

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Hadirnya dakwah melalui media televisi saat ini sangat membantu masyarakat dalam pembangunan spiritualitas manusia. Penyebaran dakwah Islam baik melalui televisi nasional maupun televisi lokal telah menempatkan kualitasnya sesuai dengan fungsinya masing-masing. Televisi yang konsisten dan hampir secara keseluruhan pada setiap program acaranya disertai dengan keagamaan adalah MQTV. MQTV adalah salah satu televisi lokal yang selama ini berdiri sejak tahun 2004 yang mengajukan pembuatan televisi yang berdiri sendiri dan mendaftarkan *Production House* ini menjadi televisi lokal yang hanya khusus bersiaran di wilayah Jawa Barat terutama wilayah sekitar Bandung Raya.

Seiring dengan perubahan dunia yang sangat pesat, dimana teknologi komunikasi modern memungkinkan semua jenis informasi dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan mudah. Hal tersebut menjadikan televisi ini terpacu untuk dapat menghadirkan hal-hal yang aktual sekaligus menghibur, tentunya tetap dalam wilayah dakwah Islam. Stasiun televisi yang dimiliki oleh *Yayasan Daarut Tauhiid* ini, merupakan studio yang berlokasi di jalan Gegerkalong, Sukasari, Bandung, dan saat ini wilayah pemancarnya berlokasi di jalan Jambudipa, Cisarua, Bandung.

Sejak perkembangannya, kehadiran lembaga penyiaran ini tidak pernah terlepas dari siaran keagamaan. Selama ini, televisi ini sering disebut

sebagai salah satu stasiun televisi yang sangat konsisten dalam mengedepankan atau menghadirkan konten-konten keagamaan. Konten-konten keagamaan yang ditayangkan oleh televisi ini tidak terlepas dari nilai moral yang dikedepankan oleh seluruh manajemen yang berada dalam ruang lingkup lembaga televisi ini. Hal ini sesuai dengan visi dan misi dari MQTV yaitu visinya menjadi media inspirasi dan motivasi yang menyejukan hati bagi sahabat keluarga Indonesia dan misinya antara lain: 1). Membangun perusahaan televisi penyiaran yang kompetitif, inovatif, dan kredibel; 2). Membangun masyarakat prestatif berbasis manajemen qolbu menuju kehidupan bangsa yang nyaman, tentram, dan sejahtera; 3). Mempererat rasa persatuan, kebersamaan, dan persaudaraan dalam rangka semangat solusi, semangat saudara, dan semangat maju bersama.

Sebagai salah satu stasiun televisi swasta lokal, lembaga penyiaran ini mampu bersaing dengan stasiun-stasiun televisi lainnya terutama dalam menayangkan konten-konten keagamaan. Hal ini merupakan tantangan terberat dalam sebuah produksi siaran, apalagi hampir secara keseluruhan kemasan konten yang diproduksi dalam setiap program acaranya didasarkan pada nilai-nilai keagamaan. Hadirnya beragam konten yang menarik dikalangan masyarakat, tidak membuat stasiun lokal ini mundur didalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan. Sajian konten yang dikemas dalam setiap produksi siarannya dilakukan dengan sangat hati-hati tetapi tidak mengurangi nilai-nilai estetika dalam sebuah tayangan yang sifat utama dalam tayangan televisi adalah audio-visual, maka harus terdapat beragam perhatian khusus dalam proses produksi kemasan, sehingga bagaimana caranya konten yang dikemas melalui

program acara itu dapat menarik perhatian masyarakat. Selanjutnya, dalam proses pengemasan suatu konten keagamaan itu sangat berbeda dengan pengawasan konten-konten lainnya seperti berita, hiburan, talkshow, reality show, dan lain sebagainya.

Implementasi siaran dan tayangan konten keagamaan yang dilakukan oleh televisi ini sangat beragam selain memang ditayangkan dalam format acara khusus dakwah seperti ceramah, pengajian, tanya-jawab, tausiyah keagamaan, Adzan, lagu-lagu Islami, dan lain sebagainya. MQTV juga menghadirkan atau menyuguhkan konten keagamaan yang diaplikasikan melalui format acara media televisi pada umumnya seperti berita, iklan, talkshow interaktif, tanya-jawab, sinetron, drama, dan lain sebagainya yang memiliki beragam kemasan konten keagamaan yang dikemas melalui program siaran yang bernuansa religi.

Konten keagamaan yang sehat dan mendidik dimaknai oleh para pengelola lembaga penyiaran televisi ini sebagai sebuah keharusan yang wajib diimplementasikan, bukan hanya karena regulasi atau aturan yang mengharuskan, ataupun kepentingan untuk membidik pasar melalui bisnis siaran, akan tetapi hal ini sebagai wujud tanggungjawab moral dalam membangun masyarakat yang lebih agamis dan lebih baik lagi.

MQTV adalah media pengembangan dakwah Islam yang merupakan salah satu media swasta yang bergerak dalam bidang penyiaran yang berkaitan dengan keislaman. Selama ini, berdasarkan kontennya lebih diarahkan pada keagamaan sejak awal sampai akhir telah menetapkan stasiun televisinya sebagai media penyebaran keagamaan. Dimulai dari adanya ide untuk

menaungi semua program-program KH Abdullah Gymnastiar atau lebih dikenal dengan sebutan Aa Gym yang merupakan pendiri Pondok Pesantren Daarut Tauhid dan Pencetus utama berdirinya televisi swasta stasiun lokal di Jawa Barat yang bersifat penyiaran Islam disemua stasiun televisi swasta lokal, kemudian berkembang dengan memberikan ide kreatif pada konten dakwah yang menghibur (*dakwahtainment*) dengan pengemasan program yang menarik, sederhana dan universal serta memiliki cakupan yang luas. Sebagai salah satu lembaga penyiaran yang berbasis program keagamaan, lebih menonjolkan program-program Islam dengan konsep dakwah melalui pendekatan Manajemen Qolbu (MQ). Kemudian, sebagai salah satu bagian dari penyiaran yang bersifat audio-visual, televisi ini dapat dijadikan sebagai media favorit bagi khalayak media dengan menghadirkan kebutuhan untuk mendapatkan hiburan, pengetahuan dan informasi secara mudah.

Manajemen Qolbu sendiri merupakan format dakwah berisi nilai-nilai Islam yang disajikan secara aktual, inovatif, kreatif, dan universal. Format dakwah yang ada pada MQTV berfokus pada pembinaan atau penataan hati (*qolbu*), dengan menggabungkan format *dakwahtainment* dan *edutainment* (*education entertainment*), maka program-program yang ada pada stasiun televisi lokal ini diharapkan dapat menjadi sarana pendidikan tanpa kesan menggurui, menghibur, tetapi bertanggung jawab pada akhlak khalayak yang menonton program acara tersebut.

Selain itu, program-program yang disajikan pun merupakan media penyejuk hati, informasi dan edutainment dengan dikemas sedemikian rupa

sehingga diharapkan menjadi televisi keluarga dan televisi umat (publik) yang keberadaannya diharapkan menjadi sangat berarti dalam menuntun ilmu dan iman, dalam menyebarkan ajaran Islam. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menonjolkan secara keseluruhan terhadap program siaran yang disajikan melalui konsep dakwah dengan kemasan menarik yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Saat ini, dibandingkan dengan media televisi lokal lainnya, yang tergabung dalam wilayah penyiaran televisi swasta lokal di Jawa Barat, stasiun televisi ini memiliki urutan paling tinggi dalam menyiarkan siaran Islam melalui program dakwahnya. Hal tersebut disebabkan, karena beberapa dari stasiun televisi lokal lainnya hanya menjadikan program atau konten dakwah sebagai selingan atau hanya sebagian kecil dari program acara yang ditampilkan.

Ada dua format dakwah Islam yang diterapkan pada setiap kemasan konten program pada televisi ini. Kedua bentuk format ini merupakan pembeda dengan format-format dakwah yang disajikan pada media televisi lainnya. Jika media televisi lainnya hanya mengaplikasikan format dakwah Islam melalui pengajian, metode ceramah, adzan, sinetron bernuansa Islami ataupun lagu-lagu bernuansa Islami, maka dalam hal ini, televisi ini mencoba untuk menerapkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan format dakwah pada umumnya. Format acara lainnya yang diterapkan pada stasiun televisi ini adalah menggunakan format acara yang biasa digunakan pada media televisi, akan tetapi pada setiap aspek maupun komponennya diterapkan kaidah-kaidah keislaman. Dalam buku menjadi Sutradara Televisi, menurut Naratama (2004:63) bahwa format acara

televisi atau program acara yang ada pada sebuah televisi merupakan suatu perencanaan dasar dari konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang kemudian akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Maka, berdasarkan jenis programnya, Naratama (2004:65-66) menjelaskan kembali bahwa ada tiga format dalam program acara televisi yaitu drama, non-drama, dan berita ataupun dapat juga dikategorikan sebagai fiksi, non-fiksi, dan *news*.

Berdasarkan penjelasan diatas, sebagai televisi yang dari visi dan misinya adalah menghadirkan nuansa keislaman pada setiap program acaranya, maka stasiun televisi ini adalah satu-satunya televisi lokal diwilayah Jawa Barat yang menghadirkan konten keagamaan hampir pada seluruh mata acara atau program yang disajikan dalam bentuk Soft Dakwah dan Hard Dakwah. Soft dakwah adalah segala bentuk konten dakwah yang dikemas secara ringan dan sederhana dan memberikan unsur hiburan akan tetapi tetap dalam koridor keagamaan. Soft dakwah ini juga termasuk dalam edutainment yakni mendidik namun tetap menghibur khalayaknya. Kemudian, hard dakwah merupakan segala bentuk konten siaran dakwah yang dikemas dengan tingkat intensitas lebih tinggi dan disajikan dengan sangat berhati-hati. Hard dakwah ini juga termasuk kedalam wilayah dakwahtainment yakni dakwah yang disampaikan secara terstruktur dan sistematis namun dengan kesan santai dan argumentatif.

Ada satu program yang diklaim oleh televisi ini sebagai program unggulan dibandingkan dengan media televisi lokal lainnya yang bersiaran

diwilayah Jawa Barat. Adapun program unggulan tersebut adalah program tentang keagamaan dengan banyak program dakwah keagamaan dari mulai membaca Al-Qur'an, murrotal, tadarus, kajian Islam, sampai dengan informasi-informasi yang dikemas baik dalam bentuk talkshow maupun berita. Hal tersebut disetting oleh televisi ini sebagai sebuah produk siaran yang syarat dengan warna-warna Islam, maka tidak heran jika televisi ini dikenal sebagai media televisi yang mengemban misi Islam dan edukasi yakni dakwah dan pendidikan. Sebagai salah satu lembaga penyiaran televisi yang mengemban misi keagamaan, tentunya dalam mengemas konten keagamaannya memiliki hal-hal yang unik, sedikit berbeda, dan spesifik. Oleh karena itu, hal inilah yang membuat televisi ini menarik untuk diteliti. Konten siaran keagamaan dalam sebuah program siaran, paling tidak dapat dilihat dalam beberapa hal antara lain format dakwah. Oleh karena itu, pengemasan konten keagamaan di televisi ini menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam.

Kajian tentang konten siaran keagamaan menjadi sangat penting untuk dikaji dan diteliti lebih mendalam. Kajian tersebut dilakukan karena pentingnya pelaksanaan dan penerangan mengenai agama yang harus dilakukan oleh da'i atau sering disebut sebagai juru dakwah, karena objek sasaran dakwah disini adalah manusia, maka bagaimana caranya konten, kemasan, atau tayangan mengenai keagamaan dapat menjadi pembimbing dan pembinaan bagi manusia yang beragama, agar hal tersebut sesuai dengan tujuan utama dakwah yakni mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah SWT dengan cara menyampaikan nilai-nilai atau sesuatu

yang baik sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing. Kemudian, lingkungan dakwah juga merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap perkembangan sasaran dakwah baik asaran tersebut individu ataupun kelompok manusia. Oleh karena itu, untuk menjalankan kegiatan dakwah tersebut, maka diperlukan suatu sarana penyampai atau penyambung yang disebut dengan alat dakwah.

Alat dakwah disini adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Alat-alat dakwah atau disebut juga media dakwah merupakan faktor yang dapat menentukan kelancaran proses dakwah, faktor ini disebut sebagai alat yang sangat efektif dalam kegiatan penyampaian dakwah. Dalam rangka mencapai tujuan dakwah, alat ini merupakan suatu faktor yang menjadi pedoman arah proses yang dikendalikan secara sistematis dan konsisten. Kemudian, alasan lain mengapa konten keagamaan perlu dikaji lebih mendalam karena kegiatan dakwah merupakan aktivitas komunikasi yang dapat digolongkan sebagai perintah agama yang mempunyai orientasi pada penyampaian ajaran Islam. Sehingga, proses dakwah tidak lain adalah proses berkomunikasi yang mempunyai tujuan utama untuk menyampaikan ajaran agama Islam dengan tujuan agar diimplentasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, pemilihan dan penggunaan media terutama televisi merupakan

sebuah usaha kreatif agar proses berkomunikasi dalam kegiatan dakwah mampu berjalan dan menjadi lebih efektif dalam kehidupan masyarakat.

Kemudian, metode berdakwah dengan menggunakan media terutama televisi merupakan salah satu wujud adaptasi yang harus dilakukan para da'i terhadap fenomena dan keadaan sosial yang terus berkembang dikalangan masyarakat. Dengan demikian, proses memanfaatkan media televisi dalam proses dakwah merupakan tawaran yang penting demi tercapainya tujuan dakwah secara efektif dan diminati oleh khalayak.

Dakwah Islam dengan menggunakan media merupakan salah satu bentuk aplikasi strategis bagi masyarakat terutama umat Islam tentang pentingnya melakukan syi'ar Islam dengan jangkauan yang lebih luas, sehingga dengan adanya hal tersebut diharapkan mampu untuk menarik perhatian masyarakat umum untuk mendengarkan seruan-seruan ajaran Islam melalui media televisi ini. Sehingga, proses penggunaan media dalam dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan maksimal.

Syukur (2008:30) menjelaskan bahwa media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan atau mad'u yang bisa disajikan secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung dapat diaplikasikan melalui perkataan atau ucapan, sedangkan tidak langsung bisa berupa media penyalur seperti televisi, radio, media cetak dan sebagainya dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

Mengkaji setiap konten keagamaan yang ditayangkan oleh suatu program acara pada stasiun televisi harus dilakukan. Hal tersebut mengingat

bahwa konten-konten keagamaan yang diproduksi dalam bentuk kemasan program siaran dakwah yang kemudian ditayangkan dalam stasiun televisi seringkali bersifat kontroversional. Bahkan, tidak jarang dalam setiap kali penayangannya ada tayangan-tayangan yang dianggap atau diindikasikan menyampaikan informasi-informasi keagamaan yang subjektif, primordial, cenderung melakukan praktek horizontal, menimbulkan ketegangan dan perdebatan antara sesama umat Islam ataupun diluar agama Islam, ataupun rekayasa konflik antarumat beragama. Fenomena tersebut terjadi karena banyaknya konten tayangan keagamaan yang tendensius dan bahkan akhirnya berujung pada kisruh permasalahan agama.

Secara umum, Zamroni (2016:35-50) menjelaskan bahwa dakwah ditelevisi dengan berbagai bentuk dan formatnya, kompleksitas permasalahan keagamaan yang dihadapi bangsa Indonesia tentu juga telah ikut mempengaruhi pilihan-pilihan atas substansi yang harus dikedepankan dalam dakwah. Meskipun secara normatif setiap konten siaran televisi telah diatur, akan tetapi pelanggaran-pelanggaran seringkali dilakukan oleh lembaga penyiaran. Terlebih lagi, program acara televisi yang bermuatan dakwah harus 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 tidak akan terjadi kesenjangan dalam penyampaian informasi tayangan.

Kemudian, dalam mengemas sebuah konten, agar konten tersebut dapat terlihat bagus dan dapat menarik perhatian khalayak, maka dibutuhkan suatu cara atau strategi yang harus dicapai dalam meningkatkan kemasan konten siaran. Peningkatan-peningkatan kemasan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara, selain memperhatikan unsur-unsur utama dalam pengemasan media, ada cara lain yang harus diperhatikan. Cara-cara tersebut dapat dijadikan sebagai langkah atau strategi dalam pengemasan konten yang menarik. Dalam mengemas konten, strategi tersebut dapat menjadi penentu keberhasilan dari konten yang ditayangkan dan akan berdampak pada hasil yang akan didapatkan.

Sementara itu, dalam konteks aturan yang ditetapkan oleh pemerintah terkait dengan media massa salah satunya televisi, pemerintah telah mengeluarkan aturan mengenai batasan-batasan dan hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh ditayangkan oleh media televisi. Meskipun pada dasarnya, televisi dapat dengan bebas untuk memproduksi atau mengemas konten sesuai dengan haknya sebagai penyampai informasi yang menarik dan bersifat audiovisual, akan tetapi ada aturan yang harus dijalankan. Aturan-aturan tersebut terdapat dalam Undang-undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Aturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yakni Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Pertama, dalam Undang-undang Pers No. 40 Tahun 1999 dijelaskan bahwa setiap kemerdekaan pers telah dijamin sebagai bagian dari hak asasi warga Negara yakni terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan, ataupun pelarangan melakukan penyiaran. Kemudian, untuk

menjamin kemerdekaan pers selanjutnya, pers nasional mempunyai hak untuk mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi melalui penyiaran.

Kedua, dalam Kode Etik Jurnalistik dijelaskan bahwa kode etik ini dijadikan sebagai landasan moral dan etika agar seorang wartawan dalam menjalankan kewajibannya selalu melakukan tindakan dengan berlandaskan tanggungjawab sosial. Kode etik ini biasanya digunakan untuk acuan dan pedoman operasional dalam suatu profesi. Karena dalam hal ini wartawan adalah sebuah profesi, maka dibuat sebuah aturan yang bernama kode etik jurnalistik sebagai pedoman operasinal dalam pekerjaan seorang wartawan.

Ketiga, Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 menegaskan bahwa penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Penyiaran juga dijadikan sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.

Keempat, aturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yakni Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). P3SPS ini merupakan aturan-aturan yang ditetapkan oleh KPI dalam bentuk pasal-pasal dan poin-poin yang dengan jelas dan terperinci mengatur setiap aktivitas penyiaran yang dilakukan oleh media massa, salah satunya adalah media televisi. Aturan-aturan

tersebut menjadi dasar, pedoman, dan panduan bagi setiap lembaga penyiaran dalam melakukan siaran mengenai apa yang boleh dan tidak boleh serta mana yang baik dan tidak baik untuk ditayangkan pada khalayak atau masyarakat luas. Sehingga, berdasarkan aturan diatas, dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dijelaskan setidaknya ada tiga poin utama yang harus diperhatikan oleh setiap stasiun televisi dalam memproduksi dan mengemas suatu konten keagamaan. Adapun ketiga hal tersebut antara lain pluralitas sosial, hak atau kepentingan anak dan remaja, serta keberimbangan dalam konten berdasarkan kode etik penyiaran.

Oleh karena itu, studi dan kajian tentang kemasan konten dan informasi-informasi terkait keagamaan pada stasiun televisi ini dilakukan, sebagai salah satu upaya untuk mendapatkan gambaran mengenai bagaimana suatu stasiun televisi swasta lokal dalam hal ini MQTV, memproduksi, mengemas, dan kemudian mempublikasi konten keagamaan dalam setiap programnya sesuai dengan kepentingan masyarakatnya dan disesuaikan juga dengan regulasi penyiaran yang terdapat pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Sehingga diharapkan segala kajian tentang kemasan konten keagamaan yang ditayangkan oleh MQTV ini dapat mengedukasi dan mencerahkan, sehingga mampu memberikan tontonan agama yang komprehensif dan sesuai dengan tujuan dakwah Islam.

1.2.Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, dalam program pengemasan siaran, paling tidak dapat dilihat dari dua hal yaitu desain acara dan format acara. Oleh karena itu, untuk lebih memfokuskan penelitian ini diurutkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana desain acara pada program siaran dakwah di MQTV?
2. Bagaimana format acara pada program siaran dakwah di MQTV?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui bagian-bagian dari desain acara yang ada pada program siaran dakwah di MQTV.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk dari format acara yang ada pada program siaran dakwah di MQTV.

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran tentang bagaimana sebuah program acara keagamaan melalui program elektronik dan ini juga dapat diadaptasi untuk kegiatan dakwah dalam media lainnya baik media cetak, media sosial, maupun media lainnya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman, inspirasi sekaligus pengalaman bagi para praktisi dakwah maupun media yang selama ini bergerak dibidang dakwah maupun dibidang penyiaran lainnya.

1.5.Landasan Pemikiran

Dakwah merupakan sebuah usaha untuk mempengaruhi orang lain, agar orang tersebut bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan oleh Da'i atau orang yang menyampaikan dakwah. Cangara (2016:141) mengatakan bahwa khalayak yang tersebar diseluruh wilayah tidak diketahui, maka media massa dapat digunakan sebagai penyampai pesan. Sebagai bagian dari media massa, dalam hal ini adalah televisi, televisi ini memiliki fungsi yang sangat besar dalam mempengaruhi khalayak media, salah satunya adalah melalui audio-visualnya. Media televisi ini dapat dijadikan sarana atau alat oleh para da'I untuk menyampaikan dakwah kepada mad'u nya dalam hal ini adalah khalayak, dikarenakan dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh para Da'I, sehingga televisi dapat memberikan efek yang sangat besar bagi khayalak yang mendengarkan dakwah melalui media televisi ini. Dengan demikian, televisi mampu memainkan peranannya dalam kegiatan dakwah dengan daya jangkau yang relatif luas dan waktu serentak serta arus komunikasi ini dapat dikendalikan oleh komunikator yang dapat menunjang persuasi yang efektif. Seperti yang diungkapkan oleh Heryanto (2007:41) bahwa sebaliknya dari persuasif tersebut jika khalayak dapat mengatur arus informasi, maka situasi komunikasi ini akan mendorong khalayak untuk belajar yang efektif.

Fatmawati (2009:173) menjelaskan bahwa siaran televisi bukan hanya sebuah tontotan yang hanya menampilkan tayangan-tayangan yang disajikannya, melainkan televisi juga harus memperhitungkan idiologi dan norma-norma yang dianut oleh masyarakat. Sehingga, dalam hal ini, dakwah

harus dikemas dengan cara dan metode yang tepat. Dakwah yang dikemas ini harus ditampilkan dan disajikan baik secara aktual, faktual, maupun kontekstual. Oleh karena itu, setidaknya suatu kegiatan siaran dakwah yang ditayangkan melalui televisi dapat meliputi dua hal penting ini yakni format acara dakwah melalui media televisi dan regulasi yang mengatur segala konten yang ditayangkan melalui media televisi ini, salah satunya adalah konten siaran terkait dengan keagamaan.

Format acara dalam suatu program acara yang ditayangkan melalui media televisi sangat penting. Format ini dapat menjadi panduan bagi seluruh tim yang tergabung dalam lembaga penyiaran televisi ini. Keberhasilan suatu siaran yang ditayangkan oleh televisi tidak terlepas dari kuantitas dan kualitas dari sumber daya manusianya. Sumber daya manusia yang tergabung dalam tim ini dituntut untuk memahami dan mengerti bagaimana media televisi ini beroperasi. Sehingga, baik antara lembaga penyiarannya maupun pengisi acaranya dapat menggunakan format dengan tepat dan mudah.

Secara umum, Naratama (2006:63) menjelaskan bahwa format acara dalam tayangan televisi merupakan suatu perencanaan dasar dan konsep acara pada televisi yang menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang memiliki tujuan dan target khalayaknya. Menurutnya, format acara pada televisi dapat dibagi mejadi tiga bagian, antara lain fiksi, non-fiksi, dan berita serta olahraga. Pertama, fiksi atau lebih dikenal dengan istilah drama merupakan suatu format acara pada televisi yang dikemas, diproduksi, dan diciptakan dengan rangkaian proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah yang direkayasa dan

dikreasi ulang seperti drama percintaan, komedi, sinetron, dan lain sebagainya. Kedua, non-fiksi merupakan bagian dari non-drama yang acaranya diproduksi, dikemas, dan diciptakan melalui pengolahan imajinasi dari realitas sebuah kehidupan tanpa adanya interpretasi ulang. Format acara non-fiksi merupakan runtutan pertunjukan kreatif yang lebih mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi dengan kreasi, aksi, gaya, dan music seperti talk show, musik, variety show, dan lain sebagainya. Ketiga, Berita dan Olahraga merupakan bagian terakhir dari format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi, fakta atau kejadian, fenomena, dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari yang disajikan secara faktual dan aktual seperti berita dan liputan olahraga.

Format acara dalam televisi salah satu bagian terpenting terutama dalam mengatur suatu program acara. Format ini dapat menjadi konsep dasar dalam menentukan rangkaian atau proses produksi atau kemasan dari suatu program acara berupa konten siaran. Biasanya, ada beberapa format yang selalu disajikan oleh televisi seperti program berita, magazine show, dokumenter, game show, variety show, reality show, talk show, music, animasi, dan lain sebagainya. Setiap program acara yang disajikan ini memiliki beberapa karakteristik dan gaya yang berbeda dalam penyajiannya yang disesuaikan dengan konsep dan tujuan dari program acara tersebut.

Program acara atau siaran merupakan bagian dari format acara atau hasil dari format acara. Djamal dan Fachrudin (2011:149) menjelaskan bahwa program siaran merupakan satu kesatuan atau segmen secara keseluruhan baik

antara radio maupun televisi. Program siaran ini memiliki frekuensi, durasi, dan slot yang berbeda sesuai dengan jenis program yang disajikannya. Sehingga, program siaran ini dalam pelaksanaannya telah tersusun secara sistematis dan terstruktur menjadi satu jadwal pada stasiun tertentu yang telah dirancang secara berkala. Program acara ini juga merupakan susunan dari format acara yang terstruktur dengan menghadirkan berbagai macam konten seperti sosial, politik, budaya, bahkan dengan agama yang dikemas melalui program siaran. Morrisan (2008:210) menambahkan bahwa segala bentuk program acara yang disajikan harus berdasarkan pada bagaimana lembaga penyiaran tersebut dalam mengemas program acaranya menjadi lebih menarik. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam konten keagamaan pun memiliki format tersendiri yang disebut dengan format dakwah.

Alfandi (2005:47) menjelaskan bahwa sejak tahun 80-an sampai dengan saat ini, format dakwah yang ada di televisi dapat dibedakan menjadi tiga hal, antara lain: 1). Format ceramah yang telah digunakan sejak dakwah islam ada dan telah diadopsi dan dimodifikasi melalui media televisi mejadi empat bagian yakni format uraian, format wawancara, format diskusi, dan format suara masyarakat; 2). Format berita yang disajikan dalam bentuk laporan-laporan fakta atau segala bentuk kejadian yang berhubungan dengan dunia keislaman yang memiliki nilai faktual dan aktual yang terbagi dalam format berita harian dan format berita berkala, dan 3). Format infiltrasi yang merupakan suatu format dakwah variatif karena televisi dituntut untuk dapat menyajikan program dan konten unggulan dan berkualitas, sehingga format program ini lebih banyak

menghadirkan tontonan hiburan dengan mempertimbangkan faktor komersilnya.

Kemudian, selain format acara dakwah pada televisi yang harus diperhatikan oleh lembaga penyiaran dalam memproduksi sebuah program acara melalui konten siarannya, maka konten dakwah ini juga dapat dikemas melalui tiga hal. Fatmawati (2009:178) menjelaskan bahwa, dalam mengemas suatu konten siaran yang ditayangkan melalui media televisi, hal-hal ini harus diperhatikan terutama oleh tim produksi seperti: a). corak kemajemukan (pluralitas) masyarakat Indonesia sebagai suatu bangsa yang tergabung dalam kebhinekaan dengan berbagai perbedaan latar belakangnya baik itu pandangan hidup, agama, suku, budaya, bahasa, politik, sosial, dan lain sebagainya; b). tendensi dalam kehidupan masyarakat yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi serta modernitas yang saat ini mengarah pada perubahan sosial, dan c). corak kehidupan masyarakat modern dan tradisional yang mengandung ciri-ciri yang berbeda antara satu dengan lainnya, terutama pada psikologisnya.

Pada prinsipnya, suatu program acara yang disajikan melalui konten siaran dikemas dan diproduksi harus mengandung sesuatu atau hal yang baik dan benar. Oleh karena itu, program siaran yang dibuat dan dikemas harus mengikuti peraturan-peraturan baik yang ada dalam Undang-undang penyiaran, Kode Etik jurnalistik, dan beberapa aturan-aturan yang merujuk pada isi siaran yang ditayangkan melalui media massa, dalam hal ini adalah televisi.

Di Indonesia, secara khusus, menurut KPID Jawa Barat (2017:83) bahwa aturan untuk penyiaran ditelevisi diatur oleh suatu lembaga independen

Negara yang bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) ini lahir berdasarkan amanah dari Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran bahwa pada pasal 7 dijelaskan bahwa Komisi penyiaran sebagaimana dimaksud dalam disebut sebagai Komisi Penyiaran Indonesia, disingkat KPI. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen dalam mengatur hal-hal mengenai penyiaran. Kemudian, KPI terdiri atas KPI Pusat dibentuk ditingkat pusat dan KPI Daerah dibentuk ditingkat provinsi yang menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, KPI Pusat diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan KPI Daerah diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.

KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran dalam menjalankan fungsinya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), KPI mempunyai wewenang: a). menetapkan standar program siaran; b). menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; c). mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; d). memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; e). melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Kemudian, KPI mempunyai tugas dan kewajiban: a). menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; b). ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; c). ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga

penyiaran dan industri terkait; d). memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang; e). menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan f). menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas dibidang penyiaran. Oleh karena itu, berdasarkan tugas pokok dan fungsinya, secara spesifik KPI mengeluarkan aturan yang mendalam membahas terkait dengan Pasal-pasal yang harus dipatuhi oleh lembaga penyiaran. Aturan tersebut lahir pada tahun 2012 yang disebut dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Menurut P3SPS, untuk suatu konten terutama konten keagamaan yang dikemas oleh suatu stasiun televisi, setidaknya terbagi dalam 3 hal yaitu pluralitas sosial, hak atau kepentingan anak dan remaja, serta keberimbangan dalam konten berdasarkan kode etik jurnalistik. Untuk konten keagamaan berdasarkan dari P3SPS ini, pluralitas sosial harus memenuhi dan menjalankan pasal 6, 7, dan 8 dalam Standar Program Siaran (SPS). Pluralitas sosial atau pluralisme merupakan suatu paham yang mana didalamnya harus menghargai terhadap adanya perbedaan dalam suatu masyarakat dan memperbolehkan masyarakat yang berbeda tersebut untuk tetap mempertahankan perbedaannya serta yang paling penting adalah memperhatikan unsur-unsur utama yang berkaitan dengan suku, agama, ras, dan antar golongan dikarenakan informasi yang berkaitan dengan unsur sara biasanya selalu disertai dengan konflik.

Pembahasan terkait dengan sara pada konten siaran telah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) KPI Tahun 2012. Aturan tersebut menjelaskan bahwa adanya larangan terhadap lembaga penyiaran untuk menyiarkan siaran yang berbau sara dalam bentuk apapun. Larangan-larangan tersebut untuk dipatuhi oleh setiap kelompok produksi acara yakni yang memproduksi acara dalam suatu kemasan pada lembaga penyiaran dan juga yang mengisi acara. Hal ini juga dikuatkan dalam Standar Program Siaran pada Pasal 6, Pasal 7, dan Pasal 8. Pertama, dalam Pasal 6 Ayat 1 dan 2 dijelaskan bahwa program siaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi, serta program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. suku, agama, ras, dan/atau antargolongan; dan/atau b. individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Kedua, dalam Pasal 7 ditambahkan bahwa segala materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut: a). tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antarumat beragama atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama; b). menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan atau paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan; c). tidak menyajikan perbandingan antaragama; dan d). tidak menyajikan alasan perpindahan agama seseorang atau sekelompok

orang. Ketiga, pada Pasal 8 dikuatkan bahwa setiap program siaran tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu dengan muatan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan khalayak wajib disiarkan dengan gambar *longshot* atau disamarkan dan/atau tidak dinarasikan secara detail.

Selanjutnya, ada yang disebut dengan kepentingan hak atau kepentingan anak dan remaja. Anak dan remaja ini merupakan usia rentan dan memiliki tingkat sensitivitas, imajinasi, dan daya meniru tinggi terhadap sesuatu. Jika hal ini dikaitkan dengan konten siaran keagamaan yang ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi, maka isi konten tersebut harus ramah anak dan remaja artinya harus mengutamakan apa yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada jam tayang anak dan remaja. Meskipun konten keagamaan adalah sesuatu yang baik dan bahkan sangat dianjurkan untuk ditiru terhadap segala yang diperintahkan, namun, dalam hal ini, untuk konten-konten keagamaan tertentu harus disesuaikan dengan situasi, kondisi, fisik, dan psikologis anak, terutama materi keagamaan yang bersifat dewasa. Oleh karena itu, penggolongan atau penentuan pengklasifikasian usia dalam pengemasan konten sangat penting untuk diperhatikan. Konten siaran baik itu ditujukan untuk anak-anak, remaja, ataupun dewasa harus disesuaikan dengan segmentasi dan ditentukan untuk siapa konten tersebut diproduksi.

Berdasarkan Peraturan KPI Tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Pasal 21 Ayat 2 dan Standar Program Siaran (SPS) Pasal 33 Ayat 1 bahwa penggolongan program siaran diklasifikasikan dalam 5 kelompok

berdasarkan usia yaitu: klasifikasi P, klasifikasi A, klasifikasi R, Klasifikasi D, dan klasifikasi SU.

Program siaran klasifikasi P adalah program siaran yang khusus dibuat dan ditujukan untuk anak usia pra-sekolah. Program siaran yang dikemas harus mengandung muatan, gaya pencitraan, dan tampilan sesuai dengan perkembangan jiwa anak usia pra-sekolah. Khalayak yang tergolong dalam klasifikasi P adalah mereka yang berusia 2-6 tahun dan biasanya siaran tersebut ditayangkan antara pukul 07.00 WIB hingga pukul 09.00 WIB dan antara pukul 15.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Oleh karena itu, program siaran klasifikasi P di kemas dengan hiburan dan pendidikan yang memiliki muatan dan nilai-nilai pendidikan, nilai-nilai sosial dan budaya, serta budi pekerti yang kuat.

Selanjutnya, program siaran klasifikasi A adalah program siaran yang khusus dibuat dan ditujukan untuk anak-anak serta mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan-tampilan sesuai dengan perkembangan jiwa anak-anak. Program siaran klasifikasi A biasanya berusia antara 7-12 tahun dan disiarkan antara pukul 05.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB. Program siaran klasifikasi A berisikan nilai-nilai pendidikan dan ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial dan budaya, budi pekerti, hiburan, apresiasi estetik, dan penumbuhan rasa ingin tahu anak-anak tentang lingkungan sekitar.

Kemudian, program siaran klasifikasi R adalah program siaran yang mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan yang sesuai dengan perkembangan psikologis remaja. Remaja di sini adalah khalayak media yang berusia antara 13-17 tahun dan dapat di siarkan antara pukul 05.00 WIB sampai

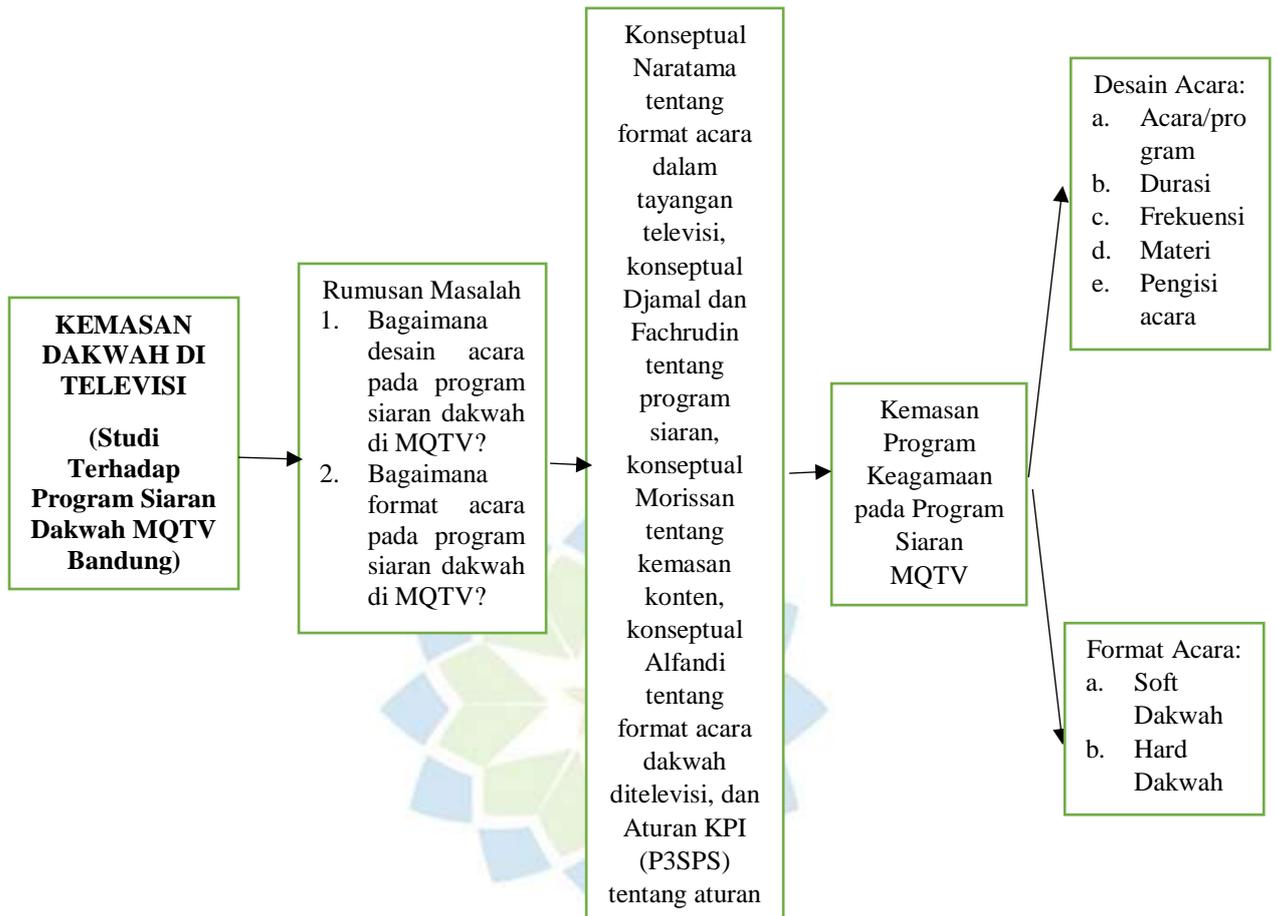
dengan 22.00 WIB. Program siaran klasifikasi R berisikan nilai-nilai pendidikan dan ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial dan budaya, budi pekerti, hiburan, apresiasi estetik, dan penumbuhan rasa ingin tahu remaja tentang lingkungan sekitar. Program siaran klasifikasi R dapat juga mengandung pembahasan dan penggambaran adegan yang terkait dengan seksualitas serta pergaulan antar pria dan wanita sepanjang di sajikan dalam konteks pendidikan fisik dan psikis remaja.

Selanjutnya, program siaran klasifikasi D adalah segala bentuk program siaran yang dikemas dan ditujukan untuk dewasa. Pengemasan dan produksi konten untuk klasifikasi dewasa dilakukan dengan hati-hati. Hal ini berkaitan dengan kepentingan anak dan remaja. Sebab, konten dewasa dapat ditayangkan pada jam anak dan remaja asalkan sesuai dengan Pasal 15 Ayat 1 bahwa program siaran wajib memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak dan/atau remaja. Akan tetapi, jika dalam kemasan konten dewasa ada tayangan yang tidak dapat ditoleransi oleh klasifikasi A dan R, maka tayangan tersebut hanya boleh disiarkan antara pukul 22.00 WIB sampai dengan 03.00 WIB.

Kemudian, yang terakhir dari klasifikasi usia ini ada yang disebut dengan program semua umur atau SU. Program siaran klasifikasi SU merupakan program siaran yang berisikan muatan yang tidak secara khusus ditujukan untuk anak-anak dan remaja, namun siaran tersebut dianggap layak untuk ditonton oleh anak-anak dan remaja ataupun dewasa. Oleh karena itu, perhatian terhadap klasifikasi usia dalam setiap kemasan konten yang ditayangkan oleh televisi dalam setiap program acara sangat penting.

Terakhir, keberimbangan dalam sebuah konten atau program siaran adalah kunci utama dalam objektivitas informasi yang disampaikan. Jika dilihat dari Undang-undang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, keberimbangan dalam konten sangat penting. Hal tersebut dapat menjadi penentu apakah berita yang disampaikan sesuai dengan fakta dan bersifat apa adanya. Hal ini juga dijelaskan dalam Standar Program Siaran dalam Pasal 40, bahwa program siaran salah satunya adalah harus memperhatikan keberimbangan dan prinsip-prinsip jurnalistik yang terbagi kedalam beberapa bagian, antara lain: a). Akurat, adil, berimbang, tidak berpihak, tidak beritikad buruk, tidak menghasut atau menyesatkan, tidak mencampuradukan fakta dan opini subjektif, tidak menonjolkan kekerasan dan sara; b). Di dalamnya tidak di perbolehkan memuat berita bohong, fitnah, cabul, dan sadis; c). Sebaiknya, terutama dalam menyajikan konten berupa berita harus selalu menerapkan prinsip praduga tak bersalah, dan d). Melakukan ralat atas informasi yang tidak akurat.

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas terkait dengan suatu konten keagamaan pada media yang ditayangkan melalui televisi, terangkung dalam bagan kerangka pemikiran dibawah



Bagan 1.1.

Bagan Kerangka Pemikiran