

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, media memiliki peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Media bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi, hiburan, dan alat untuk membentuk nilai-nilai sosial. Media televisi menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat.

Di Indonesia, televisi menjadi salah satu media yang memiliki dampak besar dalam menyebarkan informasi serta memengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat Chaffe (2002). Hal ini disebabkan televisi merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam memperoleh informasi. Menurut Survey Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di tahun 2017 menunjukkan kecenderungan penetrasi masyarakat Indonesia terhadap media televisi mencapai 96 persen. Dengan kata lain, televisi merupakan media utama yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi. Hal ini juga didukung dengan pernyataan Survey Nielsen Consumer Media View yaitu Televisi masih menjadi sarana informasi utama bagi masyarakat saat ini.

Siaran televisi memiliki kemampuan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, sehingga seringkali dimanfaatkan oleh berbagai organisasi untuk menyampaikan pesan atau kampanye tertentu, termasuk organisasi yang bergerak di bidang dakwah. Artinya bahwa televisi sering dimanfaatkan untuk kegiatan penyampaian pesan, kampanye, dan dakwah dengan tujuan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Penggunaan televisi sebagai media sehingga keberadaan televisi sangat penting dalam kegiatan dakwah.

TV Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) Surakarta merupakan salah satu upaya untuk menjangkau masyarakat luas dan menyebarkan dakwah secara efektif. MTA melakukan dakwah kepada masyarakat tidak hanya menggunakan acara-acara pengajian yang dilakukan secara rutin setiap minggu tetapi mereka juga menggunakan media televisi untuk menyebarkan kepada masyarakat. Hal ini

ditunjang dengan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh MTA berupa stasiun televisi. Hadirnya MTA TV menjadikan usaha dakwah yang dilakukan oleh MTA menjangkau masyarakat luas. Selain itu, hadirnya MTA TV diharapkan masyarakat dapat lebih memahami ajaran Islam dengan mudah dan terbimbing sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah.

Namun, pelaksanaan dakwah oleh MTA dengan menggunakan MTA TV tidak hanya menemui hambatan tetapi juga masalah komunikasi. Hal ini dikarenakan tanpa adanya perencanaan komunikasi yang baik dalam kegiatan dakwah maka pesan yang disampaikan dalam kegiatan dakwah tersebut tidak mudah diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, agar pelaksanaan dakwah melalui MTA TV dapat diterima dengan baik dan memberikan dampak yang positif kepada masyarakat maka humas MTA memerlukan strategi komunikasi yang efektif dalam kegiatan dakwah tersebut.

Humas berfungsi untuk membangun hubungan positif dengan masyarakat serta memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Hal ini juga dilaksanakan oleh humas MTA yang mereka harus melakukan sosialisasi terkait MTA TV untuk membangun kesadaran masyarakat tentang MTA TV dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tujuan dan nilai-nilai yang ingin disampaikan. Dengan demikian, masyarakat akan lebih mudah menerima keberadaan MTA TV ditengah-tengah mereka.

Strategi komunikasi Humas MTA Surakarta dalam mengenalkan MTA TV sudah cukup efektif dalam mengenalkan keberadaan MTA TV dimasyarakat. Hal ini didukung dengan promosi MTA TV pada media sosial MTA khususnya *Instagram dan YouTube*.



Gambar I. 1 Contoh Promosi MTA TV Pada Akun Instagram Resmi MTA

Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari akun instagram resmi MTA. Pada gambar tersebut terdapat promosi terkait dengan MTA TV yang terdapat dalam caption unggahan Instagram. Pada gambar tersebut juga dijelaskan terkait dengan acara gizi dan kalsium yang akan diselenggarakan pada Kamis 21 November 2024 pukul 10.00 WIB *live*. Gambar di atas merupakan salah satu contoh penerapan strategi komunikasi Humas MTA Surakarta pada Instagram. Hal ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk mengakses siaran MTA TV dari mana saja.



Gambar I. 2 Contoh Promosi MTA TV Pada Akun Youtube Resmi MTA

Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari akun youtube resmi MTA. Penerapan strategi komunikasi Humas MTA Surakarta juga dapat dilihat dari promosi MTA TV pada youtube. Pada youtube MTA juga mempromosikan TV dengan cara *streaming*. Hal ini memudahkan masyarakat untuk menikmati siaran

MTA TV dari mana saja. Selanjutnya dengan promosi melalui media youtube MTA TV, hal ini dapat diketahui tidak hanya bagi pemirsa setia akun youtube MTA tetapi juga masyarakat lebih luas. Promosi MTA TV melalui youtube juga akan berdampak pada eksistensi MTA TV ditengah-tengah masyarakat. Berdasarkan paparan di atas, penelitian tertarik untuk menjelaskan bagaimana strategi humas MTA dalam sosialisasi MTA TV kepada masyarakat

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi humas MTA Surakarta dalam sosialisasi MTA TV kepada masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi humas MTA Surakarta dalam mensosialisasikan MTA TV kepada masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mempunyai manfaat teoritis sebagai referensi penelitian kehumasan khususnya pada penerapan strategi komunikasi humas. Selain itu penelitian ini juga dapat menambah wawasan terkait dengan strategi komunikasi humas pada pemanfaatan televisi untuk keperluan dakwah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi humas MTA dalam memanfaatkan MTA TV untuk keperluan penyebarluasan dakwah.