Indonesian Journal of Multidisciplinary Sciences (IJoMS)
Vol. 5 No. 2 2026, 1876-1889
E-ISSN: 2963-7635 | P-ISSN: 2986-2426
Publisher: CV. Era Digital Nusantara

Pesan Dakwah dalam Program Televisi Keagamaan dan Pengaruhnya terhadap Pemahaman Keislaman Masyarakat

Fadillah Ulfa, Cecilia Yurike Cahyani, Betha Meilika, Miswanti
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Email: cecilcahyani14@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History
Received : 06-06-2026
Revised : 12-07-2026
Accepted : 26-07-2026
Available Online: 12-08-2026
Published : 12-08-2026

Keywords
efek media; pemahaman keislaman; pesan dakwah; program keagamaan; televisi

DOI: 10.59066/ijoms.v5i2.2847

ABSTRACT

Program televisi keagamaan tetap menjadi salah satu sumber pembelajaran Islam yang mudah diakses masyarakat di tengah meningkatnya penggunaan media digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik pesan dakwah dalam program televisi keagamaan serta memahami kontribusinya terhadap pemahaman keislaman masyarakat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap tayangan keagamaan, wawancara mendalam dengan pemirsa Muslim yang secara rutin menyaksikan program tersebut, serta dokumentasi materi siaran. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan intensitas dan pengalaman menonton program televisi keagamaan. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Keabsahan data diperiksa menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam program televisi keagamaan disampaikan secara informatif, persuasif, dan edukatif dengan mengangkat materi akidah, ibadah, akhlak, serta muamalah yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Kejelasan bahasa, kredibilitas narasumber, relevansi tema, penggunaan contoh konkret, dan penyajian yang komunikatif memudahkan pemirsa memahami materi keislaman. Program tersebut turut membantu pemirsa menambah pengetahuan agama, memperbaiki pelaksanaan ibadah, membangun kesadaran berakhlak, dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial. Meskipun demikian, pemahaman pemirsa juga dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, intensitas menonton, kemampuan menyeleksi informasi, dan kesesuaian materi dengan kebutuhan mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program televisi keagamaan berkontribusi sebagai media pembelajaran Islam apabila pesan dakwah disampaikan secara jelas, kredibel, kontekstual, dan menarik.

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright© 2026 by Author. Published by CV. Era Digital Nusantara

Pendahuluan

Dakwah merupakan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan, menjelaskan, dan menginternalisasikan ajaran Islam dalam kehidupan individu maupun masyarakat. Dalam pelaksanaannya, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh keluasan pengetahuan pendakwah, tetapi juga oleh ketepatan pesan, metode penyampaian, karakteristik khalayak, dan media yang digunakan. Perkembangan teknologi komunikasi telah memperluas ruang dakwah dari kegiatan konvensional di masjid, majelis taklim, dan lembaga pendidikan menuju media massa yang mampu menjangkau masyarakat secara

serentak. Salah satu media yang memainkan peranan penting dalam perkembangan tersebut adalah televisi.

Televisi memiliki kekuatan komunikasi yang khas karena menggabungkan unsur suara, gambar bergerak, bahasa verbal, ekspresi, dan simbol visual dalam satu tayangan. Karakter audiovisual tersebut memungkinkan materi keagamaan disampaikan secara lebih konkret dan menarik dibandingkan media yang hanya mengandalkan teks atau suara. Melalui televisi, masyarakat dapat menyaksikan ceramah, dialog keagamaan, dokumenter Islami, sinetron religi, pembacaan Al-Qur'an, hingga konsultasi persoalan kehidupan berdasarkan perspektif Islam. Kemampuan menjangkau khalayak luas juga membuat televisi tetap relevan sebagai media pendidikan keagamaan, meskipun masyarakat saat ini semakin banyak menggunakan media sosial dan platform digital (Hkikmat & Firdaus, 2021).

Program televisi keagamaan pada dasarnya tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, pendidikan, dan pembentukan orientasi keagamaan masyarakat. Pesan dakwah yang disampaikan melalui program tersebut dapat mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Pesan akidah berhubungan dengan penguatan keyakinan kepada Allah dan prinsip-prinsip keimanan; pesan syariah memberikan pengetahuan mengenai ketentuan ibadah dan hubungan sosial; sedangkan pesan akhlak mengarahkan masyarakat pada pembentukan perilaku terpuji dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Apabila disampaikan secara jelas, argumentatif, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan khalayak, ketiga bentuk pesan tersebut berpotensi meningkatkan pengetahuan serta pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam.

Kehadiran program dakwah di televisi juga berhubungan dengan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi agama secara mudah. Tidak semua anggota masyarakat memiliki kesempatan mengikuti pengajian secara langsung atau menempuh pendidikan keagamaan formal. Kesibukan bekerja, jarak dari lembaga keagamaan, keterbatasan waktu, dan perbedaan latar belakang pendidikan dapat membatasi akses masyarakat terhadap sumber pembelajaran Islam. Dalam kondisi tersebut, program televisi keagamaan menjadi alternatif pembelajaran yang relatif mudah diakses dari rumah. Penelitian Muhyiddin (2022) menunjukkan bahwa pemirsa memilih program dakwah televisi karena beberapa motif, meliputi kebutuhan informasi, pembentukan identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Di antara motif tersebut, kebutuhan memperoleh informasi keagamaan dan hiburan menjadi alasan yang paling menonjol.

Meskipun demikian, kemampuan televisi menjangkau masyarakat secara luas tidak secara otomatis menjamin bahwa setiap program keagamaan mampu menghasilkan pemahaman Islam yang tepat. Efektivitas pesan dakwah dipengaruhi oleh kualitas isi, sistematika penyampaian, kredibilitas pendakwah, penggunaan bahasa, relevansi tema, durasi, dan intensitas khalayak dalam mengikuti program. Pesan yang terlalu normatif, abstrak, atau tidak dikaitkan dengan persoalan kehidupan sehari-hari dapat menyulitkan pemirsa dalam memahami dan menerapkannya. Sebaliknya, materi yang disampaikan melalui bahasa komunikatif, contoh konkret, argumentasi yang memadai, dan pendekatan yang sesuai dengan pengalaman masyarakat akan lebih mudah diterima dan diingat.

Persoalan lain muncul ketika program dakwah ditempatkan dalam struktur industri televisi yang berorientasi pada rating dan keuntungan komersial. Dalam situasi tersebut, pesan agama berisiko dikemas secara berlebihan sebagai tontonan. Unsur hiburan memang dapat menarik perhatian khalayak, tetapi dominasi hiburan dapat menyederhanakan persoalan agama yang sebenarnya kompleks. Ahmad (2018) mengkritisi kecenderungan

Indonesian Journal of Multidisciplinary Sciences (IJoMS)
Vol. 5 No. 2 2026, 1876-1889

dakwahtainment yang memadukan tuntunan dan tontonan, tetapi terkadang lebih menonjolkan kepentingan material, popularitas pendakwah, dan daya tarik acara daripada kedalaman substansi ajaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa program keagamaan perlu dinilai bukan hanya berdasarkan popularitasnya, melainkan juga berdasarkan kejelasan, akurasi, relevansi, dan pengaruh pesan yang disampaikan terhadap pemahaman masyarakat.

Televisi juga berperan dalam mengonstruksi realitas dan narasi keagamaan. Pemilihan tema, pendakwah, sumber rujukan, bentuk visual, dan sudut pandang tertentu dapat memengaruhi cara pemirsa memaknai Islam. Fauzy dan Jannah (2021) menjelaskan bahwa tayangan Islam di televisi merupakan bagian dari pembentukan narasi keagamaan dalam ruang publik. Dengan demikian, program keagamaan tidak bersifat netral karena mengandung proses seleksi dan pembingkaian terhadap ajaran serta praktik Islam. Ketika program lebih sering menampilkan persoalan ritual secara parsial, misalnya, masyarakat dapat memahami Islam terutama sebagai seperangkat kewajiban individual. Sebaliknya, apabila tayangan juga membahas persoalan etika sosial, kemanusiaan, toleransi, ekonomi, keluarga, dan tanggung jawab lingkungan, pemirsa berpeluang memperoleh pemahaman Islam yang lebih komprehensif.

Secara empiris, sejumlah penelitian telah memperlihatkan adanya hubungan antara tayangan keagamaan dan pemahaman pemirsa. Penelitian Azizi dan Anggrayni (2023) terhadap 83 warga di Kota Bogor menemukan bahwa tayangan program Islam Itu Indah berpengaruh terhadap pemahaman keagamaan masyarakat. Penelitian tersebut mengukur tayangan televisi berdasarkan durasi, intensitas, dan perhatian pemirsa, sedangkan pemahaman agama dilihat dari kemampuan mengerti, melaksanakan, dan membandingkan materi keagamaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi 0,003, sehingga terpaan tayangan keagamaan dinilai memiliki pengaruh terhadap pemahaman pemirsa (Azizi & Anggrayni, 2023).

Temuan tersebut memberikan bukti awal mengenai fungsi edukatif program televisi keagamaan. Namun, penelitian terdahulu masih menyisakan sejumlah ruang kajian. Pertama, sebagian penelitian lebih menekankan intensitas atau frekuensi menonton, sementara karakteristik substantif pesan dakwah belum dianalisis secara memadai. Padahal, frekuensi menonton tidak selalu menghasilkan pemahaman yang benar apabila materi yang disampaikan tidak jelas, tidak relevan, atau tidak didukung sumber keagamaan yang kredibel. Kedua, pemahaman keislaman sering kali diukur secara umum, tanpa membedakan pemahaman mengenai akidah, ibadah, akhlak, dan kehidupan sosial. Ketiga, kajian mengenai program dakwah televisi banyak menggunakan pendekatan deskriptif yang memetakan isi acara atau motif pemirsa, sedangkan pengujian empiris mengenai pengaruh kualitas pesan dakwah terhadap pemahaman keislaman masyarakat masih relatif terbatas.

Kesenjangan tersebut memperlihatkan perlunya penelitian yang menempatkan pesan dakwah sebagai variabel utama. Pesan dakwah dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai materi keagamaan yang ditayangkan, tetapi sebagai kesatuan isi komunikasi yang memiliki dimensi kejelasan, ketepatan sumber, relevansi, daya tarik penyajian, dan kemudahan untuk diterapkan. Sementara itu, pemahaman keislaman masyarakat dipahami sebagai kemampuan khalayak mengenali, menjelaskan, menafsirkan, dan menghubungkan ajaran Islam dengan situasi kehidupan sehari-hari. Pemahaman tersebut mencakup dimensi akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah sosial. Pengukuran multidimensional diperlukan agar pengaruh program televisi tidak direduksi hanya menjadi peningkatan pengetahuan faktual.

Hubungan kedua variabel tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif efek media dan pembelajaran sosial. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyediakan model simbolik yang dapat diamati, diingat, dan dijadikan rujukan oleh khalayak. Pada program televisi keagamaan, pendakwah bertindak sebagai komunikator sekaligus model yang menyampaikan pengetahuan, sikap, dan contoh perilaku keislaman. Pengaruh pesan akan semakin kuat ketika khalayak memberikan perhatian, memahami argumentasi yang disampaikan, mengingat materi, dan menganggap pesan tersebut relevan dengan kebutuhannya. Namun, khalayak tetap merupakan pihak aktif yang memilih program berdasarkan kebutuhan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan (Muhyiddin, 2022). Oleh sebab itu, pengaruh tayangan perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara kualitas pesan, pola terpaan media, karakteristik pemirsa, dan konteks sosialnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana karakteristik pesan dakwah yang disampaikan dalam program televisi keagamaan; bagaimana tingkat pemahaman keislaman masyarakat yang menonton program tersebut; dan apakah pesan dakwah dalam program televisi keagamaan berpengaruh secara signifikan terhadap pemahaman keislaman masyarakat? Penelitian ini bertujuan menganalisis isi dan karakteristik pesan dakwah, mengukur tingkat pemahaman keislaman masyarakat, serta menguji pengaruh pesan dakwah dalam program televisi keagamaan terhadap pemahaman keislaman pemirsa.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkuat kajian komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pesan dakwah dan efek kognitif media. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi stasiun televisi, produser, dan pendakwah dalam merancang program keagamaan yang tidak hanya menarik secara audiovisual, tetapi juga akurat, mendalam, kontekstual, dan edukatif. Dengan demikian, televisi dapat menjalankan fungsi dakwah dan pendidikan publik secara lebih bertanggung jawab di tengah kompetisi industri media.

Metode

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam karakteristik pesan dakwah yang disampaikan melalui program televisi keagamaan serta kontribusinya terhadap pemahaman keislaman masyarakat. Penelitian tidak diarahkan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan untuk menggali pengalaman, pandangan, interpretasi, dan perubahan pemahaman pemirsa setelah menyaksikan program televisi keagamaan. Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan bentuk penyampaian pesan dakwah, respons pemirsa, serta pemaknaan mereka terhadap materi akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah yang disajikan dalam program tersebut (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian ini bersifat naturalistik dan non-eksperimental karena peneliti tidak memberikan perlakuan maupun memanipulasi kebiasaan menonton informan. Data diperoleh berdasarkan pengalaman alami informan ketika menyaksikan dan memaknai program televisi keagamaan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap tayangan, wawancara mendalam dengan pemirsa, dan dokumentasi materi program. Oleh karena itu, istilah “kontribusi” dalam penelitian ini dimaknai sebagai peran pesan dakwah

dalam membentuk, memperluas, atau memperkuat pemahaman keislaman pemirsa berdasarkan pengalaman dan penuturan informan, bukan sebagai hubungan sebab-akibat yang diuji secara statistik.

Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif ini tidak menggunakan klasifikasi variabel independen dan dependen, tetapi menetapkan fokus penelitian sebagai batasan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Fokus utama penelitian adalah karakteristik pesan dakwah dalam program televisi keagamaan dan kontribusinya terhadap pemahaman keislaman masyarakat.

Kajian mengenai pesan dakwah mencakup: (1) kejelasan pesan, yaitu penggunaan bahasa dan sistematika penyampaian materi; (2) kredibilitas pesan, meliputi kompetensi pendakwah dan ketepatan sumber keagamaan yang digunakan; (3) relevansi pesan dengan kebutuhan dan persoalan kehidupan masyarakat; (4) daya tarik penyajian, seperti metode komunikasi, penggunaan contoh, dan dukungan unsur audiovisual; serta (5) penerimaan pemirsa terhadap pesan yang disampaikan.

Pemahaman keislaman masyarakat dikaji melalui kemampuan informan dalam menjelaskan, memaknai, dan menerapkan materi dakwah yang diperoleh dari program televisi keagamaan. Pemahaman tersebut mencakup aspek akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Penelitian juga menelusuri perubahan pengetahuan, sikap, kesadaran beragama, dan perilaku informan setelah menyaksikan program tersebut. Dengan demikian, kontribusi pesan dakwah dipahami berdasarkan pengalaman subjektif dan pemaknaan informan, bukan melalui pengujian hubungan sebab-akibat secara statistik.

Lokasi dan Informan Penelitian

Penelitian dilaksanakan di daerah Bengkulu. Lokasi tersebut dipilih karena terdapat masyarakat yang masih menjadikan program televisi keagamaan sebagai salah satu sumber informasi dan pembelajaran Islam.

Informan penelitian adalah masyarakat Muslim yang memiliki pengalaman menyaksikan program televisi keagamaan. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kesesuaian karakteristik dan pengalaman mereka dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi: (1) beragama Islam; (2) berusia minimal 17 tahun; (3) berdomisili di wilayah penelitian; (4) pernah menyaksikan program televisi keagamaan secara rutin selama tiga bulan terakhir; (5) mampu menceritakan pengalaman dan pemahamannya secara terbuka; serta (6) bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Penelitian ini melibatkan sebanyak 10 informan utama. Penelitian juga dapat melibatkan informan pendukung, seperti tokoh agama, akademisi bidang komunikasi dan penyiaran Islam, pengelola program, atau anggota keluarga yang mengetahui kebiasaan menonton informan. Jumlah informan tidak ditentukan berdasarkan perhitungan statistik, tetapi berdasarkan prinsip kecukupan dan kejenuhan data. Pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi menghasilkan tema-tema baru.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan beberapa teknik tersebut bertujuan memperoleh pemahaman yang utuh mengenai karakteristik pesan dakwah dan pemaknaan masyarakat terhadap program televisi keagamaan.

Wawancara mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang dikembangkan berdasarkan fokus penelitian. Pertanyaan wawancara mencakup program keagamaan yang disaksikan, alasan memilih program, frekuensi menonton, penilaian terhadap pendakwah, kejelasan dan relevansi materi, serta pengalaman informan dalam memahami dan menerapkan pesan keagamaan.

Wawancara juga digunakan untuk menggali perubahan yang dirasakan informan dalam aspek akidah, pelaksanaan ibadah, perilaku akhlak, dan hubungan sosial setelah menyaksikan program televisi keagamaan. Format semi-terstruktur memungkinkan peneliti mengembangkan pertanyaan lanjutan sesuai dengan jawaban dan pengalaman masing-masing informan.

Wawancara dilakukan secara langsung atau melalui media komunikasi daring sesuai dengan kondisi informan. Dengan persetujuan informan, percakapan direkam dan kemudian ditranskripsikan secara verbatim untuk menjaga ketepatan data.

Observasi

Observasi dilakukan terhadap beberapa episode program televisi keagamaan yang sering disaksikan oleh informan. Peneliti mengamati tema dakwah, cara penyampaian materi, bahasa yang digunakan, sumber keagamaan yang dirujuk, metode komunikasi pendakwah, penggunaan contoh, interaksi dalam acara, dan unsur audiovisual yang mendukung penyampaian pesan.

Observasi dilakukan secara nonpartisipatif karena peneliti tidak terlibat dalam produksi maupun penyajian program. Hasil pengamatan dicatat dalam lembar observasi dan catatan lapangan untuk dibandingkan dengan keterangan yang diperoleh melalui wawancara.

Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung mengenai program televisi keagamaan yang menjadi objek penelitian. Dokumen yang dikumpulkan meliputi rekaman atau cuplikan tayangan, transkrip materi dakwah, nama program, stasiun televisi, jadwal penayangan, tema episode, profil pendakwah, dan informasi lain yang relevan.

Dokumentasi digunakan untuk mengidentifikasi konsistensi antara materi yang ditayangkan dan pengalaman yang disampaikan informan. Data dokumentasi juga membantu peneliti memahami konteks produksi dan penyajian pesan dakwah.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama yang berperan dalam menentukan informan, mengumpulkan data, melakukan interpretasi, dan menarik kesimpulan. Peneliti berinteraksi secara langsung dengan informan dan objek penelitian untuk memahami pengalaman serta pemaknaan mereka secara mendalam.

Untuk membantu proses pengumpulan data, peneliti menggunakan instrumen pendukung berupa pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, alat perekam suara, catatan lapangan, dan format dokumentasi. Pedoman wawancara terlebih dahulu dikonsultasikan dengan ahli komunikasi dan penyiaran Islam atau ahli studi Islam untuk memastikan kesesuaian pertanyaan dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara kualitatif menggunakan model analisis interaktif yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2014). Analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data dimulai hingga penelitian selesai.

1. Kondensasi data

Pada tahap ini, peneliti membaca kembali transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen penelitian secara menyeluruh. Data yang relevan dengan fokus penelitian diberi kode, dikelompokkan, dan disederhanakan. Pengodean diarahkan pada tema-tema seperti kejelasan pesan, kredibilitas pendakwah, relevansi materi, daya tarik penyajian, pengalaman menonton, pemahaman keagamaan, perubahan sikap, dan penerapan pesan dakwah.

2. Penyajian data

Data yang telah dikelompokkan disajikan dalam bentuk uraian naratif, matriks tematik, dan kutipan langsung dari informan. Penyajian tersebut digunakan untuk memperlihatkan pola, persamaan, perbedaan, dan hubungan antartema. Identitas informan disamarkan menggunakan kode, seperti I-1, I-2, dan seterusnya.

3. Penarikan dan verifikasi kesimpulan

Kesimpulan dirumuskan berdasarkan pola dan tema yang ditemukan selama proses analisis. Kesimpulan sementara terus diperiksa melalui perbandingan antarinforman, catatan observasi, serta dokumen program televisi. Verifikasi dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan benar-benar didukung oleh data empiris dan tidak hanya didasarkan pada asumsi peneliti.

Penelitian ini tidak menggunakan korelasi, regresi, pengujian hipotesis, maupun nilai signifikansi statistik. Kontribusi pesan dakwah terhadap pemahaman keislaman ditafsirkan berdasarkan pengalaman, penjelasan, dan perubahan yang dirasakan informan setelah menyaksikan program televisi keagamaan.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui uji kredibilitas, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian. Kredibilitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari informan utama, informan pendukung, dan sumber dokumentasi. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Peneliti juga melakukan *member checking* dengan meminta informan memeriksa kembali ringkasan hasil wawancara atau interpretasi peneliti. Langkah tersebut bertujuan memastikan bahwa data dan penafsiran yang disusun sesuai dengan pengalaman serta maksud informan. Selain itu, peneliti menyimpan transkrip, catatan lapangan, hasil pengodean, dan dokumen analisis sebagai jejak audit penelitian.

Etika Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip kesukarelaan, persetujuan, kerahasiaan, dan penghormatan terhadap hak informan. Sebelum wawancara dilakukan, informan memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian, prosedur pengumpulan data, manfaat penelitian, penggunaan alat perekam, serta hak untuk menolak menjawab pertanyaan atau menghentikan partisipasi kapan saja tanpa konsekuensi.

Persetujuan informan diperoleh melalui lembar persetujuan

Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah variabel independen dan dependen, tetapi menetapkan fokus penelitian sebagai batasan dalam pengumpulan dan analisis data. Fokus penelitian ini adalah pesan dakwah dalam program televisi keagamaan dan kontribusinya terhadap pemahaman keislaman masyarakat.

Kajian mengenai pesan dakwah diarahkan pada lima aspek utama, yaitu: (1) kejelasan pesan, meliputi penggunaan bahasa, sistematika penyampaian, dan kemudahan materi untuk dipahami; (2) kredibilitas pesan, berkaitan dengan keakuratan sumber, dasar keagamaan yang digunakan, serta kompetensi pendakwah; (3) relevansi pesan, yaitu kesesuaian materi dengan kebutuhan dan persoalan kehidupan masyarakat; (4) daya tarik penyajian, meliputi metode komunikasi, penggunaan contoh, gaya penyampaian, dan dukungan unsur audiovisual; serta (5) penerimaan pesan oleh pemirsa, yang mencakup perhatian, respons, pemaknaan, dan pengalaman pemirsa ketika menyaksikan program televisi keagamaan.

Pemahaman keislaman masyarakat dikaji berdasarkan kemampuan informan dalam mengenali, menjelaskan, memaknai, menghubungkan, dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman tersebut mencakup empat aspek, yaitu: (1) akidah; (2) ibadah; (3) akhlak; dan (4) muamalah atau kehidupan sosial. Pemahaman keislaman tidak hanya dilihat dari kemampuan informan mengingat informasi keagamaan, tetapi juga dari cara mereka menjelaskan makna pesan, membedakan tindakan yang sesuai dan tidak sesuai dengan ajaran Islam, serta menerapkan materi dakwah dalam menghadapi persoalan kehidupan.

Hasil dan Diskusi

Karakteristik Pesan Dakwah dalam Program Televisi Keagamaan

Berdasarkan hasil observasi tayangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, ditemukan bahwa pesan dakwah dalam program televisi keagamaan memiliki lima karakteristik utama, yaitu kejelasan bahasa, kredibilitas pendakwah, relevansi materi, daya tarik penyajian, dan penggunaan unsur audiovisual. Kelima karakteristik tersebut saling berhubungan dalam membentuk penerimaan dan pemaknaan pesan oleh pemirsa.

Informan umumnya lebih mudah memahami materi dakwah ketika pendakwah menggunakan bahasa sederhana, menyampaikan pembahasan secara sistematis, dan menjelaskan istilah keagamaan yang berasal dari bahasa Arab. Penggunaan contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti persoalan keluarga, pergaulan, pekerjaan, penggunaan media sosial, serta pelaksanaan ibadah, membantu informan menghubungkan ajaran Islam dengan pengalaman konkretnya. Sebaliknya, materi yang disampaikan terlalu cepat, menggunakan istilah teknis tanpa penjelasan, atau berpindah-pindah topik cenderung menimbulkan kebingungan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kejelasan pesan tidak hanya ditentukan oleh kesederhanaan bahasa, tetapi juga oleh struktur penyampaian. Materi yang dimulai dengan pengenalan masalah, dilanjutkan dengan penjelasan dalil, pemberian contoh, dan kesimpulan praktis lebih mudah diingat oleh pemirsa. Dalam komunikasi dakwah, pesan perlu disesuaikan dengan kemampuan, latar belakang, dan kebutuhan khalayak agar makna keagamaan dapat diterima secara tepat (Ilaihi, 2010).

Kredibilitas pendakwah juga menjadi pertimbangan penting bagi informan. Pendakwah dipandang kredibel ketika memiliki latar belakang keilmuan yang jelas, mampu menyebutkan sumber ayat atau hadis secara tepat, memberikan penjelasan yang konsisten,

Indonesian Journal of Multidisciplinary Sciences (IJoMS)
Vol. 5 No. 2 2026, 1876-1889

dan tidak mudah menyalahkan pandangan yang berbeda. Informan tidak hanya mempertimbangkan popularitas pendakwah, tetapi juga memperhatikan ketepatan argumentasi dan kesesuaian materi dengan ajaran Islam.

Temuan ini memperlihatkan bahwa penampilan komunikatif dan popularitas belum cukup untuk membangun kepercayaan pemirsa. Kredibilitas sumber terbentuk melalui persepsi terhadap kompetensi, integritas, dan keterpercayaan komunikator. Komunikator yang dianggap ahli dan dapat dipercaya memiliki peluang lebih besar untuk memengaruhi penerimaan pesan khalayak (Hovland et al., 1953). Dalam konteks dakwah televisi, kredibilitas tersebut perlu didukung oleh ketepatan penggunaan sumber agama dan kemampuan menjelaskan adanya perbedaan pendapat secara proporsional.

Pemaknaan Pesan Dakwah oleh Pemirsa

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemirsa tidak menerima pesan dakwah secara pasif. Informan memilih program berdasarkan tema, pendakwah, waktu penayangan, gaya penyampaian, dan keterkaitan materi dengan persoalan yang sedang mereka hadapi. Sebagian informan menonton program keagamaan untuk memperoleh pengetahuan agama, sedangkan informan lainnya menjadikannya sebagai sumber motivasi, penguatan spiritual, hiburan bernuansa religius, atau bahan pembicaraan bersama keluarga.

Pemirsa juga melakukan seleksi terhadap pesan yang diterimanya. Materi yang dianggap sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya cenderung diterima secara langsung. Sementara itu, pesan yang berkaitan dengan persoalan hukum Islam, perbedaan mazhab, atau praktik ibadah tertentu biasanya dibandingkan dengan penjelasan ustaz lain, buku agama, media digital, atau pandangan tokoh agama di lingkungan informan. Hal ini menunjukkan bahwa pemaknaan pesan dipengaruhi oleh pengetahuan awal, pengalaman keagamaan, lingkungan sosial, dan kemampuan literasi media setiap pemirsa.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui teori uses and gratifications, yang menempatkan khalayak sebagai pihak aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Katz et al., 1973). Pemirsa tidak semata-mata terpapar oleh program keagamaan, tetapi mempunyai motif tertentu ketika memilih tayangan. Kebutuhan memperoleh informasi agama, penguatan identitas, ketenangan emosional, interaksi sosial, dan hiburan dapat menentukan program yang dipilih serta kedalaman perhatian yang diberikan.

Muhyiddin (2022) juga menemukan bahwa kebutuhan informasi dan hiburan menjadi motif penting masyarakat dalam menyaksikan program dakwah televisi. Dengan demikian, kontribusi program terhadap pemahaman keislaman menjadi lebih kuat ketika materi yang disajikan mampu menjawab kebutuhan aktual pemirsa. Relevansi tema membuat khalayak merasa bahwa ajaran Islam tidak hanya membahas persoalan normatif, tetapi juga memberikan pedoman untuk menghadapi kehidupan sehari-hari.

Kontribusi Pesan Dakwah terhadap Pemahaman Keislaman Masyarakat

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa program televisi keagamaan berkontribusi terhadap pemahaman keislaman masyarakat melalui tiga proses, yaitu menambah pengetahuan agama, memperjelas pemahaman yang telah dimiliki, dan mendorong penerapan ajaran Islam. Kontribusi tersebut ditemukan pada aspek akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah, meskipun kedalamannya berbeda pada setiap informan.

Pemahaman Akidah

Pada aspek akidah, tayangan keagamaan membantu informan memahami makna keimanan, tawakal, syukur, sabar, dan hubungan manusia dengan Allah. Materi yang dikaitkan dengan persoalan kehidupan membuat konsep akidah yang bersifat abstrak menjadi lebih mudah dipahami. Informan tidak hanya memaknai tawakal sebagai sikap menyerahkan diri kepada Allah, tetapi juga menghubungkannya dengan kewajiban berusaha dan menerima hasil secara proporsional.

Meskipun demikian, perubahan pada aspek akidah lebih banyak berlangsung dalam bentuk penguatan terhadap keyakinan yang sebelumnya telah dimiliki. Program televisi berfungsi sebagai sumber peneguhan dan pengingat, bukan sebagai satu-satunya sumber pembentukan keyakinan. Latar belakang keluarga, pendidikan agama, lingkungan sosial, dan pengalaman spiritual tetap memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman akidah informan.

Pemahaman Ibadah

Kontribusi yang paling mudah dikenali terdapat pada aspek ibadah. Tayangan yang menampilkan penjelasan dan contoh praktik membantu informan memahami tata cara salat, wudu, puasa, zakat, membaca Al-Qur'an, dan ibadah lainnya. Unsur audiovisual memungkinkan pemirsa tidak hanya mendengar penjelasan, tetapi juga mengamati tahapan praktik secara langsung.

Hasil ini memperlihatkan keunggulan televisi sebagai media pembelajaran audiovisual. Kombinasi suara, gambar, teks ayat, ilustrasi, dan demonstrasi dapat membantu khalayak mengorganisasikan informasi keagamaan secara lebih konkret. Tayangan audiovisual dapat mendukung pemrosesan informasi melalui saluran verbal dan visual sehingga materi lebih mudah dipahami apabila kedua unsur tersebut disusun secara relevan dan tidak berlebihan (Mayer, 2021).

Temuan penelitian sejalan dengan Azizi dan Anggrayni (2023), yang menunjukkan adanya hubungan antara tayangan program Islam Itu Indah dan pemahaman keagamaan masyarakat di Kota Bogor. Namun, penelitian ini memperlihatkan bahwa penerimaan pesan tidak hanya ditentukan oleh intensitas menonton. Kejelasan penjelasan, ketepatan contoh, kredibilitas pendakwah, dan kesesuaian materi dengan kebutuhan pemirsa juga menentukan bagaimana pesan dipahami dan diterapkan.

Pemahaman Akhlak

Pada aspek akhlak, pesan dakwah berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran informan mengenai pentingnya menjaga perkataan, menghormati orang tua, memaafkan, bersabar, menolong sesama, menghindari prasangka, dan menggunakan media sosial secara bertanggung jawab. Sejumlah materi tidak selalu memberikan pengetahuan baru, tetapi mengingatkan kembali informan terhadap nilai-nilai Islam yang telah diketahui namun belum konsisten dilaksanakan.

Temuan tersebut memperlihatkan perbedaan antara mengetahui dan mengamalkan pesan agama. Pemahaman keislaman tidak berhenti pada kemampuan menjelaskan konsep, tetapi mencakup proses refleksi dan penerapan dalam perilaku. Program televisi dapat memunculkan kesadaran dan motivasi, tetapi konsistensi penerapannya dipengaruhi oleh kebiasaan, lingkungan sosial, dukungan keluarga, dan komitmen personal.

Indonesian Journal of Multidisciplinary Sciences (IJoMS)
Vol. 5 No. 2 2026, 1876-1889

Pemahaman Muamalah

Pada aspek muamalah, informan memperoleh pemahaman mengenai hubungan sosial, etika bekerja, transaksi ekonomi, kehidupan keluarga, tanggung jawab bertetangga, dan penggunaan media digital. Materi yang membahas persoalan aktual dinilai lebih menarik karena memberikan jawaban terhadap situasi yang benar-benar dialami masyarakat.

Akan tetapi, hasil observasi menunjukkan bahwa pembahasan ibadah ritual masih cenderung lebih dominan dibandingkan persoalan muamalah dan akhlak sosial. Kondisi tersebut berpotensi membuat peningkatan pemahaman pemirsa terkonsentrasi pada praktik ritual. Padahal, ajaran Islam juga mengatur hubungan sosial, ekonomi, keluarga, lingkungan, toleransi, dan tanggung jawab publik.

Televisi tidak hanya menyalurkan informasi keagamaan, tetapi juga memilih, menyusun, dan membingkai narasi Islam yang disampaikan kepada masyarakat. Pemilihan tema dan narasumber dapat menyebabkan dimensi ajaran tertentu lebih sering ditampilkan daripada dimensi lainnya. Tayangan Islam di televisi menjadi bagian dari proses konstruksi narasi agama di ruang publik (Fauzy & Jannah, 2021). Oleh karena itu, keseimbangan materi perlu diperhatikan agar pemahaman keislaman pemirsa tidak terbatas pada aspek ritual.

Peran Kejelasan, Kredibilitas, dan Relevansi Pesan

Analisis data menunjukkan bahwa kontribusi program televisi keagamaan terhadap pemahaman pemirsa terutama ditentukan oleh tiga unsur, yaitu kejelasan, kredibilitas, dan relevansi. Kejelasan membantu pemirsa mengenali inti pembahasan, kredibilitas membangun kepercayaan terhadap materi, sedangkan relevansi memungkinkan pemirsa menghubungkan pesan dengan kebutuhan kehidupannya.

Ketiga unsur tersebut tidak dapat dipisahkan. Pesan yang jelas tetapi tidak didukung sumber yang dapat dipercaya berisiko menghasilkan pemahaman yang keliru. Sebaliknya, materi yang bersumber dari pendakwah kompeten belum tentu dipahami apabila disampaikan dengan bahasa yang terlalu teknis. Pesan yang benar dan jelas juga berpotensi diabaikan apabila tidak dikaitkan dengan persoalan yang dianggap penting oleh pemirsa.

Daya tarik penyajian berfungsi sebagai pintu masuk untuk mempertahankan perhatian khalayak. Humor, dialog interaktif, cerita inspiratif, ilustrasi, dan visual pendukung membuat tayangan lebih mudah diikuti. Meskipun demikian, daya tarik penyajian tidak selalu menjamin kedalaman pemahaman. Informan dapat mengingat humor atau penampilan pendakwah, tetapi tidak selalu mampu menjelaskan kembali substansi materi.

Temuan tersebut mendukung kritik terhadap fenomena dakwahtainment. Penggabungan dakwah dan hiburan dapat memperluas jangkauan pesan, tetapi juga berisiko menjadikan agama sebagai komoditas ketika pertimbangan popularitas dan rating lebih dominan daripada substansi pendidikan (Ahmad, 2018). Unsur hiburan seharusnya mendukung penyampaian ajaran, bukan menggantikan ketepatan sumber, kedalaman argumentasi, dan tujuan edukatif program.

Faktor yang Memengaruhi Perbedaan Pemahaman Pemirsa

Kontribusi pesan dakwah tidak berlangsung secara seragam pada seluruh informan. Penelitian menemukan beberapa faktor yang memengaruhi perbedaan pemahaman, yaitu latar belakang pendidikan, pengalaman belajar agama, intensitas menonton, perhatian

selama menyaksikan tayangan, kebutuhan informasi, lingkungan keluarga, dan kebiasaan memeriksa kembali sumber pesan.

Informan yang memiliki pengetahuan agama sebelumnya lebih mampu memahami istilah, menilai dasar argumentasi, dan membandingkan pandangan yang disampaikan pendakwah. Sebaliknya, pemirsa dengan pengetahuan agama terbatas cenderung menerima penjelasan secara langsung tanpa melakukan verifikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa televisi dapat menjadi sumber pembelajaran yang mudah diakses, tetapi tidak selalu cukup untuk menjelaskan persoalan agama yang kompleks.

Intensitas menonton juga tidak secara otomatis menghasilkan pemahaman yang mendalam. Informan yang sering menonton sambil melakukan kegiatan lain belum tentu dapat mengingat dan menjelaskan materi dengan baik. Sebaliknya, pemirsa yang menonton secara selektif dan penuh perhatian dapat memperoleh pemahaman lebih kuat meskipun frekuensi menontonnya lebih rendah. Dengan demikian, kualitas keterlibatan pemirsa lebih penting daripada frekuensi menonton semata.

Temuan tersebut menegaskan bahwa efek media dipengaruhi oleh interaksi antara karakteristik pesan dan kondisi khalayak. Pemirsa membawa pengetahuan, pengalaman, keyakinan, kebutuhan, dan lingkungan sosial ke dalam proses penerimaan pesan. Karena itu, hubungan antara tayangan keagamaan dan pemahaman keislaman tidak bersifat langsung, tunggal, atau seragam.

Implikasi Temuan Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa khalayak merupakan pihak aktif dalam proses komunikasi. Pemahaman keislaman tidak terbentuk hanya karena seseorang terpapar tayangan keagamaan, tetapi melalui proses memilih, memperhatikan, menafsirkan, membandingkan, dan menerapkan pesan. Karakteristik pesan dan keterlibatan khalayak secara bersama-sama menentukan makna yang terbentuk.

Secara praktis, pengelola program televisi keagamaan perlu melibatkan ahli agama dan tenaga profesional penyiaran dalam perencanaan materi. Setiap episode sebaiknya memiliki tujuan pembelajaran yang jelas, menggunakan sumber yang dapat diverifikasi, membedakan antara dalil, perbedaan pendapat, dan pandangan pribadi, serta menggunakan bahasa yang sesuai dengan karakteristik pemirsa.

Pengelola program juga perlu memperluas cakupan materi dari persoalan ibadah ritual menuju isu keluarga, etika digital, ekonomi, lingkungan, toleransi, kesehatan mental, dan tanggung jawab sosial. Unsur hiburan tetap dapat digunakan untuk meningkatkan perhatian, tetapi perlu ditempatkan sebagai pendukung substansi dakwah. Selain itu, informasi mengenai sumber ayat, hadis, atau literatur keislaman sebaiknya ditampilkan agar pemirsa dapat melakukan verifikasi dan mempelajari materi lebih lanjut.

Kesimpulan

Pesan dakwah dalam program televisi keagamaan berkontribusi terhadap pembentukan dan penguatan pemahaman keislaman masyarakat. Kontribusi tersebut terlihat dari bertambahnya pengetahuan, semakin jelasnya pemahaman, serta munculnya dorongan untuk menerapkan ajaran Islam dalam aspek akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Pesan yang menggunakan bahasa sederhana, bersumber dari pendakwah yang kredibel, relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan disajikan secara komunikatif lebih mudah diterima dan dimaknai oleh pemirsa.

Pemirsa tidak menerima pesan dakwah secara pasif, tetapi memilih, menafsirkan, membandingkan, dan menghubungkannya dengan pengetahuan serta pengalaman keagamaan yang telah dimiliki. Oleh karena itu, pemaknaan pesan tidak berlangsung secara seragam, melainkan dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, pengalaman belajar agama, kebutuhan informasi, perhatian ketika menonton, lingkungan sosial, dan kemampuan memeriksa kembali sumber pesan. Televisi dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran keagamaan yang dapat memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan Islam.

Pengelola program televisi keagamaan disarankan meningkatkan ketepatan sumber, kedalaman materi, kompetensi pendakwah, dan keseimbangan antara fungsi edukasi dan hiburan. Materi dakwah perlu dikembangkan secara lebih kontekstual dengan mencakup persoalan keluarga, ekonomi, toleransi, lingkungan, kesehatan mental, tanggung jawab sosial, dan etika digital. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan studi kasus, analisis resepsi, atau etnografi khalayak dengan melibatkan konteks sosial dan wilayah yang berbeda. Penelitian lanjutan juga dapat membandingkan penerimaan pesan dakwah melalui televisi dan platform digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perubahan pola pembelajaran agama masyarakat.

Deklarasi

Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Artifisial

Penulis menggunakan perangkat kecerdasan artifisial generatif hanya untuk membantu penyempurnaan bahasa, perbaikan tata bahasa, dan pengorganisasian naskah. Perangkat tersebut tidak digunakan untuk menghasilkan data penelitian, menganalisis data, menafsirkan temuan, atau menyusun kesimpulan ilmiah. Seluruh konten yang dibantu oleh kecerdasan artifisial telah diperiksa, diverifikasi, dan disunting kembali oleh para penulis. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas keakuratan, orisinalitas, dan integritas naskah.

Kontribusi Penulis

Cecilia Yurike Cahyani berkontribusi dalam konseptualisasi, penyusunan metodologi, pelaksanaan penelitian, pengumpulan dan analisis data, serta penulisan draf awal. Betha Meilika berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, kajian literatur, serta peninjauan dan penyuntingan naskah. Miswanti berkontribusi dalam konseptualisasi, supervisi, validasi, serta peninjauan dan penyuntingan naskah. Fadillah Ulfa berkontribusi dalam penyusunan metodologi, interpretasi data, validasi, serta peninjauan dan penyuntingan naskah. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah serta bertanggung jawab atas seluruh aspek penelitian.

Pernyataan Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga pendanaan pada sektor pemerintah, komersial, maupun organisasi nirlaba. Seluruh proses penelitian dilaksanakan menggunakan sumber daya mandiri para penulis.

Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan finansial, profesional, maupun pribadi yang dapat memengaruhi proses penelitian, interpretasi temuan, atau publikasi naskah ini.

Referensi

Ahmad, N. (2018). Rekonstruksi dakwahtainment sebagai media dakwah. *Jurnal Dakwah, 19*(2), 113–134. https://doi.org/10.14421/jd.2018.19201

Ahmad, N. (2018). Rekonstruksi *dakwahtainment* sebagai media dakwah. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah, 19*(2), 113–134. https://doi.org/10.14421/jd.2018.19201

Azizi, M. Z., & Anggrayni, D. (2023). Pengaruh tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah, 7*(2), 29–40. https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.10174

Azizi, M. Z., & Anggrayni, D. A. (2023). Pengaruh tayangan televisi program acara Islam Itu Indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah, 7*(2), 29–40. https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.10174

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Fauzy, F. I., & Jannah, A. N. (2021). Islamic on screen: Religious narrative on Indonesia's television. *Studia Islamika, 28*(2), 473–481. https://doi.org/10.36712/sdi.v28i2.22205

Fauzy, F. I., & Jannah, A. N. (2021). Islamic on screen: Religious narrative on Indonesia's television. *Studia Islamika, 28*(2), 473–481. https://doi.org/10.36712/sdi.v28i2.22205

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hkikmat, M. M., & Firdaus, D. (2021). The existence of religious programmes in analog platform: A case study in broadcast media in West Java, Indonesia. *Al-Tsaqafa: Jurnal Ilmiah Peradaban Islam, 18*(2), 148–162. https://doi.org/10.15575/al-tsaqafa.v18i2.14509

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.

Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523. https://doi.org/10.1086/268109

Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781316941355

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Muhyiddin, A. S. (2022). Motif pemirsa program dakwah di televisi: Analisis *uses and gratification* pada masyarakat Desa Kebondalem Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Jurnal An-Nida, 14*(1), 7–18.

Muhyiddin, A. S. (2022). Motif pemirsa program dakwah di televisi: Analisis *uses and gratification* pada masyarakat Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. *Jurnal An-Nida, 14*(1), 7–20.