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).

RINGKASAN

Disertasi ini membahas tentang penyiaran dakwah di stasiun-stasiun TV Indonesia. Disertasi ini berkaitan dengan pembuatan dan penyebaran acara-acara dakwah di TV dan memaparkan latar belakang sosial dan pendidikan para pendakwah TV terkenal untuk memahami lonjakan acara-acara dakwah di TV di Indonesia pasca Suharto. Kemudian, disertasi ini mendiskusikan persaingan berbagai ormas Islam untuk memiliki pengaruh dalam pembuatan acara-acara dakwah dan pembentukan otoritas agama melalui penyiaran acara-acara dakwah di stasiun-stasiun TV. Disertasi ini berdasarakan kerja lapangan etnografi selama satu tahun di Jakarta, Medan, dan Bali yang terdiri dari observasi dan wawancara dengan para produser, para pendakwah, para penonton, pimpinan ormasi Islam, dan anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Dalam bab 1, saya menjelaskan lonjakan signifikan acara-acara dakwah di TV Indonesia pada awal abad ke-21, tidak lama setelah rejim otoriter Suharto jatuh pada tahun 1998. Dalam bab ini, saya juga mendiskusikan penyiaran dakwah di TV pada masa Suharto untuk memahami transformasi kegiatan-kegiatan dakwah di TV pasca Suharto. Setelah itu, saya menjelaskan banyaknya stasiun-stasiun TV komersial setelah rejim otoriter jatuh yang berperan penting dalam meningkatnya acara dakwah di stasiun TV.

Bab 2 mendiskusikan pembuatan acara-acara dakwah dan bagaimana caranya acara-acara dakwah memikat para penonton yang berakibat banyaknya ragam format acara dakwah dari mulai model kelas sampai model bincang-bincang atau talkshow dengan topik yang beragam. Pembuatan acara dakwah di TV melibatkan tim kreatif untuk menghias panggung dan menemukan judul-judul yang menarik untuk acara dakwah. Acara dakwah disiarkan langsung di TV dan dalam waktu-waktu tertentu disiarkan langsung dari tempat-tempat bersejarah ketika pendakwah menceritakan cerita-cerita tentang tempat-tempat bersejarah untuk menciptakan kesan langsung dalam acara-acara dakwah untuk penonton. Acara-acara dakwah tidak hanya disebar melalui penyiaran TV tapi diserbarkan melalui jenis-jenis media lain seperti Facebook dan YouTube juga baik oleh manajer pendakwah atau para penonton. Penyiaran acara-acara dakwah di TV setiap hari membentuk sebuah media bagi pendakwah sebagai guru dan penonton sebagai murid untuk belajar tentang Islam. Kegiatan-kegiatan yang terus berulang ini mencipatkan karisma para pendakwah TV diantara para penontonnya yang

melihat mereka sebagai referensi untuk Islam. Pembuatan acara-acara dakwah di TV merupakan hasil dari negosiasi antara kepentingan para produser dan para pendakwah, antara komiditas dan kesalihan publik.

Bab 3 menjabarkan latar belakang sosial dan pendidikan para pendakwah TV yang populer dimana saya menjadikan Yusuf Mansur sebagai sebuah studi kasus untuk memotret karakteristik dan transformasi para pendakwah TV. Penampilan fisik dan keterampilan retorika penting untuk menjadi pendakwah TV terkenal karena mereka dapat menarik perhatian penonton untuk menonton acara dakwah mereka. Perubahan ajaib dari pengalaman-pengalaman hidup, dari pebuatan jahat menjadi baik atau miskin menjadi kaya dan sukses adalah kisah-kisah yang menarik perhatian para penonton. Latar belakang sosial dan pendidikan Islam memainkan peran yang kurang penting dalam menciptakan pendakwah TV populer. Tranformasi pendakwah TV terjadi pada tahun 2005 ketika beberapa kritik tentang kurangnya latar belakang pendidikan Islam para pendakwah TV disampaikan oleh pimpinan beberapa ormas Islam seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Sejak tahun 2005, muncul lebih banyak para pendakwah TV dengan latar belakang pendidikan Islam. Jejaring diantara para pendakwah juga penting untuk menjadi pendakwah TV terkenal. Beberapa produser TV menggunakan jejaring ini untuk menemukan para pendakwah untuk acara-acara dakwah berdasarkan rekomendasi para pendakwah lain karena cara ini lebih murah dan tidak memakan waktu daripada mengadakan *casting* untuk menemukan pendakwah TV. Para produser lain mencari pendakwah berbakat dan pontesial di masjid-masjid dan majelis-majelis kajian Islam. Dengan popularitas dan karisma mereka, para pendakwah TV populer menjadi pemimpin bagi para pengikutnya yang mempertimbangkan pendapat mereka terkait masalah-masalah agama, budaya, sosial-politik.

Bab 4 menyediakan gambaran-gambaran kontestasi otoritas agama diantara ormas-ormas Islam dalam penyiaran acara-acara dakwah di stasiun-stasiun TV. Munculnya acara dakwah Salafi di stasiun TV yang dibawa oleh produser dan komunitas Salafi Rodja mempertajam kritikan terhadap penyiaran acara-acara dakwah di TV. Sebelumnya, ormasi Islam seperti NU dan Muhammadiyah mengkritik bahasan-bahasan ringan dakwah di TV karena para pendakwah tidak berkualifikasi pendidikan Islam. Selanjutnya, mereka mempertanyakan stasiun-stasiun TV yang menyiarkan acara-acara dakwah Salafi karena isi dakwah mereka yang mengharamkan beberapa ritual Islam yang biasa dipraktikkan oleh mayoritas Muslim di Indonesia dan

mempromosikan system khilafah sebagai sebuah system politik yang lebih baik daripada demokrasi. Kritikan berbagai ormas Islam seperti MUI, NU, and Front Pembela Islam (FPI) terhadap dakwah Salafi di TV memaksa KPI untuk memediasi perselisihan antara ormas Islam dan pihak stasiun TV. Ormas Islam menuntut acara dakwah Salafi untuk menghormati perbedaan penafsiran dalam Islam. Mereka juga meminta pendakwah untuk mendiskusikan isi dakwah mereka dengan MUI sebelum penyiaran.

Dalam bab 5, saya membahas praktik menonton acara-acara dakwah di stasiun-stasiun TV yang terdiri dari kegiatan menonton dan berbagai macam latar belakang penonton acara-acara dakwah di TV di Jakarta, Medan, Bali. Menonton acara dakwah di TV bukan sebuah aktivitas tunggal, melainkan selalu dibarengi dengan kagiatan-kegiatan lain seperti sambil sarapan pagi atau sambil persiapan berangkat kerja. Sebagai mana mayoritas penonton langsung, perempuan muslim lebih antusias untuk menonton acara-acara dakwah daripada laki-laki. Di Jakarta dan Medan, mereka menonton acara-acara dakwah di rumah, restauran, toko, kantor, dan seterusnya selama ada perangkat TV. Bali adalah pengecualian. Muslim di Bali tidak menonton acara-acara dakwah di TV di tempat-tempat publik seperti restauran dan kantor. Salah satu alasannya adalah karena mayoritas orang yang tinggal di Bali beragama Hindu. Kebanyakan Muslim di Bali juga tidak menonton acara-acara dakwah di TV di rumah-rumah mereka. Aktivitas mereka terpusat di masjid dan pengajian-pengajian. Kebanyakan audiens di Jakarta, Medan, dan Denpasar melihat acara dakwah sebagai hiburan. Itu alasannya mengapa ada beberapa non-muslim yang menontonnya dalam rutinitas mereka sehari-hari sebagai hiburan.

Disertasi ini menunjukkan peran penting TV dalam mengkonstruksi otoritas agama yang menjadi terfragmentasi dalam masyarakat muslim seperti di Indonesia, sebagiannya karena siaran dakwah di TV. Kebanyakan penelitian tentang dakwah saat ini fokus pada media sosial seperti Facebook, YouTube, dan Instagram tapi mengabaikan peran TV dalam kegiatan-kegiatan dakwah. Faktanya, TV memainkan peranan penting dalam aktivitas keseharian masyarakat muslim Indonesia dengan berbagai acara seperti berita, sinetron, *reality show*, dan dakwah. Muslim menontonnya di waktu luang dan sibuk. Kandidat presiden dan pimpinan partai politik menggunakan TV untuk mempromosikan agenda politik mereka untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat.