



SERAMBI ISLAMI SEBAGAI STRATEGI DAKWAH TVRI DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN

Mustarim Ramadhan¹, Muhamad Zen²
^{1,2} Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
Jakarta mustarimramadhan@gmail.com

Abstrak

Zaman sekarang teknologi menjadi salah satu penunjang kehidupan, di era digital informasi sangat mudah didapat. Serambi islami menjadi program islami unggulan TVRI Dalam menyampaikan dakwah, namun informasi atau konten yang ada di media digital tidak semua baik dan bermanfaat, karena itu tulisan bertujuan untuk menganalisis Peluang Dan Tantangan program serambi islami sebagai strategi dakwah melalui media informasi digital. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi dan studi dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini guna penafsiran logika yang dihubungkan dengan konteks Manajemen Dakwah. Ada beberapa peluang dakwah serambi islami di era digital yaitu masyarakat dapat melihatnya dari rumah tanpa harus ke lokasi, melalui media digital dakwah yang disampaikan memiliki jangkauan yang sangat luas, dan apabila masyarakat ketinggalan atau ingin melihat kembali dapat melihatnya di aplikasi tersebut. Dalam menyampaikan dakwah melalui media komunikasi tidaklah selalu berpeluang baik, tentu ada tantangan yang akan dihadapi. Beberapa tantangan serambi islami yaitu Kurangnya Minat masyarakat khususnya anak muda, Sarana penunjang internet, dan perlunya Mempromosikan Serambi Islami ke berbagai media sosial.

Kata kunci: Serambi Islami, Era Digital, TVRI, Peluang, Tantangan.

Pendahuluan

Istilah Strategi berasal dari bahasa yunani strategia “*Stratos*” (militer) dan “*Ag*” (memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. Strategi adalah suatu pola yang direncanakan dan ditetapkan secara sengaja untuk melakukan kegiatan atau tindakan titik strategi mencakup tujuan kegiatan, Siapa yang terlibat dalam kegiatan, isi kegiatan, proses kegiatan dan sarana penunjang kegiatan.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi ialah suatu cara atau rencana yang disatukan, menyuluruh dan terpadu yang telah disusun oleh manajemen puncak terkait

tujuan-tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan suatu organisasi/perusahaan dalam mencapai titik keunggulan yang ada.

Dakwah memiliki arti sebagai ajakan, seruan atau ajakan kepada orang lain, baik individu maupun kelompok untuk mengikuti suatu pemahaman, tentang pandangan dan tujuan hidup manusia yang sesuai dengan Al-Qur'an maupun Sunnah. Atau lebih mudahnya bahwa dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam kepada orang lain. Dakwah juga merupakan seni untuk mempengaruhi seseorang. Kegiatan dakwah hanya sebagai proses pembiasaan seseorang untuk melakukan Amar Ma'ruf Nahi Munkar (mengerjakan kebaikan dan menjauhi larangan Islam). Dakwah wajib dilakukan setiap manusia, hal ini terdapat dalam Surah QS. An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ

“ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿النحل: ١٢٥﴾ ”

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl. 125).

Berdasarkan ayat di atas Allah SWT. Memerintahkan kepada kita untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang baik tanpa adanya kekerasan ataupun pemaksaan. Objek dakwah biasa disebut dengan mad'u (orang yang menerima dakwah). Dakwah merupakan kegiatan yang mempunyai banyak objek, baik itu orang kaya, miskin, tua, muda, besar, kecil, penjabat, orang biasa dan lain sebagainya. Dakwah juga bisa dilakukan dengan banyak instrumen, seperti dakwah melalui lisan, musik, seni dan budaya, dan lain sebagainya.

Strategi menurut Arifin adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi dakwah, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas atau mencapai tujuan. Dengan strategi dakwah, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

Strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan (planning) dan management dakwah untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam mencapai tujuan tersebut strategi dakwah harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara tehnik (taktik) harus dilakukan,



dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dapat disimpulkan bahwa Strategi Dakwah berarti sebuah perencanaan yang meliputi, metode, siasat, taktik yang tersusun agar memudahkan kita dalam mencapai tujuan dakwah yaitu mengajak seseorang kepada suatu kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dimungkari Allah SWT.

Era Digital secara umum merupakan zaman yang dimana kemajuan teknologi berkembang dengan pesat dan dapat menjadi salah satu aktivitas penunjang kehidupan. Di Era Digital, berbagai informasi sangat mudah diperoleh dan disebarluaskan hanya dengan melalui teknologi digital.

Era digital memberi kemudahan dalam akses data, mencari informasi, mengolah, mengirimkan, dan menerima data titik komunikasi bisa dilakukan tidak hanya Face to Face, seperti pada masa lalu, tetapi dapat dilakukan secara virtual melalui jaringan internet. Komunikasi berlangsung dan dilakukan melalui teks, gambar, video, dan suara yang menyatu padu, konvergen, dalam satu media. Inilah fase di mana terjadi apa yang dinamakan ledakan data yang memunculkan kosakata baru, data besar, big data titik data besar ini bisa dikelola untuk berbagai kepentingan Hidup baik pendidikan, ekonomi, perdagangan bahan politik.

Seperti yang diketahui, setiap tahun pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat. Berdasarkan hasil laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dan 160 juta pengguna aktif di media sosial. Bila dibandingkan dengan tahun 2019, maka tahun ini mengalami peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial. Dari total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka berarti sebesar 64% penduduk Indonesia telah mengakses ke dunia maya. Adapun media sosial yang paling banyak ditongkrongi oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterst, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, dan Sina Weibo (We Are Social, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia, 2020).

Dakwah Islam di era digital tidak bebas dari berbagai kendala dan tantangan yang dihadapinya. Sehingga dakwah Islam akan menghadapi berbagai problem sangat kompleks dan rumit. Dewasa ini, setidaknya tantangan dakwah Islam tersebut berkaitan dengan eksek globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Kemajuan pesat iptek telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi. Kosa kata dan sekaligus senjata yang begitu signifikan dan determinan di era

globalisasi saat ini adalah kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi, Melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi terus merambah ke segenap penjuru dunia. Sehingga realitas dunia sekarang dengan segala kemajemukan kesenjangan dan ironinya telah menjadi sekat-sekat sosio-kultural bangsa dan mengaburkan batas-batas geografis negara.

Bila kita amati lebih luas lagi, dakwah Islam di era digital ini memiliki tantangan dan kendala yang semakin kompleks. Hal itu terjadi karena realitas sosial yang ada sekarang semakin beragam, dengan itu kesenjangan di masyarakat tidak lagi bisa dihindarkan. Ironinya hal tersebut telah menjadi sekat-sekat sosio-kultural bangsa dan mengaburkan batas-batas yang sebelumnya sudah ada. Berbagai masalah tersebut, meliputi: pertama, terbentuknya budaya dan gaya hidup yang seragam, seperti pada menu makanan, busana dan selera memilih hiburan.

Informasi yang diperoleh pada era digital ini sangat beragam, tidak hanya informasi yang baik, informasi yang juga dapat diakses. Siaran televisi merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam Menyampaikan dakwah. Menyampaikan dakwah melalui siaran televisi akan mudah dilihat dan didengar oleh penonton walaupun dalam jarak yang sangat jauh sekalipun. Kendati demikian, baik buruknya informasi yang diperoleh tergantung penggunanya itu sendiri. Maka dalam menyampaikan dakwah melalui media digitalisasi tentu mempunyai peluang dan tantangan tersendiri.

Sudah selayak kita melihat era digital sebagai peluang sekaligus tantangan guna mewujudkan dakwah islam yang lebih efisien dan mengglobal. TVRI menjadikan program Serambi Islami sebagai strategi dalam menyampaikan dakwah secara digital. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, berdakwah di era digital merupakan sebuah peluang yang sangat baik, namun dibalik itu tiddak dapat dipungkiri bahwa tantangan yang dihadapi tentu semakin berat karena banyaknya konten-konten dengan budaya yang berbeda turut masuk kedalam berbagai media aplikasi di era digital ini.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana peluang dan tantangan yang akan dihadapi program Serambi Islami sebagai strategi dakwah yang sangat diunggulan TVRI mengingat komunikasi serta informasi sangat mudah di akses pada zaman era digital yang kita rasakan saat ini.



Metode

Berdasarkan pada tema yang dikaji yaitu mengenai bagaimana Analisis Peluang Dan Tantangan, Maka jenis penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan studi pustaka dengan teknik pengumpulan data mencari referensi lewat buku, artikel, vidio maupun jurnal yang berhubungan dengan judul penelitian.

Menurut M. Nazir, studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sebab sumber data maupun hasil penelitian dalam penelitian kepustakaan (library research) berupa deskripsi kata-kata. Menurut Nasution, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang dan prilaku yang diamati. Dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin yang akan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian.

Moleong Lexy J mengatakan bahwa metode kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Dalam penelitian deskriptif, peneliti akan mencoba untuk melihat kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, dan kemudian mendeskripsikan sebagaimana apa adanya. Kaitannya dengan hal tersebut Nana Sudjana dan Ibrahim mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan sesuatu, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dengan kata lain, penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Hasil dan Pembahasan

Eksistensi dakwah digital menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dengan berlangsungnya penyampaian pesan ajaran Islam melalui jaringan internet bisa mengantarkan masyarakat kejalan yang lurus tanpa mengeluarkan modal yang lebih besar. Terlebih lagi pada era globalisasi sekarang ini peluang untuk berkembangnya arus informasi sains dan teknologi tidak dapat dihalangi lagi. Dengan mengupayakan transformasi pemahaman ajaran Islam dalam perspektif sains dan teknologi dapat memecahkan problematika umat dewasa ini bahkan dimasa mendatang.

Era Digital ini, teknologi informasi digital telah menjadi basis struktur perubahan kehidupan manusia termasuk dalam relasi sosial keagamaan. Jhon Hoffman berpandangan, harus globalisasi dengan senjata teknologi informasi sangat berdampak pada pola pikir kulturpublic-keagamaan di masyarakat. Menurut Domminique wolton Dalam buku karangan sholihul Huda, era internet menjadikan individu dan masyarakat memasuki era kesunyian (Suwung) interaktif. Di mana ini, individu terbebas dari segala aturan dan paksaan. Ujian kesunyian ini menjadi terasa riil di saat menghadapi banyaknya kesulitan dalam menjalin kontak dengan sesama. Media informasi memiliki ketersediaan beragam sumber bacaan dan wacana ideologi keagamaan mulai dari wacana ideologi keagamaan liberal, moderat, hingga radikal.

Pepatah mengatakan, Banyak jalan menuju roma. Demikian pula untuk mencapai tujuan dakwah, dapat digunakan berbagai cara sebagai proses komunikasi tentunya kegiatan dakwah pun dapat menggunakan berbagai metode komunikasi, salah satunya adalah jurnalistik. Kegiatan jurnalistik disebut pers, dengan kegiatan jurnalistik tersebut, Press dapat mencapai bermacam tujuan termasuk tujuan dakwah dalam proses kerjanya tentunya memiliki bentuk dan tatanan yang khas demi tercapainya tujuan dakwah tersebut. Karena itu pula proses kerja dimaksud dikenal dengan sebutan manajemen dakwah.

Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkatagori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook, line, path, Instagram, wahtsApp, dan twitter, mereka juga gemar bermain game online. Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, mendapatlan informasi, dan kegiatan lainnya. Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube, Instagram, dan sebagainya sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa

didukung dengan kemasan yang menarik terkadang mudah ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

A. Sekilas Tentang TVRI

TVRI berdiri pada 24 Agustus 1962 (berdasarkan SK Menpen RI No.20/SK/VII/61) ditandai dengan siaran perdana Asian Games ke IV di Stadion Utama Gelanggang Olahraga Bung Karno. Pembangunan infrastruktur yang disiapkan oleh Pemerintah kala itu kawasan kompleks olahraga Senayan (Kampung Senayan, Petunduan, Kebun Kelapa dan Bendungan Hilir) serta pembangunan jalan baru yaitu Jalan M.H. Thamrin, Gatot Subroto, Jembatan Semanggi, hingga TVRI guna menunjang kebutuhan penyiaran turnamen.

Gambar 1. Tayanga Perdana TVRI



Sumber: Instagram #indiramanoppo

Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan pelopor industri pertelevisian di Indonesia. Didirikan pada tanggal 24 Agustus 1962, bertugas mengangkat citra bangsa melalui penyelenggaraan penyiaran peristiwa berskala internasional, guna mendorong kemajuan kehidupan masyarakat serta perekat sosial. Lembaga penyiaran ini menyandang nama negara dan mengandung arti, yaitu siaran yang ditujukan untuk kepentingan negara. TVRI tercipta karena adanya kehendak rakyat dan pemerintah Republik Indonesia. Media penyiaran ini merupakan sejarah bagi bangsa Indonesia dan merupakan batu loncatan besar bagi bangsa Indonesia untuk mewujudkan cita-cita nasional. Lahirnya TVRI ditandai pada ketetapan

MPRS No. II/MPRS/1960, Pasal 18, dinyatakan pentingnya pembangunan siaran televisi untuk kepentingan pendidikan nasional.

Pada tahun 1963 pemerintah membentuk Yayasan TVRI sebagai badan yang mengatur televisi. pada tahun pertama siaran TVRI, diperkirakan ada 10.000 pemilik televisi di Indonesia, saat itu siaran televisi masih Hitam Putih titik televisi berwarna baru diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1979. Sejak awal siaran TVRI telah menayangkan siaran iklan atau siaran Niaga akan tetapi pemerintah kemudian melarang siaran Niaga sejak 1 April 1981. Adapun salah satu alasannya yaitu TVRI berfungsi sebagai government tool (alat pemerintah) yang bertugas menyiarkan pembangunan dan hasil-hasilnya ke seluruh pelosok Indonesia. setelah 20 tahun TVRI menjadi satu-satunya stasiun televisi yang mengudara di Indonesia stasiun televisi swasta akhirnya berdiri pada tahun 1989 stasiun televisi swasta yang pertama kali berdiri adalah Rajawali Citra televisi Indonesia (RCTI). Sejak saat itu berbagai stasiun televisi swasta didirikan di Indonesia hingga kini misalnya, Surya Citra televisi (SCTV), televisi Pendidikan Indonesia (TPI- sekarang menjadi MNCTV), Andalas televisi (ANTV), dan Indosiar.

Tanggal 24 Agustus 2020, TVRI genap berusia 58 tahun, menjadikannya sebagai stasiun televisi tertua di Indonesia. Sebagai pionir siaran televisi di Indonesia, TVRI kerap disebut sebagai salah satu simbol modernitas. Sebab, kehadiran stasiun televisi ini merupakan titik penting dalam sejarah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di Indonesia.

Dalam era Reformasi terbitlah Peraturan Pemerintah RI Nomor 36 Tahun 2000 yang menetapkan status TVRI menjadi Perusahaan Jawatan di bawah pembinaan Departemen Keuangan. Kemudian melalui Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 2002 TVRI berubah statusnya menjadi PT. TVRI (Persero) di bawah pembinaan Kantor Menteri Negara BUMN. Selanjutnya, melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, TVRI ditetapkan sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2005 menetapkan bahwa tugas TVRI adalah memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.



TVRI kini menghadirkan layanan Live Streaming, sekarang telah hadir sebagai salah satu aplikasi gratis di Ios dan Android Anda. Hanya dengan satu sentuhan, Anda dapat menonton acara TVRI yang mendidik dan mencerdaskan bangsa dengan beragam acara untuk semua umur tanpa perlu takut akan efek negatif dari menonton televisi, khususnya pada anak.

TVRI Klik hadir dengan fitur 4 channel digital TVRI, 1 channel TVRI Nasional High Definition, dan 28 channel TVRI Daerah. Nikmati TVRI Live Streaming kapanpun dan dimanapun melalui gadget Anda. TVRI saluran kebanggaan Anda.

B. Program Serambi Islami

Serambi islami merupakan salah satu program religi yang di tayangkan oleh Televisi Republik Indonesia, Serambi Islami juga salah satu program unggulan yang dimiliki oleh TVRI. Serambi Islami sudah ada sekitar tahun 2013 dan di siarkan secara tapping di studio 8. Serambi Islami adalah program yang membahas ilmu-ilmu agama islam yang tentunya bermanfaat bagi masyarakat terutama umat islam di Indonesia. Program ini bergaya Talk Show, yaitu berupa perbincangan atau diskusi kepada tamu atau narasumber tentang suatu topic.

Serambi Islami adalah sebuah program keagamaan di TVRI yang tayang setiap hari dari Senin hingga Minggu, pada pukul 04:30 – 06:00 WIB. Acara yang diproduksi secara tunda (taping) ini, merupakan salah satu acara dakwah yang memiliki peminat cukup banyak dan mampu bertahan di tengah menjamurnya program siaran keagamaan dan dakwah. Program ini ditujukan untuk semua kalangan yang ingin menyaksikan tayangan dakwah dengan menghadirkan narasumber program yang berasal dari berbagai kalangan mulai dari akademisi, tokoh agama, pejabat hingga selebriti.

Gambar 2. Tayangan Serambi Islami



Sumber: Facebook TVRI Nasional

C. Peluang Dakwah

Di zaman yang serba instan, kegiatan dakwah lebih adaptif dari sebelumnya. Untuk itu kita perlu mampu mengidentifikasi peluang dan tantangan sebagai acuan untuk membangun dakwah. Adapun peluang dari era digital ini adalah:

1. Dakwah Mudah Tersampaikan

Zaman dahulu seorang da'I ketika menyampaikan dakwah harus berjalan cukup jauh, dari suatu kampung ke kampung lainnya agar dakwah itu tersampaikan ke masyarakat, dakwah yang seperti itu tentu menguras tenaga, biaya, dan waktu yang cukup banyak. Semakin berkembangnya zaman maka hadirilah radio yang dapat mengeluarkan suara, radio memiliki satu kekurangan yaitu tidak dapat menampilkan gambar atau video, kemudian hadirilah televisi yang dapat memberikan informasi yang tidak hanya suara saja melainkan juga dapat menampilkan gambar video bahkan berwarna, yang bahkan saat ini televisi sudah dilengkapi dengan berbagai macam fitur yang dapat digunakan.

Menyebarkan dakwah melalui teknologi digital atau media sosial saat ini menjadi solusi yang tepat. Budaya membaca dan mencari referensi di internet semakin marak dan minat umat Islam untuk belajar ajaran Islam melalui internet juga meningkat. Internet menawarkan prinsip praktis dan efisien karena bisa diikuti kapan saja dan di mana saja. Kecanggihan teknologi telah mengubah seseorang untuk mendapatkan wawasan keagamaan. Cukup dengan menggunakan handphone, seseorang akan mendapatkan model pengajian yang diinginkan.



zaman sekarang menyampaikan dakwah perlu pergi kesana kemari melainkan dapat melalui televisi, itu lah yang dilakukan TVRI yang memanfaatkan teknologi dengan membuat program islami unggulan yaitu Serambi Islami yang menampilkan acara bergaya Talk Show yaitu berupa perbincangan atau diskusi kepada tamu atau narasumber dan membahas tentang kajian-kajian tasawuf bersama dengan ulama-ulama yang kompeten dalam hal itu.

2. Dapat Dilihat Dimana Saja

Terkadang masyarakat malas untuk pergi ketempat acara pengajian apalagi pengajian tersebut berada sangat jauh dan sulit dijangkau oleh masyarakat. dengan kemajuan teknologi informasi di era digital ini memudahkan pendakwah untuk menyampaikan ajaran islam, begitupula TVRI yang melihat dan memanfaatkan peluang informasi ditigal dengan sangat baik.

Hadirnya program Serambi Islami memudahkan para da'I dalam menyampaikan dakwahnya tanpa harus turun kelapangan, masyarakatpun tidak perlu lagi mencari dan menunggu pengajian untuk mendengarkan ceramah yang sudah mulai jarang dilakukan, melaikan cukup berada dirumah dan menyalakan televise untuk menonton kajian-kajian Islam. Tidak hanya itu dengan memanfaatkan media sosial yang ada, TVRI mengaplod acara serambi islami kedalam aplikasi youtube sehingga kapanpun masyarakat dapat menontonnya dan bahkan dimanapun ia berada.

3. Jangkauan Dakwah Yang Luas

Dalam menyampaikan dakwah tidaklah hanya berdiri di atas mimbar dan berbicara di depan orang lain secara langsung. Banyak cara yang dapat digunakan dalam menyampaikan dakwah. Metode dalam menyampaikan dakwah bisa melalui berbagai macam media, bisa melalui syair seperti puisi, musik (Sholawat), bisa juga melalui alat music seperti yang dilakukan sunan kalijaga dalam menyampaikan dakwah-nya di tanah jawa.

Seiring berkembangnya zaman maka maju pula teknologi. Teknologi komunikasi menjadi salah satu penunjang kehidupan masyarakat zaman sekarang. Teknologi komunikasi memiliki banyak macam cara dalam menyampai informasi, cara dalam menyampaikan tersebut biasa disebut

dengan media. Media komunikasi bisa berupa Koran, majalah, brosur, radio, televisi dan gadget (media sosial).

Serambi Islami merupakan salah satu program yang ada di stasiun TVRI. Serambi Islami program dakwah yang menyampaikan dakwah-nya melalui media televisi dengan tujuan agar dakwah dapat tersampaikan secara luas kemasyarakat yang berada sangat jauh tanpa hadir dan bertatap muka dengan Da'i.

4. Mad'u Dapat menonton Kembali

Dakwah yang secara langsung bertatap muka sering kita temui di berbagai acara keislaman seperti pengajian, isra mi'raj, dan lain sebagainya. Jika seorang Da'I berdiri dihadapan mad'u dalam menyampaikan materi dakwahnya, ada kemungkinan mad'u lupa apa yang disampaikan Da'I setelah pulang kerumah karena tidak fokus mendengarkan ceramah, dan tentu itu tidak dapat diulang walaupun penceramah dan acara yang sama terjadi lagi kemungkinan materi yang disampaikan berbeda.

Serambi Islami merupakan acara dakwah yang berbasis digital. Serambi Islami memang program acara yang disiarkan di televisi, akan tetapi TVRI memiliki tim media yang akan mengaplod acara Serambi Islami kedalam aplikasi YouTube (aplikasi yang menampilkan berbagai macam video tentang berbagai informasi), dengan begitu seseorang yang ingin melihat ulang ataupun yang ketinggalan acara ditelvisi dapat menontonnya di aplikasi youtube tersebut bahkan mereka dapat memilih episode dan tema sesuai dengan yang diinginkan mereka.

D. Tantangan Dakwah

Menyampaikan dakwah bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan seperti membalikan telapak tangan, program serambi islami tentu memiliki tantangan dalam menyampaikan dakwahnya melalui media televisi, berdasarkan peluang dakwah sebelumnya, maka tantangan yang dapat dilihat adalah:

1. Kurangnya Minat masyarakat

Zaman era digital memang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa zaman sekarang banyak sekali konten-konten yang tersedia diberbagai aplikasi media sosial. Masyarakat



sekarang kebanyakan lebih suka melihat konten-konten yang menghibur, tidak banyak orang yang suka menonton program-program islami, dan ini dapat kita lihat berapa banyak viewers (penonton) yang melihat acara tersebut terkhususnya anak muda.

Setiap orang tentu mempunyai selera yang berbeda, begitu pula dalam hal tontonan. Selera masyarakat terhadap apa yang ingin mereka lihat selalu berubah, hal ini bisa kita lihat disekitar kita bagaimana masyarakat terkhususnya beberapa anak muda yang lebih senang melihat konten-konten yang tidak ada manfaatnya sama sekali seperti konten prank, goyang-goyang tubuh dan lain sebagainya.

Kurangnya minat masyarakat zaman sekrang tentu menjadi tantangan TVRI dalam mempromosikan program serambi islami agar lebih berinovasi dalam melaksanakan acara agar lebih menarik dan diminati sesuai dengan selera masyarakat yang sedikit menyukai acara-acara yang menghibur.

2. Sarana penunjang internet

Banyak sekali aplikasi-aplikasi yang tersedia di gadget sekarang, dalam menjalankan aplikasi tersebut perlu menggunakan jaringan internet seperti misalnya jaringan, paket internet dan lain sebagainya. TVRI selalu memposting acara serambi islami kedalam aplikasi youtube dan aplikasi lainnya setelah acara tersebut telah selesai disiarkan di televisi. Seseorang yang ingin menontonnya di aplikasi tersebut memerlukan jaringan dan paket data internet. Yang menjadi tantangan serambi islami adalah bahwa tidak seluruh daerah di Indonesia ini telah tersedia jaringan internet terkhususnya di daerah pelosok. Paket data juga menjadi salah satu yang sangat diperlukan dan tentu memerlukan biaya untuk membeli itu. Jika masyarakat memiliki salah satu kendala itu maka mereka tidak akan dapat mengakses dan menonton acara tersebut melalui gadget.

3. Mempromosikan Serambi Islami

Zaman era digital ini banyak sekali aplikasi media sosial yang telah tersedia. Youtube merupakan aplikasi informasi dengan model vidio, kelebihan aplikasi youtube adalah vidio yang diposting dapat berdurasi yang panjang hingga berjam-jam, karena itulah TVRI memposting vidio acara serambi

islami yang biasanya berdurasi hingga satu jam ke dalam aplikasi youtube sehingga masyarakat dapat menonton dari awal acara hingga akhir acara.

Peminat aplikasi youtube terus makin berkurang, masyarakat sekarang lebih menyukai video yang berdurasi singkat yang tersedia di aplikasi lain. Dengan banyak aplikasi media sosial yang digunakan masyarakat, maka sangat perlu TVRI untuk mempromosikan serambi islami kedalam beberapa aplikasi lain seperti tiktok, instagram, facebook, dan lain sebagainya. Di beberapa aplikasi tersebut video yang berdurasi yang panjang akan dipotong menjadi hanya beberapa detik atau menit saja pada bagian yang menarik sehingga masyarakat akan penasaran dan ingin tahu kelanjutannya maka mereka mencari video lengkap dan menontonnya.

4. Minim Pengelolaan IT

TVRI memang memiliki aplikasi TVRI dan berbagai macam media sosial namun yang yang di kelola TVRI tidak hanya satu program saja, maka dari pada itu menjadi tantangan Serambi Islami untuk mempunyai tim IT sendiri agar lebih dapat aktif menyampaikan informasi dan dakwah keseluruhan penjuror media digital. Berdasarkan observasi penulis, Serambi Islami tidak memiliki banyak akun resmi terkait program itu sendiri seperti Instagram, tiktok, facebook dan lain-lain. Serambi Islami hanya memiliki akun resmi di aplikasi youtube namun channel tersebut tidak dikelola dengan baik sehingga hingga tidak update dalam memposting kegiatan Serambi Islami, dan tentu kita semua mengetahui bahwa di era digital sekarang masyarakat banyak yang kurang tertarik menonton acara di televisi, masyarakat lebih tertarik menonton melalui aplikasi yang tersedia di handphone.

5. Konsumtif masyarakat

Berbagai masalah yang timbul karena pengaruh teknologi dan informasi, di antaranya: Pertama, budaya dan gaya hidup serba seragam dengan tanpa mempertimbangkan urgensinya, seperti pada menu makan, mode pakaian dan kesenangan hiburan. Kedua, infiltrasi budaya dan tata nilai asing yang lebih intens dan masif yang banyak bertentangan dengan identitas kepribadian bangsa dan moral agama, seperti melalui televisi dan film. Ketiga, dengan mengutip Mike Featherstone, adalah merebaknya konsumtivisme yang



menggiring umat manusia kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik.¹

Simpulan

Sudah selayak kita melihat era digital sebagai peluang sekaligus tantangan guna mewujudkan dakwah islam yang lebih efisien dan mengglobal. TVRI menjadikan program Serambi Islami sebagai strategi dalam menyampaikan dakwah secara digital. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, berdakwah di era digital merupakan sebuah peluang yang sangat baik, namun dibalik itu tiddak dapat dipungkiri bahwa tantangan yang dihadapi tentu semakin berat karena banyaknya konten-konten dengan budaya yang berbeda turut masuk kedalam berbagai media aplikasi di era digital ini.

Serambi Islami merupakan program islami unggulan yang dimiliki TVRI. Di era digital informasi sangat mudah kita terima tanpa harus kesana kesini untuk mencarinya. Dengan memanfaatkan teknologi digital maka peluang dakwah akan semakin besar. Beberapa peluang dakwah serambi islami di era digital yaitu dakwah mudah tersampaikan, masyarakat dapat melihatnya dari rumah tanpa harus ke lokasi, melalui media digital dakwah yang disampaikan memiliki jangkauan yang sangat luas, dan apabila masyarakat ketinggalan atau ingin melihat kembali dapat melihatnya di aplikasi tersebut.

Teknologi di era digital memang menjadi penunjang kehidupan, namun informasi maupu konten yang hadir ada yang bersifat positif dan ada pula yang negatif. Maka dalam menyampaikan dakwah melalui media komunikasi tidaklah selalu berpeluang baik, tentu ada tantangan yang akan dihadapi. Beberapa tantangan serambi islami yaitu Kurangnya Minat masyarakat khususnya anak muda, Sarana penunjang internet, perlunya Mempromosikan Serambi Islami ke berbagai media sosial, dan Minimnya Pengelolaan IT serta konsumtif masyarakat yang berbeda.

Referensi

- Ainaya, Dhiva Nur. 2022. *Penetapan Realitas Objektif Melalui Modifikasi Program Siaran Serambi Islami di TVRI Jakarta*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firiana, Dewi Karina. 2016, *Sejarah TVRI*, Laporan Kuliah Kerja Profesi, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta.

¹ Asep Muhyidin, *Metode Pengembangan Dawkah*, Vol. 8, No. 2 Agustus 2014 (Bandung: Pustaka ADDIN).

- Huda, Sholihul. 2022. *Dakwah Digital Muhammadiyah Pola Baru Dakwah Era Disrupsi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Ihsani, Danil. 2017. *Peranan Lpp Tvri Riau Kepri Dalam Memperkenalkan Budaya Riau*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Ismail, A. Ilyas. 2018. *The True Dakwah Menggagas Paradigma Baru Dakwah Irama Milenial*. Jakarta: Kencana.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemah New Cordova*. Bandung: Syaamil Quran.
- Majid. Abdul, 2017, *Strategi Pembelajaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pradono, Abdurrahman Dan Arif. 2019. *Explore Sejarah Indonesia Jilid 3 Untuk SMA/MA Kelas XII*. Jawa Barat: Penerbit Duta.
- Suhandang, Kustadi. 2007. *Manajemen Pers Dakwah, Dari Perencanaan Hingga Pengeawasan*. Bandung: Marja. Syamaun.
- Syukri, 2007, *Dakwah Rasional*, Darussalam Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lestari. Puput Puji, 2020, *Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial, Jurnal Dakwah*, Vol. 21, No. 1. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Mardiana. Reza, *Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial*, Vol 10. No 02. Jurnal Komunida, Pare-Pare: Iain Pare-Pare, 2020.
- Asep Muhyidin, *Metode Pengembangan Dawkah*, Vol. 8, No. Bandung: Pustaka ADDIN, 2014).
- Ummah. Athik Hidayatul, 2020, *DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisk Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*, Vol 18, No. 1, Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram
- Kumparan. *Sejarah TVRI, Stasiun Televisi Pertama Indonesia yang Genap Berusia 58 Tahun*. Diakses Mei 31, 2023, dari <https://kumparan.com/berita-hari-ini/sejarah-tvri-stasiun-televisi-pertama-indonesia-yang-genap-berusia-58-tahun-1u3ulHq8EJn/2>.
- Muiz. Asep Faiz, *Strategi Dakwah*. Diakses April 29, 2023, dari <http://uchinfamiliar.blogspot.com/2009/04/strategidakwah-melaksanakan-instruksi.html>,
- Rizki, TVRI dan Aliansi Pecinta Serambi Islami Bersepakat Untuk Kebaikan Bersama, (Forum Konsultasi Publik LPP TVRI. Diakses Mei 06, 2023, dari https://tvri.go.id/newsdtl/TVRI-dan-Aliansi-Pecinta-Serambi-Islami-Bersepakat-Untuk-Kebaikan-Bersama-Forum-Konsultasi-Publik-LPP-TVRI/9so0y8FoNbcpr2yxZDcdBc-IjYQW_FsS070tMjrE8rc.
- TVRI Klik. https://tvri.go.id/newsdtl/TVRI-Klik/zWAeCJcnfXxK_-qQIXxKVLP_Qg9bGIFP1nyXytWa8CI diakses pada 05 Juni 2023
- Yusuf, Mochamad, Dkk. *Tantangan Dan Kendala Dakwah Di Era Digital*. Diakses Mei 04, 2023, dari <https://Kpi.lainkediri.Ac.Id/Tantangan-Dan-Kendala-Dakwah-Di-Era-Digital/>.