BAB IV

KOMODIFIKASI DALAM PROGRAM DAKWAH DAMAI INDONESIAKU

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil analisa. Teks yang akan dianalisa merupakan episode tanggal 4 Agustus 2018 dengan tema acara "Kebebasan Dakwah dalam Demokrasi" oleh Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih. Pada bab ini, analisa yang digunakan menggunakan Analisa wacana Van Dijk. Teun A. Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Pertama, struktur makro yang merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu teks. Kedua, superstruktur, yang merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana suatu teks tersusun secara utuh. Ketiga, struktur mikro, yaitu makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks. Sebagaimana kerangka analisis teks Van Dijk, di bawah ini dipaparkan analisis teks dalam dakwah "Kebebasan Dakwah dalam Demokrasi" oleh Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih.

4.1 Pesan Dakwah dalam Struktur Makro/Temantik Program Dakwah Indonesia

Dalam struktur mikro semantik makna yang ingin ditekankan, dalam penggunaaan struktur ini skema wacana Teun A. Van Dijk disebut hubungan antar kalimat, hubungan antar proposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu struktur wacana, semisal dengan memberi detail pada suatu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain. Dalam acara *Damai Indonesiaku*

pengisi acaranya adalah Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih dengan berdakwah mengenai kebebasan berpendapat dan bagaimana Islam memandang demokrasi. Analisa struktur/tematik acara tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

4.1.1 Tema

Elemen ini merupakan elemen wacana dimana elemen ini yang digunakan untuk menyediakan latar belakang hendak kemana makna suatu pembahasan itu dibawa. Pada tayangan *Damai Indonesia* ini peneliti mengambil data dari video acara *Damai Indonesiaku* episode "Kebebasan Dakwah dalam Demokrasi" yang diunggah oleh situs youtube resmi TvOne yaitu ReligiOne. Data yang diambil merupakan isi dari tausiah dakwah Fikri Haikal MZ dan Syarif Matnadjih yang menjelaskan secara bergantian. Fikri menjelaskan kebebasan seperti apakah menurut pandangan Islam. Dijelaskan bahwa semua orang memiliki kebebasan akan tetapi harus bertanggung jawab. Semua orang berhak mengakses semua hak asasi yang dimilikinya, namun semua harus mempunyai batasan-batasan dan tidak bisa seenaknya

Pesan dakwah dalam struktur makro ini, sesuai dengan pengertian tema atau topik diatas bahwa setiap manusia selalu mempunyai batasan dan semua harus bertanggungjawab atas apa yang diperbuat seperti yang telah disampaikan oleh Fikri yaitu kebebasan yang bertanggung jawab merupakan cerminan dari kebebasan dalam Islam. Untuk semua masyarakat Indonesia harus mampu menggunakan hak dan memenuhi kewajibannya. Dia mengatakan, *"Semua orang bebas melakukan apa saja, tapi tidak boleh mengganggu orang lain. Mau setel musik kenceng-kenceng boleh, tapi ada batasannya. Apakah mengganggu tetangga yang sedang*

istirahat. Tetangga juga berhak buat dapat ketenangan. Begitu pula dakwah, harus disesuaikan sehingga tidak menyinggung orang lain"

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, seberapa besar apapun kebebasan yang dimiliki seseorang, untuk semua umat Islam disarankan tetap menyadari bahwa kebebasan yang dimiliki terbatas dan harus menjaga hak orang lain. Dalam Islam juga ditekankan toleransi dan pemahaman tentang hak dan kewajiban meskipun tidak ada sistem demokrasi dalam Islam. Masyarakat pun diajarkan untuk menggunakan hak umatnya sesuai dengan batasan dan juga hak orang lain juga harus dijaga sehingga tidak menyebabkan kerugian bagi orang lain. Umat juga diingatkan untuk selalu menjaga ketertiban dan mengikuti aturan tidak hanya dari aturan agama Islam melainkan juga dari aturan negara. Selain itu, Fikri menegaskan bahwa semua umat harus berpartisipasi dalam pemilu sebagai bentuk partisipasi dan juga menghargai aturan negara Indonesia.

Damai Indonesiaku menampilkan dua ustadz sekaligus dalam acaranya. Setelah mengetahui tema yang diberikan oleh Fikri, peneliti akan membahas tema yang diberikan oleh Syarif Matnadjih. Dalam dakwahnya Syarif Matnadjih disampaikan bagaimana pentingnya menyampaikan pendapat dalam berkenagaraan. Meskipun Islam tidak mengajarkan tentang demokrasi, akan tetapi dalam Islam pemerintah yang baik harus didukung oleh masyarakat yang memahami perannya dalam berdemokrasi. Syarif Matnadjih menyampaikan, *"Tetapi saya ingin sampaikan dalam rangka kerangka tema kita, bahwa ini akan menjadi sebuah motivasi kuat untuk semua juru dakwah. Engkau harus dipaksa santun dalam bertutur, bila engkau menginginkan sebagai penerus Baginda Rasullah, Muhammad SAW. Jama'ah karena ulama ini adalah pewaris nabi dan*

ketika Allah SWT hanya mengulang kata ulama 2 kali… definisi ulama dalam Al Qur'an ialah mereka yang takut kepada Allah…"

Dari pesan yang disampaikan di atas dapat dilihat bahwa tema dari Fikri dan Syarif berbeda. Jika Fikri mengangkat tema kebebasan berdakwah harus sesuai hak dan tidak mengganggu orang lain, maka Syarif mengangkat tema penyampaian dakwah yang santun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Syarif menegaskan bahwa ulama dapat menyampaikan dakwah akan tetapi diharuskan santun sehingga tidak menyakiti orang lain. Selain itu, ulama juga harus netral serta dapat menyampaikan pesan tanpa memihak. Ulama harus tetap melakukan syariah Islam sesuai dengan ketentuan dakwah namun harus disesuaikan dengan sistem demokrasi di Indonesia yaitu kebebasan yang bertanggung jawab. Pendakwah diingatkan untuk tidak menghina, mencaci dan juga merendahkan orang lain dalam dakwah karena dianggap mereka tidak takut akan Allah.

Menurut hasil wawancara dengan produser TvOne Damai Indonesiaku, Faiz Sumarno, menyebutkan apabila isi dakwah disesuaikan dengan kondisi situasi yang terjadi saat ini. Pada waktu itu, Indonesia sedang akan dilakukan pemilu, sehingga hal yang lumrah terjadi pada politik di Indonesia dimana setiap kandidat presiden saling menjelekkan dan menjatuhkan untuk mendapat suara dari masyarakat. Tema dakwah untuk mengingatkan sekaligus menegaskan bahwa ulama harus bersifat netral dan tidak merendahkan orang lain dalam menyampaikan visi dan misinya. Adapun salah satu kandidat calon wakil presiden merupakan ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI), sehingga dakwah dapat dijadikan media pengingat selain media edukasi kepada para penonton baik yang berada di lokasi *live* ataupun pemirsa yang di rumah. Dengan demikian menurut Van Dijk hal tersebut memenuhi unsur latar

belakang dan tema dari sebuah wacana. Dalam hal ini, wacana disuguhkan dalam bentuk dakwah dan tema disesuaikan dengan kondisi terkini Indonesia selama pra-pemilu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tema yang diangkat sebagai *check and balance* dalam situasi saat ini.

4.2. Pesan Dakwah dalam Superstruktur/skemantik Program Dakwah *Damai Indonesiaku*

Skemantik menggambarkan bentuk umum dari suatu teks, teks atau wacana mempunyai alur atau skema dari pendahuluan sampai akhir sebagai upaya penataan mana yang harus didahulukan dan mana yang bisa dikemudiankan. Bentuk superstruktur pada umumnya terdiri dari pendahuluan/pembukaan, isi dan penutup. Analisa dari pesan dakwah dalam superstruktur adalah sebagai berikut.

4.2.1 Pendahuluan/Pembukaan

Pendahuluan dalam *Damai Indonesiaku* episode "Kebebasan Dakwah dalam Demokrasi" menampilkan tayangan dakwah yang berkonsep tabligh akbar. Pendahuluan dapat dilihat dari pada waktu 00:30 sampai dengan 1:28. Pendahuluan acara dimulai dengan pembacaan ayat suci Al Qur'an oleh Romzy Al -Huffadz.

	Pada awal pembukaan ditampilkan informasi lokasi dari *Damai Indonesiaku* melalui tulisan.

	Pendahuluan dilanjutkan dengan pembacaan surat Al Qashash: 86-87 oleh ustadz Romzy dan ayat ini merupakan gambaran dari tema hari itu.

Tabel 1 Pembukaan Acara *Damai Indonesiaku*

Dalam acara Damai Indonesiaku yang tayang 4 Agustus 2019 acara dibuka dengan menampilkan informasi lokasi dari *Damai Indonesiaku*. Acara tersebut diselenggarakan di Masjid Al-Muqarrabin di daerah Kompleks Angkatan Udara Jakarta Timur. Menurut pendapat dari narasumber TVOne, tempat tersebut dipilih karena dianggap angkatan bersenjata Indonesia seperti Angkatan Udara dianggap wilayah netral dalam kegiatan politik. Hal tersebut dipilih dikarenakan untuk membicarakan isu politik yang sedang panas, maka dibutuhkan situasi maupun lokasi yang kondusif. Dengan pertimbangan tersebut, maka diambillah tempat di masjid dalam area Angkatan Udara Jakarta Timur sesuai kesepakatan tim produksi.

Pendahuluan kemudian dilanjutkan dengan pembacaan ayat suci Al Qur'an secara singkat oleh Ustadz Romzy sehingga yang menyaksikan program tersebut bisa mengetahui isi dari acara tersebut sebelum khotbah atau dakwah dimulai. Pemilihan surat Al Qashash dimaksudkan untuk memberi gambaran tentang dakwah atau penyampaian mengenai kebebasan berdakwah di dalam Islam. Terjemahan dari surat Al Qashash ayat 86-87 seperti yang tertera pada layar adalah *"Dan kamu tidak pernah mengharap agar Al Qur'an diturunkan kepadamu, tetapi ia (diturunkan) karena suatu rahmat yang besar dari Tuhanmu, sebab itu janganlah sekali-kali kamu menjadi penolong bagi orang-orang kafir (86). Dan jangan sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah, sesudah*

ayat-ayat itu diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Tuhan (87).”

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa setiap umat diharapkan menyebarkan ajaran agama Islam dan memberikan petunjuk kepada semua manusia untuk dalam jalan Tuhan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Faiz, ayat ini diambil sebagai dasar mengapa manusia diharapkan menyampaikan informasi melalui dakwah, sehingga ayat tersebut sangat berkaitan dengan kebebasan berdakwah. Dengan kata lain, dakwah merupakan bagian dari demokrasi yang harus diberikan sebagai salah satu hak untuk berekspresi dan hak untuk berbicara. Jadi, ayat ini dipilih sebagai pembuka atau pendahuluan dari acara tersebut dimaksudkan agar orang dapat mengetahui tema secara keseluruhan dari acara tersebut. Setelah pembacaan ayat suci Al Qur’an kemudian acara dilanjutkan ke bagian isi.

4.2.2 Isi

Dalam segmen isi atau pembahasan dibagi menjadi tiga bagian yaitu khotbah yang disampaikan oleh Fikri, khotbah yang disampaikan oleh Syarif dan sesi tanya jawab dengan penonton di rumah melalui media sosial dan pertanyaan dari penonton yang datang langsung ke lokasi acara *Damai Indonesiaku*. Berikut bagian dari isi atau pembahasan dari acara *Damai Indonesiaku:*

	Segmen satu dimulai dari menit ke 1:47 - 19:37. Segmen ini diisi oleh Fikri Haikal MZ dengan subtema kebebasan yang bertanggung jawab dalam dakwah. Setiap segmen akan diakhiri oleh pembawa acara, M. Agung Izzulhaq untuk menuju ke commercial break. Setelah iklan, pembawa acara membuka dan melanjutkan ke sesi ke dua.
	Segmen kedua dibuka oleh pembawa acara kemudian dilanjutkan oleh dakwah dari menit ke 20:27-33:28. Dakwah dibawakan oleh KH. Syarif Matnadjih dengan subtema dakwah yang santun. Syarif juga menjelaskan bagaimana hakikat dan adab berdakwah menurut agama Islam sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini.
	Segmen ketiga merupakan sesi tanya jawab yang dibuka dan dipandu oleh pembawa acara. Sesi ini berlangsung dari menit ke 33:56-42:17. Kedua pendakwah menjawab pertanyaan yang diambil dari sosial media maupun dari penonton langsung.

Tabel 2 Isi Acara *Damai Indonesiaku*

Pada segmen pertama diisi oleh Fikri Haikal MZ. Sesi ini berlangsung selama 18 menit. Dalam segmen dijelaskan tentang kebebasan menyampaikan dakwah di Indonesia dimana sudah cukup memberikan kebebasan bagi semua berpendapat maupun dalam berdakwah oleh Fikri. Dia menekankan bahwa kebebasan yang dimiliki setiap individual harus bertanggung jawab dan tidak boleh

mengganggu hak-hak dari orang lain. Dia menjelaskan tentang bagaimana iklim kebebasan berdakwah ditengah-tengah era dimana hak dijunjung tinggi. Selanjutnya, Dia menjelaskan bahwa Islam sudah memberikan hak dan kebebasan untuk memilih sesuai dengan konsep ajaran Islam karena di dunia ini semua hal *binary* dan manusia diberi kesempatan untuk memilih mana yang baik dan mana yang salah.. Dia juga menekankan dan menjelaskan tentang kebebasan pada sistem negara sekular dan liberal yang merujuk pada hukum dan norma pada masyarakat.

Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan untuk memeluk dan meyakini sebuah agama ataupun keyakinan yang lain. Kemudian, dijabarkan pula falsafah dari iklim demokrasi di Indonesia, *"Pertama Indonesia jelas bukan negaranya satu agama aja… tapi yang jelas Indonesia tempatnya orang beragama. Kebebasan yang berkaitan dengan keyakinan dan agama. Bagi yang memegang kepercayaan diterima di seluruh Nusantara. Tapi buat para PKI (Partai Komunis Indonesia), Atheis, tidak menyakini adanya Tuhan Yang Maha Esa, maaf-maaf bro ga punya tempat bernaung di Ibu Pertiwi…"* Dalam dakwahnya Fikri menegaskan bahwa semua hak harus sesuai dengan kewajiban dan juga makna Pancasila. Dia juga menegaskan nilai-nilai seperti atheis dan komunis sangat tidak dapat diterima di Indonesia. Dia juga menambahkan apabila pemerintah sudah menolak untuk minta maaf kepada para PKI karena hal tersebut jelas menganggu kebebasan beragama di Indonesia.

Segmen kedua diisi oleh Syarif Matnadjih selama 13 menit. Dia menjelaskan tentang hakikat dakwah yang diharuskan santun dan pendakwah harus berani menghadapi segala macam masalah terutama dalam menyampaikan kebenaran. Isi dari dakwah yang disampaikan dihubungkan dengan hakikat dakwah

yang sebaiknya dilakukan secara santun dan tidak mudah menyerah. Dia menyampaikan, *"Apabila berdakwah kau harus dengan keridhaan Allah sehingga kamu tidak akan mudah untuk disusupi oleh kepentingan-kepentingan lain."* Selain berbahasa santun. Dia juga menekankan bahwa apabila berdakwah ulama diharapkan mempunyai sifat netral dan tidak disusupi oleh kepentingan di luar tujuan dari dakwah.

Segmen ketiga diisi dengan tanya jawab seputar kajian Islam. Sesi ini berlangsung selama 9 menit. Pertanyaan yang diberikan dari sosial media seperti twitter dan instagram serta mengambil pertanyaan dari penonton langsung. Pertanyaan yang diberikan dapat berupa sesuai tema maupun bukan tema. Pertanyaan pertama diberikan kepada Fikri tentang seputar tanggapan apabila ada ustadz yang bertarif. Pertanyaan kedua adalah tentang dakwah dalam agama lain sebagai simbol kesuksesan dalam mengajak orang lain untuk bisa meyakini agama tersebut dan mengenai hak agama lain untuk mengajak masuk ke agama tersebut.

4.2.3 Penutup

Dalam acara *Damai Indonesiaku*, pembawa acara langsung menutup acara pada menit ke 42:16-42:50. Pembawa acara menghaturkan terimakasih dan juga memberikan informasi lokasi *Damai Indonesiaku* selanjutnya beserta pengisi acaranya. Setelah selesai menutup acara terdapat segmen menampilkan sponsor yaitu Wadimor dan juga menampilkan copyright TVOne sebagai stasiun televisi yang memproduksi.

4.3 Pesan Dakwah dalam Struktur Mikro Program Dakwah *Damai Indonesiaku*

4.3.1 Semantik

Dalam struktur mikro semantik makna yang ingin ditekankan, dalam penggunaaan struktur ini skema wacana Teun A. Van Dijk disebut hubungan antar kalimat, hubungan antar proposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu struktur wacana, misal dengan memberi detail pada suatu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail sisi lain.

A. Latar

Elemen ini merupakan elemen wacana dimana elemen ini yang digunakan untuk menyediakan latar belakang hendak kemana makna suatu pembahasan itu dibawa. Dalam tayangan *Damai Indonesiaku* ini peneliti mengambil, Fikri dan Syarif yang sudah terbiasa memberikan tausiah dalam konsep tabligh akbar dan mempunyai jamaah yang banyak. Menurut narasumber selaku produser TvOne Damai Indonesiaku, keduanya sudah sangat mengerti tentang tema yang diangkat apalagi seperti Fikri yang mempunyai kemampuan dakwah diambil dari Almarhum ayahnya KH Zainudin MZ yang juga selalu membahas masalah politik. Oleh karena itu, sesuai dengan tema kebebasan berdakwah maka Fikri menyampaikan kebebasan berdakwah sesuai dengan nilai Pancasila dan juga agama.

Disisi lain, Syarif menjelaskan bagaimana akidah dan hakikat dakwah dimana sesuai dengan tema yang saat ini diangkat. Dia menyampaikan bahwa semua orang harus berani menyampaikan sesuatu yang benar sesuai dengan hak

asasi manusia yaitu kebebasan mengemukakan pendapat. Dia juga mengingatkan bahwa dalam penyampaian harus santun sehingga tidak mengganggu maupun menyakiti perasaan orang lain seperti halnya dalam dunia politik dimana orang menyampaikan pendapat tanpa memikirkan perasaan orang lain. Kebebasan berdakwah harus tetap diperhatikan kaidah kesantunan dan juga adab dalam berdakwah dan harus disesuaikan dengan kondisi dari negara dan juga masyarakat.

Penyampaian dakwah dapat membujuk dan juga memberikan informasi kepada masyarakat maupun ulama lainnya. Oleh karena itu, dakwah yang disampaikan pada *Damai Indonesiaku* akan memberikan informasi kepada semua pemirsanya bahwa dakwah juga harus disampaikan dengan santun dan disesuaikan dengan hak orang lain agar tidak menjadi gangguan bagi orang lain.

B. Detail

Elemen wacana detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan sesorang, apakah sisi informasi tertentu diuraian secara panjang atau tidak. Tujuan tersebut agar publik mendapat informasi yang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan dan agar persepsi yang dimiliki oleh pemirsa sama dengan yang ingin ditekankan dalam teks /wacana. Seperti niat awal Fikri yaitu semua orang berhak mengakses haknya akan tetapi harus memperhatikan hak orang lain. Fikri juga menekankan kebebasan beragama di Indonesia dan bahkan menyadari bahwa Indonesia mempunyai keanekaragaman dalam beragama. Bukan hanya terdiri dari agama Islam tapi juga agama lainnya. Namun Dia menekankan Atheis maupun PKI tidak dapat diterima dan tidak memiliki kebebasan di negara Indonesia. Detail yang disampaikan ini untuk mengingatkan masyarakat bahwa semua orang harus mengikuti Pancasila terutama sesuai dengan sila Pertama yakni Ketuhanan Yang

Maha Esa. Fikri menegaskan bahwa orang yang tidak beragama seperti Atheis maupun PKI tidak sesuai dengan Pancasila yang merupakan dasar negara bangsa Indonesia.

Hal lain yang disampaikan oleh Syarif yang menekankan bahwa semua orang harus berusaha untuk menyampaikan hal yang baik kepada orang lain. Bagaimana semua umat juga harus bisa menyampaikan tidak harus ulama dan bagaimana peran ulama dalam kehidupan sehari-hari pun dijelaskan oleh Syarif. Detail yang disampaikan adalah bagaiman penyampaian dakwah haruslah yang santun dan tidak menyakiti perasaan orang lain baik dari umat Islam sendiri mapun umat non Islam sendiri agar pandangan Islam sebagai agama yang damai bisa terefleksikan.

C. Maksud

Elemen wacana maksud, hampir sama dengan elemen detail. Dalam detail, informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan dengan detail yang panjang. Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit dan tersembunyi. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.

Pada sesi tanya jawab disampaikan dua pertanyaan oleh pembawa acara. Pertanyaan pertama seputar bagaimana tanggapan ustadz apabila ada ulama yang bertarif. Fikri menjawab dengan jawaban yang menegaskan bahwa seharusnya ilmu yang diberikan ulama harus ikhlas dan dianggap seperti sedekah meskipun tidak menggunakan harta. Namun diakhir, Dia berkata *"Namanya murid harus dengerin gurunya. Makanya muridnya harus tau juga ama gurunya"*. Hal ini dimaksudkan

bahwa murid yaitu umat harus memahami gurunya dalam hal ini dapat memberikan sedekah juga kepada guru atau ulama yang berdakwah. Informasi implisit ini bermaksud untuk menyampaikan bahwa umat sebaiknya memberikan kompensasi yang sesuai meskipun seharusnya ulama atau pendakwah tidak seharusnya bertarif. Apabila hal ini disampaikan dengan jelas maka akan membuat anggapan bahwa ustadz atau ulama merupakan sosok yang materialistis yang hanya mau meberikan ilmu dengan bayaran yang tinggi. Namun, umat diharapkan pun mengerti bahwa sebaiknya memberikan upah atau bayaran atas dakwah yang disampaikan.

Di sesi tanya jawab kedua, pembawa acara menyampaikan bahwa dalam Islam dakwah yang dilakukan oleh agama lain merupakan pemurtadan, sementara bagi agama tersebut merupakan sebuah keberhasilan. Membahas agama lain merupakan hal yang sensitif sehingga Syarif berusaha menjawab secara implisit. Dia mengatakan bahwa sebaiknya ulama maupun mendakwah menyampaikan pesan dengan santun dan juga memperhatikan perasaan ornag lain. Dia menegaskan, *"Kita agama yang damai, sehingga harus keliatan deh itu kesopanannya, cinta kasih juga diperlihatkan. Hablumminallah nya"*. Hal ini dimaksudkan agar dalam penyampaiannya tidak radikal dan juga menunjukkan kepedulian kepada sesama. Bahwa agama Islam pun menyampaikan dakwah juga memperhatikan prinsip cinta kasih kepada sesama dan juga menjalin hubungan antara sesama seperti yang disampaikan pada kata *hablumminallah*.

4.3.2 Sintaksis/Koherensi

Sintaksis adalah pertalian atau jalinan antar kata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren.

Dalam *Damai Indonesiaku,* dijelaskan kebebasan berdakwah harus sesuai dengan kebebasan berpendapat di Indonesia sehingga semua orang mempunyai hak yang sama dalam menyampaikan pendapat. Namun, Dia juga menekankan bahwa hak juga harus disesuaikan jangan sampai mengganggu hak orang lain. Kemudian hak juga harus disesuaikan dengan nilai-nilai pancasila dan norma. Hal tersebut sangat bertalian atau berkaitan dengan apa yang disampaikan yakni bagaimana manusia harus memperhatikan hak orang lain dan harus berlandaskan azas pancasila sebagai pedoman dari berkenegaraan. Diperhatikannya hak-hak orang lain maka tidak akan ada pihak yang dirugikan dari pesan dakwah yang disampaikan oleh semua orang yang ingin menyampaikan pendapat atau pandangan tentang Islam dan bagaimana manusia sebaiknya harus mempunyai batasan. Apabila masyarakat Indonesia tidak mengikuti peraturan yang ada dalam berkenegaraan maka mereka tidak diperbolehkan diterima di Indonesia. Hal ini sangat berkaitan satu sama lain sehingga isi dari dakwah solid dan sesuai dengan kondisi saat ini.

Pada dakwah sesi dua yang disampaikan oleh Syarif koherensi dapat juga dilihat ketika Dia menyampaikan bagaimana dakwah harus mencerminkan kaidah Islam dan santun dalam penyampaiannya. Manusia tidak boleh menyerah dalam menyampaikan hal yang benar dan bagaimana semua umat harus menjalankan sesuai dengan kaidah dari Islam. Lebih lanjut dijelaskan bahwa penyampaian harus santun dan tidak menyakiti orang lain dikarenakan menyambung dari yang disampaikan Fikri bahwa di Indonesia tidak hanya terdiri dari umat Islam tapi juga umat agama lain, sehingga dakwah tidak diperbolehkan bersifat provokatif dan harus sesuai dengan kaidah kesantunan. Hal ini sangat mempunyai nilai koherensi

dengan situasi politik dimana dalam menyampaikan pendapat orang juga harus memperhatikan keyakinan orang lain dan santun dalam menyampaikan pendapatnya.

4.3.3 Stilistik

Stilistik merupakan gaya atau *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan demikian *style* dapat diterjemahkan sebagi gaya bahasa. Gaya bahasa yang digunakan oleh Fikri dan Syarif dalam acara dakwah tersebut dengan tegas dan lugas. Dapat dilihat dari beberapa bagian penting disampaikan dengan lebih keras dan dengan nada yang tinggi yang menandakan bahwa kalimat yang disampaikan adalah hal yang penting dan perlu diperhatikan. Terkadang juga mereka menggunakan nada yang pelan agar suasana lebih terasa akrab dengan penonton yang ada di lokasi maupun di rumah.

Gaya bahasa yang digunakan kedua pendakwah tersebut merupakan gaya bahasa yang sederhana. Narasumber menyampaikan bahwa gaya bahasa sederhana ditekankan untuk disampaikan mengingat audiens yang berasal dari banyak kalangan sehingga diharapkan bahasa yang digunakan sederhana dan sangat cepat untuk dimengerti. Gaya bahasa sederhana ini cocok untuk memberi intruksi, perintah, pelajaran perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu untuk mempergunakan gaya ini secara efektif, penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup. Karena gaya ini biasanya dipakai dalam memberi intruksi dan sebagainya, maka gaya ini juga cocok untuk digunakan untuk disampaikannya fakta atau pembuktian-pembuktian.

4.3.4 Retoris

Elemen retoris disini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara ataupun menulis. Seperti pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolik). Retoris mempunyai fungsi persuasif, dan berorientasi erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Dengan tujuan melebihkan atau membesar-besarkan sesuatu yang positif ataupun melebuhkan yang negatif.

Kalimat retoris pun terdapat dalam acara *Damai Indonesiaku*. Fikri menyampaikan, *"Dalam Al Qur'an tidak ada paksaan dalam agama Islam. Kalau Islam dikatakan menyebarkan lewat pedang dan darah, nggak, bohong, lihat sendiri sejarahnya. Islam akan melakukan peperangan apabila Allah, Nabi, agama dan kitab kita dihina…"* Hal ini menjelaskan bahwa pada dasarnya agama Islam mengajarkan kebebasan untuk memeluk agama dan tidak ada paksaan untuk mengikuti ajaran Islam. Dan Dia menegaskan bahwa dalam Islam tidak ada kekerasan seperti yang ditafsirkan selama ini karena peperangan atau kekerasan hanya terjadi sebagai bentuk pembelaan terhadap Islam apabila dihina. Hal ini sesuai dengan kondisi saat itu dimana seperti pada masa Ahok banyaknya umat yang melakukan kekerasan karena Ahok dianggap melakukan pelecehan agama Islam. Kondisi masyarakat digambarkan oleh Fikri dan dihubungkan dengan agama Islam.

Pernyataan retoris hanya disampaikan oleh Fikri sedangkan Syarif tidak menggunakan retoris dalam penyampaian dakwahnya. Dari penjelasan Elemen Retoris diatas dapat diamati bahwa apa yang disampaikan Fikri sudah mencerminkan Islam untuk mempengaruhi umat yang mendegarkan ceramah yang Dia sampaikan, sehingga umat dapat mengikuti apa yang telah diajarkannya. Dari

pembagian keseluruhan struktur mikro dapat dijelaskan bahwa dalam struktur mikro dapat diamati dengan cara menganalisis kata, kalimat, anak kalimat yang dipakai dan sebagainya. Keseluruhan struktur mikro diatas ialah, pesan dakwah yang dapat dilihat dari awal pembukaan *Damai Indonesiaku* tentang kebebasan berdakwah pada demokrasi disampaikan dengan gaya bahasa yang santai, tegas, menarik, dan gaya busana yang Islami.

4.4 Bentuk-Bentuk Komodifikasi dalam Acara *Damai Indonesiaku*

Perkembangan tayangan televisi secara umum turut memupuk semakin beragamnya bentuk komodifikasi saat ini. Terdapat bermacam-macam bentuk komodifikasi seperti (1) komodifikasi isi pesan dakwah, (2) komodifikasi audiens, (3) komodifikasi pengisi acara dan yang terakhir (4) komodifikasi lokasi acara. Komodifikasi nomor 3 dan 4 merupakan tambahan dari peneliti sebagai bentuk komodifikasi yang lain.

Berbagai bentuk komodifikasi yang menjadi ciri khas pada bab ke empat ini sekaligus menjadi keunikan dari analisa tesis ini. Adapun bentuk-bentuknya adalah sebagai berikut.

4.4.1 Komodifikasi Isi Pesan Dakwah dalam Acara *Damai Indonesiaku*

Dalam proses komodifikasi, sesuatu diproduksi bukan atas dasar nilai guna, melainkan lebih kepada nilai tukar. Artinya sesuatu diproduksi bukan semata-mata memiliki kegunaan bagi khalayak, tetapi lebih karena sesuatu itu bisa dipertukarkan di pasaran. Dengan demikian, orientasi produksi bukan untuk memenuhi kebutuhan objektif masyarakat, tetapi lebih mendorong akumulasi modal.

Dakwah yang juga merupakan bagian penting dari syi'ar Islam, dan awalnya dipandang sakral, kemudian mewarnai potret acara media massa di Indonesia, seperti televisi yang telah mengubah dakwah tidak lebih sekedar hiburan. Para da'i yang mengisi tayangan dakwah tersebut dengan cepat menjadi idola dan figur baru di masyarakat. Mereka yang semula hanya dikenal dan berpengaruh di lingkungannya, tiba-tiba menjadi sedemikian terkenal di luar komunitas dan masyarakatnya karena memanfaatkan atau dimanfaatkan oleh para pengontrol teknologi informasi. Umat tidak hanya senang dengan gaya dan materi ceramah mereka, bahkan sampai ada yang meniru cara berpakaian, intonasi berbicara, dan ciri khas dari da'i yang diidolakan. Dengan alasan mengangkat citra agama, para da'i pun ada kalanya berperilaku dan bergaya hidup seperti selebritis, lekat dengan simbol-simbol kemewahan dan gaya hidup modern lainnya.

Wajar saja jika kemudian ada iklan yang terpasang disela-sela tanyangan dakwah yaitu Wadimor sehingga hal ini mengambil peluang usaha bagi *brand* Wadimor. Wadimor yang memproduksi sarung dapat meningkatkan profit penjualan. Hal ini dikarenakan sarung yang merupakan pakaian identik sesuai dengan syariat Islam. Model pengiklanan tersebut jauh dianggap menguntungkan daripada iklan yang ditayangkan setiap hari. Seperti yang disampaikan narasumber bahwa Wadimor sebagai sponsor utama dapat dianggap mencerminkan gaya busana dari umat muslim di Indonesia meskipun pada kenyataannya pendakwah baik Fikri maupun Syarif tidak mengenakan Wadimor pada acara tersebut. Hal ini dapat menimbulkan persepsi di penonton bahwa Wadimor merupakan sarung pilihan utama dan sesuai dengan kebutuhan umat muslim. Hal ini dapat dilihat juga ketika pada akhir acara sponsor Wadimor ditayangkan. Jadi tidak hanya pada saat

acara berlangsung tetapi juga pada saat acara berakhir. Hal ini menegaskan bahwa Wadimor sangat mendukung acara-acara dakwah termasuk di media massa yang popular yaitu televisi.

Pada akhirnya, jika ingin ditarik sebuah pengakuan, tayangan dakwah di media massa (komodifikasi) terutama pada media televisi memang membuat citra Islam lebih responsif terhadap dinamika zaman. Publik bisa mendapatkan informasi keagamaan atau mendapat jawaban mengenai persoalan yang dihadapi. Dalam hal ini, tayangan yang disuguhkan disesuaikan dengan isu penyampaian pendapat dalam negara demokrasi dan pada saat itu Indonesia sedang dalam masa kampanye baik Presiden maupun Legislatif. Namun di sisi lain, komodifikasi dakwah menimbulkan keperihatinan tersendiri karena agama yang sakral hanya menjadi bumbu dan pemanis hal-hal yang profan. Semangat dan esensi agama lebur dalam hingar bingar industri hiburan, hingga esensi dakwah hilang ditelan oleh iklan.

Dari sisi substansi juga, kita melihat bahwa susbtansi keIslaman atau yang mengajak umat untuk memperbanyak ritual dan mencari pahala sebanyak-banyaknya tidak terlalu nampak, dimana lebih menekankan kepada hal-hal yang sedang terjadi saat itu terutama kebebasan berpendapat, memeluk agama bahkan menolak ajaran Atheis maupun PKI yang saat itu menjadi isu dimana Presiden Jokowi sebagai kandidat Presiden di kampanye diisukan merupakan bagian dari PKI. Hal ini sangatlah kurang mengangkat nilai-nilai Islam dimana seharunsya ustadz menjelaskan tentang bagaimana umat muslim menyikapinya bukan malah membicarakan hal yang lebih populer terlalu banyak.

Komodifikasi pun terlihat ketika ada pertanyaan tentang pemberian tarif dari ulama maupun ustadz yang berdakwah. Pada awalnya Fikri menekankan

bahwa ilmu yang disampaikan harus disedekahkan dan bagaimanapun juga uang bukanlah menjadi motif utama dalam berdakwah sehingga dalam Islam menyarankan untuk menyampaikan dakwah tanpa memperhatikan bayaran yang akan diterima. Namun, sebelum mengakhiri menjawab pertanyaan kemudian Dia menegaskan kembali bahwa umat sebagai murid dari ulama atau ustadz yang menyampaikan dakwah harus mampu dimengerti sehingga sebaiknya tetap diberi bayaran yang dikehendaki atau sesuai dengan yang disampaikan. Dengan demikian, bentuk komodifikasi agama pun dapat terlihat dalam penyampaian dakwah yang disampaikan oleh Fikri.

4.4.2 Komodifikasi Audiens dalam Acara *Damai Indonesiaku*

Komodifikasi audiens dapat dilihat dari komersialisasi dan eksploitasi dalam pemilihan ustadz sebagai pengisi acara. Media popular, terutama televisi dengan canggih memanfaatkan potensi artis, Kiai pop, ulama pop, Mubaligh pop, untuk melakukan "selebritisasi" pengalaman keagamaan mereka ke dalam paket-paket tontonan yang rutin, terutama pada momen-momen hari besar keagamaan. Hal ini lebih banyak kepada fenomena dagang saja. Karena tujuannya dagang, semua aspek dakwah harus disesuaikan dengan format acara hiburan. Pemilihan Fikri yang dikenal juga sebagai putra dari Almarhum KH Zainuddin MZ yang mempunyai karakter suara yang mirip dengan ayahnya dan juga isi dakwah dan penyampaiannya menyerupai menjadikan nilai jual dari acara maupun Fikri sendiri. Nilai ekonomis ini diangkat agar acara tersebut dapat memperoleh penonton.

Audiens pun dikenal sabagai faktor yang berkaitan dalam jumlah produk dan berkaitan dengan bagaimana cara produk tersebut dibentuk. Dalam hal ini, televisi sebagai media massa yang dapat menarik perhatian khalayak. Hal ini

digunakan dalam mendefinisikan tipe-tipe audiens yang luas. Tipe-tipe ini bisa dalam bentuk program tertentu diwaktu-waktu tertentu. Jarang khalayak media mempertanyakan hal tersebut karena dalam kesadaran naifnya, khalayak media melihat hal-hal tertentu sebagai hal yang wajar dan terjadi apa adanya.

4.4.3 Komodifikasi Pengisi Acara dalam Acara *Damai Indonesiaku*

Bentuk komodifikasi agama pun dapat dilihat dari pemilihan format acara yang dipilih. Alasan mengapa dari pihak stasiun televisi mengambil konsep tabligh akbar tidak lepas dari proses komersialisai yang terjadi karena banyaknya program acara dakwah yang hanya di studio, sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai ciri khas dari *Damai Indonesiaku* dan menjadikannya nilai jual sendiri. Pemilihan jam tayang pun dilakukan karena tidak ada tayangan dakwah pada hari Sabtu dan Minggu pada jam 13.00. Hal ini mempermudah naiknya rating dikarenakan tidak adanya pesaing tayangan pada hari itu. Pemilihan ustadz pun tidak semata hanya didasarkan melalui tema yang diangkat sehingga dapat menciptakan koherensi tetapi juga mencari massa yang banyak dari ustadz tersebut. Sehingga penonton acara tersebut banyak dan hal ini menyebabkan eksistensi acara tersebut akan terus terjaga. Adanya momentum dan segmentasi yang sama mendorong industri media televisi harus kreatif, inovatif, adaptif untuk bisa survive dan memenangkan persaingan. Hal yang perlu diperhatikan adalah persaingan-persaingan tersebut hendaknya jangan sampai merugikan dan mengorbankan khalayak. Di sinilah harus terpenuhinya *self cencorship*, artinya tetap adanya sebuah pengawasan dalam industri media.

Harus diakui bahwa acara dakwah di satu pihak menjadikan adanya representasi ruang bagi kehidupan religius dalam masyarakat modern. Media massa

dapat dijadikan sebagai berkah dan karunia Ilahi. Media massa sebagai produk ilmu pengetahuan patut disyukuri. Alangkah sunyinya dunia ini tanpa media massa. Di pihak lain, industri media massa telah menyerap ribuan tenaga kerja profesional. Ayat-ayat Tuhan, walaupun dieksploitasi namun, bisa membahana dan mengisi ruang publik global karena bantuan media massa. Dengan demikian, peranan media massa bagi dakwah sangat strategis. Bagi industri media massa yang telah mengembangkan *dakwahtainment* sebagai industri selayaknya tidak eksploitatif, ekspansif, dan sangat *profit oriented*. Itulah sebabnya media massa perlu meningkatkan *self censorship*-nya dalam konteks kebebasan berekspresi di era politik yang reformis dan demokrasi sehingga lahirlah sebuah dakwah yang sehat, edukatif, informatif, dan tetap menghadirkan juru dakwah yang kharismatik.

Pilihan tayangan yang akan membawa pencerahan bagi pemirsanya dalam persaingan yang sehat. Hanya saja, dalam realitasnya, kualitas (nilai) bukanlah ukuran utama dalam *dakwahtainment*. Dalam konteks industri media, tetap yang menjadi ukuran pertama dan utama adalah rating sehingga yang terjadi adalah kapitalisme media massa. Di manapun, tetap pemegang modal menjadi pemenang dan acuan atas segala program siaran yang ditawarkan. Sepandai dan sepintar apapun ustadz tentang pengetahuan agama, ia tetap harus tunduk pada keinginan "pemilik" media tentang acara yang diprogramkan. Segudang pengalaman ceramah (konvensional) di manapun menjadi tidak ada artinya di depan industri media tentang metode penyampaian, teknik, dan retorika bahkan mungkin kepada materi yang disiarkannya karena bagi insdustri media bentuk programnya bukan pengalaman ustadz serta isu aktual yang dibawa, bukan pengetahuan ustadznya. Di sini, sangat tampak bahwa pemegang kendali ada di pihak "pemilik" media.

Kapasitas TvOne sebagai pemilik media, lebih memilih dakwah dalam bentuk tabligh akbar daripada bentuk '*dakwahtainment*' seperti pada TV pesaing yaitu acara dakwah Mama dan AA'. Isi dari acara dibuat seperti dakwah pada masa dulu akan tetapi masih memberikan unsur hiburan meskipun tidak terlalu banyak dalam isi ceramahnya. Isu-isu politik terutama seperti PKI diangkat dan bagaimana pujian diberikan pada pemerintah yang menolak melakukan permintaan maaf kepada PKI menunjukkan adanya rasa aman pada masyarakat yang beragama di Indonesia. Dakwah sebagai komoditas dikaitkan oleh politik sebagaimana halnya TVOne yang selalu mengangkat isu politik dan mengkritisi pemerintah dalam setiap tayangannya. Namun pada acara *Damai Indonesiaku* TvOne selaku penyelenggara acara menyampaikan sifat netral dan bagaimana ucapan dukungan terhadap pemerintah dapat terlihat dari isi pesan Fikri. Dengan demikian, penonton dari semua kalangan baik pro maupun kontra dengan pemerintah dapat melihat kenetralan TVOne sebagai televisi berita.

Kembali ke industri media, dalam hal ini, pesan-pesan dakwah dikemas dalam berbagai bentuk program tayangan tersebut haruslah menjadi daya tarik tersendiri bagi pemirsanya. Juru dakwah dalam industri media tidak harus seorang sebagaimana ustadz yang berceramah dalam sebuah acara pengajian; yang bersorban, jidatnya hitam dan berjanggut, berjubah serba putih, dan di bahunya bertengger selempang, serta di tangan kanannya ada tasbih lalu mulutnya tidak berhenti berkomat-kamit. Namun, personifikasi juru dakwah yang mereka tampilkan adalah juru dakwah yang popular disenangi oleh ibu-ibu dan kaum remaja. Latar belakangnya tidak harus pesantren atau sekolah agama. Hal yang menjadi penting, juru dakwah tersebut sudah popular di masyarakat, bisa

menguraikan satu atau dua ayat serta menghafal sejumlah Hadist. Oleh karena itu, tidak jarang seorang yang penting sudah dikenal masyarakat dalam waktu yang singkat berubah menjadi seorang ustadz atau juru dakwah (karbitan). Walaupun demikian, da'i yang betul-betul menguasai pengetahuan tentang keagaman serta pendalaman yang tajam terhadap Al-Qur'an (tafsir) tetap mendapat perhatian tersendiri dalam upaya industri dakwah tersebut. Sebab itulah sebegai penyeimbang TvOne menunjuk Syarif yang betul-betul mempunyai dasar dakwah yang baik, sehingga diharapkan acara tersebut mempunyai validasi yang baik bagi masyarakat ditegah persaingan industri yang sangat ketat.

4.4.4 Komodifikasi Pemilihan Tempat dalam Acara *Damai Indonesiaku*

Pemilihan tempat tidak terlepas dari proses komodifikasi yang dilakukan TvOne. Pemilihan lokasi di kompleks Angkatan Udara menunjukkan lokasi yang netral dari politik dan dapat memberikan rasa aman kepada pendakwah maupun jamaa'ah. Dapat dilihat pula pada pembahasan PKI maupun pembahasan agama Islam sebagai agama yang damai sesuai dengan nilai Angkatan Bersenjata Republik Indonesia yang menyebarkan paham bahaya latent dan bagaimana Islam memerangi hal-hal yang bersifat menghina agama. Hal ini juga sesuai dengan sistem perlindungan yang diberikan Angkatan Udara sebagai garda pelindung masyarakat.

Komodifikasi Masjid sebagai tempat ibadah umat Islam diambil untuk menekankan bahwa acara dakwah ini merupakan salah satu bentuk nilai agama yang dapat dijadikan sebagai referensi ilmu bagi penonton langsung maupun pemirsa. Menurut narasumber produser acara tersebut, dakwah pun harus memenuhi unsur keIslaman sehingga dapat dipercaya dan sebagai referensi utama

umat. Pemilihan lokasi ini membuat masyarakat menjadikan masjid tidak hanya sebagai sarana ibadah tapi juga sebagai sarana penyebaran. Hal ini dilihat oleh TvOne sebagai salah satu nilai jual dari acara dakwah mereka. Dimana hal ini juga sebagai pembeda acara *Damai Indonesiaku* dengan acara dakwah yang lain yang mengambil lokasi di dalam studio.

Komodifikasi tempat ini menjadikan acara tersebut mempunyai nilai komersial yang tinggi sehingga dapat menjadikan acara yang terpercaya karena telah memenuhi unsur-unsur keIslaman dan tempat yang diambil merupakan lokasi netral politik meskipun pada kenyataannya acara tersebut pun membahas politik dan demokrasi di dalam Indonesia.

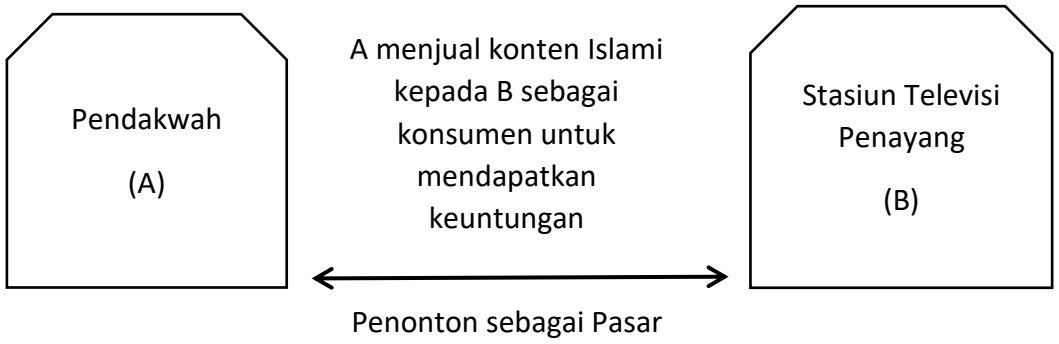
4.5 Refleksi Penelitian

4.5.1 Implikasi Akademis

4.5.1.1 Perspektif Struktur Media terhadap Audiens: Pergeseran Penonton sebagai Pasar

Konsep pasar merupakan konsep yang pragmatis dan hanya diukur melalui prinsip kalkulasi. Penelitian pasar menunjukkan bahwa televisi juga menempatkan penontonnya sebagai pasar, bukan sebagai publik yang layak dijamu dengan konten televisi itu sendiri. Dengan kata lain, televisi hanya akan memperhatikan unsur keuntungan atau ekonomis dibandingkan dengan unsur edukasi, hiburan maupun kelayakan acara bagi audiens atau penonton. Penonton acara dakwah yang sebelumnya sebagai komoditas yang dijual ke pengiklan akhirnya berganti menjadi pasar. Pasar menjadi sarana atau tempat bertemunya bagi mereka yang ingin bertransaksi untuk menghasilkan keuntungan tertentu.

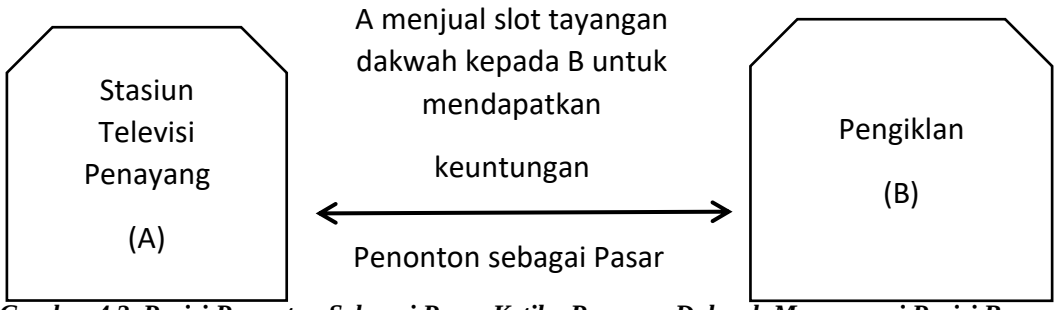
Pada tahap awal munculnya tayangan dakwah di televisi berupa tayangan siraman rohani atau kultum setelah adzan subuh, posisi penonton sebagai pasar merupakan sarana bertemunya tim produksi dan pendakwah sebagai penjual produk berupa konten agama atau Islami dengan stasiun televisi sebagai penayang acara dakwah tersebut. Dalam hal ini, penonton bukanlah sebagai komoditas yang dipertukarkan, melainkan sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli. Televisi membuat tayangan acara dakwah karena adanya audiens yang menikmatinya.



Gambar 1.1 Posisi Penonton Sebagai Pasar pada Penayangan Program Dakwah

Sumber: Hasil Olah Data

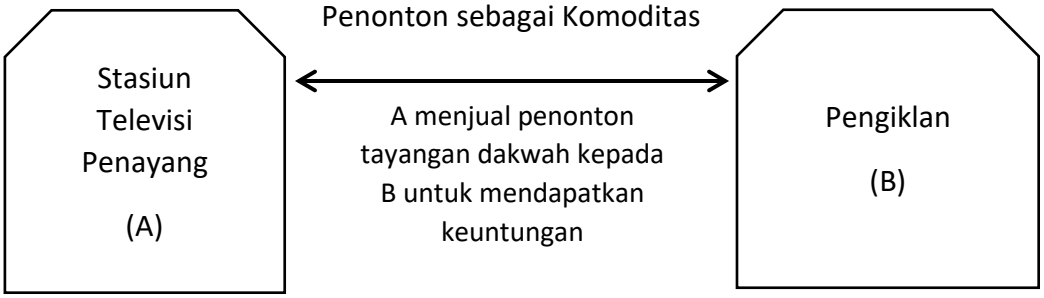
Memasuki tahapan selanjutnya, ketika tayangan agama semakin memliki posisi yang kuat dalam dunia media televisi, penonton tetap sekaligus menjadi pasar. Namun, terdapat perubahan susunan pihak yang terlibat dalam transaksi yang diperantarai oleh penonton. Jika sebelumnya televisi bermain sebagai pembeli tayangan namun sekarang televisi memproduksi sendiri dan bahkan menjual slot tayangan kepada pengiklan dan memperoleh keuntungan dari penjualan iklan tersebut.



Gambar 4.2 Posisi Penonton Sebagai Pasar Ketika Program Dakwah Mempunyai Posisi Bagus

Sumber: Hasil Olah Data

Hal ini berbeda ketika penonton tayangan dakwah diposisikan sebagai komoditas yang dijual oleh televisi kepada pengiklan karena dalam kondisi tersebut penonton adalah komoditas dalam kuantitas banyak dan berharga yang dapat menghasilkan keuntungan berupa materi dari para pengiklan yang memberi kesempatan penonton ketika menyaksikan iklan produk yang ditayangkan oleh stasiun televisi.



Gambar 4.3 Posisi Penonton Sebagai Komoditas pada Penayangan Program Dakwah

Sumber: Hasil Olah Data

Memasuki tahap ketika penonton diposisikan bukan sebagai komoditas yang berharga, namun sebagai tempat transaksi, penonton tetaplah yang menghasilkan keuntungan bagi media televisi. Kemudian pertanyaan selanjutnya adalah apakah dibenarkan apabila penonton tidak memperoleh haknya untuk menerima tayangan agama atau dakwah yang berkualitas diabaikan.

Begitu dinamisnya *trend* program televisi saat ini sehingga dengan mudahnya suatu konten tidak lagi memerlukan waktu yang lama untuk dapat dinilai sebagai komoditas yang potensial. Dalam hitungan hari, apabila sebuah tayangan tidak dapat memberikan keuntungan bagi stasiun telvisi maka program tersebut akan menghilang dari jam tayangnya dan digantikan dengan program yang lain. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tayangan dakwah yang bermodel Kultum di pagi hari yang mulai tidak diminati dikarenakan dianggap membosankan bagi audiens dan diganti dengan tayangan agama yang lebih interaktif seperti *Islam Itu Indah* ataupun *Mama dan AA'*. Tayangan dakwah bebentuk Kultum tersebut tidak lagi ditayangkan oleh TvOne lantaran TVR-nya yang semakin hari semakin melemah.

Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa bukan kultur atau aspek budaya dan historis yang melatarbelakangi adanya program dakwah di televisi. Alasan tersebut hanya merupakan salah satu motif yang dianggap sebagai alasan minor mengapa tayangan dakwah ditayangkan ditelevisi. Selain karena menerapkan praktik komodifikasi, adanya juga bentuk tayangan yang dinamis dan persaingan antar stasiun televisi yang menjadikan tayangan dakwah pun harus bersifat kreatis dan dapat menjaring penonton sebagai pasar.

4.5.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini melihat adanya masalah dalam regulasi tayangan atau penyiaran yang belum terselesaikan. Problem secara etis dan hukum tersebut berkaitan dengan tidak adanya pembuat regulasi dan pelaku industri konten program sebagai subjek yang diatur oleh regulasi. Adanya perbedaan pemahaman

pada TVOne, MNC TV, Trans TV dan Indosiar dalam menyajikan tayangan dakwah.

Belum adanya regulasi yang menetapkan standarisasi dari tayangan agama ataupun dakwah menyebabkan banyaknya inovasi yang dilakukan oleh stasiun televisi yang hanya memperhatikan bagaimana audiens akan tetap setia. Kebanyakan dari mereka menerapkan atau menampilkan *dakwahtainment* sebagai pilihan dari acara dan sesuai dengan konsep *entertainment* yang diangkat oleh stasiun televisi.

Tingginya animo masyarakat terhadap acara *dakwahtainment* terutama dengan metode ceramah terlihat dari beberapa indikator yaitu, banyaknya iklan yang menyelingi selama acara berlangsung, antrian panjang daftar majelis ta'lim yang ingin hadir di studio secara langsung yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, tingginya rating beberapa acara *dakwahtainment*, akrabnya masyarakat dengan da'i selebriti yang menjadi magnet dalam acara *dakwahtainment* (Laili, 2013:128). Penerapan *dakwahtainment* dipandu oleh suatu prinsip yang ketat yang digunakan oleh para eksekutif media, produser dan tim kreatif, yang menggabungkan antara tuntunan dan tontonan. Di balik layar, program *dakwahtainment* diamati oleh produser dan tim kreatif berdasarkan segmen pasar. Mereka mengklaim memenuhi permintaan mayoritas penonton muslim di Indonesia yang lebih menyukai kombinasi keduanya daripada cuma menerima tuntunan tanpa tontonan (Sofjan, 2013:58). Namun jika dilihat *dakwahtainment* saat ini dominan dengan muatan duniawi, yang memberikan keuntungan pada manajemen dan stasiun televisi, agama dijadikan sebagai alat untuk meraih tujuan kapital tanpa memperhatikan secara serius tentang esensi dari agama. Misalnya,

Satu contoh dapat dilihat pada suatu kesempatan dimana seorang da'i muncul menyampaikan tausiyah hanya beberapa menit di tengah-tengah tayangan berdurasi lebih dari satu jam. Sisa waktunya diisi oleh selebritis: penyanyi, pelawak, presenter, pesulap, pehipnotis, dan penghibur lainnya dengan penampilan yang glamour serta jauh dari nilai-nilai Islam yang menjadi muatan dari pesan dakwah yang disampaikan (Laili, 2013:130).

TVOne satu-satunya yang menampilkan tayangan dakwah dengan konsep tabligh akbar dan memberikan dakwah yang sesuai dengan syariat agama. Meskipun adanya Fikri sebagai putra dari KH Zainuddin MZ juga mempunyai nilai jual dari umat atau pengikut dari ayahnya akan tetapi unsur hiburan tidak kental disampaikan. Proporsi antara pandangan Islam yang begitu banyak dan juga guyonan yang sangatlah sedikit. Namun, pemilihan da'i atau ustadz yang terkenal tetap menjadi pilihan agar penonton tetap setia menyaksikan tayangan tersebut. Kurang seragamnya pemahaman dari stasiun televisi tersebut menyebabkan konsep tayangan dakwah yang terkomodifikasi secara kuat, salah satunya dengan penggunaan *dakwahtainment* yang berlebihan.

4.5.3 Implikasi Sosial: Kebijakan Media dalam Proses Komodifikasi pada Tayangan Dakwah

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya ciri khas masing-masing televisi dalam mengemas tayangan dakwah. Pengemasan tayangan dakwah dalam proses komodifikasi berturut-turut memainkan kebijakan masing-masing stasiun televisi. TvOne sebagai salah satu stasiun televisi penayang dakwah agama bermodel tabligh akbar menjalankan kebijakan baru pasca mereka bergabung ke Viva pada

tahun 2008. Sebelum reposisi, TvOne dibawah Lativi hanya menampilkan tayangan berita yang ditujukan untuk membuat persaingan dengan MetroTV. TvOne bahkan tidak tercatat menampilkan tayangan dakwah hingga saat itu.

Pasca reposisi TvOne berubah menjadi stasiun televisi keluarga yang membidik lebih banyak target audiens seperti pria, wanita, remaja maupun dewasa. Kebijakan baru ini berpengaruh pada pemilihan konten yang akan disajikan sehingga pada tahun 2008 itulah TvOne mulai mencari acara unggulan dan dapat bersaing dengan stasiun televisi lain. TvOne menyadari bahwa acara atau konten agama sangat digemari oleh pemirsa atau penonton televisi lain. Namun, dengan adanya perubahan reposisi tersebut, TVOne menyadari sebagai pemain baru pada acara dakwah dalam bisnis konten agama.

Kondisi ini menjadi tahap awal dalam penentuan komoditas yang akan mengalami proses komodifikasi. Kemudian, TVOne memiliki kebijakan dalam memasuki celah pasar acara dakwah dengan menayangkan program dakwah yang berbeda melalui konsep tabligh akbar. Hasilnya menurut Faiz Sumarno selaku produser hasilnya bagus dan diterima oleh penonton acara dakwah yang menjadi sasaran atau target audiens dari TVOne. Selain itu, acara *Damai Indonesiaku* yang mengangkat isu-isu terkini sesuai dengan berita yang menjadi konsumsi penontonnya, dapat memasuki pasar acara dakwah atau program agama dan bersaing dengan stasiun televisi yang lain. *Damai Indonesiaku* mempunyai rating yang cukup tinggi.

TvOne yang juga mempunyai kerjasama dengan tokoh-tokoh Islam, da'i atau pendakwah serta ulama sukses menciptakan tayangan dakwah. TVOne memiliki kebijakan yang sekaligus menjadi wujud komitmen mereka bahwa

tayangan dakwah berupa tabligh akbar yang biasa dilakukan pada dakwah era dulu tetap menjadi alternatif pilihan utama. Oleh karenanya, TvOne menciptakan *trend* tayangan yang sekaligus menjadi kemasan dalam proses komodifikasi. Komodifikasi isi pesan dakwah yang disesuaikan dengan isu terhangat yang diangkat dalam berita TvOne merupakan komoditas yang paling diminati oleh pemirsa televisi. Melalui tayangan dakwah sebagai *entity program*, TvOne menayangkan acara dakwah sebagai komodifikasi dari acara berita yang mereka tayangkan dan masyarakat pun menantikan bagaimana isu tersebut melalui pandangan Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia. Bagaimanakah isu politik dari kacamata Islam merupakan komodifikasi yang menciptakan pasar bagi TvOne.

Kebijakan berbeda dimiliki oleh stasiun televisi lain seperti Trans TV dan Indosiar yang lebih mengangkat konsep *dakwahtainment*. Target Audiens yang berbeda yang menyebabkan mengapa konsep acara dakwahnya berbeda. Trans TV menggunakan ustadz yang sama dalam setiap penayangannya dan dianggap 'gaul' seperti ustadz Maulana karena target audiensnya adalah remaja. Menggunakan konsep seperti *dakwahtainment* yang juga memberikan *jokes*, maka audiens akan merasa terhibur diawal dan mau melanjutkan menonton. Namun, esensi keagamaannya jadi sedikit karena *jokes* lah yang lebih dinanti. Begitu juga dalam tayangan *Mama dan AA'* yang lebih mengedepankan tanya jawab atau yang sering disebut 'curhat' baik dengan penonton di rumah maupun yang langsung di studio. Mama Dedeh sebagai ustadzah sering memberikan *jokes* dalam menjawab. Kedua acara agama tersebut dilakukan di studio dengan audiens dari pengajian di seluruh Indonesia yang didatangkan secara bergantian. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa komodifikasi yang dilakukan baik Trans TV maupun Indosiar menggunakan

dakwahtainment yang menekankan kepada *jokes* dari ustadz maupun ustadzah pengisi acara. Selain itu, *budget* yang diberikan lebih sedikit dibandingkan konsep tabligh akbar. Namun sebagai strategi mendapatkan pengiklan yang banyak mereka menampilan artis sebagai bintang tamu dan bagaimana mereka dapat menggali pengalaman dari artis tersebut sebagai tema dari acara tersebut.

Stasiun televisi lain yaitu MNC TV yang menampilkan dakwah berbalut rukyah. Hal ini dikaitkan dengan kultur Indonesia yang masih mempercayai adanya guna-guna dan ilmu hitam yang mewarnai kehidupan masyarakat. Ustadz Danu sebagai pendakwah dan pemberi rukyah pun meberikan kesan yang baru dalam pasar dakwah di Indonesia. Dan unsur budayapun ditampilkan sangat kental dengan adanya rukyah menggunakan bahasa Indonesia. Meskipun menimbulkan banyak kontroversi, namun komodifikasi bentuk acara yang dilakukan ini sangatlah berhasil untuk mendapatkan audiens ditengah persaingan tayangan agama di pagi hari dengan pesaing *Mama dan Aa'* dan *Islam Itu Indah*.

Kebijakan masing-masing stasiun televisi tersebut yang menentukan bagaimana ciri khas kemasan program dakwah yang duhadirkan. TvOne yang sedang mencari *core program* menemukan *Damai Indonesiaku* sebagai acara dakwah dalam kemasan baru baik dalam format maupun jam tayang yang ditawarkan sesuai dengan tujuan awal TvOne sebagai televisi keluarga berbasis berita. Sementara Trans TV dan Indosiar memang dasarnya televisi hiburan cenderung menayangkan *dakwahtainment* meskipun kesadaran konsep hiburannya jauh lebih kental daripada dakwahnya.

Kondisi berbeda terjadi pada MNC TV yang fokus pada acara yang berbau budaya Indonesia. Meskipun bukan pemain baru dalam bisnis konten dakwah tetapi

fokus mereka pada acara yang berbau Indonesia, oleh karena itu program rukyah pun dimasukkan disela-sela dakwah. Program dakwah ditayangkan hanya sebatas melanjutkan kebijakan stasiun televisi yang mengangkat budaya Indonesia yang sejak lama membidik kalangan menengah ke bawah. Akhirnya segala macam kebijakan itulah yang menentukan resonansi tayangan dakwah pada masing-masing stasiun televisi sehingga TvOne melihat peluang dari acara dakwah dengan menampilkan tayangan yang berbeda dan menyesuaikan kondisi masyarakat dibandingkan 3 stasiun televisi lainnya sebagai kompetitor.