

STUDI PERSEPSI, INTERPRETASI, DAN RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MUATAN DAKWAH TELEVISI INDONESIA

Mohammad Zamroni, Anisah Indriati, Khoiro Ummatin

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
mohammad.zamroni@uin-suka.ac.id / 081328737285

Abstract

Rasulullah SAW extremely motivates his follower to do business, since business is the way to get money speedily. It is proven by command for doing business in a good way and lawful. Syariah cooperation is a part of syariah economic system which has characteristic and values of the concept “amar ma’ruf nahi munkar” (order for doing good things and prevent for doing bad things) which means to do the right way and leave the bad way. Syariah economic is stressed on justice; teach the superior concept in facing monetary fluctuation compared to conventional system. Cooperation is joint enterprises engaged in the field of economy, which comprise of economically weak who join voluntarily generally and on the basis of rights equality and the obligation to make an effort which aims to fulfill their member’s need.

Keywords: *Religion, Television, Perception, Interpretation, Public Reception, Dakwah Content, Khazanah Event Program*

Pendahuluan

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

Disatu sisi, kebebasan pers mendorong para praktisi media untuk lebih kreatif mengembangkan pesan-pesan via media. Namun disisi lain, kebebasan media juga menimbulkan berbagai persoalan, diantaranya eksploitasi,

sensasionalisme dan persoalan etika. Pada banyak acara keagamaan, praktik 'nakal' produksi industri media seperti strukturasi, komodifikasi, dan spialisasi sebagaimana dikatakan Vincent Mosco¹ dalam bukunya *The Political Economy of Communication* menjadi sangat nyata mewujud. Perbedaan antara tontonan dan tuntunan juga semakin menipis, sehingga muncul istilah yang sering disebut *dakwahainment*.

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

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

¹ Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication*, 2nd Edition (London: Sage Publications, 2009).

dan radio, kerap memberi peringatan dan sanksi kepada stasiun televisi yang cenderung mendangkalkan pemikiran dan bahkan terkadang juga mempermainkan agama.

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

Paling tidak tercatat ada lima (5) episode yang dianggap kontroversial yaitu *pertama*, edisi 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik; *kedua*, edisi 04 Maret 2013 menampilkan arti potongan surat Al Qur'an (Q.S.Ali Imran:103) yang diposisikan dibawah kaki manusia serta mengajarkan pembagian tauhid menjadi 3 yang tentu bertentangan dengan aqidah yang dianut aliran (faham) *Ablussunnah Wal Jamaah*. *Ketiga*, pada edisi 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawasul; *keempat*, edisi 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ablussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik; dan *kelima*, edisi 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah.

Dalam konteks beragama, Islam adalah agama mayoritas yang dipeluk masyarakat Indonesia. Dalam praktek keagamaan sendiri, Islam banyak memiliki perbedaan (*kebilafiyah*) dalam cara pandang dan pemahaman fiqih serta amaliyah lainnya yang memunculkan beragam aliran akidah. Di Indonesia kita mengenal aliran (faham) seperti *Ablussunnah Waljamaah*, Wahabi, Syiah,

Ahmadiyah, dan faham-faham lainnya. Fenomena keagamaan ini biasanya melebur dan menjadi rujukan komunitas masyarakat atau organisasi keagamaan misalnya NU, Muhammadiyah, Ahlul Bait, dan lain sebagainya. Di sinilah perlunya sikap toleransi antar golongan, demi menjaga kerukunan sesama umat Islam.

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

Bertolak dari paparan di atas, maka penting adanya pengkajian mengenai bagaimana persepsi, interpretasi, dan resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah terhadap muatan dakwah kontroversial melalui program acara televisi Indonesia. Studi ini tujuannya untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai persepsi, interpretasi, dan resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah terhadap muatan dakwah kontroversial melalui program acara Televisi Indonesia khususnya Program Khazanah Trans7. Mengingat akhir-akhir ini banyak praktek produksi siaran televisi yang ber-*genre* Islam dan bermuatan dakwah menafikan nilai/ajaran semestinya, tetapi justru syarat dengan kepentingan ideologi, kapital, dan bahkan politik tertentu.

Agama dan Media Televisi

Agama merupakan *transpotable community*, yaitu identitas komunal yang dapat diberlakukan pada berbagai situasi sosiotemporal. Anggota dari komunitas agama seringkali harus memutuskan bagaimana mereka akan berorien-

tasi secara lebih luas pada lingkungan media sekuler. Hal ini dimungkinkan karena adanya konensi tematik, misalnya seseorang membaca teks dalam kitab suci mereka, cara yang mereka lakukan untuk membaca materi media sekuler, dan cara yang mereka lakukan untuk membaca fenomena symbol lainnya di lingkungan sekitar mereka.²

Emile Durkheim menyatakan bahwa agama melibatkan hal-hal yang melampaui pengetahuan individu. Objek, peristiwa, atau pengalaman didefinisikan sebagai hal yang profane, termasuk dalam unsur kehidupan sehari-hari. Durkheim menjelaskan bagaimana orang-orang memahami sesuatu yang dianggap suci dalam penggunaannya di kehidupan sehari-hari mereka. Apa yang disebut dengan hal yang dianggap suci (*scared*), dihormati akan mengatur kehidupan sehari-hari serta memberikan batasan antara yang terlarang atau haram dan yang suci atau shaleh. Hal suci diwujudkan dalam ritual atau kegiatan ritual keagamaan.³

Umat beragama ketika menggunakan media sekuler seperti televisi atau film, mereka menjadi penonton tayangan agama. Perilaku khalayak bervariasi secara signifikan dan denominasi. Beberapa penonton merupakan aktivis yang menggerakkan literasi media keagamaan atau menggunakan media massa dalam konteks tujuan dan nilai spiritual seseorang. Kemunculan media penyiaran seperti televisi berdampak pada penonton agama yang semakin diperluas dalam jumlah dan kompleksitasnya sekaligus menciptakan peluang dan tantangan bagi komunitas agama. Khalayak penonton tayangan keagamaan terdiri dari berbagai *interpretive communities* dan jarang homogen dalam hal penggunaan dan interpretasi.⁴

Media masuk ke dalam ruang agama dengan menjadi media komunikasi terutama bagi televisi yang merupakan ekspresi esensial budaya saat ini. Media diciptakan oleh kekuatan yang membawa keberadaan suatu budaya. Tanpa peranserta media, budaya saat ini tidak menjadi apa-apa. Audiens tidak memahami budaya tanpa peranserta media yang mengungkapkan buda-

² John J. Macionis, *Sociology*, 5th Edition (United Kingdom: Pearson Education Limited, 2012), 442.

³ *Ibid.*, 442-443.

⁴ Daniel A. Stout, *Routledge Encyclopedia of Religion, Communication, and Media* (Religion and Society) (New York and London: Routledge, 2006), 25.

ya tersebut sehingga dapat lebih dipahami melebihi budaya sekuler, yaitu dengan persepektif agama.⁵

Televisi dan Kekuasaan

Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari satu situasi ke situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut akan bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Dan, proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara para pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku.⁶

Sementara menurut Bourdieu,⁷ tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial merupakan kegiatan reflektif dan reproduktif. Ia merupakan habitus yang bekerja, baik antara relasi-relasi sosial yang objektif dan interpretasi-interpretasi subjektif, baik antara struktur kognitif (*ide*) dan realitas sosial (tindakan), maupun antara struktural maupun kultural. Sebab habitus, menurut Bourdieu,⁸ merupakan struktur subjektif-atau skema-skema interpretatif yang bekerja secara tersirat-yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Habitus merupakan disposisi yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang dihadapi, dan membuat setiap pelaku bereaksi secara efisien dalam semua aspek kehidupannya, yang bekerja tanpa disadari dan nonreflektif.⁹

⁵ William F. Fore, "The Religious Relevance of Television", dalam Chris Arthur (ed.). *Religion and the Media* (England: University of Wales Press, 1993), 57.

⁶ Erving Goffman, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (London: Harper & Row Publishers, 1974).

⁷ Pierre Bourdieu, *Outline of a Theory of Practice* (Cambridge: Cambridge University Press, 1977).

⁸ *Ibid.*

⁹ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Cambridge: Harvard University, 1984).

Tersajikannya sebuah acara televisi tersebut pada dasarnya melibatkan kepentingan sejumlah institusi. Sebut saja, rumah produksi, lembaga survei penonton, biro iklan, atau perusahaan yang ingin mempromosikan merek dagangannya. Bahkan, partai politik, ormas, organisasi keagamaan yang mengatasnamakan mewakili *audience*, juga berkepentingan merespons program acara televisi tersebut. Untuk itulah, Fairclough¹⁰ menyebut proses tersajinya program acara televisi ini sebagai “*hegemonic struggle*” (pertarungan hegemoni), sedangkan Fiske¹¹ mengistilahkannya sebagai “*an arena for struggle for meaning*” (arena pertarungan makna), juga Littlejohn (1996) menyebutnya sebagai “*a struggle among ideologies*” (sebuah pertarungan di antara ideologi).¹²

Demikian juga menurut Graeme Turner,¹³ sajian acara televisi pada dasarnya mengakomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagai sajian acara televisi mampu memproduksi representasi realitas sosial, maka ia telah melibatkan interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku. Interaksi dan negosiasi itu, bekerja melalui tiga tahap, yakni, tahap pra-penayangan, penayangan, maupun pasca-penayangan.¹⁴

Tarik menarik kepentingan itulah yang membentuk politik informasi media televisi. Katakanlah, ketika isi siaran televisi (di antaranya berupa tayangan program *Khasanah*) dikuasai pemegang ekonomi politik informasi (*political-economy of information*), maka informasi menjadi alat kepentingan para subjek pelaku media untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Para penguasa ekonomi ini kemudian berperan menjadi perumus realitas (*definer of reality*). Artinya, ideologi atau kepentingan para subjek pelaku media akan menelusup melalui tayangan yang diproduksi dan direproduksinya. Apalagi, tayangan yang diproduksi dan direproduksi stasiun televisi tersebut merupakan salah satu teks utama televisi. Sebagai salah satu teks, tayangan televisi

¹⁰ Norman Fairclough, *Critical Discourse Analysis* (New York: Longman Group Limited, 1995).

¹¹ John Fiske, *Television Culture* (London: Routledge, 1987).

¹² Mosco, *The Political Economy*.

¹³ Graeme Turner, *British Cultural Studies: An Introduction* (London: Routledge, 1991), 128-129.

¹⁴ Dennis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (London: Sage Publications, 2000).

bukan hasil rangkaian realitas, melainkan representasi yang terseleksi dan terkonstruksi serta menjadi bagian yang turut membentuk realitas (Barker, 2000; Bennet, 1982; Berger dan Luckman, 1990; dan Piliang, 2005).¹⁵

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

Persepsi Khalayak

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

Persepsi bersifat kompleks, kata Devito. Tidak hubungan satu lawan satu antara pesan yang terjadi 'di luar sana' dalam getaran udara dan dalam

¹⁵ Chris Barker, *Cultural Studies: Theory and Practice*, 2nd Edition (London: SAGE Publishers, 2000); Tonny Bennet, "Media, Reality Signification" dalam Michel Gurevitch (ed.), *Culture, Society and the Media* (London: Routledge, 1990); Peter L. Berger dan Thomas Luckman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan) (Jakarta: LP3ES, 1990); Yasraf Amir Piliang, *Transpolitika: Dinamika Politik di Dalam era Virtualitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2005).

tanda-tanda hitam di atas sehelai kertas dengan pesan yang akhirnya memasuki otak seseorang. Apa yang terjadi di dunia luar amat berbeda apa yang sampai di otak yang memandangnya.¹⁶ Devito mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses konstruksi sosial. Tahap-tahapnya sulit untuk terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontinyu, bercampur baur dan bertumpang-tindih satu sama lain.¹⁷

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

Interpretasi Khalayak (*Interpretive Community*)

Audiens sesungguhnya tidak dapat dikategorikan sebagai massa yang tidak memiliki susunan namun audiens terdiri dari berbagai komunitas yang berbeda di mana masing-masing memiliki ide, nilai, dan ketertarikan. Isi media diinterpretasikan dalam komunitas berdasarkan makna yang dikembangkan secara sosial dalam kelompok tersebut dan individu lebih dipengaruhi oleh rekan-rekannya daripada oleh media.¹⁸

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

¹⁶ Josept. A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima (Jakarta: Professional Books, 1997), 75.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, 9th edition (USA: Wadworth, 2008), 295-296.

atas berbagai *interpretive community* yang masing-masing memiliki pemaknaan terhadap apa yang dibaca, dilihat, dan didengar.

Audiens yang berbeda akan menginterpretasikan apa yang dibaca, dilihat, dan didengar dengan cara yang berbeda pula. Audiens akan melakukan dan bertindak pada sesuatu sebagaimana apa yang mereka baca, mereka lihat, dan mereka dengar. Ketika seseorang bergabung dalam suatu komunitas maka akan menerima kegiatan dan makna yang terus menerus dari komunitas atau kelompok tersebut. Bagaimana seseorang bertindak terhadap media dan pemaknaan yang muncul dari tindakan tersebut merupakan interaksi sosial.¹⁹

Stanley Fish memiliki karya yang sebagian besar berpusat pada penafsiran tekstual dan pertanyaan tentang letak makna. Fish menyangkal bahwa semua makna dapat ditemukan dalam teks, namun makna terletak pada pembaca teks. Pertanyaan yang tepat bukanlah “*what does a text mean*”? Tetapi “*what does a text do*”. Menurut Fish, pemaknaan bukan merupakan persoalan individu. Seseorang tidak bisa sewenang-wenang memaknai sebuah teks, pemaknaan seseorang bukan merupakan hal yang istimewa.²⁰

Interpretasi khalayak (*interpretive community*) berupaya untuk menjelaskan proses-proses sosial yang terlibat dalam menafsirkan teks-teks budaya. Makna berasal dari teks budaya yang tidak sepenuhnya sukyek maupun obyek material; melainkan teks yang menjadi bermakna dikarenakan berbagai strategi interpretasi yang dilakukan oleh anggota komunitas. Komunitas mengacu pada kesadaran bersama yaitu keyakinan, impian, atau identitas dalam populasi orang-orang secara luas. Komunitas terkadang digunakan untuk menggolongkan situasi berdasarkan penggemar, subkultur, dan tipe lain dari kolektivitas sosial.²¹

Resepsi Khalayak

Teori *reception* mempunyai argumen bahwa faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak memirsa atau membaca media, misalnya film atau

¹⁹ *Ibid.*, 295-296.

²⁰ *Ibid.*, 134.

²¹ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Edisi ke-9 (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 554.

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

Dalam tradisi studi *audience*, setidaknya pernah berkembang beberapa varian di antaranya disebut secara berurutan berdasar perjalanan sejarah lahirnya: *effect research*, *uses and gratification research*, *literary criticism*, *cultural studies*, *reception analysis*.²² *Reception analysis* bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi.²³ Sebagai respon terhadap tradisi *scientific* dalam ilmu sosial, *reception analysis* menandakan bahwa studi tentang pengalaman dan dampak media, apakah itu kuantitatif atau kualitatif, seharusnya didasarkan pada teori representasi dan wacana serta tidak sekedar menggunakan operasionalisasi seperti penggunaan skala dan kategori semantik. Sebaliknya, sebagai respon terhadap studi teks humanistik, *reception analysis* menyarankan baik *audience* maupun konteks komunikasi massa perlu dilihat sebagai suatu spesifik sosial tersendiri dan menjadi objek analisis empiris. Perpaduan dari kedua pendekatan (sosial dan perspektif diskursif) itulah yang kemudian melahirkan konsep produksi sosial terhadap makna (*the social production of meaning*). Analisis resepsi kemudian menjadi pendekatan tersendiri yang mencoba mengkaji secara mendalam bagaimana proses-proses aktual melalui mana wacana media diasimilasikan dengan berbagai wacana dan praktik kultural audiensnya.²⁴

Pemanfaatan teori *reception analysis* sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kuasa

²² Klaus Bruhn Jensen & Karl Erik Rosengen, "Five Tradition in Search of Audience". Dalam Oliver Boyd-Barret & Chris Newbold (ed.). *Approaches to Media A Reader* (New York: Oxford University Press Inc, 1995), 174.

²³ Klaus Bruhn Jensen, "Media Audiences. Reception Analysis: Mass Communication as the Social Production of Meaning". Dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W Jankowski. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (London: Routledge, 1999), 135.

²⁴ *Ibid.*, 137.

tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau *polysemic* dan bahkan bisa ditanggapi secara opositif oleh khalayak.²⁵

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

Khalayak Media

Khalayak merupakan produk konteks sosial-yang mengarah pada kepentingan budaya, pemahaman dan kebutuhan informasi) dan merespon terhadap pasokan media tertentu. Seringkali keduanya berada pada saat yang bersamaan, ketika sebuah media dirancang untuk menarik anggota kategori tertentu atau penduduk di wilayah tertentu. Menurut Nightingale,²⁶ terdapat empat jenis khalayak, yaitu: *Audience as "the people assembled"*, *audience as "the people addressed"*, *audience as "happening"*, dan *audience as "bearing" or "audition"*.²⁷

Khalayak yang menerima hingga merespon pesan dipengaruhi oleh: a. *physiological influences*, yaitu mencakup faktor fisik (ketajaman indera penglihatan dan pendengaran), usia, tujuan, dan strategi dalam mendengarkan pesan; b. *social/psychological influences*, yaitu factor psikologis (sikap mendengarkan dan pengetahuan yang dimiliki) dan topik pesan yang disampaikan oleh pemberi pesan; c. *contextual influences*, yaitu factor fisiologis dan psikologis pada diri pendengar (mencakup konteks komunikasi dalam interaksi, factor lingkungan, latar belakang, pengalaman, serta filter persepsi individu dalam suatu kelompok tersebut).²⁸

Pemirsa televisi bersifat aktif dalam berbagai hal di mana selama audi-

²⁵ John Fiske, *Television Culture* (London: Routledge, 1987).

²⁶ Virginia Nightingale dan Karen Ross (ed.), *Critical Readings: Media and Audiences* (England: Open University Press, 2003).

²⁷ Dennis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th Edition (London: Sage Publications, 2010), 398-399.

²⁸ Andrew D. Wolvin, Darlyn R. Wolvin, Joan E. Aitken, Roy M. Berko, *Communicating: A Social, Career, and Cultural Focus*, 11th Edition (USA: Pearson, 2009), 137-143.

ens menonton televisi, audiens mengurai kode (*decoding*) televisi, membaca teks, melibatkan pemahaman terhadap kode-kode yang beraneka ragam dalam televisi.²⁹ Khalayak aktif adalah orang-rang yang tidak menerima apa yang direpresentasikan atau ditayangkan di media atau teks yang ditunjukkan kepada mereka, namun mereka menginterpretasikan itu atau berinteraksi dengan teks atau isi media untuk tujuan mereka sendiri dan dengan cara mereka sendiri tanpa menghiraukan atau memperhatikan tujuan dari pihak yang menciptakan isi atau merepresentasikan teks.³⁰ Khalayak aktif melakukan proses pengolahan kognitif aktif dari informasi yang datang dan berdasarkan pada pengalaman individu.³¹

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

Metode Studi

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan menggunakan teknik analisis kualitatif, analisis resepsi dan analisis wacana kritis. Kasus yang diteliti melingkupi kajian terutama terhadap empat episode program acara *Khaṣanah* yang bermuatan dakwah kontroversial di Trans 7. Empat (4) episode yang dianggap kontroversial yaitu *pertama*, edisi 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Is-

²⁹ Graeme Burton, *Media Dan Budaya Populer* (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 303.

³⁰ Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Cetakan I (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 8.

³¹ Dennis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th Edition (London: Sage Publications, 2010), 415.

lam Indonesia sebagai perbuatan syirik; *Kedua*, pada edisi 02 April 2013 menyalahkan praktek doa dan tawasul; *Ketiga*, edisi 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ablussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik; dan *Keempat*, edisi 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah.

Peneliti mendalami substansi setiap paket bermuatan dakwah, yang meliputi (a) Tema-tema di setiap episode; (b) Metode penyampaian pesan keagamaan; (c) Setting; (d) Nara sumber; dan (e) Pemanduan acara.

Data primer diperoleh dari beberapa informan yang kredibel dengan cara wawancara yang mendalam. Informan inilah yang dalam penelitian ini disebut sumber data utama yang terdiri atas produser, penulis naskah, akademisi, tokoh ormas NU, Muhammadiyah, dan Syiah. Sumber data pendukung terdiri atas *stakeholders* yang berasal dari dinas atau instansi pemerintah, Komisi Penyiaran Indonesia, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan, organisasi media, perguruan tinggi, organisasi keagamaan, media massa, tokoh-tokoh masyarakat dan informan lainnya. Data sekunder, yaitu data-data yang dapat diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada dalam lembaga, institusi, perguruan tinggi, organisasi atau masyarakat yang diteliti.

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*). Di mana teknik ini digunakan untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan permasalahan tentang persepsi, interpretasi, dan resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syiah terhadap muatan dakwah kontroversial melalui program acara televisi di Indonesia khususnya program acara *Khazanah*. Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interviewing*), observasi langsung, serta mengkaji dokumen dan arsip. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini akan digunakan Triangulasi yang meliputi triangulasi sumber, metode, dan teori serta kecukupan referensi.

Teknik analisis yang diambil dan digunakan adalah teknik deskriptif analitik, analisis wacana kritis, dan analisis resepsi. Teknik analisis deskriptif analitik, pada tiap proses analisisnya dilakukan dengan menggunakan model

analisis interaktif Miles & Huberman.³² Di mana tiga komponen analisisnya, yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi, aktivitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. Aktivitas peneliti bergerak diantara tiga komponen analisis yang ada tersebut untuk kemudian pengumpulan data selesai pada setiap unitnya dengan memanfaatkan sisa waktu yang tersisa.

Dakwah Kontroversial Program Khazanah Trans7

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

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

³² H.B.Sutopo, *Pengantar Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press, 2002), 96.

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

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

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi terfokus dengan informan, ditemukan bahwa secara substansi episode ini dimulai dari penjelasan narator/host yang mengatakan tentang bahayanya syirik. Syirik disini dijelaskan

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

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

Dari hasil temuan di lapangan berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa tema dan substansi episode kali ini adalah terkait adanya masyarakat yang datang berbondong-bondong untuk mengikuti sholat ied disertai suara kumandang takbir. Dilanjutkan narrator/host mengurai topik episode ini terkait adanya kelompok masyarakat yang menjalankan hari raya di luar hari raya ied fitri dan ied adha. Dari sinilah kemudian dikupas episode ini dengan menjelaskan sepak terjang dan tindakan-tindakan keagamaan yang dilakukan kalangan Syi'ah yang itu berbeda dengan kaidah Ahlul Sunnah Waljamaah. Beberapa nash Quran-Hadist disebut dan diterangkan untuk mendukung keberadaan kaum Syi'ah yang mengagungkan imam mereka yaitu Ali bin Abi Thalib. Kaum Syi'ah tidak mengakui khalifah Abu Bakar, Umar bin Khat-

tab, maupun Ustman bin Affan.

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

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

Program Khazanah Trans 7: Persepsi, Interpretasi, dan Resepsi Khalayak

Acara *Khazanah* yang ditayangkan oleh Trans7 menimbulkan pro dan kontra di masyarakat. Ada pihak yang merasa materi yang ditayangkan menyimpang dari ajaran agama Islam.³³

Tayangan Khazanah di stasiun televisi Trans 7 memperuncing masalah khilafiyah amal ibadah di kalangan masyarakat. Tayangan itu bersifat tende-

³³ Republika, Edisi 18 April 2013.

sius ketika menyudutkan umat Islam yang tidak sependapat dengan sikap keagamaan sebagian unsur jajaran redaksi Trans 7. Perihal ini disampaikan oleh Katib Aam Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) KH Malik Madani.³⁴ Pernyataan itu merupakan tanggapan atas tayangan Khazanah, yang menyinggung dengan tidak etis amaliyah khusus malam Nisfu Sya'ban. Misalnya, hadis yang mendukung amalan khusus malam Nisfu Sya'ban, lemah bahkan palsu. Hanya orang iseng yang membuat hadis palsu. "Kalimat seperti itu tidak etis," tegas KH Malik Madani.

Temuan penelitian berdasarkan wawancara dengan M. Jadul Maula³⁵ seorang aktivis dan juga Pengurus Wilayah Nahdhatul Ulama' (PWNU) Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan dukungan senada dengan KH. Malik Madani selaku Pengurus Besar Nahdlatul Ulama' (PBNU), bahwa menurutnya umat Islam yang memiliki solidaritas cukup kuat dalam satuan komunitas adalah umat yang berada pada simpol simpol yang dibangun oleh para kiai, dan guru ngaji yang ada dalam tubuh NU. Kekuatan ini sudah teruji sejak pra kemerdekaan sampai paska kemerdekaan, sehingga orang-orang yang ingin menguasai Indonesia, yang pertama kali dihancurkan adalah kelompok-kelompok solidaritas ini. Maka tidak heran kalau kemudian, dibanyak kesempatan ada gerakan mendelegitimasi peran kiai dan guru ngaji yang ada di bawah naungan NU, tujuannya bukan soal syurga atau neraka, melainkan ingin memudarkan kekuatan ikatan solidaritas ini.

Sementara itu terkait dengan tradisi ziarah yang sudah berjalan turun temurun di sebagian besar masyarakat Indonesia, menjadi perhatian khusus. Mengingat adanya program acara Khazanah yang disiarkan di Trans7 terutama pada episode 14 November 2012 yang menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik justru mendapatkan perhatian masyarakat. Persepsi, interpretasi dan resepsi khalayak juga bermacam-macam khususnya khalayak Nahdlatul Ulama'.

Bagi khalayak Nahdlatul Ulama' dalam ziarah kubur selalu dibacakan sejarah dan perjuangan tokoh-tokoh yang didatangi, sehingga melalui sejarah

³⁴ NU Online, diakses tanggal 10 Nopember 2015.

³⁵ M. Jadul Maula (Aktivis dan PWNU DIY), *Wawancara*, tanggal, 3 Nopember 2015.

ini mereka terinspirasi untuk membangkitkan keberanian, sebagaimana tokoh yang diziarahinya. Kondisi ini jelas dapat menginspirasi dalam setiap gerakan. Seorang kiai ketika berziarah ke makam ulama, menerangkan kepada jamaahnya tentang sosok diri almarhum, sehingga dari sini wajar kalau kemudian ada diantara mereka atau seluruhnya menteladani sikap dan perjuangan ulama yang diziarahinya. Ini tidak dimiliki selain komunitas NU dan kiai pesantren, guru ngaji atau guru tarekat.

Hal itu juga dipertegas oleh M. Jadul Maula seorang aktivis dan juga PWNU DIY, yang cukup keras menolak isi siaran Khazanah yang menyalahkan tradisi ziarah kubur yang banyak dilakukan oleh kalangan masyarakat Nahdliyyin. Menurutnya, praktik menyalahkan orang Islam yang melaksanakan ziarah kubur, tidak bisa lepas dari dua hal, *pertama* agenda seting dari zionis atau penjajah yang sangat sulit dilawan dan gigih melakukan perlawanan kepada penjajah adalah orang-orang yang memiliki kekuatan sosial dalam komunitas orang-orang yang melakukan praktik slametan dan ziarah kubur. *Kedua*, ada upaya untuk melemahkan kekuatan komunitas orang-orang yang memiliki keyakinan dan pemahaman bahwa ziarah kubur itu penting, sehingga dengan dilakukan kampanye secara terus nar-benar akhirnya akan melakukan koreksi diri untuk tidak lagi beraul dengan orang-orang yang ziarah kubur.³⁶

Proses ini bisa disebut sebagai langkah untuk melemahkan NU dan yang dirugikana adalah NU, lalu pada perjalanan kedepan yang rugi adalah negara. Ketika gerakan mereka sudah membesar dan berani melakukan tindakan anarkis sebagaimana terjadi di kasasan timur tengah, akhirnya negara terpecah, siapa yang rugi adalah NKRI. Oleh karena itu, negara tidak boleh tinggal diam atas gerakan ini, kalau tidak mau NKRI bisa goyah kalau goyah siapa yang rugi. Sudah banyak contoh negara-negara Islam jatuh dan bercerai-berai karena pudarnya gerakan sosial yang berbasis gerakan tradisi.

Lebih lanjut dikatakan M. Jadul Maula³⁷ bahwa untuk memecah belah umat Islam yang menjaga tradisi, ya dengan menyalahkan tradisi itu sendiri upaya paling gampang. Ketika masyarakat penganut tradisi ini disesatkan,

³⁶ M. Jadul Maula (Aktivis dan PWNU DIY), *Wawancara*, tanggal, 3 Nopember 2015.

³⁷ *Ibid.*

terus jumlahnya semakin berkurang dan diikuti meningkatnya jumlah gerakan anti tradisi, maka sudah bisa dibayangkan betapa rapuhnya masyarakat kita ke depan. Ini bukan persoalan gerakan orang desa melawan orang kota, orang berpendidikan dengan orang tidak berpendidikan, orang NU dengan orang luar NU, ini bahaya sekali. Maka kalau negara tidak segera hadir, ya pasti akan mengalami kondisi yang sama dengan negara lain. Ingat Islam memiliki jumlah terbesar pemeluknya di Indonesia.

Sedangkan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) meminta kepada lembaga penyiaran untuk tidak menayangkan isi siaran yang berisi serangan dan upaya menyalahkan suatu amalan dan pandangan keagamaan tertentu dalam Islam.

Demikian disampaikan Idy Muzayyad,³⁸ komisioner KPI Pusat, merespon pengaduan publik terhadap isi siaran yang cenderung menganggap sesat sebuah pandangan agama. Dalam setiap agama dan keyakinan seringkali terdapat perbedaan pandangan yang bersifat khilafiyah dan tidak bisa dipaksakan dan saling menyalahkan. Justru sebaliknya perlu ditekankan sikap saling menghormati dan memahami pandangan keagamaan masing-masing.

Apalagi Indonesia ini merupakan bangsa dengan kebhinekaan yang tinggi, sehingga penyeragaman merupakan hal yang tidak mungkin. Begitu pun dengan pandangan keagamaan Islam, yang terdapat perbedaan untuk hal-hal yang bersifat cabang (*furu'iyah*) bukan pokok (*ushuliah*). KPI jauh-jauh hari sudah mengantisipasi hal demikian dengan memunculkan pasal terkait pandangan keagamaan ini dalam pasal 7 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Dalam pasal P3 disebutkan bahwa “Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, mempertentangkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi”.

Sedangkan dalam Standar Program Siaran (SPS) pasal 7 dinyatakan bahwa materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan “tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan

³⁸ Idy Muzayyad (Wakil Ketua dan Anggota Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI), *Wawancara*, 19 Nopember 2015.

keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama”.³⁹

Dalam SPS poin berikutnya menyebutkan keharusan media penyiaran untuk “menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan”.⁴⁰

Titin Rosmasari,⁴¹ pemimpin Redaksi Trans7 mengungkapkan, pihak Trans7 akan melakukan evaluasi untuk memperbaiki dan membenahi tayangan *Kbazzanah* tersebut dan sekaligus mengganti episode yang memicu kontroversi dengan episode ralat. Episode ralat ditayangkan secara bertahap dalam empat pekan saat itu, sebagai klarifikasi atas episode yang memicu keresahan masyarakat tersebut.

Karena dianggap telah menayangkan konten yang memicu keresahan masyarakat, pihak Trans7 pun siap melakukan perbaikan dan evaluasi, terutama yang berkaitan dengan visualisasi, *dubbing* yang kurang tepat, pelafalan ayat suci yang kurang benar, dan ketidakcocokan narasi. Titin juga berjanji akan menghindari tema-tema yang kontroversial dan memilih tema yang lebih umum.

Dalam kasus ini, menurut Idy,⁴² Trans7 belum diberikan sanksi karena dalam mediasi stasiun televisi milik pengusaha Chairul Tanjung itu akan memperbaiki materi siarannya. "Kami juga mengingatkan, untuk penayangan hal-hal yang bersifat *kbilafiyah* sebaiknya dihindari karena akan memicu keresahan berbagai pihak," ujarnya.

Dalam Pasal 7 peraturan KPI tentang Standar Program Siaran (SPS) disebutkan bahwa materi agama pada program siaran wajib tidak berisi serangan, penghinaan, pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu, serta menghargai etika hubungan antarumat beragama. Dalam pasal tersebut juga dijelaskan untuk menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan atau paham dalam agama tertentu secara ber-

³⁹ Baca Regulasi Standar Program Siaran (SPS) Komisi Penyiaran Indonesia 2012.

⁴⁰ Lihat Regulasi Standar Program Siaran (SPS) Komisi Penyiaran Indonesia 2012.

⁴¹ Titin Rosmasari (Pemimpin Redaksi Trans7), Wawancara, 19 Nopember 2015.

⁴² Idy Muzayyad (Wakil Ketua dan Anggota Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI), Wawancara, 19 Nopember 2015.

hati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang kompeten dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam pasal 7 Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), disebutkan bahwa “Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, mempertentangkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi”.

Sedang dalam Standar Program Siaran (SPS) pasal 7 dinyatakan bahwa materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan “tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama”. Dalam SPS poin berikutnya menyebutkan keharusan media penyiaran untuk “menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan”.

Disamping acara itu menodai keyakinan mayoritas umat islam di dunia, khususnya di Indonesia yang suka ziarah kubur, tawassul, istighosah dan sejenisnya, tayangan Khazanah juga memprovokasi pertikaian antar umat beragama dengan melecehkan tata cara beribadah umat di luar Islam, juga mengajarkan anarkisme dalam menegakkan tauhid.

Ketika diwawancarai terkait isi siaran program acara Khazanah terkhusus pada episode 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik, Taufik Ridwan seorang aktivis dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Daerah Istimewa Yogyakarta menuturkan adanya perbedaan persepsi, interpretasi dan resepsi khalayak Muhammadiyah.⁴³

Bagi kalangan Muhammadiyah, kita tidak menutup mata siaran tv kita ada yang mencoba-coba membangkitkan sentimen ketidak sukaan diantara umat Islam. Saya tahu, umat Islam Indonesia itu sangat beragam. Ada yang anti tahlil ada yang suka tahlil, ada yang anti ziarah kubur ada yang suka

⁴³ Taufik Ridwan (Aktivis dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Daerah Istimewa Yogyakarta), *Wawancara*, 7 Nopember 2015.

ziarah kubur. Sebagai media tentunya harus memiliki etika dalam menyiarkan potensi konflik yang ada dalam tubuh umat Islam.

Perbedaan cara pandang di kalangan khalayak Muhammadiyah mengenai isi siaran acara Khazanah tersebut tentunya memiliki argumen-argumen yang mendasar. Hal itu tampak dari jawaban Taufik Ridwan ketika diwawancarai masalah tersebut.

Demikian juga tentang konflik tidak ada manfaatnya bagi umat Islam, hanya akan melahirkan sebuah kebencian. Ziarah kubur segala itu, tidak perlu dieksploitasi dan disalahkan itu bagian dari amalan yang sifatnya tidak pokok, jadi tidak perlu dipersoalkan.

Selama ini kan seakan media Televisi itu menjadi juri kebenaran, ziarah kubur langsung difonis salah, tidak ada unsur pendidikan, kalau mau mengkritisi ziarah kubur ada sumber yang menentang, harusnya ada nara sumber dari NU yang bisa menjelaskan argumentasi dengan alur dan logika yang benar, biar masyarakat yang selama ini tidak tau dan tidak mau, setelah ada kerangka alur dan logika dari warga NU, terus kalau mereka bisa menerima dan akhirnya mau ziarah kubur ya silahkan, tapi jangan hanya dibangun diatas emosional saja.

Sedangkan ketika dikonfirmasi dalam wawancara terkait dengan polemik yang muncul dan siarkan dalam program acara Khazanah di Trans7 soal episode 31 Oktober 2013 berjudul mengenal Syiah, Taufik Ridwan meskipun sebagai bagian khalayak Muhammadiyah, dia memiliki cara berpikir yang berbeda dalam menyikapi hal tersebut.

Menurutnya, Syiah memang menjadi polemik, tapi dari sisi kemanusiaan dan persaudaraan apa iya, semua akan dikorbankan hanya karena beda aliran. Dilihat dari sisi manfaat, jelas tayangan televisi yang memojokkan umat Islam itu sama sekali tidak mendidik.

Soal siaran acara Khazanah Tans7 pada episode 04 April 2013 yang menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ahlussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik memiliki polemik pro dan kontra di masyarakat. Media televise seharusnya tidak boleh menyiarkan informasi yang menyesatkan bagi penontonnya.

Seringkali tayangan televisi melakukan justifikasi atas permasalahan yang belum final. Padahal media televisi seharusnya menjalankan fungsinya

sebagai pemberi informasi yang mendidik dan benar, bukan malah menjadi lembaga yang menghakimi sebuah permasalahan yang bersifat khilafiyah di masyarakat.

Kalau disitu ada fungsi pendidikan, masyarakat sebagai kelompok sasaran ini akhirnya secara dewasa menentukan pilihan, Syiah seperti apa NU seperti apa dan Muhammadiyah seperti apa, keputusan terakhir pada keyakinan masing-masing orang.

Mereka menolak Syiah atas dasar informasi yang valid tentang Syiah, bukan karena kebenciannya kepada orang-orang Syiah. Itu bisa berbahaya, bisa menimbulkan konflik di tengah-tengah masyarakat. Posisi media harus benar dalam sebuah perbedaan paham keagamaan.

Sementara itu, hasil temuan penelitian di lapangan juga menunjukkan adanya kelompok masyarakat aliran Syiah yang merasa dirugikan dalam tayangan program acara Khazanah di Trans7. Selain mengadakan ke KPI, Dewan Pers juga menerima pengaduan dari Dewan Pengurus Pusat Ahlulbait Indonesia, tanggal 4 November 2013, dan Ikatan Jamaah Ahlulbait Indonesia (IJABI) atas tayangan Trans7 dalam Program Khazanah episode 31 Oktober 2013 berjudul "Mengenal Syiah". Tayangan Trans7 yang diadakan merupakan sejenis program feature yang antara lain memuat hasil peliputan fakta di lapangan dan hasil wawancara, sehingga berlaku ketentuan-ketentuan yang mengikat program jurnalistik.

Menurut informan seorang aktivis dan pengurus Syi'ah membenarkan bahwa pemberitaan tentang syiah dinilai sangat merugikan bagi kelompok Syiah dan mengancam bagi keselamatan anggota kelompok Syiah. Akhirnya timbul sebuah kebencian diantara umat Islam kepada Syiah.

Berkaitan dengan model dakwah dengan memotong-motong ayat, dalam hal ini Syiah sangat tidak setuju. Ayat Al-Quran harus dipahami secara utuh tidak boleh sepotong-potong. Jangankan soal pemotongan ayat yang akibatnya menghilangkan substansi makna sesungguhnya, bahkan antara ayat dan antar surat dalam Al-Quran diantara satu dengan yang lain memiliki hubungan. Oleh karena itu, dakwah dengan memotong-motong ayat untuk memperkuat argumentasi dan menguntungkan orang atau kelompok umat Islam tertentu, harus dihentikan dan tidak seharusnya lagi mendapat perhatian. Penyesatan sangat mungkin akan terjadi, kalau TV menghadirkan

nara sumber yang suka memotong-motong ayat.

Bagi penganut Syi'ah, ziarah kubur yang sudah lama dilakukan sebagian masyarakat Indonesia tentunya memiliki dasar hukum ada argumentasi yang dibangun. Sehingga tidak boleh ada upaya untuk menjadi komoditas konflik di masyarakat dengan cara mempertentangkan dan mengumbar di media televisi sebagaimana terjadi pada isi siaran acara Khazanah di Trans7 episode 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik 14 November 2012 menyalahkan praktek ziarah kubur yang dilakukan oleh mayoritas umat Islam Indonesia sebagai perbuatan syirik.

Hasil temuan penelitian juga menunjukkan bahwa adanya isi siaran acara Khazanah yang cenderung memojokkan Kyai bahkan dianggap penganut syirik sebagaimana pada episode 04 April 2013 menyalahkan ajaran Ulama dan Kyai aliran (faham) *Ahlussunnah wal Jamaah* serta menyudutkan sosok seorang kyai sebagai sosok pelaku syirik. Ini perlu dipertanyakan. Karena itu bentuk kejahatan media televisi yang bisa menyebabkan konflik di masyarakat.

Bagi informan Syi'ah secara jelas dikatakan kejahatan karena program siaran sudah dirancang bahkan saya menduga mereka memiliki agenda bagaimana diantara umat Islam ini tidak rukun dan saling bermusuhan. Ini kan sebuah kejahatan, pada saatnya jika program siaran itu terus diulang-ulang termasuk menebar kebencian kepada Syiah, disitu pasti ada kejahatan terselelubung yang tidak ingin umat Islam ini bersatu.

Dewan Pers pun telah meminta klarifikasi dan keterangan dari IJABI pada 6 Januari 2014 dan pimpinan Trans7 pada 16 Januari 2014 di Sekretariat Dewan Pers, Jakarta. Hal ini terkait dengan Pasal 11 ayat (1) Prosedur Pengaduan ke Dewan Pers (Peraturan Dewan Pers Nomor 3/Peraturan-DP/VII/2013) menyebutkan "Dewan Pers melakukan pemeriksaan atas bukti dan keterangan dari pengadu dan teradu untuk mengeluarkan keputusan", sedangkan ayat (2) menjelaskan "Dewan Pers dapat menyelesaikan pengaduan melalui mekanisme surat-menyurat, mediasi dan atau adjudikasi".

Hasil penelitian Dewan Pers atas pengaduan di atas, menunjukkan bahwa tayangan Trans7 yang diadakan melanggar Pasal 1, 2 dan 8 Kode Etik Jurnalistik, karena tidak berimbang, memuat gambar yang tidak disertai ket-

erangan tentang sumbernya, serta melanggar prinsip untuk tidak memberitakan hal-hal yang bermuatan prasangka atau diskriminasi atas dasar Sara. Dalam tayangan tersebut, Trans7 tidak memberikan porsi yang berimbang dan memadai kepada kelompok Syiah yang menjadi obyek pembahasan.

Akhirnya, Dewan Pers pun memberi rekomendasi kepada Trans7 untuk memuat hak jawab dari Pengadu dengan materi hak jawab yang dibahas bersama oleh kedua pihak.

Rekomendasi menarik lainnya, Dewan Pers adalah meminta Trans7 untuk melakukan evaluasi secara sungguh-sungguh terhadap tayangan program Khazanah, agar pelanggaran serupa tidak terjadi lagi. Trans7 hendaknya memperhatikan dan menghormati keragaman pemahaman dari pemeluk agama Islam di Indonesia. Selain itu juga, kepada jajaran pimpinan redaksi Trans7 untuk lebih ketat mengawasi dan mensupervisi proses produksi program Khazanah, terutama dalam hal pemenuhan standar, kaidah dan fungsi jurnalistik televisi.

Kesimpulan

Secara akademik, agar hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian tahap berikutnya yang lebih komprehensif, dan mendalam dalam mengungkapkan permasalahan persepsi, interpretasi, dan resepsi khalayak NU, Muhammadiyah, dan Syi'ah terhadap muatan dakwah kontroversial melalui program acara televisi Indonesia.

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

Sebenarnya tayangan dakwah bukan hanya melulu bersumber dari sejarah Islam klasik atau ensiklopedi Islam dunia, tapi ide cerita bisa diambil

dari potret kehidupan nyata masyarakat sehari-hari yang dituturkan dengan menarik, segar, kreatif dan artistik. Untuk itu dibutuhkan da'i yang handal dan professional serta para penulis naskah (film, sineron religi) yang tentunya mempunyai kematangan dalam memahami ajaran Islam. Sehingga meski bertutur tentang kehidupan keseharian, namun tetap lekat dan kental dengan dakwah dan visi Islam. Umat Islam perlu semacam lembaga pendidikan khusus untuk para penulis cerita Islami dan mereka harus diperkenalkan dengan visi dan misi dari sebuah cerita yang bernuansa Islami, bahkan perlu belajar syari'at Islam agar benar-benar paham dengan apa yang mereka tulis. Terima kasih setinggi-tingginya kepada Direktur Pendidikan Tinggi Islam Kementerian Agama RI yang telah memberikan hibah penelitian tahun 2015 untuk kelancaran penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Adi, Tri Nugroho, "Identitas Kultural Dan Televisi Lokal (Studi Tentang Konstruksi dan Representasi Identitas Kultural dalam Tayangan Banyumas TV)", *Thesis Magister Pascasarjana Universitas Sebelas Maret* tidak diterbitkan (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2008).
- Amir Mahmud (ed.), *Islam dan Realitas Sosial Di mata Intelektual Muslim Indonesia* (Jakarta: Edu Indonesia Sinergi, 2005).
- Arifin, Zaenal, *Syi'ar Deddy Mizwar* (Purwokerto: STAIN Purwokerto Press, 2007).
- Azra, Azyumardi, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam* (Jakarta: Paramadina, 1999).
- Barker, Chris, *Cultural Studies: Theory and Practice*, 2nd Edition (London: SAGE Publishers, 2000).
- Baudrillard, Jean, *The Consumer Society: Myths and Structures* (London: Sage Publication, 1998).
- Beniger, J.R. dan J.A.Gusek. "The Cognitive Revolution in Public Opinion and Communication Research" dalam Theodore L. Glasser and Charles L. Salmon (eds.), *Public Opinion and the Communication of Consent* (New York: The Guilford Press, 1995).
- Bennet, Tonny, "Media, Reality Signification" dalam Michel Gurevitch (ed), *Culture, Society and the Media* (London: Routledge, 1990)

- Berger, Peter dan Thomas Luckman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (terjemahan) (Jakarta: LP3ES, 1990).
- Berlo, David. *The Process Communication: An Introduction to Theory an Practice*. (New York: Rinehart and Winston, 1960).
- Blumer, Herbert, *Symbolic Interaction* (New York: Prentice Hall, 1986).
- Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Cambridge: Harvard University, 1984).
- Bourdieu, Pierre, *Outline of a Theory of Practice* (Cambridge: Cambridge University Press, 1977).
- Budiyanto, Irmayanti Meliono, *Ideologi Budaya* (Jakarta: Kota Kita, 2004).
- Bungin, Burhan. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik* (Yogyakarta: Jendela, 2001).
- Burton, Graeme, *Talking Television: An Intoduction to The Study of Talk Television* (London: Hodder Arnold, 2000).
- Creswell, John W. *Research Design. Qualitative & Quantitative Approaches* (USA: SAGE Publication, 2003).
- Danesi, Marcel, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Cetakan I (Yogyakarta: Jalansutra, 2010).
- De Fleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra-Ball, *Theories of Mass Communication, Fourth Edition* (New York & London: Longman, 1982).
- Devito, Josept. A., *Komunikasi Antarmanusia*, edisi kelima (Jakarta: Professional Books, 1997).
- Du Guy.P dan Hall, dkk. *Doing Cultural Studies* (Berkeley: Sage & Buckingham, Open Unversity, 1997).
- Effendi, Bachtiar, *Islam dan Negara*, Ys. (Jakarta: Wakaf Paramadina, 2009).
- Eldin, Achyar, *Dakwah Strategi*. (Jakarta: Pustaka Tarbiyatuna, 2003).
- Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LkiS, 2006).
- Fairclough, Norman, *Critical Discourse Analysis* (New York: Longman Group Limited, 1995).
- Fidler, Roger, *Mediamorfosis: Understanding New Media* (California: Pine Forge Press, 1997)
- Fiske, John, *Television Culture* (London: Routledge, 1987).
- Foley, William A., *Anthropological Linguistics An Introduction* (Malden USA: Balckwell Publishers Inc., 1997).

- Fore, William F., "The Religious Relevance of Television". Dalam Chris Arthur (ed.). *Religion and the Media* (England: University of Wales Press, 1993).
- Geertz, Clifford, *The Interpretation of Culture* (New York: Basic Book, 1972).
- Goffman, Erving, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (London: Harper& Row Publishers, 1973).
- Habermas, Jurgen. *The Theory of Communicative Action* Vol. 2 (terj. Thomas McCharty) (Boston: Beacon Press, 1981).
- Hall, Stuart. "The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Times" dalam K. Thompson (ed.) *Media and Cultural Regulations* (London: SAGE Publication, 1997)
- Hamad, Ibnu,"Manajemen Dakwah di TV", *Makalah Seminar* "Pembinaan Dakwah Media Elektronik", KODI DKI Jakarta (2008).
- Hidayat, Helmi, "Membumikan Ajaran Islam melalui Dakwah Interaktif di Televisi", *Makalah Seminar* "Pembinaan Dakwah Media Elektronik". KODI DKI Jakarta (2008).
- Jensen, Klaus Bruhn & Rosengen,Karl Erik. "Five Tradition in Search of Audience".Dalam Oliver Boyd-Barret & Chris Newbold (ed.). *Approaches to Media A Reader* (New York :Oxford University Press Inc, 1995).
- Jensen, Klaus Bruhn, " News as Social Resources," Dalam *European Journal of Communication* 3. 3 : 275-301 (1988).
- Jensen, Klaus Bruhn, "Media Audiences. Reception Analysis; mass communication as the social production of meaning".Dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W Jankowski. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (London: Routledge, 1999).
- Jensen, William I. Rivers-Jay W. Theodore Paterson, *Media Massa & Masyarakat Modern* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008).
- Kontowijoyo, *Dinamika Sejarah Umat Islam Indonesia* (Yogyakarta: Salahudin Press, 1985).
- Koordinasi Dakwah Islam (KODI) DKI, *Dakwah Satu Dasawarsa: Daro seruan ke Pelayanan* (2007).
- Littlejohn, Stephen W. and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, 9th ed. (USA: Wadworth, 2008).
- Littlejohn, Stephen W., *Theories of Human Communication*, 7th ed. (USA: Wadworth, 2002).

- Macionis, John J., *Sociology*, 5th edition (Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited, 2012).
- Marris, Paul & Sue Thornham, *Media Studies: A Reader*, 2ed (Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 1996).
- Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, edisi kedua, Penerjemah Agus Dharma dan Aminuddin Ram (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994).
- McQuail, Dennis, *McQuail's Mass Communication Theory* (London: SAGE Publications, 2000).
- McQuail, Dennis, *McQuail's Mass Communication Theory*, sixth edition (London: SAGE Publications, 2010).
- Morley, David, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure* (London: A Comedia Book, 1986).
- Mosco, Vincent, *The Political Economy of Communication*, Second Edition (London: Sage Publications Ltd., 2009).
- Mujiburrahman. *Mengindonesiakan Islam: Representasi dan Ideologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008).
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005).
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan lainnya* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004).
- Mulyana, *Kajian Wacana Teori, Metode dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005).
- Murdock, dan Golding, "Culture, Communications and Political Economy", dalam James Curran and Michael Gurevitch (Ed.), *Mass Media and Society* (London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold, 1992).
- Nightingale, Virginia dan Ross, Karen (ed.), *Critical Readings: Media and Audiences* (England: Open University Press, 2003).
- Nugoho, Bimo. *Dead Media Society*. Jakarta: Medialink "Menyoal Infotainment di Televisi" dalam *News Letter KPI*, Edisi Januari-Maret
- Nugroho, Garin. *Kekuasaan dan Hiburan*. Yogya: Yayasan Bentang Budaya "Periode Kedua Industri Televisi Visi Baru dalam Dunia Serba Gampang" dalam *Kompas* (Minggu, 16 November). "Televisi Musuh di Ruang Keluarga" dalam *Kompas* (Rabu, 9 Juni)
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LkiS, 2007).
- Piliang, Yasraf Amir, *Transpolitika: Dinamika Politik di Dalam era Virtualitas*

- (Yogyakarta: Jalasutra, 2005).
- Smith, Philip, "The Durkheimians: Ritual, Classification and The Sacred" dalam *Cultural Theory: An Introduction* (Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers, 2001a)
- Smith, Philip, *Cultural Theory: An Introduction* (Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers, 2001b)
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Edisi 9 (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).
- Stout Daniel A., *Routledge Encyclopedia of Religion, Communication, and Media* (Religion and Society) (New York and London: Routledge, 2006).
- Sunandar, "Tantangan dan Problematika Dakwah di Televisi", *Makalah Seminar "Pembinaan Dakwah Media Elektronik"*, KODI DKI Jakarta (2008).
- Suparta, Munzier dan Harjani (Ed.), *Metode Dakwah* (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003).
- Sutopo H.B., *Pengantar Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press, 2002).
- Sutrisno, Mudji, dan Hendar Putranto (ed.), *Teori-Teori Kebudayaan* (Yogyakarta: Kanisius, 2005).
- Turner, Graeme, *British Cultural Studies: An Introduction* (London: Routledge, 1991).
- Winarto, Yunita T. dkk. (Peny.), *Karya Tulis Ilmiah Sosial* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004).
- Wolf, Eric R. *Pathways of Power: Building an Anthropology of the Modern World*. Berkeley: University of California Press.