

Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan

Hasan Abdul Rohman, Bambang S Maarif, N Sausan M Shaleh

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

ahanhartube@gmail.com

Abstract—This research is about how the da'wah communication strategy in television programs. This research is focused on the Inspira TV Da'wah Strategy on the Awas Ada Setan Program. The purposes of this study are: first to find out how the general condition of Inspira TV is, second to find out how the concept of Inspira TV da'wah is on the Awas Ada Setan program, third to find out how the communication strategy of Inspira TV da'wah is on the Awas Ada Setan program, and fourth to find out the audience's response to Awas Ada Setan program. The type of research used is qualitative research. The data were found through the results of observations, interviews, and documentation. The theory that the author uses is the theory of Agenda Setting and Media Message Effects to find out the Inspira TV strategy da'wah on the Awas Ada Setan program. The results of the research, Inspira TV is a digital television station that exists to meet the needs of information and entertainment. Inspira TV has an important role in Da'wah activities. Seen in one program that contains da'wah, namely "Awas Ada Setan". The concept of Da'wah for the Awas Ada Setan program uses the concept of a religious comedy sketch, while the Communication Strategy for Da'wah Inspira TV in the Awas Ada Setan program is Using a Sentimental Strategy (*al-manhaj al-athifi*), namely da'wah that focuses on aspects of the heart and moves the audience's feelings by providing education about religion. lightly, through impressions that are close to daily activities. Likewise, the audience response to the Awas Ada Setan program received a positive response in accordance with the effects of media messages.

Keywords—Strategy, Communication, Da'wah, Inspira TV.

Abstrak—Penelitian ini tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah pada program televisi. Penelitian ini difokuskan kepada Strategi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan. Tujuan penelitian ini adalah: pertama untuk mengetahui bagaimana kondisi umum Inspira TV, kedua untuk mengetahui bagaimana konsep dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan, ketiga untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan, dan keempat untuk mengetahui respon penonton terhadap program Awas Ada Setan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data ditemukan melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang penulis gunakan adalah teori *Agenda Setting* dan *Efek Pesan Media* Untuk mengetahui strategi Inspira TV pada program Awas Ada Setan. Hasil penelitian, Inspira TV adalah stasiun televisi digital yang hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah. Terlihat dalam salah satu program yang bermuatan dakwah yaitu "Awas Ada Setan". Konsep Dakwah program Awas Ada Setan menggunakan konsep sketsa komedi religi, Sedangkan Strategi

Komunikasi Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan adalah Menggunakan Strategi Sentimental (*al-manhaj al-athifi*) yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan penonton dengan memberikan edukasi tentang keagamaan secara ringan, melalui tayangan yang dekat dengan kegiatan sehari-hari. Begitupun respon penonton program Awas Ada Setan mendapatkan respon positif sesuai dengan efek pesan media.

Kata Kunci—Strategi, Komunikasi, Dakwah, Inspira TV.

I. PENDAHULUAN

Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, terlebih lagi di era global saat ini, dimana berbagai arus informasi masuk begitu cepat dan instan tidak terbanding, kegiatan dakwah sangat dibutuhkan oleh Umat Islam. Seiring dengan perkembangan zaman dakwah harus mampu mentransformasikan semua yang terkandung dalam unsur-unsur dakwah ke dalam bentuk model yang sesuai dengan kejadian yang dialami suatu zaman.

Komunikasi akan berhasil dengan baik, jika suatu strategi digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi. Keberhasilan sebuah strategi dapat dilakukan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang terkait dengan strategi, yaitu dengan melihat kondisi, situasi lingkungan, pesan, efek, dan komunikannya. Hal ini dinilai sangat penting karena kegiatan dakwah akan lebih mudah dengan adanya media.

Pada saat ini media massa bisa digunakan sebagai media dakwah yang lebih tepat karena media massa lebih efektif dan cepat untuk memperluas pesan-pesan dakwah pada masyarakat. Salah satu media massa untuk berdakwah yaitu dengan media televisi karena Media televisi dinilai memiliki kelebihan lebih banyak dari pada media yang lainnya, Hal ini dikarenakan televisi menyampaikan pesan melalui visual dan audio secara bersamaan, sehingga informasi yang didapat oleh penonton lebih mudah diterima. Salah Satu stasiun televisi yang menjadikan televisi sebagai media dakwah yaitu Inspira TV.

Berkaitan dengan televisi sebagai media dakwah, ternyata Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah Islam. Hal ini terlihat dalam program acara yang hampir semuanya bermuatan dakwah, seperti Program *The Sunnah*, *Qur'an Explore*, *Jejak Iman* dan lainnya. Tetapi ada salah satu program religi komedi yang format komunikasinya efektif untuk penyampaian nilai dakwah yaitu program acara "Awas Ada Setan" yang isinya tentang

Sketsa religi komedi yang bersifat serial karakter peran utama Setan yang akan mengganggu manusia.

Program acara Awas Ada Setan ini menjadi program yang sangat menarik perhatian penonton, karena program ini berbeda dengan program acara religi lainnya. Program Awas Ada Setan ini adalah program edukasi yang dikemas dengan komedi yang bertujuan untuk mengingatkan semua manusia bahwa Setan akan selalu ada dimana saja untuk mengganggu kita dari segala umur, segala kondisi dan segala situasi. Sejak program acara ini dibuat 2016 hingga sekarang, program acara ini banyak peminatnya. Terbukti dengan banyaknya penonton dan pengikut yang bisa dilihat tidak hanya dalam siaran Inspira TV, tapi juga bisa diakses di *youtube* yang memiliki 1,86 ribu *subscriber* dan *instagram* dengan *follower* 15,9 ribu *followers*. Dengan Program tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan, maka dari itu dalam penelitian ini penulis akan mengangkat judul “**Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV Pada Program Awas Ada Setan**”.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Kondisi umum Inspira TV.
2. Mengetahui bagaimana Konsep Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan
3. Mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan
4. Mengetahui Respon Penonton Terhadap Program Awas Ada Setan.

II. METODOLOGI

A. Pengertian Strategi komunikasi

Menurut Middleton, “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. (Hafied cangara. Perencanaan dan strategi komunikasi, 2010, hlm 61) . Sedangkan menurut Onong uchjana menyatakan bahwa, “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication Planning*) dan manajemen (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. (Ononguchjana, effendi,. Dimensi-dimensi komunikasi,1981, hlm 110)

B. Tujuan Strategi Komunikasi

1. Memberitahu (*announcing*) Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goal of your communications strategy is to announce the availability of information on quality*)
2. Memotivasi (*motivation*) Mengusahakan agar informasi yang disebarkan kepada masyarakat atau

audien ini harus dapat memberikan motivasi untuk mengerjakan suatu aktivitas.

3. Mendidik (*educating*) Setiap informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat atau audien ini harus disampaikan dalam kemasan yang *educating* atau yang bersifat mendidik.
4. Menyebarkan Informasi (*informing*) *Informing* adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audien yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, serta mengandung unsur Pendidikan.
5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*supporting decision making*) Tujuan strategi komunikasi yang terakhir adalah strategi yang mendukung untuk pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis, sedemikianrupa sehingga dapat menjadikan informasi bagi pembuat keputusan. (Alo Liliweri, Komunikasi Massa; *Serba Ada Serba Makna*, 2011, hlm. 248)

C. Pengertian Dakwah

Dakwah, ditinjau dari segi bahasa Da’wah berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *marshdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*) hamka menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan amar ma’ruf nshih munkar. (Saputra Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. 2011, hlm. 1-2)

D. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan menciptakan suatu tatanan kehidupan individu dan masyarakat yang aman, damai, dan sejahtera yang dinaungi oleh kebahagiaan, baik jasmani maupun rohani, dalam pancaran sinar agama Allah dengan mengharap ridhaNya. Suatu tujuan dakwah bagaimanapun dicermati dengan baik agar dapat membuahkan keluaran yang terukur. (Bambang S. Maarif, Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi, 2010, hlm.26)

E. Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da’i* (pelaku dakwah), *mad’u* (mitra dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah). (Hafi Anshari, Pemahaman dan Pengamalan Dakwah, 1993, hlm.130).

Ada beberapa macam strategi dakwah yang perlu diketahui oleh *da’i* dalam melakukan kegiatan dakwah agar

sesuai tepat sasaran Strategi dakwah dapat dibedakan menjadi tiga bentuk, yakni:

6. Strategi Sentimental (*Al-Manhaj Al-Athifi*) Strategi Sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan mengerakkan perasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini.
7. Strategi Rasional (*Al-Manhaj Al-Aqli*) Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.
8. Strategi Indrawi (*Al-Manhaj Al-Hissy*) Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. (Samsul Munir, Ilmu Dakwah, 2009. hlm. 3351-353)

F. Teori Agenda Setting

Dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu, untuk membentuk pemikiran dari seseorang. Agenda setting berupaya menunjukkan isu-isu dan *image* yang penting dan menonjol ke dalam pikiran masyarakat. (Morissan, et al, Teori Komunikasi Massa, 2010, hlm. 90)

G. Efek Pesan Media

Salah satu hal yang tidak terlepas dari komunikasi massa adalah komunikasi massa memiliki efek, efek muncul dapat diketahui melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik dari komunikan (*audience*). Nurudin mengutip dari Steven M Chafle, efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan kognitif, efektif, dan behavioral. (Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa "efek-efek komunikasi massa, 2007, hlm .205)

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Pertama Kondisi Umum Inspira TV

Inspira TV merupakan stasiun televisi digital swasta yang hadir sejak 15 Juni 2016 melalui kesepakatan masa uji coba siaran televisi digital. pemiliknya yaitu global garda media dilanjutkan oleh Inspira Media April 2021 yang bertempat di Jl. Parakan Saat I No.40 RT001/01, Cipamokolan, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40292. Stasiun TV digital ini memiliki visi menjadi

lembaga penyiaran swasta penyelenggara konten siaran digital professional terdepan di Jawa Barat yang dapat menjadi rujukan informasi dan Inspirasi positif dan mampu berdaya saing global di ajang pertelevisian Asia Pasifik 2020. Adapun misi dari Inspira TV yaitu: Menyelenggarakan aktivitas penyiaran yang edukatif dan konstruktif secara regular dengan tingkat kepemirsaaan yang tinggi. Menyajikan program-program acara kreatif yang menginspirasi masyarakat lokal, nasional hingga internasional. Menjadi televisi terdepan yang mampu mengangkat kearifan lokal Jawa Barat sebagai khazanah budaya dunia (Inspira TV).

B. Kedua Konsep Dakwah Inspira Tv Pada Program Awes Ada Setan

Program Awes Ada Setan dibuat dengan konsep sketsa komedi realigi, dengan tujuan dapat mengkomunikasikan Islam secara ringan agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat, hal ini dikemukakan oleh bapak Zulfikar Selaku Kepala Bidang Produksi Inspira TV. Penggunaan kata Awes Ada Setan dalam program ini berarti bahwa manusia harus selalu waspada terhadap godaan Setan yang selalu mengganggu, karena Setan adalah musuh bebuyutan manusia yang akan selalu mengganggu dari segala arah. Hal ini bisa dilihat dari al-Qur'an Surat Al-Araf:17

ثُمَّ لَآتِيَنَّهُمْ مِّنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَمِنْ خَلْفِهِمْ وَعَنْ أَيْمَانِهِمْ وَعَنْ شَمَائِلِهِمْ وَلَا تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شَاكِرِينَ

Artinya: "Kemudian pasti aku akan mendatangi mereka dari depan, belakang, dari kanan dan dari kiri mereka. Dan engkau tidak akan mendapati mereka bersyukur".

Ayat di atas menjelaskan bahwa Setan akan memukul dan meyerang dari segala arah, sehingga manusia menjadi tak berdaya dan kufur kepada Allah SWT.

Contoh konsep yang di terapkan dalam program Awes Ada Setan pada episode Menunda Sholat. Terkadang orang menunda sholat merupakan hal biasa padahal tanpa disadari Setan telah berhasil mengganggu kita saat itu, Setan membuat kita un- tuk terus sibuk mengerjakan pekerjaan kita yang akhirnya membuat kita lupa untuk mengerjakan sholat.

Mengenai konsep dakwah Inspira TV pada program Awes Ada Setan juga tentu mempunyai tujuan untuk mempengaruhi perubahan penonton atau mad'u setelah menonton program ini untuk menjadi lebih baik juga senantiasa waspada godaan setan. Hal ini sesuai dengan tori agenda setting ini Dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu, untuk membentuk pemikiran dari seseorang. Agenda *setting* berupaya menunjukkan isu-isu dan *image* yang penting dan menonjol ke dalam pikiran masyarakat. (morissan et al, Teori Komunikasi Massa, 2010, hlm. 90).

Materi dakwah yang di ambil dalam program Awes Ada Setan yaitu meliputi tiga aspek secara global yaitu Aqidah,

Akhlak, dan Syariah. Namun yang lebih sering di tonjolkan yaitu materi tentang akhlak hal ini dikemukakan oleh ibu Nur Safitri Selaku Tim kreatif. Contoh episode dengan materi Akhlak yakni episode “Pengendara Rusuh Bikin Setana Emosi Aja” didalam episode ini dibuat sketsa Setan marah dan menghasut manusia yang sedang sabar menghadapi cobaan dengan adanya pengendara yang rusuh, Setan menyuruh manusia untuk tidak diam saja dan tidak perlu sabar, maka dari itu kita harus senantiasa waspada dimana pun berada agar tidak tergoda Setan.

Setelah menentukan materi seorang da'i diharuskan menentukan metode dakwah apa yang akan diterapkan untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. (Munzir Sufarta, Metode Dakwah, 2006. Hlm. 58.i)

Berdasarkan hasil wawancara Bersama kepala bidang produksi bapak Zulfikar memaparkan bahwa metode dakwah yang di ambil dalam program Awas Ada Setan yaitu Metode *Mau'idzah Al-hasanah* karena konsep dakwahnya bermuatan Pendidikan, mengingatkan dana berisi peringatan agar manusia senantiasa waspada terhadap godaan setan, jadi semua pesan agama dapat tersampaikan tidak terlalu menggurui namun lebih mengingatkan.

C. Ketiga Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV pada Program Awas Ada Setan

Strategi komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awas Ada Setan menurut Bapak Zulfikar Sebagai kepala bidang produksi memaparkan strateginya yaitu memberikan edukasi tentang keagamaan pada masyarakat dan memberikan pemahaman agama secara ringan.

Ada beberapa macam strategi dakwah yang perlu diketahui oleh da'I dalam melakukan kegiatan dakwah agar sesuai tepat sasaran. dalam hasil penelitian strategi yang digunakan Inspira TV pada program Awas Ada setan sangat selaras dengan Strategi Sentimental (*Al-Manhaj Al-Athifi*) yaitu strategi dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini.

D. Keempat Respon Penonton Terhadap Program Awas Ada Setan

Respon penonton terhadap program Awas Ada Setan adalah sebuah hasil yang ditimbulkan dari proses komunikasi seperti dalam kegiatan dakwah. Berbicara mengenai respon penonton maka itu akan menimbulkan sebuah efek dari proses komunikasi itu sendiri.

Maka dari itu perlu diperhatikan bahwa seorang da'I dalam menjalankan kegiatan dakwah tentu harus mampu mengetahui efek apa yang ditimbulkan, karena dengan mengetahui efek dalam proses komunikasi dapat menjadi rujukan bagi komunikator akan sukses tidaknya pesan yang disampaikan.

Efek komunikasi media massa secara isi pesan dapat diklasifikasikan sebagai Efek Kognitif (*Cognitive Effect*), Efek Afektif (*Affective Effect*) Efek Konatif atau sering disebut Efek Behavioral (*Behavioral Effect*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam sampel penonton program Awas Ada Setan diantaranya tiga laki-laki dan tiga perempuan, bahwa program Awas Ada Setan mendapat respon yang positif dikarenakan mendapatkan semua efek yang sudah di klasifikasikan, berikut uraiannya:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran yang tadinya pe-nonton tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas dan mendapatkan informasi setelah menonton Awas Ada Setan. Begitu juga dalam program Awas Ada Setan ini terdapat efek kognitif yang mana penonton merasa mendapatkan informasi baru seperti dalam hasil wawancara penulis bersama responden penonton program tersebut. Menurut fahri sebagai penonton dalam hasil wawancara mengenai program Awas Ada Setan sebagai berikut “Terdapat pesan yg bagus, jadi tau dampak jika lupa berdo'a sebelum bepergian.”

2. Efek Afektif, berkaitan dengan perasaan. Perasaan akibat terpaan media massa itu dapat bermacam-macam, senang sehingga tertawa terbahak-bahak, sedih sehingga mencururkan air mata, takut sampai merinding, dan perasaan lainnya yang bergejolak dalam hati. Program awas ada setan mendapatkan efek afektif dari penonton yaitu penonton merasa senang dan terhibur saat menonton program ini dari ke enam narasumber yang diwawancara sebagai penonton mengatakan Ya senang. Salah satunya menurut Nazwa sebagai penonton “Ya senang karena cara penyajian video yang menarik, bahwa memang episode itu sangat relevan dengan kehidupan kita. bahwa kita harus waspada dengan godaan Setan yang terkutuk.

3. Efek Konatif atau biasasing disebut Efek *Behavioral*, bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku. Begitu juga dengan Efek *Behavioral* pada program Awas Ada Setan juga mendapatkan respon yang mana penonton dapat menumbuhkan tekad dan niat untuk melakukan sesuatu tindakan yang lebih baik setelah menonton tayangan program Awas Ada Setan seperti yang dikemukakan oleh Satria Pasha dalam hasil wawancara sebagai penonton Awas Ada Setan sebagai berikut:

4. “Ya Senang Karna episode ini sangat sesuai dengan kehidupan nyata bahwa kita sebagai manusia kadang suka sombong sedangkan kita lupa bahwa itu akhlak tidak terpuji dengan tayangan ini menghibur juga membuat saat saya sadar untuk terus mengontrol diri untuk menjadi manusia yang

baik selamat dari godaan Setan.”

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Inspira TV adalah stasiun televisi digital yang hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan bagi Banak muda Indonesia. Dengan semangat “Inspiratif dan Positif” Inspira TV sendiri memiliki tujuan untuk memberikan tayangan yang edukatif. Berkaitan dengan televisi sebagai media dakwah, Inspira TV mempunyai peran penting dalam kegiatan Dakwah Islam. Hal ini terlihat dalam salah satu program unggulan Inspira TV yang bermuatan konten dakwah yaitu “Awat Ada Setan”.
2. Konsep dakwah pada program Awat Ada Setan yaitu menggunakan konsep Sketsa Komedi Religi. Materi yang disajikan dalam program Awat Ada Setan meliputi tiga aspek secara global yaitu Aqidah, Akhlak, dan Syariah, namun yang lebih dtonjolkan yakni aspek akhlak. Metode dakwah yang digunakan Inspira TV pada program Awat Ada Setan yaitu metode Mau'idzah Al-Hasanah karena sesuai dengan konsep yang dibuat yaitu konsep sketsa komedi realigi dengan tujuan dapat mengkomunikasikan Islam secara ringan agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Tujuan tersebut sesuai dengan teori agenda setting dampak dari media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penonton tentu dalam hal yang positif.
3. Strategi komunikasi dakwah Inspira TV pada program Awat Ada Setan Menggunakan Strategi Sentimental (al-manhaj al-athifi) yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan prasaan penonton (mad'u) dengan memberikan edukasi tentang keagamaan pada masyarakat dan pemahaman agama- ma secara ringan melalui tayangan yang dekat dengan kegiatan sehari-hari.
4. Program Awat Ada Setan mendapatkan respon penonton yang positif sesuai dengan efek pesan media. Bahwa Inspira TV berhasil dalam membuat konsep dakwah dan strategi komunikasi dakwah pada Program Awat Ada Setan .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Massa; Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [2] Bambang, ma'arif S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: simbiosis rekayasa media .
- [3] Hafied, Cangara. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [4] Onong, uchjana effendy. 1981. *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Pt.alumni.
- [5] Samsul, Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah.
- [6] Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- [7] Morissan, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [8] Nurudin.2007. *Pengantar Komunikasi Massa efek-efek komunikasi massa*. Jakarta:Rajawali Press.
- [9] Nurdianto Didit, Rodhiyah Khuza'i, Asep Ahmad Siddiq. (2021). *Strategi Dakwah Pemuda Persis Cabang Cimenyan dalam Meningkatkan Akidah Pemuda di Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung*. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, 13-16.