

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern ini, bukan alasan untuk tidak berbagi ilmu kepada sesama muslim, mengingatkan, mengajak serta bersama-sama berjalan pada jalan yang benar. Di Indonesia dakwah sudah sangat berkembang, baik itu melalui mimbar, lembar ataupun layar bahkan media sosial pun bisa dijadikan alat untuk kita sebagai salah satu alat berdakwah. Karena hakikatnya dakwah merupakan sebuah ajakan yang tidak hanya mimbar saja, namun bisa dilakukan dimana pun dan kapan pun, selama itu masih berada di jalan yang benar dan mengajak pada hal-hal yang positif, ajakan kepada manusia untuk tetap berada di jalan Allah SWT, ajakan untuk meninggalkan larangannya dan mendekatkan perintahnya.

Kata dakwah menurut bahasa (*etimologi*) berasal dari bahasa arab yaitu *Da'a, Yad'uw, Da'watan* kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani.¹ Kata *Da'a* adalah *Fiil madhi*, yang artinya kata kerja di masa lalu. kata *Da'a* juga memiliki banyak makna seperti memohon, meminta, berdoa dan memanggil. Sementara dalam tafsir Al-Misbah kata *Da'a* diartikan dengan empat makna yaitu memohon, berdoa, menyeru dan

¹ Mahmud Yunus, *Pedoman Dakwah Islamiyah* (Jakarta: Hidakarya Agung, 1965),h.127.

panggilan. Sedangkan kata *Yad'uw* merupakan Fiil Muzhari' yaitu perbuatan yang akan kita laksanakan dan kata Da'wah merupakan *Fiil masdar* yang berarti panggilan.² Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah sebuah ajakan dan seruan untuk bersama-sama meninggalkan larangannya dan bersama-sama mengajak pada jalan Allah SWT atau biasa disebut Amal ma'ruf nahi munkar. Allah SWT berfirman dalam QS. Ali-Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar; mereka adalah orang-orang yang beruntung.”
[Ali Imran/3: 104]

Setiap kegiatan membutuhkan proses untuk menggerakkan muslim agar bergerak dan berusaha agar proses dakwah yang kita harapkan dapat sesuai yang diharapkan serta dapat berjalan dengan baik. Dalam aktifitas dakwah tentu perlu adanya sebuah strategi dakwah, dengan harapan agar dakwah yang kita lakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan yang kita inginkan.

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk

² Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 4-7.

mencapai tujuan yang telah ditentukan, strategi terdapat beberapa hal berikut³ :

1. Suatu rencana tindakan yang di rancang untuk mencapai tujuan, baik itu rencana yang menggunakan jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.
2. Analisis terhadap lingkungan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, dengan tujuan untuk mengetahui adanya kekuatan dan kelemahan dalam hal pencapaian tujuannya.
3. Keputusan pilihan, dalam sebuah pilihan perlu adanya keputusan guna pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan.
4. Rancangan guna menjamin ketetapan tercapainya tujuan dan sasaran.

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah cara untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan dapat berjalan dengan lancar. Strategi dakwah adalah suatu cara atau teknik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu⁴:

- 1) Memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal
- 2) Merumuskan masalah pokok umat Islam
- 3) Merumuskan isi dakwah

³ Kustandi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), h. 101-102

⁴ Miss Fatimoh Yeemayor “Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda di Majelis Agama Islam Pattani Thailand” (Semarang: UIN Walisongo, 2015)

- 4) Menyusun paket-paket dakwah
- 5) Evaluasi kegiatan dakwah, karena itu strategi dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (*mad'u*) dalam konteks sosio kultural tertentu

Dalam melaksanakan sebuah strategi dakwah kita juga harus mengetahui seperti apa kondisi sosial, bahasa sehari-hari, serta kebiasaan-kebiasaan lainnya agar nantinya dapat mempermudah kita untuk tetap berkomunikasi dengan *mad'u* yang akan kita dakwahi. Strategi dakwah juga bisa digunakan dimana saja, termasuk di dalam sebuah program televisi.

Televisi merupakan media massa yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena dengan adanya televisi kita dapat mengetahui informasi-informasi, baik itu informasi ekonomi, politik, pendidikan, hiburan ataupun bisnis. Televisi adalah suatu media komunikasi yang selalu mencari bahan hiburan, Hampir semua orang dapat memanfaatkan informasi yang disajikan secara massal oleh televisi.⁵ karena televisi merupakan gabungan antara radio (*Broadcast*) dan Film (*Moving Picture*) yang dapat melihat gambar dan dapat mendengrakan suaranya, sehingga televisi merupakan media yang bisa dikatakan sempurna. Dalam setiap pertelevisian tidak jauh dengan namanya program, Program merupakan sebuah acara atau rencana, baik itu dalam sebuah perusahaan atau instansi termasuk dalam

⁵ Agus Isnaien "Analisis Program Acara Kick Andy di Metro TV" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

stasiun televisi, dan tentunya banyak sekali stasiun televisi yang di dalamnya terdapat program agama seperti INDOSIAR, MNC TV, TRANS TV, METRO TV, BANTEN TV dan lain-lain. Dari sekian banyak stasiun televisi di Indonesia yang di dalamnya terdapat sebuah program agama, ada salah satu televisi Banten yang berkembang yang di dalamnya juga terdapat program agama islam, stasiun televisi itu adalah Banten TV.

Banten TV merupakan stasiun televisi yang semakin menggeliat di Provinsi Banten, Banten TV merupakan televisi lokal yang berada di dalam naungan Radar Banten Group. Banten TV terletak di ujung pulau Jawa, Banten TV juga memuat informasi yang aktual, hiburan, budaya serta agama di Provinsi Banten, dengan pemancar 5.000 Watt, serta didukung dengan sumber daya manusia dan profesional di bidangnya dan tentunya manajemen yang sudah berpengalaman di dunia media. Awalnya tahun 2010 Banten TV adalah BRTV, akan tetapi hanya berselang beberapa bulan saja berpindah nama menjadi Baraya TV berlanjut sampai pada tahun 2017, ketika pada tahun 2017 Baraya TV beralih nama menjadi Banten Raya TV sampai dengan 27 Oktober 2019 dan Pada tanggal 28 Oktober 2019 Banten Raya TV beralih nama menjadi Banten TV.⁶

Dalam stasiun televisi Banten TV terdapat sebuah program religi yang reguler, salah satunya adalah program

⁶ Profil Banten TV

Sholawat (Solusi Tepat Pererat Ummat). Program Sholawat merupakan sebuah program reguler di Banten TV. Pada penayangan program Sholawat dilakukan setiap hari Rabu pukul 16.00 – 17.00 WIB *Live* di Banten TV yang berdurasi 60 menit lamanya.⁷ Diantara berbagai pesan religi yang disampaikan melalui media, program acara atau tayangan televisi dengan tema religi diharapkan mampu menjalankan berbagai fungsi media, dalam hal ini menyediakan pengetahuan, memberikan pendidikan serta menjadi kontrol sosial dalam hal moral dan keagamaan, dan juga diharapkan program religi dapat memberikan pengaruh sikap dan masyarakat yang positif seperti misalnya: dapat mengamalkan sunnah-sunnah Nabi, dapat mengimplementasi kan dari materi yang disampaikan serta dapat mempererat tali silaturahmi antar jamaah satu sama lain.

Program sholawat merupakan sebuah program religi yang ada di Banten dengan antusias jamaah yang cukup banyak (baik di studio maupun diluar studio) dan program ini merupakan sebuah program yang masih bertahan cukup lama sejak tahun 2014 hingga sekarang. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti strategi dakwah dalam program sholawat yang ada di Banten TV.

⁷ Yasir Ma'ruf "Skripsi" Judul " Pesan Dakwah Dalam Program Sholawat di Banten Raya TV" (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi dakwah dalam program sholatat di Banten TV?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat program sholatat di Banten TV?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi dakwah program sholatat di Banten TV
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat program sholatat di Banten TV

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Sebagai acuan dan bahan referensi untuk Banten TV dalam menjalankan program Sholawat dengan beberapa strategi dakwah dengan tujuan agar dakwah yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan. Dapat bermanfaat untuk mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bisa mengetahui strategi dan langkah dakwah ketika kedepannya terjun langsung ke masyarakat. Dan mampu mengetahui strategi dakwah program yang ada di stasiun televisi.

2. Secara Praktis

Bagi peneliti, manfaat bagi penelitian ini adalah dapat menambah ilmu tentang strategi dakwah dalam program televisi serta mendambah wawasan ilmu bagi peneliti khususnya. Serta sebagai sumbang sih bahan, pemikiran dan informasi sebagai bahan acuan yang praktis dalam sebuah pelaksanaan di lapangan agar lebih baik dan lebih maju ketika berdakwah melalui televisi.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum peneliti menentukan judul untuk penelitian, penulis telah mengamati beberapa karya-karya yang sama mengangkat tema tentang strategi dakwah, diantaranya :

1. Skripsi yang berjudul strategi dakwah dalam progam acara nyantri on the air di radio gesma 97,6 fm kartasura, ditulis oleh Adib Cahyono tahun 2015 mahasiswa UIN Walisongo Semarang tahun 2015. Skripsi ini berisi tentang strategi dakwah dalam program acara nyantri on the air di radio gesma 97,6 fm kartasura, bahwa strategi yang mereka gunakan sebagai berikut: *Pertama*, program acara ini menggunakan dua format, diantaranya format dialog interaktif dan musik religi. *Kedua*, menggunakan narasumber yang tetap yang mempunyai wawasan luas tentang agama maupun umum berpengalaman. *Ketiga*, Hikmah dari dibalik Cerita yang berupa *insert*, sebuah

pesan keagamaan yang dikonsepsi berupa cerita agar dapat diambil hikmahnya oleh pendengar.⁸

2. Skripsi yang berjudul Strategi Dakwah Komunitas *One Day One Juz* (ODOJ) Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Al-Qur'an, ditulis oleh Rani Novianti mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2018. Skripsi ini berisi tentang Strategi dakwah komunitas *one day one juz* (ODOJ) dalam meningkatkan motivasi membaca al-qur'an serta selalalu mengajak anggota ODOJ untuk ikut dalam kegiatan ODOJ.⁹
3. Skripsi yang berjudul Strategi Dakwah Pondok Pesantren Mu'alimin Rowoseneng Kecamatan Kandangan Kabupaten Tumanggung Jawa Tengah, yang ditulis oleh M Abduh Mutaqqin Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2009. Skripsi ini berisi tentang Strategi Dakwah Pondok Pesantren Mu'alimin kepada masyarakat Rowoseneng dan sekitarnya, strategi dakwah yang dilakukan adalah dengan cara melakukan identifikasi masalah yang ada, diteruskan dengan merumuskan dan mengadakan pemecahan masalah tersebut dan menetapkan strategi pemecahan, dilanjutkan dengan mengevaluasi hasil dari implementasi yang diterapkan, kemudian diteruskan

⁸ Adib Cahyono "Strategi Dakwah Dalam Program Acara Nyantri On The Air Di Radio Gesma 97,6 Fm Kartasura"(Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015).

⁹ Rani Novianti "Skripsi" Judul " Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Dalam Meningkatkan Motivasi Membaca Al-Qur'an" (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018).

terhadap aplikasi strategi dakwah yang dititik beratkan pada bidang-bidang tertentu untuk mempermudah dalam pencapaian tujuan dakwah yang dilakukan, bidang-bidang tersebut antara lain: Bidang keagamaan, bidang pendidikan dan pengajaran, bidang sosial masyarakat serta bidang ukhuwah Islamiyah¹⁰

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan peneliti sebelumnya terletak pada objeknya, jika objek penelitian yang penulis lakukan terletak pada sebuah program yang ada di televisi sedangkan penelitian sebelumnya yang menjadi objeknya terletak pada sebuah Organisasi, Pondok Pesantren Serta Program Radio.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan pendekatan Kualitatif dengan menggunakan metode Deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

F. Kerangka Pemikiran

Penulis akan menjelaskan makna dan batasan-batasan dari judul penelitian, agar tidak terjadi kesalah fahaman dan salah penafsiran yakni: Strategi adalah suatu kesatuan rencana

¹⁰ M. Abduh Muttaqin “Skripsi” Judul “ Strategi Dakwah Pondok Pesantren Mu’alimin Rowoseneng Kecamatan Kandangan Kabupaten Tumanggung Jawa Tengah” (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009

yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹¹ Dalam sebuah strategi dakwah perlu adanya sebuah persiapan dalam pelaksanaan dakwah, terdapat empat persiapan dalam pelaksanaan strategi diantaranya:

- a. Analisis media yang diperlukan serta segmentasi khalayak sasaran
- b. Perpaduan komunikator dengan media yang akan di pakai
- c. Penyusunan perencanaan dan pesan yang akan disampaikan nanti
- d. Prosedur kegiatan yang akan dilakukan.¹²

Kata dakwah menurut *Etimologi* (Bahasa) berasal dari bahasa arab yaitu *Da'a, Yad'uw, Da'watan* kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani.¹³ Prof. Thoha Umar, MA membagi pengertian dakwah menjadi dua bagian yaitu: Dakwah secara umum dan khusus, pengertian dakwah secara umum adalah ilmu pengetahuan yang berisi tentang cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui melaksanakan suatu *ideologi* pendapat pekerjaan yang tertentu, Sedangkan pengertian dakwah secara khusus adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah

¹¹ Suhandang. *Strategi.....*, h.101-102

¹² Suhandang, *Strategi.....*, h.105.

¹³ Yunus, *Pedoman.....*, h.127.

Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia ataupun di akhirat.¹⁴ Dalam sebuah tataran pelaksanaan dakwah tentunya melibatkan tiga unsur, diantaranya : penyampaian sebuah pesan, informasi yang disampaikan dan penerimaan pesan.¹⁵

Dakwah adalah suatu proses penyelenggara aktivitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT dan Rosulullah SAW. Adapun bentuk usaha yang akan dilakukan, hendaklah sebagai berikut:¹⁶

- a. Mengajak manusia untuk beriman.
- b. Melaksanakan amar makruf nahi munkar
- c. Memperbaiki dan membangun masyarakat yang islami
- d. Menegakkan serta menyiarkan ajaran agama islam
- e. Proses penyelenggaraan merupakan sebuah usaha mencapai tujuan yakni kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia dan akhirat.

Strategi dakwah merupakan suatu metode, siasat dan juga taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses

¹⁴ Alwirsal Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah* (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), h.3-4.

¹⁵ Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), h.17.

¹⁶ Zaidallah, *Strategi.....*, h.4-5

pencapaian tujuan dakwah.¹⁷ Dalam strategi dakwah terdapat dua hal yang perlu di perhatikan, diantaranya:

- a. Strategi merupakan sebuah rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) .
- b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁸

Secara *etimologi*, kata program berasal dari bahasa inggris yaitu *programme* yang artinya acara atau rencana.¹⁹ Program juga bisa dikatakan sebagai salah satu acara yang ada di sebuah perusahaan atau instansi termasuk dalam ptelevisionan.

Program Sholawat merupakan salah satu program religi yang bersifat reguler di Banten TV. Program ini dilaksanakan setiap hari Rabu Pukul 16.00-17.00 WIB *Live* di Banten TV. Program sholawat ini berdurasi selama 60 menit dan program ini juga cukup besar karena menghandirkan narasumber yaitu Ust. Marsuta Zuhri dan turut serta mengundang ibi-ibu jamaah pengajian atau majlis ta'lim yang berada di Banten.²⁰

¹⁷ Murniati Rirajuddin, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan), Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Volume 1, No 1 Desember 2014. H.14.

¹⁸ Novianti, *Strategi.....*, h.13.

¹⁹ Siska Apriyanti, "Skripsi" Judul " Analisis Produksi Program Shaliha Net TV" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), h.29.

²⁰ Yasir Ma'ruf, Pesan Dakwah....., h.28-29.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian naturalistik, karena pada dasarnya penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).²¹ Penelitian kualitatif juga merupakan sebuah penelitian yang datanya dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa menggunakan teknik statistik²². Metode yang di gunakan adalah metode Deskriptif. Metode deskriptif adalah sebuah metode hasil penelitiannya itu dengan cara mendeskripsikan objek tersebut dengan betul-betul diamati.²³

Peneliti menggunakan metode deskriptif karena peneliti memberikan gambaran serta mendeskripsikan gambaran secara objektif, dengan menggambarkan Strategi dakwah program Sholawat di Banten TV.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di stasiun televisi Banten TV yang bertempat di gedung Graha Pena

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cv, 2014), h.8.

²² Eta Mamaang Sanghaji dan Sopiah, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2010), h.26

²³ Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra* (Bandung: Graha Ilmu, 2011), h. 85.

Radar Banten Jln. Kol. Tubagus. Suwandi, Lontar Baru, Lingkar Selatan, Kota Serang Provinsi Banten .

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 13 Januari 2020 sampai 12 Februari 2020 di Banten TV

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), objek (benda) atau kegiatan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang lain²⁴. Observasi juga bisa dikatakan sebagai langkah awal untuk mengetahui objek yang akan kita teliti agar apa yang kita teliti juga dapat menghasilkan sebuah penelitian yang benar. Penulis melakukan mengamati kegiatan program sholat di Banten TV.

b. Wawancara atau *interview*

Wawancara (*Interview*) merupakan sebuah teknik pencarian data untuk mendapatkan sebuah informasi mendalam yang di ajukan kepada responden/ informan dalam bentuk sebuah pertanyaan.²⁵ Wawancara juga bisa dilakukan melalui tatap muka / *Face to Face* atau bisa melalui via pesan WhatsApp. Peneliti melakukan sebuah wawancara kepada Manager Banten TV,

²⁴ Sanghaji dan Sopiah, *Metode Penelitian*,...,h. 152

²⁵ Hikmat, *Metode Penelitian*, h.79

Produser program dan Narasumber dalam program solawat (KH.Marsuta Zuhri).

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara untuk mengambil data melalui gambar/foto atau video. Dan peneliti melakukan penelitian ini menggunakan dokumentasi dengan tujuan untuk mengambil gambar baik foto atau video agar membantu peneliti dalam melakukan penelitian dan sebagai data lapangan. Peneliti mengambil foto atau gambar pada saat program sholat berlangsung, baik saat proses tanya jawab ataupun saat penyampaian materi dan penulis juga menggunakan buku-buku yang terdapat di perpustakaan yang berkaitan dengan strategi dakwah dan program televisi.

d. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan sebuah penelitian yang didapatkan secara langsung dari narasumber dan sumber penelitian juga diperoleh untuk menjawab semua pertanyaan yang peneliti berikan.²⁶ Sumber data primer dari penelitian yang penulis lakukan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, dan penulis mewawancarai orang-orang yang tergabung di dalam program solawat, baik itu

²⁶ Sanghaji dan Sopiah, *Metode Penelitian*,..., h. 171.

Manager Banten TV, produser program sholat dan penceramah program sholat.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang di dapat melalui pihak lain. Data sekunder memiliki dua jenis yaitu: data internal dan data eksternal. Data internal merupakan sebuah data yang diperoleh melalui dokumen dan disimpan, sedangkan data eksternal biasanya data yang didapatkan dari luar, untuk itu penelitian yang peneliti lakukan menggunakan studi kepustakaan sebagai panduan dalam sebuah penelitian khususnya buku-buku yang berkaitan dengan Strategi , dakwah dan program televisi.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari beberapa bab dan setiap babnya terdapat beberapa sub bab, ntuk mempermudah penulis dalam mengkaji penelitian ini, maka dibuatlah penulisan sebagai berikut: Bab I Pendahuluan, bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, bab ini membahas pengertian dakwah, pengertian strategi, pengertian strategi dakwah,

unsur-unsur dakwah, tujuan dakwah, pengertian program televisi, televisi sebagai media dakwah, perkembangan dakwah di televisi.

Bab III Tinjauan Umum Objek Penelitian, bab ini membahas sejarah umum Banten TV, visi dan misi Banten TV, Struktur organisasi Banten TV, Program-program Banten TV, data umum Banten TV, Program sholat, Profil Penceramah program sholat, identifikasi program sholat.

Bab IV Analisis Strategi Dakwah Dalam Program Sholat Di Banten TV, bab ini membahas Strategi Dakwah Dalam Program sholat di Banten TV, Faktor Pendukung dan Penghambat Program sholat di Banten TV.

Bab V Penutup, bab ini membahas kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk berbagai pihak

