



**PENGARUH SAJIAN PROGRAM “ISLAM ITU INDAH” TERHADAP  
PERUBAHAN SIKAP PEMIRSA TRANS TV  
(Studi kasus di RT 013/RW 003 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang  
Prapatan, Jakarta Selatan)**

**Abdullah Jihad Al Akbar<sup>1✉</sup> Mulkanasir<sup>2</sup> Hermawati<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

E-mail: [jihadakbaruno@gmail.com](mailto:jihadakbaruno@gmail.com)<sup>1✉</sup>, [mulkanasir@uinjkt.ac.id](mailto:mulkanasir@uinjkt.ac.id)<sup>2</sup>, [hermawati@uinjkt.ac.id](mailto:hermawati@uinjkt.ac.id)<sup>3</sup>

---

**Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh sajian program “Islam Itu Indah” terhadap perubahan sikap pemirsa Trans TV. Metode dalam penelitian ini bersifat dekriptif kuantitatif dengan analitis *case study* (studi kasus) serta *field research* (penelitian lapangan). Adapun pengambilan teknik sampel menggunakan *purposive sampling*, yakni diambil dari populasi yang ada di RT 013/RW 003 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan. Adapun penelitian penulis menunjukkan hasil bahwa sajian program “Islam Itu Indah” Trans TV tidak membawa pengaruh pada perubahan perilaku masyarakat RT 013/RW 003 Kelurahan Pela Mampang. Namun secara substansial, sajian program “Islam Itu Indah” dapat diterima oleh mereka sekaligus menyadarkan untuk melakukan tindakan yang positif dalam bingkai *amar ma'ruf nahi munkar* secara bertahap, sesuai dengan tingkat pemahaman ajaran Islam yang dianutnya.

**Kata Kunci:** Pengaruh, “Islam Itu Indah”, Sikap Pemirsa, Trans Tv

**Abstract**

This study aims to determine the effect of the presentation of the program "Islam is Beautiful" on changes in the attitude of Trans TV viewers. The method in this study is quantitative descriptive with analytical case studies (case studies) and field research (field research). The sampling technique used purposive sampling, which was taken from the population in RT 013/RW 003 Pela Mampang Village, Mampang Prapatan District. As for the author's research, it shows that Trans TV's presentation of the program "Islam is Beautiful" has no effect on changing the behavior of the people of RT 013/RW 003 Pela Mampang Village. But more importantly, they can embrace the presentation of the program "Islam is Beautiful" and learn to gradually conduct good actions within the framework of *amar ma'ruf nahi munkar*, according to the level of comprehension of the Islamic teachings they follow.

**Keywords:** *The Influence of Serving Beautiful Islamic Programs, Viewer's Attitude, Trans-Tv.*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin maraknya dakwah islamiyah di Indonesia, dan semakin menjamurnya stasiun swasta nasional yang menayangkan format siaran dakwah pagi (kuliah subuh), sangat dirasakan manfaatnya oleh sebagian pemirsa. Kehadiran stasiun-stasiun Tv swasta nasional di Indonesia diantaranya: Antevision, SCTV, TPI, Trans Tv, Indosiar dan lain-lain oleh sebagian besar umat Islam disambut penuh antusiasme.

Kehadiran siaran dakwah pagi hari sebagai penyejuk Imani umat Islam Indonesia melalui pemanfaatan teknologi informasi audio-visual (televisi), patut kita syukuri adanya. Kehadiran televisi swasta nasional itu sedikit banyak telah memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dakwah islamiyah di Indonesia, sehingga diharapkan terjadi perubahan sikap pada masyarakat yang sesuai dengan ajaran Islam. Karena seluruh perubahan baik ekonomi, politik, sosial, maupun budaya lokal yang berlangsung di tengah masyarakat kini karena jasa media informasi (Hubsby: 1995-87-91). Namun di sisi lain, bahwa stasiun-stasiun TV Indonesia untuk saat ini belum efektif dalam berperan sebagai komunikator pesan islam dikarenakan semua program TV yang ada dirancang sebagai sumber informasi dan hiburan, bukanya dirancang untuk program yang terikat kepada nilai-nilai agama.

Di tengah arus perubahan masyarakat, akselerasi perkembangan dunia di era globalisasi yang serba cepat dan canggih itu, tidak bisa tidak, dakwah keislaman harus dapat mengemas fungsi serta peran perangkat dakwah melalui pemanfaatan teknologi-informasi dan komunikasi yang serba canggih itu. Dengan menggunakan perangkat-perangkat demikian, agaknya dakwah Islamiyah akan lebih efektif dan efisien, selain akan lebih luas jangkauannya. Permasalahan yaitu bagaimana sikap kita dalam memanfaatkan secara optimal segenap kecanggihan teknologi komunikasi tersebut. Kita juga harus mengakui bahwa ketika alat komunikasi massa berkembang secara teknologi, kita juga harus memodifikasi teknologi, metodologi, dan media dakwah kita. Kegiatan dakwah menjadi tantangan untuk tumbuh jika tidak ada kesesuaian antara media dakwah dengan banyak domain teknologi dan teknologi komunikasi.

Dengan demikian, terbukti bahwa televisi merupakan alat strategis bagi segala upaya untuk memajukan pembangunan mental, spiritual, dan moral masyarakat. Dengan segala kemajuannya televisi memiliki banyak kecanggihan teknologi yang dapat digunakan sebaik-baiknya untuk menstimulasi masyarakat mempelajari ajaran agamanya secara lebih mendalam. Program lain seperti film, musik, atau sinetron lainnya juga bisa menunjukkan komitmen televisi swasta terhadap dakwah Islam.

Dakwah Islam dapat dilakukan melalui berbagai inisiatif asalkan mematuhi kode etik dakwah. Karena usianya yang masih muda dan kontribusinya terhadap dakwah Islam, televisi swasta masih bisa berkembang di masa depan. Namun semua itu tidak akan terjadi sampai para ulama, tokoh agama, budayawan, artis, dan musisi muslim berpartisipasi aktif dalam media massa yang ada sebagai alternatif dakwah yang efektif.

Dalam buku *Mencari solusi Dakwah Efektif di Televisi*, Dedy Djamiluddin Malik (2000:87-91) mengatakan bahwa "Tak bisa dibantah, televisi punya banyak keunggulan

dibandingkan jenis media massa yang lainnya." *Pertama*, berbeda dengan media lain seperti radio yang hanya menggunakan audio, dan surat kabar yang hanya menggunakan visual, pesan televisi disampaikan dalam format audio visual. Televisi sangat baik dalam membangun minat, persepsi, fokus, dan imajinasi saat menggambarkan realitas. *Kedua*, dibandingkan dengan surat kabar, radio, dan majalah, televisi dapat memberikan informasi terbaru tentang peristiwa kepada pemirsa dengan lebih cepat. *Ketiga*, televisi memiliki pemirsa yang jauh lebih besar daripada surat kabar, radio, atau majalah yang hanya memiliki beberapa ratus ribu pembaca. *Keempat*, televisi memiliki pengaruh budaya yang lebih kuat daripada bentuk media lainnya, khususnya dalam hal perkembangan perilaku proporsional serta antisosial anak-anak. (Malik, 2000-87-91)

Pertumbuhan, perkembangan dan perubahan sikap umat islam dari waktu ke waktu secara kualitas mengalami kemunduran, diakibatkan adanya degradasi iman dan akhlak. Kompleksitas permasalahan umat Islam Indonesia saat ini disebabkan oleh kemiskinan, kelaparan, kebodohan, ketertinggalan dan keterbelakangan dalam segala aspek kehidupan. Karenanya kita harus segera mencari solusi secepatnya pada umat yang mayoritas dalam segi kualitas dengan *action* (gerak) dan daya pikir yang positif, konstruktif dan inovatif melalui perubahan-perubahan yang signifikan dalam segala aspek kehidupannya.

Pra kondisi iman dan Islam dalam bentuk kesadaran menjalankan syariat agamanya (Islam) mengalami erosi dan fluktuasi. Sehingga, akselerasi, motivasi, dan apresiasi umat terus menerus perlu ditingkatkan iman dan ilmunya, melalui dakwah "*bil hikmah, wal mau'izhotilah hasanah, wajaadilhum billati hia ahsan*", melalui media televisi salah satunya.

Seiring dengan derasnya arus modernisasi, yang mengusung kita ke arah kebangkitan teknologi berbasis global, sudah seharusnya umat Islam mengantisipasinya dengan mengikuti perkembangan peradaban tersebut melalui penghayatan iman dan perkembangan pengetahuan di bidang teknologi dengan berlandaskan iman dan takwa bukan hanya sebatas *lips service* belaka.

Melihat televisi sebagai media audio-visual sangat berperan dijadikan media dakwah dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat secara luas. Dimana, keunggulan televisi selain bisa dinikmati secara langsung melalui penglihatan dan pendengaran, ia juga bisa menjangkau penonton secara luas yang tersebar dari pelosok desa sampai kota, bersifat heterogen, dengan beragam pengalaman, karakter, tingkat pemahaman yang berbeda-beda. Maka kesempatan diterimanya makna dakwah islam yang di sampaikan *da'i* sangat terbuka lebar.

Fenomena inilah yang menjadi dasar penulis membuat karya tulis yang berjudul **Pengaruh Sajian Program "Islam Itu Indah" Terhadap Perubahan Sikap Pemirsa Trans Tv**. Dengan mengambil siaran "Islam Itu Indah" pada program Trans Tv dan masyarakat (pemirsa) sebagai obyek penelitian, penulis mencoba mencari dampak yang dialami masyarakat sebagai obyek dakwah setelah menonton acara tersebut.

## METODE

Metode yang akan digunakan untuk mendukung penulis dalam meneliti yaitu dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif diartikan sebagai metode yang berdasarkan pada filsafat positivesme, dimana kegunaannya untuk meneliti sampel dan atau populasi tertentu. Dengan metode deskriptif penulis berusaha menggambarkan data primer yang didapatkan langsung di lapangan dan berbagai sumber sekunder seperti majalah, surat kabar, buku-buku, dan makalah yang berkaitan dengan pembahasan. Adapun pengambilan teknik sampel menggunakan *purposive sampling*, yakni sampel diambil dari populasi yang ada di RT 013/RW 003 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan yang memenuhi kriteria penulis. Untuk menganalisis data penulis menggunakan skala likert guna menggambarkan pengukuran hasil kuesioner kemudian dengan rumus Chi-Kuadrat (*chi-square*) untuk pengolahan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Trans TV

Trans Corporation, yang berbagi pemilik dengan Trans 7, memiliki PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans Tv) sejak 15 Desember 2001. PT. Trans Tv menerima izin siar pada Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus uji pemirsa yang dilakukan oleh tim departemen pemerintah.

Trans TV bertujuan menjadi jaringan televisi terbaik di Indonesia dan ASEAN, ia bercita-cita untuk meningkatkan kesejahteraan dan kecerdasan masyarakat juga memberikan program berkualitas tinggi. Trans TV terus meningkatkan reputasinya dengan menawarkan layanan terbaik, pemrograman terbaik, dan inisiatif sosial yang beragam sambil didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas. Ikrar ini menjadi acuan bagi Trans TV untuk siap bersaing di pada masa mendatang.

Pembagian program tayang Trans TV selama 20-24 jam/hari mencakup: berita dan dialog (18%), hiburan, olahraga, dan budaya (62%), serta iklan (20%). Dengan ketentuan 60% program local, dan 40% program asing. "Islam itu Indah" adalah salah satu dari sekian banyak acara religi yang ditayangkan di Trans TV. Stasiun Trans TV mulai menayangkan program ini karena stasiun televisi swasta nasional diwajibkan untuk menayangkan program religi.

Pada 12 Desember 2010, "Islam Itu Indah" memulai debutnya di televisi. "Jama'ah, Oh Jama'ah, Alhamdu, Lillah" menjadi tagline acara tersebut. Episode pertama "Islam Itu Indah" berdurasi hampir tiga puluh menit. Durasi tambahan ditambahkan dengan mempertimbangkan perhatian dan antusiasme masyarakat yang cukup tinggi untuk program ini. Terakhir, manajemen Trans TV memperpanjang waktu tayang program ini menjadi enam puluh menit, dan kini disiarkan setiap hari. *Tapping* (rekaman) digunakan untuk *shooting* "Islam Itu Indah" dari satu lokasi ke lokasi lain, dari satu masjid ke masjid lain, atau dari satu sekolah ke sekolah lain. Sekitar 100 jamaah taklim dari berbagai penjuru Indonesia hadir dalam sesi ini. Program ini juga mengundang bintang tamu selebriti untuk meningkatkan jumlah penonton.

Tayangan “Islam Itu Indah” termasuk dalam kategori *talk show* religi, yaitu *talk show* yang menampilkan ceramah (dakwah) dari narasumber kepada audiensnya dengan tema tertentu. Ada lima sesi dalam tayangan program ini. Sesi awal pengenalan tema dan tamu istimewa (selebri). Tema dibahas pada sesi kedua, ketiga, dan keempat. Pada sesi ini, pertanyaan dari hadirin atau bintang tamu (selebri) yang hadir terkait dengan pembahasan tema yang dibawakan oleh Ustadz Maulana. Jamaah yang menonton dari rumah juga bisa bertanya dengan mengirim tweet ke @islamitu\_indah atau email Ustadz Maulana di islamituindahhttp@yahoo.com. Sesi kelima, Ustadz Maulana memimpin doa dan diiringi dengan musik.

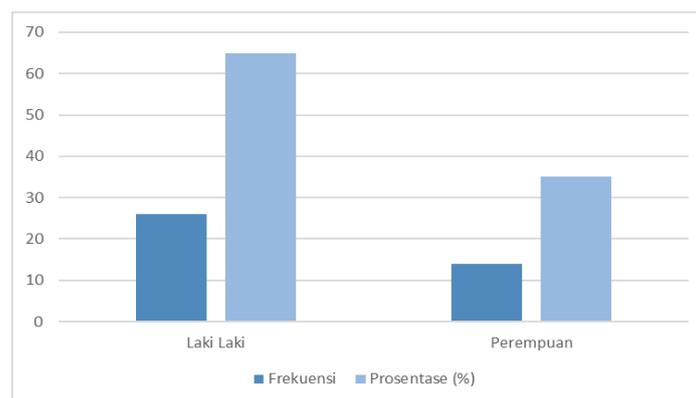
Materi yang dibahas dalam “Islam Itu Indah” adalah masalah kehidupan sehari-hari. Materi Islam Itu Indah berisi petunjuk Islami yang praktis, bisa langsung di pakai dan bukan sekedar teori. Oleh karena itu, dalam “Islam Itu Indah” bisa dilihat tayangan tentang pengalaman ritual seorang pengidap narkotik yang telah bertobat. Atau kehidupan sopir kopaja, sopir bajaj, abang becak, pemulung, atau pedagang asongan yang dalam menjalani kehidupan sehari-harinya berisi tentang cobaan dan tantangan hidup, tapi mereka tetap juga mensyukuri nikmat. Hal ini adalah sesuatu yang berharga untuk di jadikan teladan.

Dengan adanya paradigma baru, para pengelola program “Islam Itu Indah” melakukan perubahan yang sangat signifikan dalam hal sajian acara kuliah subuh itu. Baik materi maupun substansi kajian “Islam Itu Indah” agar dapat diterima oleh semua kalangan.

## B. Analisis dan Interpretasi Data

### 1. Identitas responden

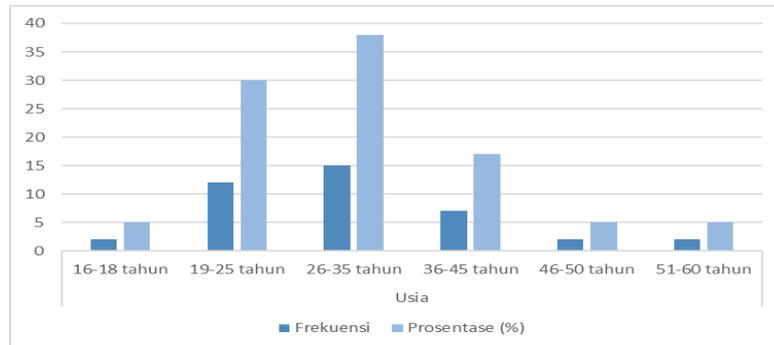
Gambar 1. menyajikan informasi mengenai distribusi frekuensi responden menurut jenis kelamin. Ternyata responden berjenis kelamin laki-laki 30% lebih banyak jumlahnya di bandingkan dengan perempuan.



Gambar 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

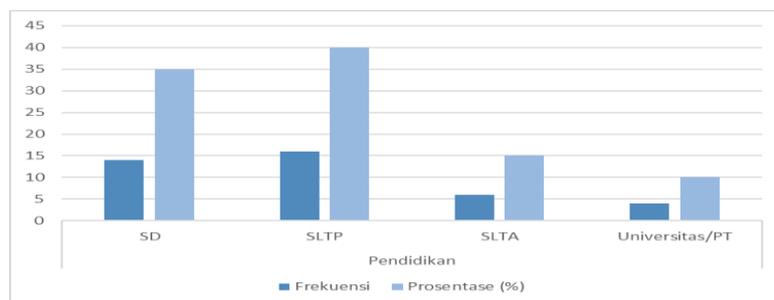
Gambar 2. menyajikan informasi mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan usia. Dari data tersebut diperoleh bahwa responden dengan usia diantara 16-18 tahun berjumlah 2 orang (5%), usia antara 19-25 tahun sebanyak 12 orang (30%),

usia antara 26-35 tahun sebanyak 15 orang (38%), usia antara 36-45 sebanyak 7 orang (17%), usia antara 46-50 sebanyak 2 orang (5%), dan usia antara 51-60 tahun berjumlah 2 orang (5%).



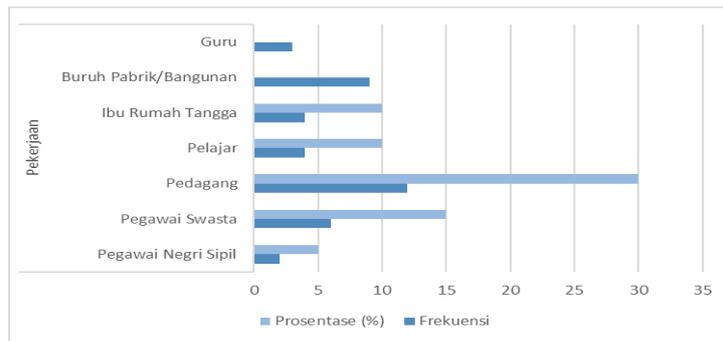
Gambar 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Gambar 3. memberikan informasi mengenai distribusi frekuensi responden menurut pendidikan. Ternyata pendidikan responden kebanyakan SLTP, yakni 16 orang (40%), kemudian Sekolah Dasar (SD) sebanyak 14 orang (35%). Untuk pendidikan setingkat SLTA sebanyak 6 orang (15%), sedangkan Perguruan Tinggi (PT) sebanyak 4 orang (10%).



Gambar 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

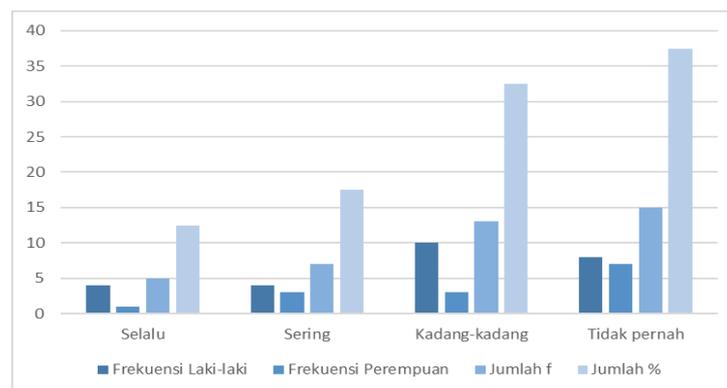
Gambar 4. menginformasikan distribusi frekuensi responden menurut pekerjaan (profesi). Ternyata pekerjaan responden kebanyakan pedagang, yakni sebanyak 12 orang (30%). Sisanya, buruh pabrik/bangunan berjumlah 9 orang (22,5%), pegawai swasta berjumlah 6 orang (15%), pelajar dan ibu rumah tangga, masing-masing 4 orang (10%), kemudian guru berjumlah 3 orang (7,5%), serta Pegawai Negri Sipil berjumlah 2 orang (5%).



Gambar 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

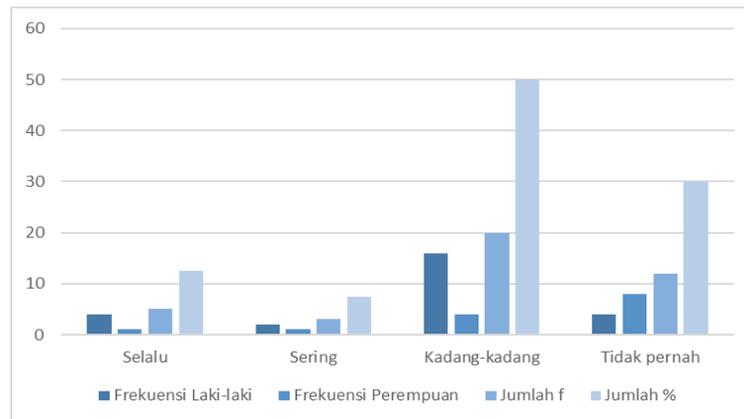
2. Sikap keagamaan responden

Dalam mendapatkan data dilakukan penyebaran kuesioner kepada pemirsa di Rt 013/Rw 003 kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan sebanyak 40 responden dari 88 Kepala Keluarga yang ada. Mendapatkan data telah di lakukan penyebaran kuesioner kepada pemirsa di Rt 013/Rw 003 kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan sebanyak 40 responden yang di anggap mewakili dari pemirsa yang ada.



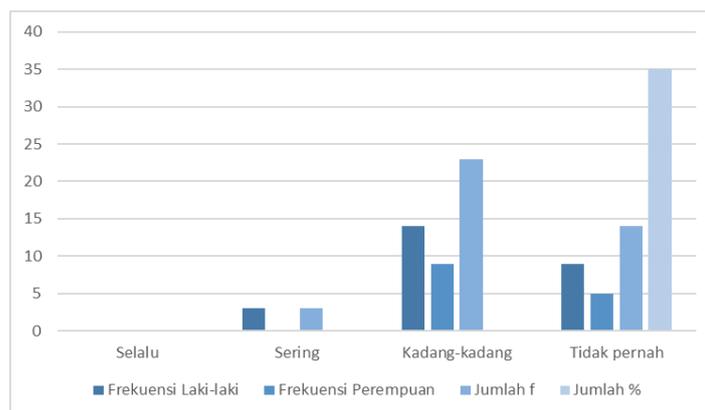
Gambar 5. Perubahan Sikap Responden Setelah Menonton Program “Islam Itu Indah”

Gambar 5. menginformasikan bahwa perubahan sikap responden dalam menonton acara Islam Itu Indah, "selalu" berjumlah 5 orang (12,5 %), "sering" berjumlah 7 orang (17,5 %), "kadang-kadang" berjumlah 13 orang (32,5 %), dan "tidak pernah" berjumlah 15 orang (37,5 %). Dengan demikian dikatakan bahwa hampir 80% responden tidak mengalami perubahan sikap setelah menyaksikan program “Islam Itu Indah.”



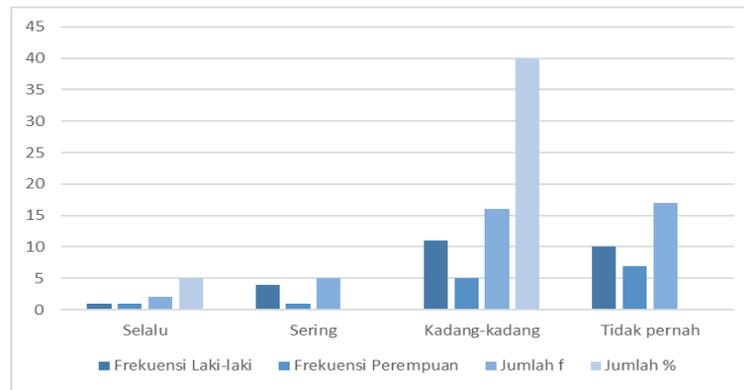
Gambar 6. Sikap Solidaritas Responden Setelah Menonton Program “Islam Itu Indah”

Gambar 6. menginformasikan bahwa sikap Solidaritas responden setelah menonton acara Islam Itu Indah, "selalu" sebanyak 5 orang (12,5 %), "sering" berjumlah 3 orang (7,5 %), "kadang-kadang" berjumlah 20 orang (50 %), serta "tidak pernah" berjumlah 12 orang (30 %). Dengan demikian dikatakan bahwa 80% dari total responden tidak menunjukkan rasa solidaritas setelah menyaksikan program Islam Itu Indah.



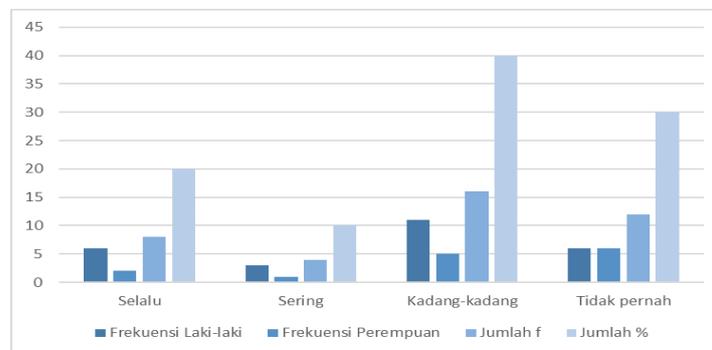
Gambar 7. Perubahan Sikap Berdasarkan Intensitas Responden Menonton Program “Islam Itu Indah”

Gambar 7. menginformasikan bahwa Perubahan Sikap berdasarkan intensitas responden menonton acara “Islam Itu Indah” ialah "sering" berjumlah 3 orang (7,5 %), "kadang-kadang", 23 orang (57,5 %), dan "tidak pernah" berjumlah 14 orang (35 %). Setelah dianalisis dengan rumus *Chi Square* didapat hasil  $X^2 = -1,48$ . Setelah dilakukan konsultasi ke tabel harga kritik  $X^2$  dengan derajat kebebasan = 1 dengan taraf signifikansi 5 %, maka diketahui harga kritik untuk  $X^2 = 3,48$ . Ini menunjukkan bahwa hasil  $X^2$  lebih kecil dari harga kritik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa intensitas dalam menonton acara Islam Itu Indah tidak memberikan pengaruh terhadap perubahan sikap dan tingkah laku responden.



Gambar 8. Pengaruh Program “Islam Itu Indah” Berdasarkan Tingkat Pemahaman Responden

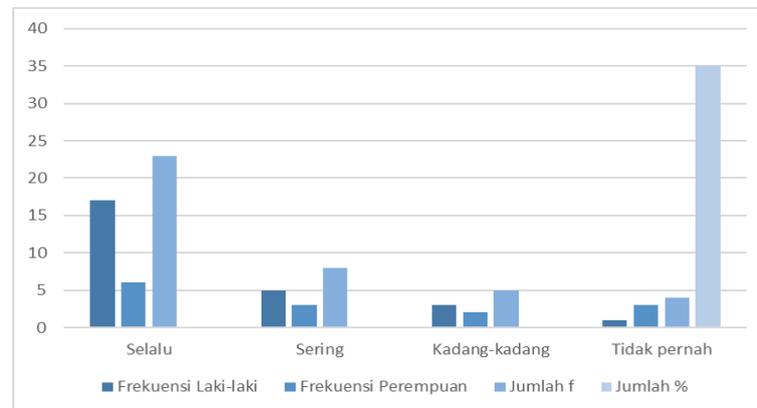
Gambar 8. menginformasikan pengaruh Islam Itu Indah berdasarkan tingkat pemahaman responden, "selalu" berjumlah 2 orang (5%), "sering" berjumlah 5 orang (12,5%), "kadang-kadang" berjumlah 16 orang (40%), dan "tidak pernah" berjumlah 17 orang (42,5%). Selanjutnya, setelah dilakukan analisis statistik dengan menggunakan teknik Chi Square diperoleh hasil  $\chi^2 = 48,09$ . Setelah dilakukan konsultasi ke tabel harga kritik  $\chi^2$  dengan derajat kebebasan = 1 dan nilai signifikansi 5%, maka diketahui harga kritik untuk  $\chi^2 = 3,481$ . Ini menunjukkan hasil bahwa harga kritik lebih kecil dari  $\chi^2$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa pemahaman responden terhadap program Islam Itu Indah berpengaruh terhadap perubahan sikap dan tingkah lakunya.



Gambar 9. Pengaruh Program Islam Itu Indah Berdasarkan Wawasan Keislaman Responden

Gambar 9. menginformasikan bahwa pengaruh program Islam Itu Indah berdasarkan Wawasan Keislaman responden, "selalu" berjumlah 8 orang (20%), "kadang-kadang" berjumlah 6 orang (40%), "tidak pernah" sebanyak 12 orang (30%). Selanjutnya, setelah dilakukan analisis statistik dengan menggunakan teknik Chi Square diperoleh hasil  $\chi^2 = -58,14$ . Setelah dilakukan konsultasi ke tabel harga kritik  $\chi^2$  dengan derajat kebebasan = 1 dengan taraf signifikansi 5%, maka diketahui harga kritik untuk  $\chi^2 = 3,481$ . Ini menunjukkan bahwa hasil  $\chi^2$  lebih kecil dari harga kritik. Dengan demikian

dapat dikatakan bahwa wawasan keislaman responden setelah menonton acara Islam Itu Indah tidak berpengaruh terhadap perubahan sikap dan tingkah lakunya.



Gambar 10. Pengaruh Program “Islam Itu Indah” Terhadap Perubahan Sikap Responden

Gambar 10. menginformasikan bahwa pengaruh program Islam Itu Indah terhadap perubahan sikap responden dalam acara Islam Itu Indah, "selalu" sebanyak 23 orang (0 %), "sering" sebanyak 8 orang (7,5 %), "kadang-kadang" sebanyak 5 orang (57,5 %), dan "tidak pernah" sebanyak 4 orang (35 %). Selanjutnya, setelah dilakukan analisis statistik dengan menggunakan teknik Chi Square diperoleh hasil  $X^2 = 0,33$ . Setelah dilakukan konsultasi ke tabel harga kritik  $X^2$  dengan derajat kebebasan = 1 dengan taraf signifikansi 5 %, maka diketahui harga kritik untuk  $X^2 = 3,84$ . Ini menunjukkan bahwa hasil  $X^2$  lebih kecil dari harga kritik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ternyata sajian program Islam Itu Indah tidak memberikan pengaruh terhadap perubahan sikap dan tingkah laku responden dalam kehidupan sehari-hari

## KESIMPULAN

Uraian pembahasan di atas menunjukkan bahwa sajian program Islam Itu Indah tidak memberikan pengaruh terhadap perubahan sikap dan tingkah laku masyarakat di Jalan Bangka IV RT 013/RW 003 Kelurahan Pelamampang, Kecamatan Mampang Prapatan. Ternyata intensitas responden dalam menyaksikan program “Islam Itu Indah” tidak memberikan dampak pada perubahan sikap. Begitu juga dengan wawasan keislaman yang diperoleh responden setelah menyaksikan program “Islam Itu Indah”, tidak memberikan pengaruh pada perubahan sikap. Namun, dari data di atas dapat memberikan gambaran bahwa program “Islam Itu Indah” dapat memberikan pemahaman responden akan realitas kehidupan sehari-hari. Dari pemahaman tersebut, ada upaya responden untuk merubah perilaku menjadi lebih baik.

Oleh karena itu, penulis berasumsi bahwa perubahan sikap responden tergantung dari tingkat pemahamannya terhadap ajaran Islam. Pemahaman inilah yang menjadi stimulus terhadap perubahan sikap.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. (1981). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Depdikbud Dirjen Pendidikan Tinggi.
- Arikunto, S. (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2003). *Sikap Manusia-Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Brigham, J. C. (1991). *Social Psychology*. New York: HarperCollins Publisher Inc.
- Bungin, B. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Djamil, H. & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran-Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Fachruddin, A. (2011). *Dinamika Pemikiran Islam Kontemporer*. Jakarta: Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Provinsi DKI Jakarta.
- Falsafi, T. (2003). *Warna-Warni Kehidupan Remaja dalam Islam*. Bogor: Cahaya.
- Gani, A. S. (2018). *el-Madani-Jurnal Pemikiran Dakwah Dan Komunikasi Islam, edisi I 2018: Dakwah Islam di Era Milenial*. Jakarta: Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta.
- Ismail, A. I. (2018). *The True Da'wa, Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, A. I. (2013). *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, N. (2004). *Filsafat Dakwah Ilmu dan Penerapannya*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Kusnawan, A. dkk. (2009). *Dimensi Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Pajajaran
- Malik, D. D. (2000). *Mencari Solusi Dakwah Efektif di Televisi*. Bandung: Pusdai Perss.
- Mubarok, A. (2001). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus
- Mubarok, A. (2000). *Jiwa Dalam Al Qur' an: Solusi Krisis Keruhanian Manusia Modern*. Jakarta: Paramadina.
- Muriah, S. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Jogjakarta: Mitra Pustaka.
- Narbuko, C. & Achmadi, A. H. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sadiyah, D. (2015). *Metode Penelitian Dakwah, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: AlfaBeta
- Suryabrata, S. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suny, M. M. (2005). *Musuh Berwajah Ramah-Mewaspada Pengaruh Negatif Televisi*. Bandung: Media Qalbu.

- Setyobudi, C. (2006). *Teknologi Broadcasting TV*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Unde, A. A. (2014). *Televisi & Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada
- Wirodono, S. (2005). *Matikan TV-Mu!* Jakarta: Resist Book.
- Poerwadarminta, W. J. S. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Zaidallah, A. I. (2005). *Strategi Dakwah Dalam membentuk Da'i dan Khotib Profesional*. Jakarta. Radar Jaya.
- Fatimaruz. (2013). *Dampak Televisi Terhadap Perilaku Anak Sekolah (Studi Kasus di MTS Muhammadiyah Al Manar, Desa kenduren, Kecamatan Wedung, Kabupaten Demak)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.