh, *Strategi Kreatif Muslimahdaily.com dalam mengemas konten dakwah melalui Film Islami Embun Hijrah*, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2021.

Penelitian yang terdahulu kedua, penelitian yang dilakukan oleh Naili Amalia Mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi UIN (Universitas Islam Negeri) Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul **“Strategi Kreatif Kreator Konten dalam memproduksi video dakwah di akun Instagram @Bagussuhar”** Fokus penelitian ini ialah sebuah strategi kreatif Kreator dalam sebuah konten dakwah melalui media sosial, dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun persamaan peneliti penulis dengan peneliti yang diatas adalah meneliti sebuah strategi kreatif dalam sebuah konten dakwah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan perbedan penelitian penulis dengan Naili Amalia yaitu objek penelitiannya, peneliti menggunakan Televisi dengan meneliti Muslim Tv dan Naili Amalia menggunakan media sosial dengan meneliti akun Instagram @Bagussuhar.⁵

Penelitian yang terdahulu ketiga, penelitian Sawsan Ghalib Karim Bawahab Mahasiswa fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UIN (Universitas Islam Negeri) Syarif Hidayatullah Jakarta dengan menggunakan judul **“Strategi Kreatif Tim Produksi Program Religi Inside di JAK TV”**, penelitian tersebut berfokus pada strategi kreatif tim produksi dalam sebuah program acara religi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, persamaan dalam penelitian diatas dengan peneliti yaitu meneliti strategi kreatif sebuah televisi dalam program religi dan menggunakan kualitatif sebagai metode, hanya saja objeknya yang berbeda, peneliti menggunakan Muslim Tv untuk diteliti, sedangkan Sawsan menggunakan JAK Tv untuk diteliti.⁶

⁵ Naili Amalia, *Strategi Kreatif Kreator Konten dalam memproduksi video dakwah di akun Instagram @Bagussuhar*, program studi Ilmu Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Tahun 2021.

⁶ Sawsan Ghalib Karim Bawahab, *Strategi Kreatif Tim Produksi Program Religi Inside di JAK TV*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2021

yang terdahulu keempat, Peneliti Diah Fitri Pratiwi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan menggunakan judul “**Strategi Kreatif Web Series Jalan – Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia**”, penelitian ini berfokus pada strategi kreatif dalam sebuah program acara budaya Indonesia dan menggunakan metode penelitian kualitatif, persamaan dalam penelitian diatas dengan peneliti ialah meneliti sebuah strategi kreatif dalam mengemas konten, namun perbedaan dari peneliti yaitu terdapat pada fokus konten yang dibuat, penelitian di atas memakai fokus konten budaya sedangkan peneliti memakai fokus konten dakwah.⁷

Penelitian yang terdahulu kelima, peneliti Siti Sinta Fauziah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN (Universitas Islam Negeri) Bandung, dengan menggunakan judul “**Strategi Kreatif Film Maker Muslim Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Film Islami Cerita Hijrahku**”, dalam penelitian Diah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fokus penelitian pada strategi kreatif dalam memproduksi sebuah film religi, dan persamaan dari penelitian diatas dengan peneliniti yaitu sama-sama meneliti strategi kreatif dalam mengemas konten dakwah, namun hanya saja perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya, peneliti diatas memakai sebuah film sebagai objeknya sedangkan peneliti memakai program acara sebagai objek penelitian.⁸

⁷ Diah Fitri Pratiwi, *Strategi Kreatif Web Series Jalan – Jalan Men Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Tahun 2016.

⁸ Siti Sinta Fauzia, *Strategi Kreatif Film Maker Muslim Dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Film Islami Cerita Hijrahku*, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung, Tahun 2022.

F. Sistematis Penulisan

Dalam mempermudah pembahasan penulis skripsi yang berjudul Strategi Kreatif Muslim Tv dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Talkshow membaginya menjadi lima Bab yaitu:

Bab I Pendahuluan, peneliti menguraikan penjelasan latar belakang mengenai fenomena yang terjadi sesuai dengan judul penelitian, peneliti juga membuat rumusan masalah sesuai dengan permasalahan yang dijelaskan dalam latar belakang masalah, peneliti menjabarkan terkait tujuan penelitian, kemudian peneliti memberikan manfaat penelitian ini dibuat, dan yang terakhir peneliti menuliskan sistematika pembahasan sesuai dengan sistematis penulisan.

Bab II Membahas landasan teori, peneliti akan menjabarkan teori-teori yang berhubungan dengan tema pembahasan yang akan diteliti yaitu mengenai strategi kreatif MNC Muslim Tv dalam mengemas konten dakwah.

Bab III Metodologi penelitian, peneliti menguraikan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, instrument penelitian, dan teknik pengumpulan data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, didalamnya terdapat penjabaran tentang objek penelitian, penyajian data penelitian, pengolahan terhadap data yang terkumpul dan pembahasan hasil penelitian berdasarkan analisis dan korelasinya dengan teori yang digunakan.

Bab V Penutup, didalamnya berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan dan yang menjadi penutup dari pembahasan.