BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan cepat dalam kehidupan global yang semakin tinggi dan kompetitif telah menggiring umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan, bahkan matematis (Anwar dan Ismail, 2010:1). Kehidupan global tersebut tentunya memberikan dampak positif bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, namun hal itu juga menimbulkan dampak negatif yaitu lemahnya semangat transendental dan memudarnya hubungan-hubungan sosial. Selain itu, berdampak pula pada lahirnya realitas sosial yang bertentangan dengan koridor Islam.

Munculnya modernisme juga merupakan implikasi dari berkembangnya kehidupan global. Fenomena modernisme tersebut dapat merusak moral keimanan. Sehingga solusi terbaik yang dapat dilakukan untuk menanggulanginya adalah melalui dakwah Islam secara efektif dan efisien serta berkesinambungan (Munir, 2003: 4). Diperlukan paradigma serta strategi baru dalam melakukan dakwah Islam, sebab setiap komunitas (mad'u) memiliki jenis dan kualitas permasalahan yang berbeda-berbeda serta memiliki latar belakang sosial-budaya keagamaan yang berbeda pula. Oleh karena itu da'i maupun institusi dakwah dituntut untuk dapat melakukan usaha-usaha dakwah

secara profesional dan sistematis sehingga tujuan dakwah untuk merubah umat menjadi lebih baik dapat terealisasi.

Dakwah membutuhkan contoh konkret dan keteladanan, baik dari masyarakat Islam itu sendiri maupun para praktisi dakwah (da'i) sebagai figur dan panutan di medan dakwah (Munir, 2006 : 194). Contoh tauladan yang paling sempurna adalah kehidupan dan pribadi Rasulullah SAW.

> Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah. (Al-ahzab : 21)

Jauh berbeda jika dibandingkan dengan kondisi para aktivis dakwah saat ini. Tidak sedikit orang yang mencari eksistensi diri dengan mengatasnamakan dakwah. Hal ini terbukti dari munculnya wajah-wajah baru da'i di berbagai media massa bukan karena kapasitas keilmuan ataupun keagamaannya, tetapi tujuan politik maupun ekonomi.

Televisi menjadi salah satu media massa yang banyak diminati masyarakat. Televisi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari berbagai aktivitas manusia sehari-hari. Media televisi tidak hanya memberikan informasi yang telah dikonstruksi, tetapi juga berkontribusi membentuk pandangan dunia dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Gerbner (dalam Totona, 2010 : 1) televisi mampu menciptakan pola-pola budaya dalam masyarakat, televisi juga dapat dikatakan mampu menciptakan pengalaman bersama bagi masyarakat.

Hasil penelitian Muchtar (1979) pada masyarakat di sebuah desa di

Sulawesi Utara mengatakan :

> Sebelum ada televisi, orang biasanya pergi tidur malam sekitar pukul 8 dan dan bangun pagi sekali karena harus berangkat kerja di tempat yang jauh. Sesudah ada televisi, banyak diantara mereka, terutama muda-mudi yang sering menonton televisi sampai malam, telah mengubah kebiasaan rutin mereka Penduduk desa yang tua-tua mengeluh mengeluh karena mereka merasa anak-anak mereka menjadi lebih malas dan lebih sukar belajar atau berangkat ke sekolah pada waktu dini. Demikian pula kebanyakan mereka tidak dapat bekerja seperti dulu ketika televisi belum masuk (10 sampai 11 jam sehari). Mereka cenderung berangkat ke ladang mereka lebih siang dan pulang pulang lebih cepat. (dalam Rakhmat, 2005 : 221)

Selain itu, Rakhmat (2005 : 221-222) juga berkata :

> Yang pasti juga ialah terjadi 'resceduling' kegiatan sehari-hari. Siaran televisi dari negara lain tentu disesuaikan dengan waktu di negara sumber. Waktu ini tidak selalu sesuai dengan waktu negara penerima. Program yang menarik mungkin disiarkan justru pada waktu orang Indonesia seharusnya bekerja di kantor, atau anak – anak bertepatan waktunya dengan waktu sekolah atau anak pergi ke mesjid untuk mengaji. Sekarang, misalnya, pernah ada surat pembaca yang mengusulkan agar pemutaran Unyil dilakukan tidak pada waktu yang bersamaan dengan kebaktian di gereja. Protes seperti itu masih bisa dialamatkan pada TVRI, tetapi tidak mungkin pada stasiun di luar negeri. Saya tidak dapat membayangkan pengaruh 'resceduling' ini pada kegiatan rapat-rapat, pertemuanarisan, waktu belajar, kegiatan ekonomi, kegiatan agama, dan sebagainya. Tetapi saya masih ingat bagaimana beberapa sekolah diliburkan setengah hari, kantor-kantor ditinggalkan pegawai, rapat dibatalkan karena TVRI menyiarkan siaran langsung pertandingan tinju Muhammad Ali.

Hal itu menjadi sebuah gambaran nyata bahwa kehadiran televisi menmberikan efek yang luar biasa dan massif bagi masyarakat. Sebagaimana teori Chaffee (dalam Rakhmat, 2005 : 220), kehadiran media massa memiliki efek pada masyarakat, termasuk juga televisi.

Televisi merupakan media paling kuat untuk menarik dan memerangkap

perhatian orang, sehingga ia adalah media yang berpotensi besar untuk memperkaya sekaligus memanipulasi dan mengeksploitasi pikiran, persepsi, waktu, dan kesadaran (Piliang dalam Totona, 2010 : 59). Beragamnya acara televisi memiliki dampak yang positif dan negatif bagi masyarakat. Banyak stasiun televisi yang memuat tayangan-tayangan *'sampah'* hanya untuk mengejar rating. Tema-tema kekerasan, seks dan mistik mudah sekali dieksploitasi sebagai tayangan yang mengumbar selera rendah yang banyak digemari, akan tetapi masih ada beberapa stasiun televisi yang merasa berkepentingan untuk menyelenggarakan dakwah baik secara langsung maupun tidak langsung (Anwar dan Ismail, 2010 : 1). Siaran dakwah Islam tersebut ditayangkan baik secara langsung dengan menggunakan simbol-simbol Islam maupun siaran dakwah tidak langsung yang dikemas secara tidak formal namun kental dengan nilai atau pesan keagamaan. Bahkan ada juga acara dakwah yang disebut dengan *dakwahtainment.*

Dakwahtainment merupakan sebuah pola tayang yang menggabungkan antara dakwah dan hiburan/*entertainment* (Yamin, 2011 : 1). Trans TV sebagai salah satu televisi nasional telah membaca keinginan pasar (pemirsa), hal ini terbukti dengan ditayangkannya acara *Islam Itu Indah* di Trans TV dengan pola tayang *dakwahtainment.* Munculnya acara-acara dakwah dengan format dakwahtainment tersebut tentunya akan menimbulkan berbagai respon dari

pandangan, persepsi, dan perasaan penonton.

Menurut Sunandar (2008) secara umum dakwah di televisi dengan berbagai bentuk dan formatnya masih belum meningkatkan rating acara yang bersangkutan. Selain itu, munculnya persaingan usaha antar stasiun televisi yang dihadapi produser juga menjadi salah satu penyebab rendahnya rating acara dakwah (Sunandar dalam Anwar dan Ismail, 2010 : 1) . Rendahnya rating siaran keagamaan khususnya di televisi nasional menunjukkan minimnya dukungan dan kepedulian masyarakat terhadap siaran-siaran dakwah tersebut.

Diperlukan penelitian kepada kelompok masyarakat untuk mengetahui persepsi mereka terhadap siaran keagamaan di televisi khususnya pada acara *Islam Itu Indah* di Trans TV. Melalui penelitian mengenai persepsi umat beragama terhadap siaran keagamaan *Islam Itu Indah* akan diketahui respon dan harapan mereka terhadap acara-acara keagamaan khususnya pola tayang *dakwahtainment*, sehingga stasiun televisi dapat menyesuaikan diri dalam menyelenggarakan acara keagamaan (siaran dakwah).

Siaran keagamaan Islam Itu Indah merupakan tayangan yang menggunakan pola *dakwahtainment*. Meskipun pola tayang tersebut bukan sesuatu yang negatif akan tetapi siaran keagamaan Islam Itu Indah mendapat sambutan yang negatif seperti yang ada di beberapa blog salah satunya di *portaldakwah.com*. Hal ini menjadi salah satu alasan penliti untuk menjadikan

siaran keagamaan *Islam Itu-Indah* sebagai objek penelitian.

Masyarakat Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah bagian dari masyarakat yang bisa menangkap siaran televisi nasional, yang dipancarkan dari Jakarta. Tidak terkecuali TRANS TV dengan siaran bermuatan dakwahnya yaitu *Islam Itu Indah*. Secara langsung maupun tidak langsung, masyarakat memperoleh spirit dari pesan-pesan keagamaan yang ditayangkan. Para pirsawan dari kalangan mereka, memiliki perhatian, penyerapan dan penilaian terhadap substansi acara tersebut. Umat beragama yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (pada bahasan dan bab selanjutnya akan disingkat PWM DIY) dan Pengurus Wilayah Nahdlatul 'Ulama Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (pada bahasan dan bab selanjutnya akan disingkat PWNU DIY). Karaktersitik kedua kelompok umat beragama yang berbeda secara sosial-budaya keagamaan tersebut sangat mungkin mempengaruhi persepsi mereka terhadap siaran keagamaan *Islam Itu Indah* di Trans TV yang tayang antara

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana profil siaran keagamaan *Islam Itu Indah* di Trans TV?
2. Bagaimana persepsi PWM DIY dan PWNU DIY terhadap siaran keagamaan *Islam Itu Indah* di Trans TV?
3. Bagaimana perbandingan persepsi antara PWM DIY dan PWNU DIY terhadap siaran keagamaan *Islam Itu Indah* di Trans TV?
4. Faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi PWM DIY dan PWNU DIY terhadap siaran keagamaan *Islam Itu Indah* di Trans TV?