



**TELEVISI DAN AGAMA:
KOMODIFIKASI SIARAN ACARA AGAMA
(Analisis Wacana Program Acara Damai Indonesiaku)**

Tesis

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 2
Kebijakan Media Ilmu Komunikasi
Universitas Diponegoro**

Penyusun

NAMA : ROHMA INAYATI ILHAM ALKUBA

NIM : 14040117410015

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Rohma Inayati Ilham Alkuba
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14040117410015
3. Program : Magister Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis) yang saya susun berjudul :

TELEVISI DAN AGAMA : KOMODIFIKASI SIARAN ACARA AGAMA (Analisis Wacana Program Acara *Damai Indonesiaku*)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 27 Juni 2020

Pembuat Pernyataan,

Rohma Inyati I.A

NIM. 14040117410015

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul Tesis : TELEVISI DAN AGAMA : KOMODIFIKASI SIARAN ACARA AGAMA
(Analisis Wacana Program Acara Damai Indonesiaku)

Nama : Rohma Inayati Ilham Alkuba

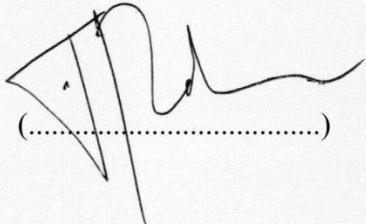
NIM : 14040117410015

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 2

Semarang, 27 Juli 2020

Dosen Pembimbing


1. Dr. Turnomo Rahardjo M.Si



(.....)

Dosen Penguji

1. Dr. Hedi Pudjo Santoso M.Si



(.....)

2. Dr. Nurul Hasfi S.Sos. M.A



(.....)

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

(QS. Asy Syarh : 5-6)

“It always seems impossible until it’s done”

(Itu selalu terlihat tidak mungkin sampai kamu bisa menyelesaikannya)

-Nelson Mandela-

“Tidak ada keberhasilan yang mudah, karena keberhasilan berasal dari proses kegagalan dan perjuangan yang panjang”

-Penulis-

Halaman Persembahan

Puji syukur terbesar kehadirat Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan serta penyusunan tugas akhir berupa tesis ini sebagai syarat kelulusan dari Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik atas berbagai bimbingan, petunjuk, saran, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Dr. Nurul Hasfi selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis.
3. Dr. Turnomo Rahardjo selaku dosen pembimbing atas ketersediaanya dalam membimbing, memberikan saran, dan masukan dalam berdiskusi serta membantu memberikan arahan dengan penuh kesabaran untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian tesis ini.
4. Dosen Magister Komunikasi Kebijakan Media yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan dalam bidang komunikasi, Serta pengalaman masa belajar perkuliahan di kelas yang nyaman dan menyenangkan. Beserta para staff Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro; Mbak Febri, Mas Totok, (Ex Staff) Mas Rus, Mas Johan, dan Mbak Fatonah.
5. Teman-teman Mikom Kebijakan Media : Chinggu Nadya, Citra, Mbak Tari, Ayah Madun, Mas Malik, Mbak Riri, Yisca, Mbak Onyox, Mas iput, Dicka, Mas Puthut, serta juga teman Mikom Komstra : Kak Nova, Ita, Ilham serta teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
6. Keluarga besar yang senantiasa memberikan support: Umi, Abah, Mas Faishol, Mbak Novi, Mas Hamid, Mbak Aniqoh, atas semua dukungan, doa, dan semangat tiada henti kepada penulis.

7. Teman-teman geng Biri-biri: Mami Dian, Titi, Bunda Merlin, Garnis atas dukungannya. kepada semua teman-teman spesial lainnya atas doa dan semangatnya.

TELEVISI DAN AGAMA: KOMODIFIKASI SIARAN ACARA AGAMA (ANALISA WACANA PROGRAM DAKWAH *DAMAI INDONESIAKU*)

ABSTRAK

Dakwah sedari dulu dijadikan acuan bagi umat muslim di Indonesia sebagai tambahan ilmu pengetahuan mengenai Islam. Salah satu bentuk perkembangan dari model dakwah yaitu dengan disiarkannya dakwah dalam tayangan televisi sejak 1900 an. Tayangan dakwah kemudian berkembang dari berbentuk *dakwahtainment* maupun tabligh akbar.

Penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan dakwah dan bentuk-bentuk komodifikasinya. Adapun masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah isi dari acara dakwah yang ditayangkan oleh stasiun televisi disajikan ke masyarakat dan bagaimana Bentuk Komodifikasi pada Siaran Agama pada Tayangan Dakwah "*Damai Indonesiaku*". Hal ini diteliti karena adanya tayangan agama dalam TV berita dan mengkaitkan dakwahnya dengan tema yang sedah menjadi isu dalam sepekan. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mendalami bagaimana bentuk komodifikasi yang dilakukan oleh industri pertelevisian dalam tayangan dakwah. Penelitian ini juga mencoba menjelaskan bagaimana cara-cara yang ditempuh oleh media dalam tayangan dakwah mereka di televisi. Hal ini dilakukan dengan pendekatan gabungan antara analisa wacana dan teori ekonomi politik media dalam bentuk komodifikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma empiris.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komodifikasi audiens, tempat dan pengisi acara merupakan komodifikasi yang unik dalam kasus yang diteliti, dan sekaligus menjadi poin penting sehingga komoditas terbentuk dengan nilai tukar terkuat. Hal tersebut sebagai penyebab dari langgengnya tayangan dakwah di Indonesia.

Kata Kunci: *Analisa Wacana, Dakwahtainment, Damai Indonesiaku, Komodifikasi, Produksi Televisi.*

**TELEVISION AND RELIGION:THE COMMODIFICATION OF
DA'WAH PROGRAM (DISCOURSE ANALYSIS OF DA'WAH
PROGRAM DAMAI INDONESIAKU)**

ABSTRACT

Da'wah has always been used as a reference for Muslims in Indonesia as additional knowledge about Islam. One form of development of the propaganda model is the propagation of propaganda on television since the 1900s. Da'wah shows then developed from the form of preaching and grand tabligh.

The research is aimed at answering questions relating to da'wah and its forms of commodification. The problem in this research is how the contents of Da'wah events aired by television stations presented to the community and how the form of commodification on religious broadcasts on the Da'wah Impressions "Peace Indonesiaku". It is researched because of the religious display in the news TV and associated its rules with the theme that is as a matter of a week. Therefore, this study aims to deepen how the form of commodification conducted by the television industry in the view of Da'wah. The research also tries to explain how the media are being pursued in their preaching on television. This is done by the combined approach between discourse analysis and the political economic theory of the media in the form of commodification. The research method used is a qualitative descriptive with the empirical paradigm.

The results of this study can be concluded that the commodification of the audience, place and event filler is a unique commodification in the case under study, and at the same time becomes an important point so that the commodity is formed with the strongest exchange rate. This is the cause of the perpetual propaganda broadcasts in Indonesia.

Keywords: *Commodification, Damai Indonesiaku, Discourse Analysis, Dakwahtainment, Television Production.*

KATA PENGANTAR

Ide penelitian ini terlahir karena adanya ketertarikan peneliti pada acara dakwah yang biasa ditonton oleh Ayah peneliti. Siaran agama mewarnai dunia pertelevisian Indonesia. Umumnya acara tersebut tayang pada pagi hari sebagai acara pengawal hari selain berita pagi. Peneliti kemudian merasa tayangan dakwah di Indonesia lebih mengedepankan hiburan sehingga munculah istilah *dakwahtainment*. Acara tersebut menampilkan lebih banyak artis maupun pendakwah dari kalangan artis dan publik figur yang hijrah. Penayangan acara dakwah tersebut menyita perhatian peneliti dan kemudian ditemukan beberapa masalah yang muncul terkait komodifikasi dan pesan politik ekonomi.

Sebagai penikmat acara dakwah, peneliti melihat adanya kecenderungan acara dakwah pun disesuaikan dengan tema atau ideologi dari perusahaan televisi penayang. Tayangan dakwah dianggap sukses saat ini dan menghasilkan banyak *income* bagi stasiun televisi penayang. Peneliti melihat perbedaan yang sangat signifikan antara tayangan dakwah di masa Zainudin MZ dan di masa sekarang yang mengalami banyak perubahan. Namun, setiap stasiun televisi mempunyai ciri khas masing-masing seperti Metro TV yang menampilkan Quraish Syihab berbentuk kultum, Indosiar dengan *Mama dan Aa'* yang menawarkan tanya jawab, MNC TV dengan Siraman Qolbu yang menampilkan metode Ruqyah setelah dakwah yang disampaikan, Trans TV yang memberikan dakwah ringan melalui guyonan Maulana dan juga disampaikan kisah hijrah artis, dan TVOne dengan konsep tabligh akbarinya melalui *Damai Indonesiaku*.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konfigurasi stasiun televisi, konsumen, maupun industri lain sebagai pengiklan selaku aktor-aktor yang terlibat pada *status quo* dalam industri ini yang dianggap relevan oleh penulis karena berupaya memberikan jawaban atas permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna dari isi atau pesan dakwah yang disampaikan oleh tayangan *Damai Indonesiaku* yang tayang pada tanggal 4 Agustus 2018 tentang kebebasan dakwah dalam demokrasi. Penulis juga menggali bentuk-bentuk komodifikasi dalam tayangan tersebut dan bagaimana persaingan antar stasiun televisi lain. Selain itu, peneliti juga melihat faktor-faktor penyebab acara tersebut bisa langgeng dan tetap mempunyai banyak penonton.

Setiap karya pasti mempunyai keterbatasan dalam mencakup hal-hal tertentu. Begitu pula dengan tesis ini yang masih memiliki celah pada sisi kelengkapan data. Meskipun demikian, peneliti berharap tesis ini dapat berkontribusi bagi bidang keilmuan peneliti serta bagi masyarakat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian	ii
Halaman Pengesahan	iii
Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Abstrak	vii
Abstract	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4.1. Secara Teoritis	16
1.4.2. Secara Praktis	16
1.4.3. Secara Sosial.....	17
1.5. State of the Art (SOTA)	17
1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
1.6.1 Teori Ekonomi Politik	20
1.6.2. Teori Komodifikasi.....	24
1.6.1 Teori Komodifikasi Mosco.....	24
1.7 Asumsi Teoritis Penelitian	26
1.8 Operasionalisasi Konsep	28
1.9. Metode Penelitian.....	29
1.9.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	29

1.9.1.1 Teori Analisis Wacana.....	31
1.9.2 Sumber Data	39
1.9.3 Teknik Pengumpulan Data	39
1.9.4 Teknik Analisis dan Interpretasi Data	40
1.9.5 Uji Validitas dan Reabilitas	41
1.9.6 Keterbatasan Penelitian	42
BAB II PERKEMBANGAN DAKWAH PADA MEDIA TELEVISI.....	43
2.1 Sejarah dan Implementasi Tayangan Dakwah <i>Damai Indonesiaku</i>	43
2.2 Visi dan Misi	47
2.3 Target Acara.....	48
2.4 Format Acara.....	49
2.5 Struktur Organisasi Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	51
BAB III FAKTOR-FAKTOR DARI PELAKSANAAN PRAKTIK KOMODIFIKASI DALAM PROGRAM DAKWAH DAMAI INDONESIAKU ..53	
3.1 Analisa Teks.....	54
3.1.1 Temuan Struktur Makro.....	56
3.1.2 Temuan Struktur Mikro	60
3.2 Makna Kebebasan Dibalik Dominasi Pesan Dakwah Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih.....	62
3.3 Temuan Konteks Sosial Terhadap Pesan Dakwah Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih.....	65
3.4 Temuan Komodifikasi dalam Pesan Dakwah Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih pada Media.....	69
BAB IV ANALISIS WACANA DALAM PROGRAM DAKWAH DAMAI INDONESIAKU	82
4.1 Pesan Dakwah dalam Struktur Makro/Temantik Program Dakwah Indonesia	82
4.1.1 Tema	83
4.2. Pesan Dakwah dalam Superstruktur/skemantik Program Dakwah <i>Damai Indonesiaku</i>	86

4.2.1	Pendahuluan/Pembukaan	86
4.2.2	Isi	89
4.2.3	Penutup	92
4.3	Pesan Dakwah dalam Struktur Mikro Program Dakwah <i>Damai Indonesiaku</i>	92
4.3.1	Semantik	92
4.3.2	Sintaksis/Koherensi	96
4.3.3	Stilistik	98
4.3.4	Retoris	99
4.4	Bentuk-Bentuk Komodifikasi dalam Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	100
4.4.1	Komodifikasi Isi Pesan Dakwah dalam Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	100
4.4.2	Komodifikasi Audiens dalam Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	103
4.4.3	Komodifikasi Pengisi Acara dalam Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	104
4.4.4	Komodifikasi Pemilihan Tempat dalam Acara <i>Damai Indonesiaku</i>	106
4.5	Refleksi Penelitian	109
4.5.1	Implikasi Akademis	109
4.5.2	Implikasi Praktis	112
4.5.3	Implikasi Sosial: Kebijakan Media dalam Proses Komodifikasi pada Tayangan Dakwah	114
BAB V PENUTUP		119
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN		128

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2 Temuan Analisa Wacana dalam	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3 Pembukaan Acara Damai Indonesiaku.....	87
Tabel 4 Isi Acara Damai Indonesiaku	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Arifin Ilham Menunjukkan Pakaian Sunnah untuk Umat Islam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2 Himbauan Sedekah Masjid	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 Background dari Acara Damai Indonesiaku	62
Gambar 3.2 Iklan Wadimor	74
Gambar 3.3 Iklan Luwak White Koffe	75
Gambar 4.1 Posisi Penonton Sebagai Pasar Pada Program Dakwah	110
Gambar 4.2 Posisi Penonton sebagai Pasar Ketika Program Dakwah Mempunyai Posisi Baru	110
Gambar 4.3 Posisi Penonton Sebagai Komoditas Pada Penayangan Program Dakwah	111