

JURNAL KOMUNIKASI

Volume 2, Nomor 1, Oktober 2007

ISSN 1907-848X

Halaman 189 - 296

DAFTAR ISI

PROBLEMATIKA DAN PERKEMBANGAN TELEVISI INDONESIA: DARI REGULASI HINGGA LITERASI

Editorial

**"Membaca" Televisi Indonesia,
Sebuah Upaya Menyikapi Tayangan Televisi**
Marfuah Sri Sanityastuti
(189 - 200)

Membaca Televisi `alā Al-Jabiri
Ibnu Hamad
(201 - 210)

Dinamika Pengaturan Tayangan Televisi Indonesia
Gunawan Witjaksana
(211 - 220)

Kontroversi Rating di Belantara Industri Televisi
Iwan Awaluddin Yusuf - Pratiwi Utami
(221 - 234)

**Peluang dan Tantangan Bisnis Televisi Lokal
Paska Regulasi Televisi Berjaringan**
Wahyu Sudarmawan
(235 - 242)

Televisi Komunitas: Media Pemberdayaan Masyarakat
Budhi Hermanto
(243 - 252)

**Komodifikasi Religiusitas:
Pandangan Aktifis Islam Kota Medan terhadap
Tayangan Religius di Televisi**
Iswandi Syahputra
(253 - 266)

"Membaca" Iklan Televisi: Sebuah Perspektif Semiotika
Anang Hermawan
(267 - 286)

Kapitalisasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Televisi
Muhammad Imam Zamroni
(287 - 296)

Komodifikasi Religiusitas: Pandangan Aktifis Islam Kota Medan terhadap Tayangan Religius di Televisi

*Iswandi Syahputra*¹

Abstract

This article is based on a field research. The research was conducted in Medan, February 2007. The main objective of the research is to understand, analyze, and describe the opinion of Islamic activists in Medan toward religious television program. Religious television program is a television program which contains Islamic syiar (dakwah Islamiyah) and presented using various programs, such as lecture, television movie, music show, talk show, or dai contest. This research used critical paradigm with qualitative approach by using deep interview technique toward 15 Islamic activists in Medan. The choice of these subjects is based on his/her structural position in certain religious organization or his/her activity in Islamic syiar (dakwah Islamiyah). This research shows that the subjects consider television has two faces, which is giving benefit and disadvantage (mudharat) in the same time. This opinion had lead toward a discussion of the law of watching television (is it halal or haram?). Although it has benefit, the religious television program is considered ineffective in giving influence toward Islamic religious life, because it is not reflecting Islam as a religion.

Keywords:

Television, religion, commodification, opinion, benefit, disadvantage

Pendahuluan

Seorang pemuda berusia 18 tahun bersama tiga adiknya selalu pergi ke rumah tetangga mereka untuk menonton televisi. Rupanya mereka memang tidak memiliki televisi di rumahnya. Bosan selalu pergi ke rumah tetangga saat akan menonton televisi, anak muda tersebut meminta pada bapaknya untuk membeli televisi. "Televisi itu haram", jawab bapaknya singkat. Demikian petikan kisah nyata yang dimuat dalam buku "Fatwa-fatwa Kontemporer Dr. Yusuf Qardawi" (dalam <http://komentar-tayangan-kamu.blogspot.com>).

Sementara itu, seorang bapak di Medan yang menjadi salah satu narasumber penelitian ini mengaku memiliki sembilan anak, namun selama berumah tangga tidak memiliki televisi. "Saya tidak melarang anak saya menonton televisi bukan karena saya tidak mampu membeli, tetapi mereka sendiri yang menolak menonton televisi", ujarnya.

¹ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komisioner KPID DI Yogyakarta.

Dua kisah berbeda tersebut memunculkan setidaknya dua fakta sosial yang dapat dikemukakan. Pertama, ada sebagian besar umat Islam yang butuh terhadap televisi. Kedua, ada sebagian lain umat Islam yang tidak butuh dengan televisi, bahkan merambah wilayah hukum dengan mengharamkan televisi. Televisi menjadi semakin menarik untuk dikaji terutama dalam perspektif Islam (Studi Islam) atau umat Islam (Sosiologi Islam).

Dalam perspektif hukum Islam, menonton televisi memang masih menimbulkan ragam perbedaan. Bukan soal televisinya (zat atau material) yang diperdebatkan, tetapi persoalan tayangan (*content*) televisi yang dipermasalahkan. Yusuf Qardawi (dalam <http://komentar-tayangan-kamu.blogspot.com>) menetapkan hukum menonton televisi berdasarkan pada *maqasidul masail*, dinilai dari sudut penggunaannya dan sarana atau media, dinilai sesuai tujuan dan maksudnya. Berbeda dengan Qardawi, Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin dengan tegas mengharamkan televisi karena dapat merusak aqidah ummat Islam (dalam <http://komentar-tayangan-kamu.blogspot.com>). Sementara dari Indonesia, MUI (Majelis Ulama Indonesia) baru berani memberi penilaian kepada sebagian besar program siaran televisi (khususnya selama Ramadhan) yang belum menggambarkan nilai-nilai syiar Islam, hal itu berdasarkan pemantauan yang dilakukan pada paruh pertama bulan Ramadhan 1428 H. MUI menyatakan ada tayangan televisi selama Ramadhan yang tidak layak dikonsumsi masyarakat. Diutarakan MUI, ada tiga dimensi tayangan yang tidak dimungkirkan menimbulkan kegelisahan, yakni pornografi, kekerasan, dan mistik (Republika, 8 Oktober 2007).

Tentu saja selain karena adanya muatan unsur *bid'ah* yang tidak pernah ada pada zaman Rasulullah SAW (*Sunnah Rasul*), kontroversi televisi di kalangan ummat Islam lebih karena televisi itu sendiri selalu berwajah ganda. Satu sisi berwajah *saleh* dengan janji membawa manfaat bagi umat. Umat menjadi melek informasi, lebih kritis, terhibur, bahkan terdidik, demikianlah janji manfaat dari televisi. Sisi lain, televisi berwajah *salah* dengan membawa *mudharat* bagi penontonya. Berbagai iklan komersial yang ditayangkan televisi telah mendorong masyarakat menjadi konsumtif, agresif dan sejumlah dampak negatif lainnya.

Salah satu jenis program televisi yang dinilai memberi manfaat adalah sejumlah tayangan yang bernuansa syiar Islam (tayangan religius) seperti sinetron religius, kultum, pengajian atau kontes-kontesan dai. Kendati bernuansa syiar Islam, program tersebut juga banyak menuai kritik, baik dari pengamat televisi maupun kalangan agamawan. Muhammadun misalnya, menilai tayangan syiar Islam tersebut hanya migrasi simbolik terhadap makna agama. Televisi menjadi kiblat baru bagi manusia untuk menentukan benar tidaknya ajaran agama yang diyakini. Agama diajarkan dan dijalankan berdasarkan apa yang disampaikan televisi. Kebenaran agama tidak lagi melalui dialog dan perenungan spritual yang dalam, tapi kebenaran yang mandek dan terstigmatisasi dengan sendirinya oleh rutinitas televisi (Kompas, 15 Oktober 2004).

Para artis yang menutup aurat dalam sinetron religius semata-mata hanya untuk memenuhi skenario cerita, bukan sikap keagamaan yang muncul sebagai citra *inner beauty*. Dai yang muncul di televisi adalah selebritis yang dibintangkan oleh televisi, bukan dai sesungguhnya, melainkan dai yang dikonstruksi ulang oleh televisi. Bahkan, kritik tajam dilontarkan Abu Ala yang menilai tayangan religius tersebut sebagai praktek industrialisasi agama (Kompas, 14 Juni 2007). Terkait dengan adanya siaran keagamaan di televisi, Neil Postman, guru besar Ilmu Komunikasi dari New York University menyatakan bahwa yang kemudian hadir di televisi dan merasuki benak pemirsa bukanlah Yesus Kristus (bagi mimbar agama Nashrani), melainkan pendeta yang menjadi pengkhotbah pada acara tersebut. Selain itu, menurutnya, pastor dan pendeta yang tampil di layar televisi tidak identik dengan pastor atau pendeta yang tampil di Gereja, melainkan "pastor" atau "pendeta" selebritis yang bernuansa hip-hip, hura-hura, bagai Whoopi Goldberg dan sejenisnya, ketimbang atmosfer religius yang khuyu (Wardhana, 2001: 178).

Pusat berbagai kritik tersebut terletak pada adanya praktek komodifikasi religiusitas Islam sebagai agama yang dilakukan oleh televisi. Islam sebagai agama normatif yang penuh dengan ajaran kebaikan yang sejatinya *steril* dari berbagai kepentingan ekonomi dikonstruksi sedemikian rupa sehingga menjadi komoditas yang mampu memiliki daya jual. Komodifikasi mengacu pada pemanfaatan barang dan jasa yang dilihat dari kegunaannya yang kemudian ditransformasikan menjadi komoditas yang dinilai dari maknanya di pasar (Mosco, 1996: 160). Produksi makna Islam melalui proses komodifikasi tersebut berlangsung secara terus menerus sehingga Islam itu sendiri berubah menjadi produk industri modern.

Berbagai studi kritis tentang media massa (khususnya televisi) selalu menyandarkan penelitiannya untuk membongkar praktek ideologi yang terselubung di balik produksi program televisi, atau secara kritis mencari relasi antara produksi dan konsumsi. Tujuan penelitian diarahkan untuk memberikan koreksi kritis atas berbagai praktek produksi media massa atau emansipasi (penyadaran dan pencerahan) masyarakat dalam mengkonsumsi tayangan televisi. Jarang – bila tidak ingin dikatakan tidak ada – penelitian kritis yang melibatkan pandangan khalayak dalam mengkonsumsi teks media, khususnya tayangan religius dalam televisi. Padahal, untuk melengkapi berbagai hasil studi tentang tayangan religius yang kerap hendak membongkar praktek ideologi media massa (televisi) tersebut dibutuhkan penelitian terhadap khalayak. Bagaimana pandangan mereka terhadap tayangan religius yang diproduksi oleh televisi? Apakah ada hubungan (pengaruh) antara pemahaman tekstual khalayak terhadap ajaran Islam sebagai sebuah realitas teks dengan industri televisi sebagai realitas kontes?

Dari latar belakang permasalahan tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: *bagaimana pandangan aktifis Islam Kota Medan terhadap tayangan syiar Islam di televisi?*

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Dalam studi budaya dijelaskan, terdapat hubungan antara pengemasan berita (produksi teks media) dengan mitos yang berkembang di masyarakat. Keduanya berfungsi saling mengukuhkan nilai atau keyakinan dalam masyarakat dan menjaga keberlangsungan tatanan ideologi. Dengan demikian, produksi teks media yang termuat dalam program religius tidak terlepas dari cara media massa memberikan makna religius terhadap Islam. Demikian juga dengan khalayak yang mengkonsumsi teks media tersebut, tidak terlepas dari konteks budaya yang mempengaruhinya.

Penelitian lapangan dilakukan di Medan pada bulan Februari 2007. Kota Medan dipilih karena merupakan kota besar dengan karakteristik budaya yang beragam dan menjadi salah satu kota tujuan survey untuk kepentingan rating program televisi. Dengan demikian diharapkan hasil penelitian mencerminkan keragaman budaya khalayak penonton dan representasi dari khalayak yang disurvei oleh lembaga pembuat rating program televisi.

Penelitian dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*depth interview*) terhadap 15 aktifis Islam di Kota Medan. Wawancara dilakukan secara terpisah dengan sejumlah pertanyaan yang mengacu pada pertanyaan utama dalam penelitian ini. Hasil wawancara mendalam dianalisis dengan metode deskriptif-kritis untuk menjawab permasalahan penelitian.

Pemilihan narasumber didasarkan pada jabatan dalam struktur organisasi atau aktifitas dalam kegiatan keislaman yang merepresentasikan organisasi keagamaan di Medan. Tiga orang dari 15 narasumber merupakan tokoh yang menjabat posisi penting pada organisasi keagamaan *Al-Washliyah*. Sementara tiga orang lagi merupakan aktifis dakwah Islamiyah pada organisasi *Jamaah Tabligh*. Sembilan narasumber lainnya merupakan aktifis masjid kampus dari dua kampus berbeda di Kota Medan. Dari 15 narasumber, 10 orang berjenis kelamin laki-laki dan lima orang berjenis kelamin perempuan. Dua orang narasumber keturunan Arab, satu etnis Sunda, empat orang etnis Mandailing, lima orang etnis Melayu, dua orang etnis Jawa dan satu orang etnis Aceh.

Hasil Penelitian

Wawancara yang dilakukan kepada 15 orang narasumber aktifis Islam di Kota Medan menunjukkan bahwa mereka pernah menonton tayangan syiar Islam (tayangan religius) di televisi. Narasumber memahami tayangan-tayangan religius sebagai siaran yang berisi penyebaran ajaran Islam dengan materi umum seperti *fiqh* (hukum halal/haram), *aqidah* (rukun Iman), *sunnah Rasul* (perilaku Rasul) yang disampaikan oleh ustadz (agamawan) dan selebritis melalui berbagai format acara seperti ceramah, sinetron dan lomba pemilihan dai. Kendati mengaku pernah menonton tayangan syiar Islam di televisi, dua orang narasumber tidak memiliki televisi dengan alasan tayangan televisi banyak mengandung *mudharat* dari pada manfaat.

Secara ringkas, hasil wawancara dapat ditabulasi dalam kolom berikut ini:

Tabulasi Resume Wawancara

Nara sumber	Bagaimana pandangan Anda terhadap tayangan religius?	Apakah televisi banyak memberi manfaat atau mudharat?
1	Tayangan syiar Islam hanya wacana. Setiap amal dan ibadah ada tata tertib. Tayangan syiar Islam di televisi tidak menggambarkan hal itu.	Banyak <i>mudharat</i> , dapat menimbulkan <i>fasiq</i> . Haram menonton televisi.
2	<ul style="list-style-type: none"> - Ada unsur komersialisasi. - Seharusnya ustadz atau dai yang menentukan materi tayangan, bukan televisi. - Mengimbangi tayangan negatif. 	Ada manfaatnya jika disajikan dengan benar.
3	Penonton perlu kritis, karena materi dan tokohnya sering dikaitkan dengan popularitas dan rating.	Ada manfaatnya, tetapi lebih banyak mudharatnya.
4	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat baik, setidaknya ada porsi untuk syiar Islam. - Jam tayang tidak cocok. - Tidak efektif meningkatkan keimanan. 	Acara tersebut baik.
5	Tayangan tersebut tidak efektif karena ditayangkan pada pagi hari atau subuh, terlebih waktu subuh Jakarta. Subuh waktu Jakarta, di Medan masih malam menjelang subuh.	Ada manfaat tapi ada mudharatnya juga.
6	<ul style="list-style-type: none"> - Jam tayang tidak cocok pada pagi hari. - Bukan jam tayangnya yang diganti, kalau bisa ditambah jam tayangnya. - Karena kebanyakan kita suka menonton, banyak yang belajar Islam dari televisi. 	Memberi manfaat dibanding tayangan lain.

Nara sumber	Bagaimana pandangan Anda terhadap tayangan religius?	Apakah televisi banyak memberi manfaat atau mudharat?
7	<ul style="list-style-type: none"> - Tayangan syiar Islam hanya topeng dari kebobrokan tayangan lain yang disiarkan oleh stasiun televisi. - Beberapa tayangan bentuknya seperti Islami, padahal menyimpang dari ajaran Islam itu sendiri 	<p>Bisnis juga sunnah Rasul. Ada sahabat yang dianjurkan berbisnis oleh Rasulullah.</p>
8	<ul style="list-style-type: none"> - Tayangan tersebut hanya menutupi kebobrokan siaran 'esek-esek'lainnya. - Islam sudah dijadikan tameng dalam industri televisi untuk mensukseskan bisnisnya. - Perilaku penonton yang suka tayangan mistik menjadi kesempatan televisi mengeruk untung. 	<p>Memberi manfaat untuk industri televisi, bukan umat Islam.</p>
9	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah subuh di telivisi, bagus. - Tidak setuju dengan sinetron religius karena tayangannya penuh mistik. 	<p>Ada manfaatnya.</p>
10	<ul style="list-style-type: none"> - Kalau kultum dan ceramah, saya setuju. Tapi kalau sinetron religius saya tidak setuju. - Materi ceramahnya disesuaikan dengan kondisi saat ini, jangan hanya berceramah tentang halal haram saja. 	<p>Walau ada unsur komersialnya, ceramah keagamaan Islam lebih banyak manfaatnya daripada mudharatnya.</p>
11	<ul style="list-style-type: none"> - Tayangan tersebut sebagai tontonan bukan tuntunan. - Untuk belajar Islam tidak perlu menonton TV, tapi menghadiri pengajian atau ceramah. - Pemerannya tidak murni tokoh agama, tapi selebritis. 	<p>Materi syiar Islam tidak ada manfaatnya.</p>

Nara sumber	Bagaimana pandangan Anda terhadap tayangan religius?	Apakah televisi banyak memberi manfaat atau mudharat?
12	<ul style="list-style-type: none"> - Awalnya sinetron religius tersebut memang bagus, yang merusak kemudian adalah sistem rating. Setelah ada sistem rating, semua stasiun berlomba-lomba membuat sinetron serupa, akhirnya jadi 'mbladus'. - Ceramah yang diberikan oleh dai memang tidak tepat jam tayangnya. - Materi dakwahnya lebih cocok untuk orang tua. 	Manfaat tayangan religius dimanfaatkan oleh <i>rating</i> .
13	Tayangan tersebut hanya sekedar mengajak, sementara penontonnya bersifat pasif.	Manfaat yang diperoleh sangat sedikit, keuntungan lebih banyak diperoleh pihak stasiun televisi.
14	<ul style="list-style-type: none"> - Tayangan ceramah bagus, tapi tayangan sinetron religius tidak bagus. - Masyarakat menonton tayangan sinetron religius karena pendidikan mereka rendah. 	Banyak memberi manfaat, ustadz yang menyampaikannya berbobot. Namun, acara syiar Islam yang lain di sore hari kurang berbobot. Ceramah subuh tidak ada mudharatnya. Kalau sinetron religius agak rancu.
15	Syiar Islam di televisi ibarat percampuran yang <i>haq</i> dan <i>bathil</i> . Seorang ustadz usai sholat subuh ceramah tentang pentingnya menjaga mata, jaga hati dan jaga telinga, disebutkan ayat dan hadistnya. Sekitar 10 menit ceramah, kita ikuti iklan perempuan mandi yang serba mengenakan pakaian tipis. Jadi, ceramah membahas pentingnya menjaga mata detik itu juga dilanggar.	Banyak mudharat, menonton televisi haram.

Untuk mempermudah analisis deskriptif-kritis yang digunakan dalam penelitian ini, ringkasan hasil wawancara terhadap 15 aktifis Islam di Medan tersebut dikategorisasi berdasarkan pandangan mereka terhadap tayangan religius. Kategorisasi tersebut mengacu pada pertanyaan dalam penelitian ini. Data kategorisasi kuantitatif tersebut digunakan sebagai bahan untuk selanjutnya didiskusikan secara kritis. Berikut ini kategorisasi kuantitatif ringkasan hasil wawancara terhadap 15 orang aktifis Islam di Kota Medan terhadap tayangan religius di televisi:

Kategori	Pandangan	Kuantitas
Tayangan Religius	Menyimpang dari nilai Islam (sinetron)	4
	Tayangan jenis ceramah	3
	Terkait dengan rating	2
	Hanya wacana	1
	Komersialisasi	1
	Bisnis	1
	Sangat baik	1
	Tontonan bukan tuntunan	1
Manfaat dan Mudharat	Banyak manfaatnya	3
	Banyak mudharatnya	3
	Bermanfaat jika benar	1
	Manfaat untuk umat sedikit, manfaat untuk televisi banyak	1
Pandangan Lain	Jam tayang ceramah ustadz diubah dari subuh pada <i>prime time</i>	4
	Tayangan religius tidak efektif	3
	Menonton televisi haram	2

Pembahasan

1. Dualisme Wajah Televisi

Membaca sejumlah penelitian yang terkait dengan siaran televisi bagai melihat gelas kaca bening berwarna putih yang siap diseduh cairan apa saja. Isi gelas akan memabukkan jika diisi cairan minuman beralkohol, namun dapat pula menyehatkan bila diseduh air putih mineral. Semuanya sangat tergantung dari bagaimana relasi produksi televisi dan pola konsumsi khalayak terhadap siaran televisi. Sebagai contoh dapat dilihat sejumlah penelitian yang berhasil menguak hubungan antara menonton televisi dengan sikap agresif (Huisman & Eron, 1986; Wiegman, Kuttschreuter & Baarda, 1992: 147-164), sikap anti sosial (Hegell & Newburn, 1996: 31-42), sikap aktifitas santai (Selnon

& Reynolds, 1984: 315-322), sikap rasial (Zeckerman, Singer & Singer, 1980: 281-294), kecenderungan atas preferensi seksual (Silverman-Watkins & Sprafkin, 1983: 359-369), kesadaran akan daya tarik seksual (Tan, 1979: 283-288), *stereotype* peran seksual (Durkin, 1985), bunuh diri (Gould & Shaffer, 1986: 690-694), identifikasi diri dengan karakter-karakter di televisi (Sheehan, 1983: 417-431).

Terdapat juga hasil studi lain tentang televisi yang menunjukkan kecenderungan melegakan seperti adanya kesadaran akan segala peristiwa yang terjadi di seluruh dunia (Cairn, 1990: 447-452), kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara (Conway, Steven & Smith, 1975: 531-538), bertambahnya pengetahuan akan geografi (Earl & Pasternack, 1991: 113-117), meningkatnya pengetahuan tentang masalah politik (Furnham & Gunter, 1983: 373-385).

Itulah gambaran dualisme wajah televisi, satu sisi mampu menampilkan raut kesalehan, namun sisi lain memunculkan banyak kesalahan. Kesalehan dan kesalahan yang dilakukan oleh televisi nyaris secara bersamaan tersebut turut memberi kontribusi bagi proses konstruksi tatanan sosial, termasuk pandangan, persepsi atau sikap khalayak terhadap sesuatu yang semula dianggap sakral dan suci (Syahputra, 2007: 186). Tidak ada pertarungan dominasi antara kesalahan dan kesalehan televisi, karena kesalehan yang dikonstruksi televisi melalui serangkaian program religius atau program lain yang bernuansa sosial dikemas sedemikian rupa untuk diletakkan dan dipajang demi kepentingan industri. Religiusitas bersifat artifisial karena ajaran agama yang muncul merupakan produk industri. Sebagai produk industri, berbagai konstruksi Islam melalui serangkaian program religius tersebut erat kaitannya dengan kepentingan ekonomi.

Ada dua hal yang dapat diketengahkan dari hasil penelitian ini untuk mengulas pandangan di atas. Pertama, setidaknya ada dua pandangan narasumber dalam penelitian ini yang berpendapat bahwa tayangan religius terkait dengan rating (ekonomi). Sebagaimana diketahui, rating dalam industri televisi merupakan piranti lunak dan paling menentukan kelangsungan produksi sebuah tayangan (Ghazali, 2002: 25-26), tanpa terkecuali tayangan religius. Ini mengisyaratkan adanya motif ekonomi di balik kemasan program religius yang diproduksi oleh televisi.

Dengan demikian, sebagai industri dengan motif ekonomi, televisi tidak lagi dilihat sebagai sebuah institusi sosial dan politik biasa, tetapi telah berkembang menjadi institusi ekonomi yang beresiko untung rugi secara bisnis. Ekonomi dalam organisasi media sering disebut sebagai "*invisible hand*" yang membuat lingkungan organisasi media harus menyesuaikan diri dengan hukum ekonomi. Struktur sosial, kebudayaan dan kondisi psikologi individu sebagai khalayak media tak lepas dari persoalan ekonomi. Kecenderungan televisi sebagai institusi ekonomi menunjukkan adanya proses komodifikasi kehidupan sehari-hari, seperti yang dikatakan Baudrillard (dalam Abdullah, 2006: 113). Komodifikasi tersebut melibatkan manipulasi tanda sehingga yang dikonsumsi bukanlah objek, tetapi sistem objek.

Kedua, adanya pandangan dari narasumber yang mengaitkan program religius dengan komersialisasi. Pandangan kedua ini sebenarnya menguatkan pandangan sebelumnya dan sejumlah pandangan dari narasumber lain yang menilai ustadz atau dai yang muncul dalam acara religius di televisi merupakan selebritis yang dibentuk dan mengalami proses pembintangan oleh televisi.

Dualisme wajah televisi dalam pandangan aktifis Islam di Medan yang menjadi narasumber penelitian ini pada akhirnya menghantarkan pembahasan pada aspek hukum. Dalam memproduksi hukum, syariat Islam selalu berpijak pada azas manfaat dan *mudharat*. Kajian tentang manfaat dan *mudharat* memang rumit untuk diputuskan secara bulat. Kerumitan tersebut terletak pada tumpang tindihnya manfaat dan *mudharat* pada satu masa dan tempat secara bersamaan. Kerumitan tersebut tampak dalam pandangan aktifis Islam di Kota Medan yang menjadi narasumber penelitian ini. Setidaknya ada tiga pandangan yang berpendapat sama, bahwa tayangan religius di televisi mengandung manfaat dan *mudharat* sekaligus. Satu narasumber memberi pandangan bermanfaat dengan syarat jika tayangan religius tersebut mengandung kebenaran. Hal ini menunjukkan bahwa saat penelitian dilakukan ada dua kubu pandangan dari aktifis Islam di Medan dalam posisi sama kuat terhadap kandungan manfaat dan *mudharat* dalam tayangan religius. Hal ini menunjukkan, dilema atau polemik dalam industri televisi juga dirasakan oleh aktifis Islam yang kebingungan mengambil posisi di depan televisi.

2. Hukum dan Efektifitas Tayangan Religius

Pandangan berbeda diberikan oleh narasumber nomor 15, baginya tayangan televisi bukan soal manfaat atau *mudharat*, tetapi persoalan *haq* (benar) dan *bathil* (salah). Tayangan religius dapat saja mengandung kebenaran (seperti anjuran bersedekah), namun jika dicampur aduk dengan kesalahan (seperti sisipan iklan sabun mandi yang membuka *aurat*) merupakan praktek mencampuradukkan antara yang *haq* dan *bathil*. Padahal, teks agama melarang pencampuradukkan tersebut. Firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah Ayat 42: "*Dan janganlah kamu campur adukkan yang haq dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang haq itu, sedang kamu mengetahui*".

Penggunaan *nash* agama itulah yang kemudian dijadikan dasar dan alasan untuk mengharamkan menonton televisi. Kendati pandangan ini merupakan pendapat minoritas (hanya dua orang dari 15 narasumber), namun sebagai sebuah fakta opini sosial keagamaan yang ditemukan dalam penelitian ini, pandangan tersebut harus tetap dikemukakan. Fakta opini ini sesungguhnya bukanlah pendapat radikal. Bagi kedua narasumber, kelompok agama yang tidak berpegang pada teks agama – dalam konteks ini mencampur yang *haq* dan *bathil* seperti yang terjadi dalam industri televisi – merekalah kelompok yang radikal. Perspektif dalam melihat masalah sosial keagamaan menjadi sangat menentukan sikap atau opini keagamaan itu sendiri. Terlepas dari

polemik halal haram dalam menonton televisi, pandangan kedua aktifis Islam tersebut dapat dijadikan inspirasi untuk membangun pondasi sikap kritis khalayak dalam mengonsumsi tayangan televisi.

Temuan penelitian tentang adanya perbedaan pandangan aktifis Islam di Medan terhadap ragam tayangan religius patut juga didiskusikan. Sebab, perbedaan pandangan tersebut akan menghantarkan diskusi pada *content* atau jenis tayangan religius. Untuk jenis tayangan ceramah atau khutbah, umumnya narasumber memiliki pandangan positif. Hanya saja untuk jenis tayangan tersebut, kritik muncul karena ditayangkan bukan pada jam utama (*prime time*). Selain itu, isi ceramah dinilai tidak kontekstual dan tidak sesuai dengan perkembangan zaman. Sebaliknya, sinetron religius justru ditayangkan pada *prime time*. Sementara, dari segi jalan cerita (*content*), tayangan sinetron religius dinilai tidak Islami.

Hal ini menunjukkan perbedaan pandangan para aktifis terhadap tayangan religius dipengaruhi oleh isi (*content*) tayangan itu sendiri. Jenis tayangan ceramah dan khutbah dipandang baik namun tidak pada jam siar utama, sementara tayangan sinetron religius ditayangkan pada jam siar utama namun isinya tidak sesuai dengan ajaran Islam. Dua alasan itulah yang mendorong pandangan aktifis Islam di Medan bahwa tayangan religius di televisi tidak efektif menambah keimanan dan mengubah kehidupan keagamaan umat Islam. Pandangan tersebut muncul karena realitas agama Islam yang dikonstruksi televisi bukan sebagai refleksi religius, tetapi sebagai representasi religius. Refleksi religius menekankan pentingnya aspek penghayatan, perenungan dan pemahaman keagamaan yang khusyu dan mendalam, sedangkan representasi hanya mengutamakan penonjolan simbol keagamaan yang mewakili hadirnya agama sebagai sebuah ajaran suci.

Akibat nihilnya refleksi keagamaan pada tayangan religius tersebut, khalayak tidak mampu secara efektif menyerap nilai-nilai keagamaan yang disajikan oleh televisi. Narasumber nomor 11 bahkan berpandangan bahwa tayangan religius hanya sebatas tontonan yang menghibur, belum menjadi tuntunan hidup bagi khalayak penonton untuk memahami ajaran agamanya dengan benar.

Kesimpulan

Wawancara mendalam yang dirangkum dalam tabulasi dan analisis deskriptif kritis di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan dalam memandang hukum menonton televisi.
 - a. Kelompok yang mengharamkan menonton televisi beralasan: televisi banyak *mudharat*, dapat menimbulkan kefasiqan, mencampuradukkan antara yang *haq* dan yang *bathil*.
 - b. Kelompok yang membolehkan menonton televisi beralasan: televisi mengandung manfaat, terutama tayangan syiar Islam.

2. Tayangan religius di televisi memiliki manfaat, tetapi tidak efektif berdampak pada peningkatan keimanan dan kehidupan keagamaan umat muslim dengan alasan:
 - a. Materinya (*content*) tidak cocok.
 - b. Waktu siarnya tidak tepat.
3. Tayangan religius jenis ceramah atau diskusi keagamaan lebih baik daripada tayangan jenis sinetron religius.
4. Tayangan religius diproduksi untuk kepentingan bisnis dalam industri televisi.
5. Tayangan religius tidak merefleksikan Islam sebagai agama, tetapi merepresentasikan Islam sebagai budaya melalui kehadiran simbol-simbol keagamaan dan kebudayaan.

Daftar Pustaka

Al-Qur'an Al-Karim

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cairn, E. 1990. *Impact of Television News Exposure on Children's Perceptions of Violence in Northern Ireland*. *Journal of Social Psychology*.
- Conway, M.M., A.J. Stevens & R.G. Smith. 1975. *The Relation between Media Use and Children's Civic Awareness*. *Journalism Quarterly*, Volume 52.
- Durkin, K. 1985. *Television, Sex-roles and Children, Milton Keynes*. Open University Press.
- Earl, R.A. & S. Pastermack. 1991. *Television Weather Casts and their Role in Geographic Education*. *Journal of Geography*.
- Furnham, A. & B. Gunter. 1983. *Political Knowledge and Awareness in Adolescent*. *Journal of Adolescence*, Volume 6.
- Gould, M.S. & D. Shaffer. 1986. *The Impact of Suicide in Television Movies*. *New England Journal of Medicine*, Volume 315.
- Ghazali, Effendi, 2002. *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak*. Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI
- Hegell, A & T. Newburn. 1996. *Comparison of the Viewing Habits and Preferences of Young Offenders and Representative School Children*. *Journal Pastoral Care*, Volume 14.
- <http://komentar-tayangan-kamu.blogspot.com>.
- Huesman, L.R. & L.D. Eron (Eds.). 1986. *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison*. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.
- Kompas, 14 Juni 2007.
- Kompas, 15 Oktober 2004.

- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. California: Sage Publications.
- Republika, 8 Oktober 2007.
- Selton, G.A. & H. Reynolds. 1984. *Some Opportunity Costs of Television Viewing*. *Journal of Broadcasting*, Volume 28.
- Sheehan, P.W. 1983. *Age Trends and Correlats of Children's Television Viewing*. *Australian Journal of Psychology*, Volume 35.
- Silverman-Watkins, L.T. & J.N. Sprafkin. 1983. *Adolescent' Comprehension of televised Sexual Innuendos*. *Journal of Applied Developmental Psychology*, Volume 4.
- Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik, Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tan, A.S. 1979. *Television Beauty Ads and Role Expectations of Adolescent Female Viewers*. *Journalism Quarterly*, Volume 56.
- Wardhana, Veven SP. 2001. *TV dan Prasangka Budaya Massa*. Yogyakarta: Galang.
- Wiegman, O., M. Kuttschreuter & B. Baarda. 1992. *A Longitudinal Study of the Effects of Television Viewing on Aggressive and Prosocial Behaviors*. *A British Journal of Socail Psychology*, Volume 31.
- Zeckerman, D.M., D.G. Singer & J.L. Singer. 1980. *Children's Television Viewing, Racial and Sex-role Attitude*. *Journal of Applied Social Psychology*, Volume 10.

