



Universiteit  
Leiden  
The Netherlands

## **Mediating Islam in Post-Suharto Indonesia: performing Dakwah through popular TV shows**

Siddik, S.

### **Citation**

Siddik, S. (2021, November 9). *Mediating Islam in Post-Suharto Indonesia: performing Dakwah through popular TV shows*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3239164>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3239164>

**Note:** To cite this publication please use the final published version (if applicable).

## SAMENVATTING

Deze dissertatie gaat over het uitzenden van *dakwah* op Indonesische televisiezenders. Het behandelt de productie en verspreiding van *dakwah*-programma's op tv en verheldert de sociale en educatieve achtergronden van belangrijke tv-predikanten om de opkomst van deze programma's in de post-Suharto periode in Indonesië te begrijpen. Bovendien behandelt deze dissertatie de betwisting van verschillende moslimorganisaties om invloed te hebben op de productie van *dakwah*-programma's en de vorming van religieuze autoriteit door middel van het uitzenden van *dakwah*-programma's op televisiezenders. Deze dissertatie is gebaseerd op eenjarig etnografisch veldwerk in Jakarta, Medan en Bali, waarin observaties en interviews met de makers, predikanten en het publiek van *dakwah*-programma's en andere relevante informanten zoals moslimleiders en leden van de Indonesische Omroep Commissie (KPI) zijn verwerkt.

In hoofdstuk 1 beschrijf ik de aanzienlijke toename van *dakwah*-programma's op Indonesische televisiezenders aan het begin van de eenentwintigste eeuw, vlak na de val van het autoritaire regime van Suharto in 1998. In dit hoofdstuk bespreek ik ook het uitzenden van *dakwah* op tv gedurende de Suharto-periode om de transformatie van *dakwah*-activiteiten op tv in het post-Suharto tijdperk te begrijpen. Daarna behandel ik ook het punt dat de snelle toename van commerciële televisiezenders na de val van het autoritaire regime een doorslaggevende rol speelt in de opkomst van het uitzenden van *dakwah* op tv.

Hoofdstuk 2 behandelt de productie van geschikte *dakwah*-programma's voor een divers publiek wat leidt tot een verscheidenheid aan *dakwah*-programma's die meer geschikt kunnen zijn voor een schoolklas of voor een talkshow waarin herhalende onderwerpen aan bod komen. De productie van *dakwah* op tv omvat creatieve teams die de podia gereed maken en recente geschikte onderwerpen zoeken voor de programma's. *Dakwah*-programma's worden live uitgezonden op tv en in sommige gevallen live vanaf de islamitische historische locaties waar de predikanten verhalen vertellen over deze locatie om op deze manier de betrokkenheid van het publiek te vergroten. De programma's worden niet alleen uitgezonden op tv,

maar worden ook verspreid op andere digitale mediaplatformen zoals Facebook en YouTube, door de managers van de predikanten of door hun volgers. Het dagelijks uitzenden van *dakwah*-programma's heeft voor een medium gezorgd waarbij de predikanten de rol van docent hebben en het publiek die van een student die over de islam leert. Deze repetitieve activiteiten creëren het charisma van de tv-predikanten bij hun volgers, die hen zien als referenties met betrekking tot de islam. De productie van *dakwah*-programma's is het resultaat van de onderhandeling tussen de belangen van de makers en de predikanten, tussen die van koopwaar en publieke vroomheid.

Hoofdstuk 3 werkt de sociale en educatieve achtergronden van populaire tv-predikanten verder uit. Hierbij neem ik Yusuf Mansur als voorbeeld om de aard en de transformatie van tv-predikanten te verklaren. Het fysieke voorkomen en retorische vaardigheden zijn belangrijk om een populaire tv-predikant te worden, omdat zij het publiek kunnen aantrekken om hun *dakwah*-programma's te bekijken. Miraculeuze veranderingen tijdens het leven zoals van slecht naar goed of van arm naar succesvol en rijk zijn ook aantrekkelijk voor het publiek. Sociale en islamitische achtergronden spelen een kleinere rol bij de ontwikkeling van een populaire tv-predikant. Een verandering treedt op wanneer kritiek of het gebrek aan islamitische achtergrond van de tv-predikant aan het licht komt door een moslimleider van diverse moslimorganisaties zoals MUI, NU en Muhammadiyah. Naderhand zijn er meer tv-predikanten met islamitische educatieve achtergronden. Het netwerken onder predikanten is ook belangrijk om een populaire tv-predikant te worden. Sommige tv-producenten netwerken om predikanten voor hun *dakwah*-programma's te vinden nadat zij zijn aanbevolen door andere predikanten. Dit is goedkoper en sneller dan een casting te houden voor geschikte tv-predikanten. Anderen observeren potentiële en getalenteerde predikanten in moskeeën en islamitische onderwijsgroepen. Door middel van hun populariteit en charisma worden populaire tv-predikanten leiders voor hun volgers, die met hun meningen rekening houden bij zaken met betrekking tot sociale en politieke doelen.

Hoofdstuk 4 geeft het beeld van de betwisting van religieuze autoriteit onder moslimorganisaties bij het uitzenden van *dakwah* op televisiezenders weer. De opkomst van Salafi *dakwah* op televisiezenders door Salafi Rodjagemeenschappen, verergert de kritiek tegen het uitzenden van *dakwah*-programma's op tv. Voorheen bekritiseerden moslimorganisaties zoals NU

en Muhammadiyah de lichte inhoud van *dakwah* op tv omdat de predikanten niet voldoende geschoold waren in het islamitisch onderwijs. Naderhand bekritisieren zij de televisiezenders, die Salafi *dakwah*-programma's uitzenden, voor de inhoud van hun *dakwah*, welke sommige islamitische gebruiken die door de meerderheid in Indonesië worden nageleefd, verbieden. Zij verklaren *khilafah* als een beter politiek systeem dan democratie. De kritiek op Salafi *dakwah* op tv van verschillende moslimorganisaties zoals NU, Muhammadiyah, FPI en anderen dwingen de KPI om het conflict tussen televisiezenders, predikanten en moslimorganisaties op te lossen. Moslimorganisaties eisen dat Salafi *dakwah*-programma's de verschillende interpretaties van de islam binnen de verschillende moslimgemeenschappen respecteert. Zij vragen ook aan de predikanten om de inhoud van hun *dakwah* te bespreken met MUI voordat de uitzending plaatsvindt. Zij vragen de producers om predikanten te vinden voor hun programma's bij NU, Muhammadiyah of MUI, welke de verschillende interpretaties van de islam begrijpen.

In hoofdstuk 5 behandel ik de gebruiken van het kijken van *dakwah*-programma's op televisiezenders. Het omvat de activiteit van het kijken en de verschillende achtergronden van het publiek van de *dakwah*-programma's op tv in Jakarta, Medan en Bali. Het kijken van *dakwah* op tv is niet een losstaande activiteit. Het wordt altijd gedaan in combinatie met het ontbijt of het gereed maken voor werk. Moslimvrouwen vormen de meerderheid van de kijkers van de live-uitzendingen en zij zijn vaak enthousiaster dan moslimmannen. In Jakarta en Medan kijken zij de programma's thuis, in restaurants, winkels, kantoren of op andere plaatsen zolang er maar een televisietoestel aanwezig is. Bali is een uitzondering. Moslims in Bali kijken geen islamitische programma's op tv in publieke ruimtes, zoals restaurants en kantoren. En van deze redenen is dat de meerderheid van de bevolking in Bali hindoe is. Moslims in Bali kijken deze programma's thuis ook niet. Hun activiteiten vinden plaats in moskeeën of islamitische leer groepen. Het merendeel van het publiek in Jakarta, Medan en Denpasar ziet *dakwah* op tv als entertainment. Dit is de reden dat er ook verschillende niet-islamitische groepen zien die deze programma's bekijken, als een bron van entertainment.

Deze dissertatie laat de belangrijke rol van tv zien in het creëren van een religieuze autoriteit, welke verder gefragmenteerd raakt in moslimgemeenschappen zoals in Indonesië door de *dakwah*-programma's op tv. Het grootste deel van het huidige onderzoek naar *dakwah*-activiteiten richt

zich vooral op sociale media zoals Facebook, YouTube en Instagram, maar verwaarloost de rol van tv in *dakwah*-activiteiten. De tv speelt nog steeds een belangrijke rol in het dagelijks leven van Indonesiërs, met programma's zoals het nieuws, soapseries, realityseries en *dakwah*. Moslims kijken tv-programma's zoals *dakwah*, het nieuws, soapseries, talkshows en realityseries tijdens hun vrije tijd, maar ook als zij bezig zijn. Presidentskandidaten en politieke leiders gebruiken tv-stations om hun politieke agenda te promoten en om steun te krijgen van de maatschappij.