

## Potret Dakwah Kontroversial Tayangan Televisi

**Muhammad Zamroni**

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: [mohammad.zamroni@uin-suka.ac.id](mailto:mohammad.zamroni@uin-suka.ac.id)

**Abstrak.** *Salah satu tayangan Televisi bermuatan dakwah kontroversial adalah program acara Khazanah berdasarkan substansi, sistem pengemasan, dan jam tayang diproduksi oleh stasiun Trans7. Secara substansi dan tema lebih mengedepankan sisi kelompok masyarakat yang tidak suka tanpa memberikan ruang buat kelompok yang senang mengamalkannya. Padahal mereka tentulah juga memiliki dalil dan argument yang kuat. Ujung-ujungnya bisa menggiring pada pembodohan masyarakat dan menjurus kearah konflik. Dalam pengemasan program acara Khazanah juga dianggap sudah baik, hanya saja gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan. Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah prime time ditanggapi berbeda-beda. Paling tidak tercatat ada empat (4) episode yang dianggap kontroversial yaitu pertama, edisi 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik; Kedua, pada edisi 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawasul; Ketiga, edisi 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) Ahlussunnah wal Jamaah serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik; dan Keempat, edisi 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah.*

**Kata kunci:** dakwah kontroversial, tayangan televisi

### A. Pendahuluan

Agama tampaknya menjadi sandaran terakhir bagi masyarakat dalam melepaskan diri dari belenggu kehidupan duniawi dengan segala hiruk-pikuknya. Agama juga merupakan sistem kepercayaan yang sudah diyakini oleh masing-masing diri masyarakat. Sehingga banyak ragam cara untuk memperoleh pengetahuan tentang agama dan juga cara mengejawantahkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pada umumnya, pengetahuan mengenai agama bisa diperoleh melalui dua jalan yakni melalui pendidikan formal dan informal. Pendidikan formal diwakili oleh lembaga pendidikan agama seperti sekolah agama dan pondok pesantren. Sedangkan pendidikan informal diwakili oleh da'i, ustaz maupun kyai di masjid-masjid maupun oleh keluarga. Namun, dengan kehadiran media informasi terutama televisi terjadi perubahan yang signifikan mengenai cara-cara masyarakat dalam memperoleh pengetahuan agama (baca: Islam).

Seperti halnya khalayak memahami, bahwa era baru media Indonesia sesungguhnya ditandai dengan munculnya liberalisasi media melalui UU No.40/1999 tentang Pers untuk media cetak dalam waktu yang tidak terlalu lama pasca turunnya rezim Soeharto pada tahun 1998. Kemudian disusul lahir UU No. 32/2002 tentang Penyiaran untuk media elektronik sebagai lembaga penyiaran baik televisi maupun radio. Sebagai contoh beberapa stasiun televisi seperti RCTI, SCTV, Indosiar, dan ANTV

didirikan sebagai respon positif UU kebebasan media tersebut. Setelah itu muncul beberapa stasiun televisi lainnya, seperti TV One, Metro TV, Trans TV, Trans 7, MNC TV, Global TV dan yang lainnya. Belum lagi, menjamurnya stasiun-stasiun televisi lokal di daerah-daerah.

Pada masa Orde Baru, kontrol pemerintah terhadap media sangat ketat. TVRI menjadi stasiun televisi milik pemerintah yang digunakan Soeharto untuk melanggengkan kekuasaan dan pemerintahan. Hal ini dilakukan dengan siaran keagamaan yang sangat dibatasi dan diarahkan untuk menjustifikasi berbagai kepentingan politik dan keuangan rezim. Setelah 15 tahun pasca jatuhnya Orde Baru, media Indonesia berkembang secara pesat. Media-media televisi berlomba-lomba memberikan hiburan yang paling menarik bagi pemirsanya. Beragam acara keagamaan di televisi bermunculan dengan format baru yang disertai dengan berbagai iklan memikat yang mensponsori acara-acara tersebut. Pada bulan puasa, terlihat jelas bagaimana televisi berlomba menyiarkan Islam melalui media, menghadirkan artis-artis terkenal dan memberikan berbagai hadiah untuk pemirsa. Selain kuis, stasiun televisi juga membuat beragam program khusus seperti sinetron Islami, musik keagamaan dan lain lain.

Disatu sisi, kebebasan pers mendorong para praktisi media untuk lebih kreatif mengembangkan pesan-pesan via media. Namun disisi lain, kebebasan media juga menimbulkan berbagai persoalan, diantaranya eksploitasi, sensasionalisme dan persoalan etika. Pada banyak acara keagamaan, praktik 'nakal' produksi industri media seperti strukturasi, komodifikasi, dan spesialisasi sebagaimana dikatakan Vincent Mosco (2009), dalam bukunya *The Political Economy of Communication* menjadi sangat nyata mewujudkan. Perbedaan antara tontonan dan tuntunan juga semakin menipis, sehingga muncul istilah yang sering disebut *dakwahtainment*.

Hadirnya media komunikasi sebagai ciri dari masyarakat rasional membuat struktur dan relasi sosial keagamaan menjadi berubah. Simbiosis yang saling menguntungkan diperagakan beberapa stasiun media komunikasi seperti terutama televisi dan radio akhir-akhir ini. Salah satunya adalah tayangan-tayangan yang bermuatan dakwah yang setidaknya dapat memenuhi kebutuhan dua segmen struktur masyarakat. Kedua segmen masyarakat tersebut adalah masyarakat abangan yang haus akan pengetahuan agama dan santri yang menginginkan tontonan religius. Bagi kaum abangan pilihan tayangan bermuatan dakwah merupakan pintu keluar dalam memperoleh pengetahuan agama. Kaum abangan biasanya merasa malu kalau mendekati masjid. Alasan klasik yang biasa terlontar dari kaum abangan adalah menganggap dirinya masih "kotor" kalau tiba-tiba masuk ke masjid untuk ibadah. Sedangkan kaum santri beralasan karena tayangan-tayangan bermuatan dakwah ini lebih mendidik daripada tayangan-tayangan yang lain. Pilihan kaum santri terhadap tayangan ini juga berangkat dari sebuah nilai bahwa Islam adalah agama yang mengatur seluruh kehidupan manusia. Apabila ingin menjadi muslim yang *kaffah* maka tayangan-tayangan televisi pun juga harus yang Islami. Disisi lain, pilihan tayangan ini juga merupakan bentuk ekspresi dari ketidaksepakatan terhadap tayangan-tayangan yang beredar selama ini yang banyak menyuguhkan seksualitas, kekerasan dan mimpi-mimpi semata.

Hasil penelitian Sunandar (2008), menginformasikan bahwa secara umum dakwah di televisi dengan berbagai bentuk dan formatnya, masih belum meningkatkan rating acara yang bersangkutan. Sementara itu, dengan rendahnya rating, menunjukkan kemungkinan kecilnya dukungan atau kepedulian masyarakat terhadap siaran-siaran dakwah di televisi. Bentuk-bentuk dakwah yang digunakan berjalan tampak tidak sanggup berpacu melawan produk siaran pop dan komedian, serta beragam produk lainnya yang lebih mengundang minat kalangan pemirsa. Kompleksitas permasalahan keagamaan yang dihadapi bangsa Indonesia tentu juga telah ikut mempengaruhi pilihan-pilihan atas substansi yang harus dikedepankan dalam dakwah.

Di sini, berbagai program acara televisi yang bermuatan dakwah yang ditayangkan seringkali bersifat kontroversial yang pada gilirannya hanya memunculkan pro-kontra di masyarakat, dan menafikan tuntunan yang seharusnya menjadi hal yang lebih utama. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI),

sebagai lembaga resmi yang memiliki hak untuk memonitor konten televisi dan radio, kerap memberi peringatan dan sanksi kepada stasiun televisi yang cenderung mendangkalkan pemikiran dan bahkan terkadang juga mempermainkan agama.

Sejalan dengan kondisi di atas, terdapat satu program acara televisi fenomenal dan sekaligus kontroversial ber-*genre* Islam dan memiliki muatan dakwah adalah “Khazanah” yang ditayangkan setiap hari jam 05.30-06.00 WIB di stasiun televisi Trans7. Selanjutnya disiarkan setiap Selasa jam 06.15-06.30. Mengangkat tema-tema tertentu dari beragam persoalan keagamaan. Topik untuk setiap episode dieksplorasi dari realitas di masyarakat, kemudian digali melalui proses telaah dari segi hukum, etika, kemlqaslahatan dan filosofinya. Tayangan Khazanah seperti menjadi oase dahaga masyarakat yang merindukan program-program bernuansa Islami. Program acara ini mencoba menayangkan pelbagai hal yang berkaitan dengan Islam, baik dalam konteks sejarah, ajaran, hingga kisah-kisah inspiratif yang disadur dari Al-Qur’an dan Hadits serta referensi Islam lainnya. Namun cukup disayangkan terdapat beberapa episode tayangan ini, justru *content* siarannya memuat wacana kontroversial yang meresahkan masyarakat dan menuai pro-kontra luar biasa.

Paling tidak tercatat ada empat (4) episode yang dianggap kontroversial yaitu *pertama*, edisi 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik; *Kedua*, pada edisi 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawasul; *Ketiga*, edisi 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ahlussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik; dan *Keempat*, edisi 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah.

Dalam konteks beragama, Islam adalah agama mayoritas yang dipeluk masyarakat Indonesia. Dalam praktek keagamaan sendiri, Islam banyak memiliki perbedaan (*khilafiyah*) dalam cara pandang dan pemahaman fiqih serta amaliyah lainnya yang memunculkan beragam aliran akidah. Di Indonesia kita mengenal aliran (faham) seperti Ahlusunnah Waljamaah, Wahabi, Syiah, Ahmadiyah, dan faham-faham lainnya. Fenomena keagamaan ini biasanya melebur dan menjadi rujukan komunitas masyarakat atau organisasi keagamaan misalnya NU, Muhammadiyah, Ahlul Bait, dan lain sebagainya. Di sinilah perlunya sikap toleransi antar golongan, demi menjaga kerukunan sesama umat Islam.

Meskipun secara normatif *content* siaran televisi sudah diatur dalam UU No.32/2002 tentang penyiaran dan juga terikat dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, namun toh demikian tetap pelanggaran seringkali dilakukan oleh lembaga penyiaran Indonesia. Tentunya ini tidak sejalan dengan prinsip demokratisasi penyiaran yang menyaratkan adanya keragaman isi siaran (*diversity of content*) dan keragaman pemilik (*diversity of ownership*). Terlebih lagi program acara televisi yang bermuatan dakwah haruslah sesuai dengan nilai dan ajaran Islam universal tanpa adanya keberpihakan dengan aliran (faham) yang mempertentangkan antar madzhab. Dengan demikian keberadaan fenomena keagamaan dalam masyarakat tidak hanya dilihat dalam teks normatifnya saja, melainkan juga dalam lingkup empirisnya sehingga kesenjangan antara apa yang dihukumkam (*das sollen*) dengan apa yang senyatanya (*das sein*) selalu dimungkinkan.

Bertolak dari paparan di atas, maka tulisan ini berusaha untuk memberkan gambaran akan potret dakwah kontroversial dari tayangan Televisi. Mengingat akhir-akhir ini banyak praktek produksi siaran televisi yang ber-*genre* Islam dan bermuatan dakwah menafikan nilai/ajaran semestinya, tetapi justru syarat dengan kepentingan ideologi, kapital, dan bahkan politik tertentu.

## B. Pembahasan

### 1. *Hampanan Konseptual*

#### a. *Agama dan Media Televisi*

Agama merupakan *transpotable community*, yaitu identitas komunal yang dapat diberlakukan pada berbagai situasi sosiotempral. Anggota dari komunitas agama seringkali harus memutuskan bagaimana mereka akan berorientasi secara lebih luas pada lingkungan media sekuler. Hal ini dimungkinkan karena adanya konensi tematik, misalnya seseorang membaca teks dalam kitab suci mereka, cara yang mereka lakukan untuk membaca materi media sekuler, dan cara yang mereka lakukan untuk membaca fenomena symbol lainnya di lingkungan sekitar mereka (Macionis, 2012:442).

Emile Durkheim menyatakan bahwa agama melibatkan hal-hal yang melampaui pengetahuan individu. Objek, peristiwa, atau pengalaman didefinisikan sebagai hal yang profane, termasuk dalam unsur kehidupan sehari-hari. Durkheim menjelaskan bagaimana orang-orang memahami sesuatu yang dianggap suci dalam penggunaannya di kehidupan sehari-hari mereka. Apa yang disebut dengan hal yang dianggap suci (*scared*), dihormati akan mengatur kehidupan sehari-hari serta memberikan batasan antara yang terlarang atau haram dan yang suci atau shaleh. Hal suci diwujudkan dalam ritual atau kegiatan ritual keagamaan (Macionis, 2012:442-443).

Umat beragama ketika menggunakan media sekuler seperti televisi atau film, mereka menjadi penonton tayangan agama. Perilaku khalayak bervariasi secara signifikan dan denominasi. Beberapa penonton merupakan aktivis yang menggerakkan literasi media keagamaan atau menggunakan media massa dalam konteks tujuan dan nilai spiritual seseorang. Kemunculan media penyiaran seperti televisi berdampak pada penonton agama yang semakin diperluas dalam jumlah dan kompleksitasnya sekaligus menciptakan peluang dan tantangan bagi komunitas agama. Khalayak penonton tayangan keagamaan terdiri dari berbagai *interpretive communities* dan jarang homogen dalam hal penggunaan dan interpretasi (Stout, 2006:25).

Media masuk ke dalam ruang agama dengan menjadi media komunikasi terutama bagi televisi yang merupakan ekspresi esensial budaya saat ini. Media diciptakan oleh kekuatan yang membawa keberadaan suatu budaya. Tanpa peranserta media, budaya saat ini tidak menjadi apa-apa. Audiens tidak memahami budaya tanpa peranserta media yang mengungkapkan budaya tersebut sehingga dapat lebih dipahami melebihi budaya sekuler, yaitu dengan persepektif agama (Fore, 1993:57).

#### b. *Televisi dan Kekuasaan*

Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari satu situasi ke situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut akan bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Dan, proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara para pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku (Goffman, 1974).

Sementara menurut Bourdieu (1977), tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial merupakan kegiatan reflektif dan reproduktif. Ia merupakan habitus yang bekerja, baik antara relasi-relasi sosial yang objektif dan interpretasi-interpretasi subjektif, baik antara struktur kognitif (*ide*) dan realitas sosial (tindakan), maupun antara struktural maupun kultural. Sebab habitus, menurut Bourdieu (1977), merupakan struktur subjektif-atau skema-skema interpretatif yang bekerja secara tersirat-yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Habitus merupakan disposisi yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi

yang dihadapi, dan membuat setiap pelaku bereaksi secara efisien dalam semua aspek kehidupannya, yang bekerja tanpa disadari dan nonreflektif (Bourdieu, 1984).

Tersajikannya sebuah acara televisi tersebut pada dasarnya melibatkan kepentingan sejumlah institusi. Sebut saja, rumah produksi, lembaga survei penonton, biro iklan, atau perusahaan yang ingin mempromosikan merek dagangannya. Bahkan, partai politik, ormas, organisasi keagamaan yang mengatasnamakan mewakili *audience*, juga berkepentingan merespons program acara televisi tersebut. Untuk itulah, Fairclough (1995) menyebut proses tersajinya program acara televisi ini sebagai “*hegemonic struggle*” (pertarungan hegemoni), sedangkan Fiske (1987) mengistilahkannya sebagai “*an arena for struggle for meaning*” (arena pertarungan makna), juga Littlejohn (1996) menyebutnya sebagai “*a struggle among ideologies*” (sebuah pertarungan di antara ideologi).

Demikian juga menurut Graeme Turner (1991: 128-129), sajian acara televisi pada dasarnya mengakomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagai sajian acara televisi mampu memproduksi representasi realitas sosial, maka ia telah melibatkan interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku. Interaksi dan negosiasi itu, bekerja melalui tiga tahap, yakni, tahap pra-penayangan, penayangan, maupun pasca-penayangan (McQuail 2000).

Tarik menarik kepentingan itulah yang membentuk politik informasi media televisi. Katakanlah, ketika isi siaran televisi (di antaranya berupa tayangan program *Khazanah*) dikuasai pemegang ekonomi politik informasi (*political-economy of information*), maka informasi menjadi alat kepentingan para subjek pelaku media untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Para penguasa ekonomi ini kemudian berperan menjadi perumus realitas (*definer of reality*). Artinya, ideologi atau kepentingan para subjek pelaku media akan menelusup melalui tayangan yang diproduksi dan direproduksinya. Apalagi, tayangan yang diproduksi dan direproduksi stasiun televisi tersebut merupakan salah satu teks utama televisi. Sebagai salah satu teks, tayangan televisi bukan hasil rangkaian realitas, melainkan representasi yang terseleksi dan terkonstruksi serta menjadi bagian yang turut membentuk realitas (Barker, 2000; Bennet, 1982; Berger dan Luckman, 1990; dan Piliang, 2005).

Kekuasaan dipahami sebagai proses pembentukan pengetahuan yang memproduksi suatu wacana (diskursus), bekerja melalui praktik-praktik sosial dalam ruang lingkup tertentu dimana terdapat sejumlah posisi yang secara strategis saling berkaitan dan saling berkontestasi. Kontestasi kekuasaan dalam sajian acara televisi, pada dasarnya menunjuk pada penggambaran adanya bermacam hubungan kekuatan yang saling mendukung, berjuang, bersaing, dan saling menghancurkan dari sejumlah pelaku dalam sajian acara televisi. Kontestasi juga dapat dipahami sebagai bekerjanya kekuasaan di antara posisi-posisi yang berperan bagi tersajikannya program tayangan *Khazanah*. Relasi-relasi antar-posisi yang kemudian menandai bekerjanya kekuasaan dapat dikembalikan pada para pelaku yang menduduki posisi-posisi tersebut. Mereka kemudian dapat diposisikan sebagai subjek yang melakukan tindakan dan menjadi representasi dari posisi-posisi yang terlibat secara terus menerus dalam relasi-relasi sosial yang memproduksi dan mereproduksi sajian acara televisi. Yaitu, relasi-relasi di antara rumah produksi, stasiun televisi, pemasang iklan, pen-survei penonton, dan pemegang regulasi siaran televisi.

### c. *Persepsi Khalayak*

Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan pengalaman terhadap suatu benda atau suatu kejadian yang dialami. Persepsi terjadi ketika rangsangan (*impuls*) bunyi bahasa dan isyarat tubuh (*body language*) mulai ditangkap oleh alat-alat indera manusia, untuk kemudian diteruskan oleh jaringan syaraf otak (Samantho, 2002:137).

Persepsi bersifat kompleks, kata Devito. Tidak hubungan satu lawan satu antara pesan yang terjadi ‘di luar sana’ dalam getaran udara dan dalam tanda-tanda hitam di atas sehelai kertas dengan pesan yang akhirnya memasuki otak seseorang. Apa yang terjadi di dunia luar amat berbeda apa yang sampai di otak

yang memandangnya (J.A.Devito, 1997:75). Devito mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses konstruksi social. Tahap-tahapnya sulit untuk terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontinyu, bercampur baur dan bertumpang-tindih satu sama lain (J.A.Devito, 1997:75).

Persepsi khalayak sesungguhnya menginderakan objek di dunia realitasnya, ia memproses hasil pengindraannya dan timbullah makna tentang objek itu pada dirinya, itulah yang disebut persepsi. Persepsi itu bukan statis, melainkan bisa berubah-ubah.

#### d. Interpretasi Khalayak (*Interpretive Community*)

Audiens sesungguhnya tidak dapat dikategorikan sebagai massa yang tidak memiliki susunan namun audiens terdiri dari berbagai komunitas yang berbeda di mana masing-masing memiliki ide, nilai, dan ketertarikan. Isi media diinterpretasikan dalam komunitas berdasarkan makna yang dikembangkan secara social dalam kelompok tersebut dan individu lebih dipengaruhi oleh rekan-rekannya daripada oleh media (Littlejohn, 2008:295-296).

Gerald Schoening dan James Anderson menyebut pendekatan berdasarkan komunitas dengan social action media studies dan terdapat enam premis dalam pemikiran penelitian ini, yaitu a) makna tidak berada dalam pesan itu sendiri namun dihasilkan oleh proses interpretasi audiens; b) Makna pesan-pesan media dan program tidak ditentukan secara pasif namun diproduksi secara aktif oleh audiens; c) Makna media mengalami pergeseran terus menerus ketika audiens mendekati media dengan cara yang berbeda; d) Makna pesan atau program tidak bisa ditentukan secara individual namun bersifat komunal; e) Tindakan yang menentukan pemaknaan kelompok untuk isi media dilakukan dalam interaksi antar kelompok; f) Audiens terdiri atas berbagai *interpretive community* yang masing-masing memiliki pemaknaan terhadap apa yang dibaca, dilihat, dan didengar.

Audiens yang berbeda akan menginterpretasikan apa yang dibaca, dilihat, dan didengar dengan cara yang berbeda pula. Audiens akan melakukan dan bertindak pada sesuatu sebagaimana apa yang mereka baca, mereka lihat, dan mereka dengar. Ketika seseorang bergabung dalam suatu komunitas maka akan menerima kegiatan dan makna yang terus menerus dari komunitas atau kelompok tersebut. Bagaimana seseorang bertindak terhadap media dan pemaknaan yang muncul dari tindakan tersebut merupakan interaksi social (Littlejohn, 2008:295-296).

Stanley Fish memiliki karya yang sebagian besar berpusat pada penafsiran tekstual dan pertanyaan tentang letak makna. Fish menyangkal bahwa semua makna dapat ditemukan dalam teks, namun makna terletak pada pembaca teks. Pertanyaan yang tepat bukanlah “*what does a text mean*”? Tetapi “*what does a text do*”. Menurut Fish, pemaknaan bukan merupakan persoalan individu. Seseorang tidak bisa sewenang-wenang memaknai sebuah teks, pemaknaan seseorang bukan merupakan hal yang istimewa (Littlejohn, 2008:134).

Interpretasi khalayak (*interpretive community*) berupaya untuk menjelaskan proses-proses sosial yang terlibat dalam menafsirkan teks-teks budaya. Makna berasal dari teks budaya yang tidak sepenuhnya sukyek maupun obyek material; melainkan teks yang menjadi bermakna dikarenakan berbagai strategi interpretasi yang dilakukan oleh anggota komunitas. Komunitas mengacu pada kesadaran bersama yaitu keyakinan, impian, atau identitas dalam populasi orang-orang secara luas. Komunitas terkadang digunakan untuk menggolongkan situasi berdasarkan penggemar, subkultur, dan tipe lain dari kolektivitas social (Littlejohn dan Foss, 2009:554).

#### e. Resepsi Khalayak

Teori *reception* mempunyai argumen bahwa faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak memirsa atau membaca media, misalnya film atau program televisi. Faktor kontekstual termasuk elemen

identitas khalayak, persepsi penonton atas film atau *genre* program televisi dan produksi, bahkan termasuk latarbelakang sosial, sejarah dan isu politik. Singkatnya, teori *reception* menempatkan penonton/pembaca dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana menonton atau membaca serta menciptakan makna dari teks.

Dalam tradisi studi *audience*, setidaknya pernah berkembang beberapa varian di antaranya disebut secara berurutan berdasar perjalanan sejarah lahirnya: *effect research*, *uses and gratification research*, *literary criticism*, *cultural studies*, *reception analysis* (Jensen&Rosengen,1995:174). *Reception analysis* bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi (Jensen,1999:135). Sebagai respon terhadap tradisi *scientific* dalam ilmu sosial, *reception analysis* menandakan bahwa studi tentang pengalaman dan dampak media, apakah itu kuantitatif atau kualitatif, seharusnya didasarkan pada teori representasi dan wacana serta tidak sekedar menggunakan operasionalisasi seperti penggunaan skala dan kategori semantik. Sebaliknya, sebagai respon terhadap studi teks humansitik, *reception analysis* menyarankan baik *audience* maupun konteks komunikasi massa perlu dilihat sebagai suatu spesifik sosial tersendiri dan menjadi objek analisis empiris. Perpaduan dari kedua pendekatan (sosial dan perspektif diskursif) itulah yang kemudian melahirkan konsep produksi sosial terhadap makna (*the social production of meaning*). Analisis resepsi kemudian menjadi pendekatan tersendiri yang mencoba mengkaji secara mendalam bagaimana proses-proses aktual melalui mana wacana media diasimilasikan dengan berbagai wacana dan praktik kultural audiensnya (Jensen, 1999:137).

Pemanfaatan teori *reception analysis* sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau *polysemic* dan bahkan bisa ditanggapi secara opositif oleh khalayak (Fiske, 1987).

Kajian resepsi sebagaimana dilakukan oleh Morley melandaskan diri pada pemikiran Stuart Hall, sekarang adalah Profesor Sosiologi di Open University, dan merupakan tokoh utama dalam sejarah kebangkitan politik Kiri di Inggris di tahun 1960-an dan 1970-an. Hall sendiri mengikuti gagasan Althusser dan berpendapat bahwa media muncul sebagai refleksi atas realitas di mana media itu terlebih dahulu mengkonstruksikannya.

#### f. Khalayak Media

Khalayak merupakan produk konteks sosial-yang mengarah pada kepentingan budaya, pemahaman dan kebutuhan informasi) dan merespon terhadap pasokan media tertentu. Seringkali keduanya berada pada saat yang bersamaan, ketika sebuah media dirancang untuk menarik anggota kategori tertentu atau penduduk di wilayah tertentu. Menurut Nightingale (2003), terdapat empat jenis khalayak, yaitu: *Audience as “the people assembled”*, *audience as “the people addressed*, *audience as “happening”*, dan *audience as “hearing” or “audition”* (McQuail, 2010:398-399).

Khalayak yang menerima hingga merespon pesan dipengaruhi oleh: a. *physiological influences*, yaitu mencakup faktor fisik (ketajaman indera penglihatan dan pendengaran), usia, tujuan, dan strategi dalam mendengarkan pesan; b. *social/psychological influences*, yaitu factor psikologis (sikap mendengarkan dan pengetahuan yang dimiliki) dan topic pesan yang disampaikan oleh pemberi pesan; c. *contextual influences*, yaitu factor fisiologis dan psikologis pada diri pendengar (mencakup konteks komunikasi dalam interaksi, factor lingkungan, latar belakang, pengalaman, serta filter persepsi individu dalam suatu kelompok tersebut (Wolvin, 2009:137-143).

Pemirsa televisi bersifat aktif dalam berbagai hal di mana selama audiens menonton televisi, audiens mengurai kode (*decoding*) televisi, membaca teks, melibatkan pemahaman terhadap kode-kode

yang beraneka ragam dalam televisi (Burton, 2011:303). Khalayak aktif adalah orang-rang yang tidak menerima apa yang direpresentasikan atau ditayangkan di media atau teks yang ditunjukkan kepada mereka, namun mereka menginterpretasikan itu atau berinteraksi dengan teks atau isi media untuk tujuan mereka sendiri dan dengan cara mereka sendiri tanpa menghiraukan atau memperhatikan tujuan dari pihak yang menciptakan isi atau merepresentasikan teks (Danesi, 2009:8). Khalayak aktif melakukan proses pengolahan kognitif aktif dari informasi yang datang dan berdasarkan pada pengalaman individu (McQuail, 2010:415).

Dalam konteks hubungan sebagaimana dipaparkan barusan, para akademisi sendiri sebenarnya telah berupaya menjelaskan fenomenanya secara ilmiah. Dari hasil-hasil studi para akademisi, maka dibuatlah sejumlah model yang menjelaskan hubungan tadi. Dari model-model yang dihasilkan telah memunculkan sejumlah teori yang dikelompokkan ke dalam *the audience theory*. *Audience theory* atau teori tentang khalayak sendiri yaitu suatu teori yang mencoba menjelaskan bagaimana seorang khalayak menerima, membaca dan merespon sebuah teks. Terkait dengan ini, disebutkan bahwa para analis media telah mengembangkan beberapa model efek media. Model pertama yaitu *The Hypodermic Needle Model*, kemudian disusul oleh model *Two-Step Flow, Uses & Gratifications* dan *Reception Theory*.

## **2. Isi siaran bermuatan dakwah kontroversial program acara Khazanah berdasarkan substansi, sistem pengemasan, dan jam tayang yang diproduksi oleh Stasiun Trans7**

### **a. Episode 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik**

Secara umum resepsi khalayak bisa menerima program acara Khazanah di Trans7 meskipun berbentuk cerita naratif yang disertai gambar-gambar (feature). Tetapi khalayak baik NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah pada umumnya informan juga tertarik pada program dakwah TV nasional dengan pendekatan dialog interaktif, karena bisa memberikan wawasan yang lebih luas dari sisi kompleksitas masalah yang timbul di masyarakat, dan keluasan pembahasan oleh pembicara (nara asumber), seperti "Mama dan Aa' Curhat Dong" (Indosiar). Dan program dakwah yang mengangkat kasus-kasus riil di masyarakat melalui penelusuran yang panjang tentang asal-muasal problem oleh pengusul (masyarakat) dibantu produser TV sehingga kasus tersebut tuntas dan menumbuhkan kesadaran keagamaan bagi orang yang berkasus, misalnya acara Realigi (Trans TV).

Secara substansi, khalayak NU, Muhammadiyah dan syi'ah mengatakan bahwa substansi episode 14 November 2012 yang membahas tentang menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik ini tidak tepat. Karena justru berisi tradisi ziarah yang sudah dilakukan secara turun temurun sejak lama bagi sebagian masyarakat yang kemudian menuding sebagai perbuatan syirik adalah upaya untuk mendiskreditkan kelompok tertentu. Dalam hal ini khalayak NU sebagai pengamal ajaran Ahlussunnah wal jamaah merasa tersinggung dan dipojokkan dengan episode ini, karena kalangan merekalah yang selama ini mengamalkan tradisi ziarah kubur.

Tema dan substansi dari episode ini justru menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat terkhusus khalayak Nahdlatul Ulama'. Dalil-dalil dan gambar-gambar yang disajikan terlihat hanya sebagai legitimasi keterangan yang disajikan. Hal ini mengingatkan tiadanya dalil dan argument yang dibangun oleh masyarakat yang selama ini mengamalkan tradisi ziarah kubur. Baik yang menjalankan ziarah kubur dan yang tidak senang dengan ziarah kubur tentunya memiliki dalil dan argument-argumen sendiri yang mendasar. Sehingga tidak bisa serta merta mengatakan tradisi ziarah yang dilakukan tersebut sebagai perbuatan syirik. Seharusnya secara umum cukup menetralsisir hal-hal yang selama ini dianggap kontroversi, lebih mendiskripsikan secara apik keragaman fenomena pemahaman keagamaan yang ada di masyarakat, sehingga tidak justru menyisakan pertanyaan bagi pemirsa karena belum bisa menemukan solusi atas beberapa persoalan penting, di samping ada juga beberapa hal tidak cukup jelas dari aspek

hukumnya. Disinilah terjadi interpretasi dan resepsi khalayak terhadap muatan dakwah episode ini menjadi berbeda-beda terutama bagi khalayak NU, Muhammadiyah, maupun Syi'ah.

Mengenai kemasan dalam program acara Khazanah secara umum resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah memang sudah bagus. Dengan adanya pembacaan narasi dari host/narator yang ditambah dengan cerita gambar-gambar yang relevan dengan topik membuat episode ini menjadi lebih menarik. Namun sayangnya gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan.

Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah *prime time*. Sehingga bagi kaum perempuan bukanlah waktu yang tepat, karena di jam itu perempuan sibuk dengan kegiatan dapur dan lainnya. Namun bagi sebagian besar informan justru itu waktu yang tepat menuntut pengetahuan tentang agama melalui ensiklopedi Islam dunia.

*b. Episode 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawassul.*

Substansi episode kali ini lebih mengarahkan cara berdoa menurut penulis naskah ini benar sesuai syar'i. Berangkat dari penjelasan tentang adanya amalan di masyarakat tentang praktek doa dan tawassul. Dijelaskan di episode ini bahwa semua agama menganjurkan dalam berdoa. Dalam Islam sholat adalah doa. Namun doa tidak hanya saat sholat tetapi setiap tindakan adalah doa. Namun, berdoa dengan cara didepan makam dengan berziarah itu tidak diperbolehkan. Praktek doa semacam ini disebut dengan istilah Tawassul (wasilah/perantara). Tawassul dianggap tidak dilakukan oleh nabi. Tawassul di makam Nabi, orang-orang shaleh dan para wali yang sudah mati tidak dibolehkan. Bahkan ada ulama yang menyebutkan sebagai bid'ah seperti Imam Abu Hanifah. Berdoa dianjurkan sesuai dengan adab doa dan di waktu yang makbul. Meski juga dijelaskan adanya kontroversi ulama yang membolehkan tawassul dan yang melarang tawassul.

Di Indonesia makam para wali juga banyak diziarahi masyarakat mereka berdoa dan bertawassul untuk terkabulnya doa. Para ulama sepakat kita boleh doakan oleh orang-orang shaleh. Tetapi bagaimana jika masyarakat tawassul pada nabi, sahabat, wali, dan alim ulama yang sudah wafat? Sebagian ulama tidak membolehkan ziarah dibukur dengan berdoa dan bertawassul didepan makam. Syekh Muhammad bin Zainul melarang tawassul kepada orang-orang yang sudah mati. Dalam Hadist dan Q.S. Yunus 106 dijelaskan terkait dengan tawassul. Meskipun sejak awal Islam sampai abad 7 tawassul dilakukan masyarakat namun setelah masuk abad 8 tawassul dipersoalkan dan diragukan kebenaran serta keshohehan hadist yang menjadi hujjahnya. Selanjutnya juga dikupas sejarah tawassul dalam bagian berikutnya. Tawassul yang dilakukan nabi Adam As juga diceritakan. Pro kontra tawassul dijelaskan secara gamblang seperti bahwa tawassul boleh dilakukan ketika nabi masih hidup. Namun ketika nabi dan orang-orang shaleh sudah meninggal tidak diperbolehkan. Meskipun ada sebagian ulama yang setuju dengan tawassul walaupun nabi, sahabat, wali, dan orang shaleh sudah wafat. Islam membolehkan tawassul dengan cara membaca berdoa dengan asmaul khusna. Seperti yang dilakukan nabi Zakaria ketika berdoa memohon agar diberikan anak dan akhirnya dikarunia Yahya yang juga nabi. Praktek doa dan tawassul dianjurkan dengan adab doa dan di tempat yang mustajab. Ketika saat sholat, bersujud, berpuasa, dan memanfaatkan hari jumat untuk berdoa saat khatib naik mimbar. Termasuk ketika sedang di tempat-tempat saat haji maupun umrah.

Secara umum seluruh informan baik dari kalangan NU, Muhammadiyah maupun Syi'ah episode ini responnya menjadi bias karena tidak utuhnya gambaran yang dimaksudkan doa dan tawassul sebagaimana dilakukan oleh kalangan NU misalnya. Disinilah muatan dakwahnya menjadi kontroversial karena ketidakberimbangan dalam menggali dalil dan argumen yang sesuai dengan tema.

Mengenai kemasan dalam program acara Khazanah secara umum resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah memang sudah bagus. Dengan adanya pembacaan narasi dari host/narator yang ditambah dengan cerita gambar-gambar yang relevan dengan topik membuat episode ini menjadi lebih menarik. Namun sayangnya gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan.

Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah prime time. Sehingga bagi kaum perempuan bukanlah waktu yang tepat, karena di jam itu perempuan sibuk dengan kegiatan dapur dan lainnya. Namun bagi sebagian besar informan justru itu waktu yang tepat menuntut pengetahuan tentang agama melalui ensklopedi Islam dunia.

c. *Episode 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) Ahlussunnah wal Jamaah serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik.*

Secara substansi episode ini dimulai dari penjelasan narrator/host yang mengatakan tentang bahayanya syirik. Syirik disini dijelaskan secara syari yakni menyekutukan Allah Swt dengan hal-hal lain. Menurut naskah ini ada empat kategori syirik yang dikupas dengan beberapa episode. Episode kali ini mengupas tentang syirik terhadap ketaatan: lebih tunduk kepada manusia. Syirik besar disini digambarkan dengan feature atau gambar-gambar yang menunjukkan jamaah yang lebih tunduk atas perintah ustadz, kyai, dan syekh ketimbang perintah Allah. Disini digambar dengan jamaah pengajian oleh ustadz atau kyai. Sikap yang mendahulukan pendapat manusia ketimbang dalil Qur'an-Hadits. Dicontohkan misalnya kyai merintahkan agar memohon kepada orang yang sudah mati padahal sudah jelas larangan untuk meminta kepada selain Allah. Memang benar kita beribadah atas petunjuk guru, kyai dan syekh. Tetapi mendahulukan pendapat manusia ketimbang Qur'an-hadits itu termasuk perbuatan syirik. Hal ini didasarkan pada firman Allah dalam QS. At-Taubah, ayat 31.

Dalam episode ini secara substansi syirik yang dimaksud dalam kategori ketiga yaitu syirik ketaatan. Sekarang ini banyak orang yang lebih taat kepada perintah guru, kyai atau syekhnya. Hati-hati dalam perbuatan ini sebagaimana dijelaskan dalam QS. At-Taubah:31. Memang benar kita beribadah mengikuti guru, kyai ataupun orang shaleh lainnya. Tetapi mendahulukan pendapat mereka ketimbang dalil nash adalah termasuk syirik karena lebih taat dan tunduk pada manusia. Seperti misalnya kyai menyuruh orang untuk meminta pada orang yang sudah meninggal padahal sudah jelas larangan meminta selain kepada Allah Swt. Kemudian dikupas contoh-contoh sesuai hadits Nabi Muhammad Saw ketika menfasirkan Qs. At-Taubah:31.

Sementara itu, terkait kemasan dalam program acara Khazanah secara umum resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah memang sudah bagus. Dengan adanya pembacaan narasi dari host/narator yang ditambah dengan cerita gambar-gambar yang relevan dengan topik membuat episode ini menjadi lebih menarik. Namun sayangnya gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan.

Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah *prime time*. Sehingga bagi kaum perempuan bukanlah waktu yang tepat, karena di jam itu perempuan sibuk dengan kegiatan dapur dan lainnya. Namun bagi sebagian besar informan justru itu waktu yang tepat menuntut pengetahuan tentang agama melalui ensklopedi Islam dunia.

d. *Episode 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah.*

Terkait adanya masyarakat yang datang berbondong-bondong untuk mengikuti sholat ied disertai suara kumandang takbir. Dilanjutkan narrator/host mengurai topik episode ini terkait adanya kelompok masyarakat yang menjalankan hari raya di luar hari raya ied fitri dan ied adha. Dari sinilah kemudian dikupas episode ini dengan menjelaskan sepak terjang dan tindakan-tindakan keagamaan yang dilakukan kalangan Syi'ah yang itu berbeda dengan kaidah Ahlussunnah Waljamaah. Beberapa nash Quran-Hadist disebut dan diterangkan untuk mendukung keberadaan kaum Syi'ah yang mengagungkan imam mereka yaitu Ali bin Abi Thalib. Kaum Syi'ah tidak mengakui khalifah Abu Bakar, Umar bin Khattab, maupun Ustman bin Affan.

Adalah iedul ghodirkum, yang dirayakan oleh kalangan Syi'ah. Dilanjutkan dengan munculnya testimony dari beberapa orang yang menjadi anggota Syi'ah yang datang ke hari raya iedul ghodirkum. Episode ini dimunculkan gambar hari raya iedul ghorir di Jakarta. Inilah peristiwa kebun ghodirkum 18 dzulhijjah dimana terjadi pengangkatan Ali bin Thalib yang sekaligus menggantikan kekhalifahan Abu Bakar Shidiq, Umar bin Khottob, dan Utsman bin Affan. Karena mereka dianggap telah merampas imam yang seharusnya penerus Nabi adalah Ali bin Abi Thalib. Ini banyak diterangkan dan dijelaskan dalam doa kalangan Syi'ah. Di mana doa itu terdapat kebencian terhadap Abu Bakar, Umar, Ustman dan dua istri Nabi yaitu Aisyah dan Habsyah. Kemudian ada seorang ulama yang memberikan komentar tentang sepak terjang dan cara-cara Syi'ah yang menjauhkan Nabi dan sahabatnya dari ummat Islam. Bahkan Abu Lu'luah yang justru pembunuh Umar malah diberikan predikat orang pemberani. Dilanjutkan narrator/host yang menyebutkan hadits yang menjadi hujjah syi'ah tentang kenaikan Ali bin Abi Thalib sebagai imam pengganti Nabi. Klaim juga dilakukan Syi'ah ketika Nabi melakukan haji wada' yang saat di ghodirhum sebagai tempat pelantikan Ali bin Abi Thalib.

Melihat daritema dan substansi di atas, terdapat kelompok masyarakat yaitu kaum Syi'ah yang merasa dirugikan dengan program acara Khazanah di Trans7. Karena apa yang diceritakan dalam narasi program acara Khazanah tidak mencerminkan adanya perbedaan pendapat dalam penafsiran nash qur'an-hadits dan tidak sesuai dengan ajaran syi'ah yang sesungguhnya.

Terkait kemasan dalam program acara Khazanah secara umum resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah memang sudah bagus. Dengan adanya pembacaan narasi dari host/narator yang ditambah dengan cerita gambar-gambar yang relevan dengan topik membuat episode ini menjadi lebih menarik. Namun sayangnya gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan.

Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah *prime time*. Sehingga bagi kaum perempuan bukanlah waktu yang tepat, karena di jam itu perempuan sibuk dengan kegiatan dapur dan lainnya. Namun bagi sebagian besar informan justru itu waktu yang tepat menuntut pengetahuan tentang agama melalui ensiklopedi Islam dunia.

### C. Kesimpulan

Merujuk pada paparan diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang relevan sebagai berikut. **Pertama**, isi siaran muatan dakwah program acara Khazanah yang ditayangkan di Trans7 dari empat (4) episode yang dianggap kontroversial yaitu *pertama*, edisi 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik; *Kedua*, pada edisi 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawasul; *Ketiga*, edisi 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ahlussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik; dan *Keempat*, edisi 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah. Secara umum, semua

substansi dan tema lebih mengedepankan sisi kelompok masyarakat yang tidak suka tanpa memberikan ruang buat kelompok yang senang mengamalkannya. Padahal mereka tentulah juga memiliki dalil dan argument yang kuat. Akhirnya serita naratif dalam program acara ini justru menjadi polemik dan resepsi, interpretasi dan resepsi khalayak yang berbeda-beda di kalangan kaum NU, Muhammadiyah maupun Syi'ah. Ujung-ujungnya bisa menggiring pada pembodohan masyarakat dan menjerus kearah konflik. Dalam pengemasan program acara Khazanah juga dianggap sudah baik, hanya saja gambar-gambar (feature) hanya diambil dari youtube bukan langsung produksi sendiri terkesan hanya dicocok-cocokkan. Durasi yang relatif tidak lama, yakni 30 menit adalah cukup, sehingga tidak membosankan.

Respon khalayak NU, Muhammadiyah dan Syi'ah dengan jam tayang program acara Khazanah di Trans7 yang disiarkan mulai jam 05.30 sampai dengan jam 06.00 adalah *prime time*. Sehingga bagi kaum perempuan bukanlah waktu yang tepat, karena di jam itu perempuan sibuk dengan kegiatan dapur dan lainnya. Namun bagi sebagian besar informan justru itu waktu yang tepat menuntut pengetahuan tentang agama melalui ensklopedi Islam dunia.

**Kedua**, sehubungan dengan persepsi, interpretasi, dan resepsi khalayak Nahdlatul Ulama', Muhammadiyah dan Syi'ah terhadap muatan Dakwah melalui program acara Khazanah Trans7 ada beberapa temuan; a) bagi NU praktik menyalahkan orang Islam yang melaksanakan ziarah kubur, menyalahkan praktek doa dan tawasul, menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ahlussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik, dan berjudul mengenal Syiah itu tidak bisa lepas dari dua hal, *pertama* agenda seting dari zionis atau penjajah yang sangat sulit dilawan dan gigih melakukan perlawanan kepada penjajah adalah orang-orang yang memiliki kekuatan sosial dalam komunitas orang-orang yang melakukan praktik slametan dan ziarah kubur. *Kedua*, ada upaya untuk melemahkan kekuatan komunitas orang-orang yang memiliki keyakinan dan pemahaman bahwa ziarah kubur itu penting, sehingga dengan dilakukan kampanye secara terus nar-benar akhirnya akan melakukan koreksi diri untuk tidak lagi beraul dengan orang-orang yang ziarah kubur; b) Bagi kalangan Muhammadiyah, kita tidak menutup mata siaran TV kita ada yang mencoba-coba membangkitkan sentimen ketidak sukaan diantara umat Islam. Umat Islam Indonesia itu sangat beragama. Ada yang anti tahlil ada yang suka tahlil, ada yang anti ziarah kubur ada yang suka ziarah kubur. Sebagai media tentunya harus memiliki etika dalam menyiarkan potensi konflik yang ada dalam tubuh umat Islam; c) Menurut informan seorang aktivis dan pengurus Syi'ah membenarkan bahwa pemberitaan tentang syiah dinilai sangat merugikan bagi kelompok Syiah dan mengancam bagi keselamatan anggota kelompok Syiah. Akhirnya timbul sebuah kebencian diantara umat Islam kepada Syiah. Secara jelas dikatakan kejahatan karena program siaran sudah dirancang bahkan diduga mereka memiliki agenda bagaimana diantara umat Islam ini tidak rukun dan saling bermusuhan. Ini kan sebuah kejahatan, pada saatnya jika program siaran itu terus diulang-ulang termasuk menebar kebencian kepada Syiah, disitu pasti ada kejahatan terselubung yang tidak ingin umat Islam ini bersatu.

**Ketiga**, KPI seharusnya terus memonitor tayangan *Khazanah* tersebut, apakah Trans7 tetap membandel menayangkan program yang kontroversial atau akan berubah. Jika acara *Khazanah* tetap menayangkan konten yang kontroversial maka KPI sudah seharusnya melakukan sanksi berupa teguran hingga pemberhentian sementara tayangan. Mengingat empat (4) episode program acara Khazanah bermuatan dakwah kontroversial nyata-nyata melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Pasal 7 dan Standar Program Siaran (SPS) Pasal 7.

Meskipun disadari publik, bahwa media khususnya televisi juga memiliki kepentingan profit dalam tiap program acara yang ditayangkan. Namun diharapkan kepentingan bisnis terutama pihak Production House (PH) dan stasiun TV yang lebih mengedepankan keuntungan material ketimbang visi seni apalagi visi dakwah, diharapkan tidak menjadikan setiap program yang ditayangkan menyingkirkan unsur idealisme terutama pendidikan dan informasi. Tentunya secara tema dan substansi tidak memicu

kontroversi di khalayak masyarakat apalagi justru menjadi penyebab konflik antara kelompok/golongan masyarakat.

Berhubungan dengan program acara dakwah di TV, kearifan pihak produser Trans7 yang memilih waktu tayang prime time, patut dijadikan bahan pertimbangan bagi pengelola siaran TV Nasional lainnya, bahwa “dengan berdakwah, bisnis tetap jalan”. Namun tetap pula dituntut, agar ada saatnya pula dalam menyampaikan pesan moral/nilai dakwah agama untuk tidak melihat keuntungan semata. Dalam pengembangan dakwah di televisi, diperlukan produktivitas pemrograman dakwah (melalui sinetron, film, dan sebagainya) yang berkualitas dan memberikan pendidikan agama yang baik dan dapat memberdayakan para professional dan pakar yang kompeten di bidangnya.

Sebenarnya tayangan dakwah bukan hanya melulu bersumber dari sejarah Islam klasik atau ensiklopedi Islam dunia, tapi ide cerita bisa diambil dari potret kehidupan nyata masyarakat sehari-hari yang dituturkan dengan menarik, segar, kreatif dan artistik. Untuk itu dibutuhkan da'i yang handal dan professional serta para penulis naskah (film, sinetron religi) yang tentunya mempunyai kematangan dalam memahami ajaran Islam. Sehingga meski bertutur tentang kehidupan keseharian, namun tetap lekat dan kental dengan dakwah dan visi Islam. Umat Islam perlu semacam lembaga pendidikan khusus untuk para penulis cerita Islami dan mereka harus diperkenalkan dengan visi dan misi dari sebuah cerita yang bernuansa Islami, bahkan perlu belajar syari'at Islam agar benar-benar paham dengan apa yang mereka tulis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Nugroho. 2008. *Identitas Kultural Dan Televisi Lokal (Studi Tentang Konstruksi dan Representasi Identitas Kultural dalam Tayangan Banyumas TV)*. Thesis Magister Pascasarjana Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak diterbitkan.
- Arifin, Zaenal, 2007, *Syi'ar Deddy Mizwar*. STAIN Purwokerto Press.
- Azra, Azyumardi, 1999, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*. Jakarta: Paramadina.
- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society*. London: Sage Publication.
- Barker, Chris. *Cultural Studies: Theory and Practice* (2nd edition). London: SAGE Publishers
- Bennet, Tonny. "Media, Reality Signification" dalam Michel Gurevitch (ed), *Culture, Society and the Media*. Metheun
- Beniger, J.R. dan J.A.Gusek. "The Cognitive Revolution in Public Opinion and Communication Research" dalam *Public Opinion and the Communication of Consent* (T.L.Glasser and C.T. Salmon. Eds). New York: The Guilford Press.
- Berger, Peter dan Thomas Luckman. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan). Jakarta: LP3ES
- Berlo, David. *The Process Communication: An Introduction to Theory an Practice*. New York: Rinehart and Winston'
- Budyanto, Irmayanti Meliono. 2004. *Ideologi Budaya*. Kota Kita.
- Burton, Graeme. *Talking Television: An Intoduction to The Study of Talk Television*. London: Hodder Arnold
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interaction*. New York: Prentice Hall.
- Bourdieu, P. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University
- Bungin, Burhan. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela.
- Creswell, John W. *Research Design. Qualitative & Quantitative Approaches*. USA: SAGE Publication.
- De Fleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra-Ball. 1982. *Theories of Mass Communication, Fourth Edition*. New York & London: Longman.
- Du Guy.P dan Hall, dkk. *Doing Cultural Studies*. Berkeley: Sage & Buckingham, Open Unversity
- Effendi, Bachtiar, 2009, *Islam dan Negara*, Ys. Wakaf Paramadina.
- Eldin, Achyar. 2003. *Dakwah Stratejik*. Jakarta: Pustaka Tarbiyatuna.
- Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media.*, Yogyakarta: LKiS.
- Foley, William A.,(1997), "Anthropological Linguistics An Introduction", Malden USA: Balckwell Publishers Inc.
- Fairclough, Norman. *Critical Discourse Analysis*. New York: Longman Group Limited.
- Fidler, Roger. *Mediamorfosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press
- Fiske, John. *Television Culture*. London: Routledge
- Geertz, Clifford. 1972. *The Interpretation of Culture*. New York: Basic BookGoffman, Erving. 1973. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience* London:Harper & Row Publishers
- Hamad, Ibnu, 2008, "Manajemen Dakwah di TV", Makalah Seminar "Pembinaan Dakwah Media Elektronik". KODI DKI Jakarta.
- Habermas, Jurgen. *The Theory of Communicative Action* Vol. 2 (terj. Thomas McCharty). Boston: Beacon Press

- Hall, Stuart. "The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Times" dalam K. Thompson (ed.) *Media and Cultural Regulations*. London: Sage.
- Hidayat, Helmi, 2008, "Membumikan Ajaran Islam melalui Dakwah Interaktif di Televisi", Makalah Seminar "Pembinaan Dakwah Media Elektronik". KODI DKI Jakarta.
- Jensen, Klaus Bruhn, "News as Social Resources," Dalam *European Journal of Communication* 3. 3 : 275-301, 1988
- \_\_\_\_\_. "Media Audiences. Reception Analysis; mass communication as the social production of meaning". Dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W Jankowski. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London : Routledge, 1999.
- Jensen, Klaus Bruhn & Rosengen, Karl Erik. "Five Tradition in Search of Audience". Dalam Oliver Boyd-Barret & Chris Newbold (ed.). *Approaches to Media A Reader*. New York: Oxford University Press Inc, 1995.
- Jensen, William I. Rivers-Jay W.- - Theodore Paterson, 2008, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Kencana Prenada Media Group.
- Kontowijoyo, 1985, *Dinamika Sejarah Umat Islam Indonesia*. Yogyakarta: Salahudin Press.
- Kohar, Wakidul, M.Ag, dalam: Amir Mahmud (ed.), 2005, *Islam dan Realitas Sosial Di mata Intelektual Muslim Indonesia*, Edu Indonesia Sinergi.
- Koordinasi Dakwah Islam (KODI) DKI, 2007, *Dakwah Satu Dasawarsa: Daro seruan ke Pelayanan*.
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication* (7ed.) USA: Wadworth.
- Marris, Paul & Sue Thornham. , 1996. *Media Studies A Reader 2ed*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Morley, David. 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: A Comedia Book.
- Michel Foucault, dalam: Mujiburrahman, 2008, *Mengislamkan Indonesia*, Pustaka Pelajar Offset.
- Murdock, dan Golding. 1992. "Culture, Communications and Political Economy", dalam *Mass Media and Society*, Ed. James Curran and Michael Gurevitch. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Mulyana, 2005, *Kajian Wacana Teori, Metode dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy, 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan lainnya*, PT, Remaja Rosda Karya.
- McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications
- Mc Quail, Denis. 1994. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, edisi kedua*. Penerjemah Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nugoho, Bimo. *Dead Media Society*. Jakarta: Medialink "Menyoal Infotainment di Televisi" dalam *News Letter KPI*, Edisi Januari-Maret
- Nugroho, Garin. *Kekuasaan dan Hiburan*. Yogya: Yayasan Bentang Budaya "Periode Kedua Industri Televisi Visi Baru dalam Dunia Serba Gampang" dalam *Kompas* (Minggu, 16 November). "Televisi Musuh di Ruang Keluarga" dalam *Kompas* (Rabu, 9 Juni)
- Pawito . *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS, 2007.
- Smith, Philip. 2001a "The Durkheimians: Ritual, Classification and The Sacred" dalam *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers
- \_\_\_\_\_, 2001b *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers
- Suparta, Munzier dan Harjani (Ed.), 2003, *Metode Dakwah*, Jakarta: Rahmat Semesta.

Sunandar. 2008, "Tantangan dan Problematika Dakwah di Televisi", Makalah Seminar "Pembinaan Dakwah Media Elektronik". KODI DKI Jakarta.

Sutrisno, Mudji, dan Hendar Putranto. (ed.), 2005, *Teori-Teori Kebudayaan*, Yogyakarta: Kanisius.

Winarto, Yunita T. dkk. (Peny.), 2004, *Karya Tulis Ilmiah Sosial*. Ys. Obor Indonesia.

Wolf, Eric R. *Pathways of Power: Building an Anthropology of the Modern World*. Berkeley: University of California Press.