

Televisi yang Memiliki Citra Islami: Antara Harapan dan Tantangan

Muhammad Mabror

Fakultas Dakwah IAIN Antasari

Television today has been growing terribly fast. The existence of an alternative channel that has the Islamic image and committed to deliver value-laden program is needed. So that viewers have a choice in determining the program to watch. In this short paper the writer will explain Islam TV chances to survive in the midst of competition among television stations and the steps should be considered to materialize these expectations. Some viewers reject the emergence of inserted-negative-values TV, but they have to watch the shows because there is no an alternative. The program provided by television with Islamic image can give an alternative. However, the sustainability of this television program depends on the alertness and creativity of the existing media players. They should strive to innovate with creative efforts, so that the audience can be entertained and satisfied with watching shows on offer.

Keywords: Alternative TV, Islamic image, positive influence, social norms, creativity.

Televisi saat ini telah berkembang sangat cepat. Keberadaan saluran alternatif yang memiliki citra Islam dan berkomitmen untuk memberikan program sarat nilai diperlukan. Sehingga pemirsa memiliki pilihan dalam menentukan program yang ditonton. Dalam makalah pendek ini penulis akan menjelaskan peluang TV Islam untuk bertahan di tengah persaingan di antara stasiun televisi dan langkah-langkah yang harus dipertimbangkan untuk mewujudkan harapan tersebut. Beberapa pemirsa menolak munculnya program TV berunsur negatif, tetapi mereka harus menonton karena tidak ada alternatif. Program yang disediakan oleh televisi dengan citra Islam dapat memberikan alternatif. Namun, keberlanjutan program televisi tergantung pada kewaspadaan dan kreativitas para pemain media yang ada. Mereka harus berusaha untuk berinovasi dengan upaya kreatif, sehingga penonton bisa terhibur dan puas dengan program yang ditawarkan

Kata kunci: TV alternatif, citra Islami, pengaruh positif, norma sosial, kreativitas.

Siaran televisi di Indonesia, mungkin di seluruh dunia, akan menghadapi kontroversi antara "disukai dan tidak disukai". Di satu sisi siaran TV "disayangi" karena memberi banyak kenikmatan, di sisi lain, "tidak disenangi" karena dianggap

mendatangkan banyak perubahan yang sering dikaitkan dengan moral, etika, nilai-nilai tradisi dan dianggap terlalu "agresif" dalam persaingan antar media massa, cetak, elektronik, maupun film.

Email penulis: mabrumuhammad1@gmail.com

Televisi merupakan media yang paling populer, jika dibanding dengan beberapa media massa lain (radio, surat kabar, film, buku dan produksi rekaman). Apalagi ditambah dengan berbagai kemudahan yang didapatkan, dengan perkembangan teknologi satelit yang menjadikan dunia semakin sempit. Terlebih lagi bahwa televisi merupakan media yang murah seseorang cukup dengan membeli televisi dengan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat, dan untuk selanjutnya hanya dengan memindahkan chanel yang ada sesuai dengan program acara yang disukai, tanpa harus mengeluarkan biaya ekstra lain, selain biaya listrik yang digunakan untuk menghidupkan televisi. (akses tanpa biaya).

Disengaja ataupun tidak, pada kenyataannya televisi telah memberikan dampak besar terhadap pola hidup, prilaku masyarakat, bahkan kepada cara berpikir, nilai serta kebiasaan-kebiasaan yang ada di mana ia berada. Pergeseran nilai ini sangat berpengaruh kepada tatanan sosial, ekonomi bahkan budaya masyarakat.

Melihat betapa besar peran yang diberikan media televisi melalui program yang ditayangkan, dan betapa luas cakupan dampak yang diakibatkan oleh televisi, maka perlu ada alternatif program televisi yang lebih memiliki ciri dan citra, dan memiliki misi sebagai penyeimbang bagi tayangan-tayangan yang agresif atau sebagai chanel alternatif. Yaitu chanel yang menayangkan program yang lebih bertanggung jawab terhadap dampak yang dihasilkan dari tayangan yang ditampilkan.

Usaha yang menuju ke arah ini perlu dilakukan, karena para pemirsa televisi memerlukan adanya alternatif pilihan chanel, manakala di antara mereka ada menginginkan tayangan

yang bisa memberikan dampak positif dari tontonan yang mereka lihat. Akan tetapi usaha tersebut, bukanlah suatu usaha yang dapat dengan mudah dicapai. Karena ada beberapa hal yang mungkin perlu dijadikan pertimbangan, sebelum melangkah lebih jauh.

Pada makalah pendek ini penulis ingin mengungkapkan tentang sejauh mana fungsi dan peran televisi dalam kehidupan dan dampak negatif apa yang dihasilkan dari tayangan televisi secara umum? Selanjutnya penulis ingin mengungkapkan apa saja tantangan yang akan dihadapi ketika ada usaha untuk mewujudkan televisi yang memiliki citra Islami? dan adakah peluang yang memungkinkan keberadaan dan keberlanjutan televisi ini? Pada akhirnya apa saja langkah-langkah yang harus dilakukan dalam rangka mewujudkan usaha tersebut?

Fungsi dan Pengaruh Televisi

Fungsi Televisi

Televisi dikenal sebagai media penyampai pesan berbasis audio-visual, yang ditayangkan secara massal sehingga dapat mencapai pemirsa dalam jumlah besar pada saat bersamaan melintasi batas geografis yang luas. Oleh karena itu, program televisi biasanya dirancang untuk *mass distribution for common experience*, dalam pengertian informasi yang disiarkan dapat diterima oleh sejumlah pemirsa pada saat bersamaan lintas ruang sehingga para pemirsa tersebut akan memiliki pengalaman (belajar) yang sama. Secara khusus, program televisi memiliki empat karakteristik utama (Pannen dan Riyanti 2004) yaitu:

1. *Fidelity or realism* yang merupakan karakteristik utama dari program televisi. *Fidelity* artinya program televisi menggambarkan perwujudan

- asli dari suatu peristiwa, seseorang, kejadian, dan proses. sehingga pemirsa memiliki kepercayaan terhadap objek yang ditontonnya.
2. *Immediacy* artinya pemirsa dapat melihat siaran langsung tentang suatu peristiwa pada saat yang hampir bersamaan dengan terjadinya peristiwa tersebut, bertemu dengan seseorang, atau berkunjung ke suatu tempat dalam waktu yang sangat cepat.
 3. *Dynamic spacing* dimana program televisi memiliki fitur yang memungkinkan pemirsa untuk menonton informasi yang ditayangkan secara lambat, cepat, atau diulang-ulang, terutama untuk tayangan gerak atau psikomotor: olah raga, tari, memasak.
 4. *Brings people, places, events that could not be seen otherwise including magnification*, artinya informasi yang disampaikan melalui televisi seringkali merupakan informasi tentang orang, tempat, atau peristiwa yang berada di luar jangkauan pemirsa. Dengan adanya televisi, pemirsa tidak harus pergi ke tempat atau peristiwa tersebut

Dengan empat karakteristik yang dimiliki media televisi, sebagaimana yang telah disebutkan di atas ini merupakan keunggulan yang tidak dimiliki beberapa media komunikasi lain- , maka hampir kebanyakan orang telah menjadikan televisi sebagai media yang sangat dekat dengan kehidupan mereka. Dari hasil survey yang dilakukan di Amerika rata-rata orang menghabiskan sekitar 7 jam sehari, untuk duduk di hadapan televisi. Hal ini berarti mereka telah menggunakan 2500 jam setahun, setara dengan 108 hari penuh. Atau sekitar 47 jam seminggu. Suatu angka yang hampir menyamai jumlah waktu yang digunakan untuk bekerja atau tidur.

Mereka dengan senang hati serta tanpa ada paksaan, rela untuk duduk dihadapan televisi, atau sekedar menghidupkannya dengan berbagai macam tujuan . Setidaknya ada tiga tipe pemirsa televisi yang mau meluangkan waktunya bersama televisi (Jeffres 1986, 140-146):

- a. Menonton TV bukan kebiasaan, tetapi mereka menonton sebatas ingin melewati waktu atau sebatas sebagai hiburan.
- b. Para pemirsa yang berkeinginan untuk melupakan permasalahan yang sedang mereka hadapi.
- c. Pemirsa yang ingin menghindari dari berhubungan dengan orang lain, atau dari tugas yang sedang dihadapi.

Adapun pada kalangan mereka yang sedang berada di usia anak-anak, usia sekolah dan dewasa, setidaknya ada enam alasan tujuan mereka mau menonton televisi :

- a. Sebagai media pembelajaran.
- b. Sebagai kebiasaan dalam menjalani waktu.
- c. Sebagai teman kala menyendiri
- d. Sebagai pelarian untuk melupakan sesuatu
- e. Sebagai media untuk membangkitkan semangat
- f. Sebagai media untuk mengendurkan ketegangan atau istirahat (relaksasi).

Apabila kita melihat alasan seseorang ketika mereka memutuskan untuk duduk di depan layar kaca Sebenarnya ada hal yang harus disadari para pemirsa. Bahwa televisi memiliki hal- hal positif yang dapat diambil..walaupun demikian ada dampak negatif yang seharusnya diperhatikan oleh para pemirsa atau para pelaku media.

Dampak Televisi

Perkembangan pertelevisian yang pesat dari sisi pemrograman, dan juga

harga pesawat televisi yang semakin terjangkau masyarakat Indonesia, menyebabkan televisi sudah merupakan bagian dari kehidupan keluarga Indonesia sehari-hari. Bahkan banyak keluarga yang menjadikan televisi sebagai baby sitter manakala orang tua sibuk bekerja dan anak tidak ada yang mengasuh. Ada juga pengasuh yang menjadikan televisi sebagai baby sitter, karena pengasuh juga senang menonton televisi sambil mengasuh anak. Selanjutnya, jika diperhatikan, di setiap sudut kantor selalu ditemukan televisi, di kantor desa, di ruang kerja bupati, di kantor pos, bahkan di kantor pajak. Hal ini menandakan bahwa televisi sudah menjadi bagian dari budaya bekerja para pegawai tanpa tujuan yang jelas. Namun ada juga televisi yang dipasang di ruang tunggu bank, rumah sakit, stasiun kereta, terminal bandara dengan tujuan menghibur para nasabah dalam menunggu.

Di manapun televisi tersebut dipasang dan program televisi ditayangkan, siapapun yang menonton, bagaimana pun ia menontonnya (sendiri, atau anak bersama orang tuanya) adalah merupakan kenyataan kalau pemirsa televisi akan menerima semua tayangan apa adanya. Dan mereka merasa bahwa pesan dan isi program televisi yang ditayangkan adalah benar atau sungguh-sungguh. Kepercayaan yang kuat dari pemirsa menyebabkan program televisi dapat berpengaruh terhadap perilaku sosial pemirsa.

Setidaknya ada dua pandangan besar yang dianut oleh para peneliti media, yang menyangkut efek sosial yang diberikan televisi (Jeffres 1986, 206):

a. Teori George Gerbner dengan istilah *Cultivation theory*, dia menyatakan bahwa Televisi dapat mengajarkan berbagai nilai, mitos serta moral

bangsa. Bahkan bisa dikatakan kalau televisi merupakan guru yang kuat dibanding dengan berbagai sumber nilai lain.

b. Teori Albert Bandura dengan *Social Learning Theory* atau *Theory of imitative learning*. Menurut dia, Seorang anak tidak lagi memerlukan rangsangan atau sangsi dalam mempelajari perilaku dan kebiasaan seperti yang ditayangkan oleh televisi.

Sebenarnya selain dua teori besar di atas, ada berbagai teori yang dapat menjelaskan tentang masalah, sejauh mana media dapat mempengaruhi audien/pemirsa. Hal ini terkait dengan masalah dari mana para peneliti melihat sisi keterpengaruhan audiens tersebut, dan alat analisis apa yang mereka pakai untuk melihat sisi keterpengaruhan tersebut. Seperti pendekatan psikoanalisis, sosiologis, semiotics, ethnographik yang berasal dari antropologi (Branston dan Stafford 2002, 149-167). Dari penelitian dengan beragam alat analisa tersebut, dapat disimpulkan bahwa media memiliki pengaruh terhadap audience. Yang membedakan adalah tingkat pengaruh yang diberikan dan respon atau sikap yang dihasilkan dari pengaruh media tersebut. memiliki keragaman sesuai dengan metode yang digunakan.

Argumen ini telah dibuktikan dengan berbagai penelitian yang dilakukan oleh para peneliti media di mana dinyatakan bahwa program televisi dapat menyebabkan terjadinya incidental dan accidental learning atau belajar tanpa disengaja. Bahkan, Emery dan Emery (1980, 32, 27-32) menyatakan bahwa program televisi telah mampu membentuk kebiasaan pemirsa dalam berbagai hal yang dipelajarinya dari program televisi. Sejumlah penelitian juga membuktikan bahwa hasil dari proses belajar tanpa sengaja ini termasuk di dalamnya, kemalasan berpikir, perhatian jangka

pendek – tidak dapat konsentrasi, perilaku hiperaktif, dan juga tindak kekerasan (Pannen dan Riyanti 2004).

Para peneliti dan kritikus pertelevisian sering mengungkapkan, tentang dua permasalahan besar dan utama yang sering dituduhkan kepada televisi dari tayangan yang ditampilkan. Yaitu masalah pornografi dan kekerasan.

Salah satu televisi di AS menunjukkan kenyataan ini dalam sebuah laporan angka-angka statistik. Berdasarkan laporan tersebut, pada tahun 1999, program bertema seksual di televisi meningkat tiga kali lipat bila dibandingkan dengan 10 tahun sebelumnya. Sementara itu, sejak tahun 1989 hingga tahun 1999, program televisi yang berhubungan dengan homoseksual telah meningkat 24 %. Lebih jauh lagi, laporan ini juga menunjukkan bahwa penggunaan kalimat-kalimat kotor dan menjijikkan selama tahun 1989 hingga 1999 telah meningkat 5,5 kali lipat. Selain itu, adegan-adegan kekerasan dan pornografi juga diperagakan secara lebih gamblang dan terang-terangan.

Dalam sebuah pengamatan dan penelitian atas tiga saluran televisi besar Amerika Serikat yaitu CBS, NBC dan ABC, telah tercatat bahwa ketiga televisi itu setiap minggunya menayangkan 113 adegan pelecehan seksual, 92 adegan penyerangan dengan menggunakan senjata api, 9 adegan pembunuhan, 78 adegan perkelahan dengan menggunakan jotosan dan tendangan, serta 179 adegan pelanggaran hukum. Angka-angka statistik lainnya juga menunjukkan bahwa bahwa masyarakat AS setiap harinya justru menghabiskan waktunya dengan program-program televisi yang menayangkan adegan kekerasan dan pelecehan seksual. Tontonan seperti ini tidak terbatas pada film-film saja, tetapi

sebagian besar laporan-laporan dan iklan-iklan televisi juga menayangkan gambar-gambar yang berbau pornografi.

Dalam penelitian yang dilakukan di AS, telah dibuktikan bahwa penayangan adegan-adegan kekerasan secara berlebihan di televisi-televisi AS telah menyebabkan meningkatnya perkelahan dan percekocokan di dalam masyarakat negara itu. George Grabner dan Terry Grose, dua orang peneliti masalah televisi di Amerika Sebagaimana dikutip oleh Pannen, menyimpulkan bahwa para pemirsa televisi yang sudah kecanduan merasa hidup di sebuah dunia yang menakutkan sehingga mereka merasa sangat ngeri menghadapi dunia nyata. Oleh karena itu, mereka sangat sedikit berhubungan dengan tetangga dan masyarakatnya. Kalau kita memperhatikan perilaku masyarakat AS, dengan mudah sekali kita dapat menyaksikan besarnya rasa takut dalam jiwa mereka dan rasa tidak percaya kepada orang lain. Mereka memasang sistem pengaman yang berlebihan di rumah-rumah, pusat perdagangan, dan tempat-tempat lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa warga AS sangat merasa bahwa mereka berada dalam bahaya (Pannen dan Riyanti 2004).

Sebenarnya para peneliti, orang tua bahkan para pemegang kebijakan publik, telah menyadari akan adanya dampak negatif yang muncul sebagai akibat dari pengaruh media, yang agresif ini. Namun sangat disayangkan kemudian kesadaran tentang pengaruh negatif ataupun positif dari media televisi ini tidak dibarengi dengan pengambilan kebijakan, yang seharusnya dilakukan oleh pelaku media televisi. Yaitu agar para pelaku media ini, turut dalam membangun suatu tatanan masyarakat yang baik

dan maju, dengan menghadirkan program yang sarat nilai.

Keengganan ini terjadi, karena mereka berada dalam dilema besar. Antara keinginan untuk memberikan yang terbaik dalam kerangka membangun masyarakat, dengan menawarkan program-program yang sarat nilai. Di mana program yang memiliki karakteristik seperti ini kadang, tidak diminati oleh para pemegang sumber dana pengiklan. Hal ini disebabkan karena program seperti ini, dianggap kurang menarik simpati atau perhatian para pemirsa.

Atau keinginan untuk menawarkan program televisi yang akan langsung diminati oleh pengiklan. Karena dianggap oleh para pemilik produk (pengiklan), sebagai program yang diminati masyarakat. Dan sangat disayangkan program seperti ini kebanyakan adalah program yang menyisipkan tayangan kekerasan atau pornografi. Walaupun, - hal yang perlu menjadi titik perhatian- program ini mungkin tidak memberikan sesuatu nilai (nilai pendidikan) apapun terhadap masyarakat, atau bahkan program ini, dapat mendobrak atau menggeser nilai-nilai positif yang telah ada.

Keberpihakan pelaku media kepada program yang memiliki karakteristik dapat menggeser nilai-nilai yang positif yang telah ada ini, disebabkan karena media harus memilih apakah ia akan tetap mendapat dana, untuk menjamin keberlangsungan pelaksanaan seluruh program yang direncanakan, dengan menayangkan apa yang diminati masyarakat. Dengan alasan, untuk memberikan kepada masyarakat, sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Branston dan Stafford 2002, 208). Atau ia akan menayangkan program sarat nilai, akan tetapi bisa berdampak buruk terhadap mereka, dengan akan dijauhinya stasiun televisi ini oleh

para pengiklan, yang mungkin hal ini, akan dapat mengancam eksistensi atau keberlangsungan kegiatan operasional televisi.

Ini semua mungkin merupakan dampak dari globalisasi dunia, di mana masyarakat dunia akan dihadapkan pada proses homogenisasi (usaha untuk menyamaratakan tatanan yang dimiliki dunia). Hal ini tampak sekilas dalam dunia pertelevisian. Di mana seluruh program yang ditawarkan selalu berorientasi ekonomi dan untuk kepentingan menarik audiense sebanyak-banyaknya (Branston dan Stafford 2002, 406).

Adapun bagi audiense atau pemirsa, terkadang mereka dihadapkan pula pada permasalahan yang lebih rumit, di satu sisi mereka tidak ingin ketinggalan informasi terkini sebagai bahan pencerahan bagi dirinya dan referensi untuk menentukan kebijakan dalam menentukan pilihan dalam kehidupan dirinya. Sehingga mereka ingin selalu menjadi orang pertama yang mengetahui perkembangan berita terkini. Akan tetapi manakala mereka berada didepanlayar televisi mereka disuguhi tayangan program-program yang kadang atau sering berlawanan dengan nilai yang ada dalam diri mereka.. Pada posisi ini seseorang dihadapkan pada dua pilihan. a. Tetap mengikuti setiap berita dengan berusaha mengabaikan program-program tayangan negatif ini atau b. ia harus mematikan televisi dan menjauhinya sama sekali.

Dalam kondisi ini, para pelaku media televisi, sering menjadikan para audiense atau para pemirsa dalam posisi yang tidak berdaya. Sehingga apapun yang akan ditayangkan senang atau tidak senang, suka atau tidak, diinginkan ataupun tidak, mereka harus tetap menatap channel yang disodorkan dihadapan mata mereka. Akhirnya para pemirsa hanya diberikan alternatif

untuk memindahkan chanel yang tidak disukai kepada beberapa alternatif chanel yang diinginkan oleh mereka. Walaupun beberapa chanel yang tersedia tersebut semuanya menawarkan program tayangan yang memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda.

Pada sisi ini, tersirat adanya peluang bagi usaha perwujudan televisi yang memiliki citra Islami, di mana ia akan menjadi chanel alternatif bagi pemirsa yang menginginkan program-program tayangan yang sarat nilai. Walaupun demikian ada beberapa hambatan yang mungkin bisa menjadi penghalang bagi pendirian stasiun ini.

Tantangan TV dengan Citra Islami

Patut diduga memang masih banyak orang yang khawatir bahwa TV Islam hanya melulu akan menyiarkan acara-acara yang serba menutup aurat, mengajarkan orang untuk hidup Islami, dan seterusnya. Mereka memiliki bayangan sebagaimana propaganda-propaganda sistematis yang secara umum telah mencitrakan Islam sebagai agama yang menumbuh suburkan terorisme. Mereka takut TV Islam akan melahirkan fundamentalisme Islam.

Diakui atau tidak masih banyak orang Islam yang phobia dengan TV Islam. Karena mereka menyangka Islam akan melarang semua tayangan yang menghibur seperti musik, film dan olah raga. Mereka menyangsikan kemampuan TV Islam dalam memberi kesenangan terhadap penonton.

Selain itu, ada tantangan lain yang apabila kita mengamati perkembangan dunia pertelevisian di Tanah Air dewasa ini. Maka akan tampak bahwa setiap ada stasiun TV baru yang mengudara, maka ia akan langsung disambut oleh pasar yang kompetitif. TV baru itu tersebut akan langsung disambut oleh

pasar yang kejam. Kekejaman pasar TV itu, terletak pada dua hal: sistem rating dan remote control. Sistem rating menunjuk kepada seberapa besar sebuah mata acara di TV digemari penonton. Semakin tinggi rating sebuah acara, artinya semakin banyak yang menggemarinya; dan semakin besar peluang untuk mendapat iklan. Padahal bagi televisi iklan adalah nyawa dari industri penyiaran.

Tinggi rendahnya rating suatu program, terletak pada tangan penonton. Yang dalam genggamannya ada sebuah mesin kecil bernama *remote control*. Dengan adanya alat ini, penonton sepertinya kehilangan belas kasihannya. Seolah-olah mereka tidak kenal kompromi. Begitu pemirsa, tidak suka pada sebuah acara sebuah stasiun TV, maka ia akan langsung menekan remote control dan memindahkannya ke stasiun lainnya. Dan setiap pemindahan chanel, otomatis hal itu akan mempengaruhi rating stasiun TV tersebut. Jika hal itu terjadi, bisa-bisa TV tersebut akan bertahan hanya untuk beberapa bulan saja.

Peluang Respon Pemirsa

Khawatiran akan rendahnya apresiasi dan animo masyarakat terhadap televisi yang menayangkan program tayangan sarat nilai atau televisi yang menayangkan program-program tayangan yang memiliki citra Islami. Atau kekhawatiran bahwa chanel ini akan ditinggalkan masyarakat, tidak memiliki alasan yang kuat. Sebenarnya, televisi ini memiliki pasarnya tersendiri.

Argumentasi ini telah dijelaskan oleh Vidich dan Bensemen (dalam Gurevitch et al. 1982, 39) manakala media dalam suatu wilayah kecil, dikuasi oleh suatu kelompok tertentu

dan seluruh media yang mengitarinya memiliki kepentingan yang sama, maka reaksi audience tidak akan hanya berada dalam lingkaran media itu saja, di mana ia berada, --persis seperti ketika seseorang dikucilkan--. Hal ini disebabkan karena mereka merupakan bagian dari kelompok yang heterogen. Efek dari media massa, mungkin saja dapat diarahkan oleh suatu kelompok, yang memiliki peran dalam media. Akan tetapi para individu tersebut, akan secara aktif mencari alternatif media dari kelompok penting yang dianutnya.

Dengan adanya kesadaran bahwa media yang ada sekelilingnya, akan menggeser nilai-nilai positif yang mereka anut dan hayati, maka ia akan berusaha mencari alternatif pilihan lain. Sebelum ia akan pasrah, dengan menerima apa yang disodorkan kepada dirinya atau dengan meninggalkan sama sekali media tersebut, agar dia tidak terpengaruh dengan liputan dan tayangan yang ada.

Pada kondisi ini adanya tawaran alternatif media yang dapat menampilkan tayangan sesuai apa yang diinginkan (Program yang memiliki citra Islami), akan mendapatkan sambutan dari audience. Hal ini terlihat dari hasil tayangan program Dakwah beberapa channel Televisi yang menampilkan kompetisi untuk memilih calon da'ī, Pada acara ini terlihat antusias peserta dan pemirsa yang mungkin mereka tidak tertarik untuk mengikuti dengan seksama kompetisi calon penyanyi yang ada.

Apalagi kalau kita melihat maraknya sinetron dan film religius saat ini. Film-film yang religius ini tidak memerlukan propaganda. Hal ini ditegaskan oleh Cecil B. DeMille. Menurutnya, berbeda dengan film-film lain, film religius tidak membutuhkan propaganda karena masyarakat telah memiliki kecenderungan dan ketertarikan

terhadap hal-hal yang berkaitan dengan agama dan keyakinan mereka sendiri (Perspektive.com Februari 2005).

Dan memang dalam perjalanan sejarah sinema Hollywood, sinema religius telah dijadikan alat untuk menaikkan sensitifitas dan emosi masyarakat. Dengan cara itu, para produser dapat meraih keuntungan yang lebih besar. Dalam film-film era Perang Dunia Kedua, terutama yang diproduksi di Inggris, religiusitas hanya ditampilkan dalam upacara-upacara ritual, di gereja-gereja yang telah rusak yang telah dibombardir akibat perang. Setelah perang berakhir, film-film yang banyak menarik perhatian adalah film yang berkaitan dengan gereja Katolik.

Kecenderungan untuk membuat sinema spiritual juga muncul di beberapa negara muslim. Seperti yang berlangsung dalam dunia perfilman Iran, Setelah kemenangan Revolusi Islam sinema religius menjadi genre film terpenting dalam sinema di negara ini. Iran yang memiliki warisan filosofi dan maknawiah yang kaya selama berabad-abad, serta harta karun hikmah, seni, dan keilmuan yang dimiliki oleh peradaban Persia, merupakan modal dasar yang sangat besar dalam penciptaan film-film spiritual. Masyarakat Iran sangat dekat dengan bahasa dan idiom-idiom agama, sufisme, dan spiritualitas, sehingga tidak heran bila sambutan mereka terhadap sinema spiritual sangat besar. Sesungguhnya, sejak zaman dahulu, seni spiritual telah lahir di Iran melalui seni lukis dan musik. Kini, seni spiritual Iran telah pula dituangkan secara luas dalam dunia sinema.

Hal itupun tampak di Indonesia di mana berbagai stasiun televisi. Tayangan yang memiliki nilai religius saat ini sedang memenuhi jam tayang /prime time. Seperti program Rahasia Ilahi (TPI), Astagfirullah (SCTV), dan lain sebagainya. Dan beberapa program

tayangan tersebut memiliki rating yang tinggi untuk beberapa waktu yang panjang.

Selintas tampak bahwa keberadaan televisi Islam akan sulit bertahan ditengah budaya konsumerisme yang tinggi, minat massa yang lebih menyukai hal-hal yang dapat menghibur mereka,. Sehingga keberadaannya mungkin tidak akan mendapatkan animo masyarakat yang baik. Akan tetapi kkalau kita melihat pengalaman Chanel 4 yang telah dicoba mengudara pada tahun 1984 di Inggris. Program-programnya telah berhasil menarik perhatian para audiens yang sementara ini tidak dicakup oleh BBC maupun ITV (Independent Television) (Branston dan Stafford 2002, 203).

Chanel 4 telah memberikan beberapa inovasi program dengan cara yang berbeda dengan stasiun televisi lain. Dengan cara yang berbeda dan dengan program yang berbeda ini, ia telah menarik minat para pelaku periklanan. Hal ini mungkin bisa diambil sebagai pengalaman bahwa di dalam masyarakat Indonesia yang plural ini, sangat tidak mustahil ada beberapa audiens yang tidak tersentuh oleh tayangan program yang ditawarkan stasiun televisi yang ada.

Melihat kemungkinan peluang segmentasi pasar yang dimiliki stasiun TV yang memiliki citra Islami di Indonesia, maka tidak mustahil apabila ia memiliki pasarnya tersendiri.. di samping itu, peluang untuk mendirikan stasiun televisi yang memiliki citra islami ini, didukung adanya undang-undang yang memungkinkan keberadaannya.

Menurut pasal 13 UU No. 32/2002 tentang penyiaran hanya dikenal empat jenis jasa/lembaga penyiaran –publik, swasta, komunitas, dan berlangganan—tetapi dalam pasal 5 ayat b pada UU yang sama dikatakan bahwa penyiaran diarahkan untuk menjaga dan

meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa. Ini artinya di tengah adanya “larangan” mendirikan lembaga penyiaran agama masih terdapat peluang untuk mengangkat soal-soal keagamaan dalam penyiaran kita.

Dengan kata lain, TV Islam [an sich] boleh saja tidak diizinkan berdiri namun TV swasta, komunitas, atau berlangganan yang mengemban misi dan memperjuangkan nilai-nilai Islam tetap bisa dibangun. Namanya mungkin tetap nama TV umum tetapi struktur dasar (*deep structure*) dari sistem penyiarannya berdasarkan nilai-nilai dan moralitas Islam. Semua ini ditempuh semata-mata agar bisa dibenarkan secara legal-formal.

Dari segi pendanaan, sebetulnya banyak orang Islam yang mampu mendirikan TV Islam. Karena pada saat ini tidak sedikit orang Islam dan gabungan sejumlah kaum muslimin yang memiliki uang untuk mendirikan TV Islam. Indikasinya adalah beberapa pengusaha muslim yang kini memiliki TV seperti Abdul Latif (La tivi), Aburizal Bakrie (ANTV), Surya Paloh (Metro TV), Grup Bimantara (RCTI, TPI, Global TV). mereka adalah konglomerat muslim yang telah memiliki pengalaman dalam dunia pertelevisian.

Sedangkan dari segi SDM, pendirian TV Islam sudah sangat memungkinkan. Dewasa ini sudah banyak tenaga muslim yang berpengalaman dalam pertelevisian, khususnya dan penyiaran umumnya. Pengalaman mereka bekerja di stasiun-stasiun TV. Di antara mereka sudah ada yang mampu mendesain stasiun, membuat *programming*, produksi, *budgeting*, *airing*, pasca-produksi dan lain-lain aspek teknis penyiaran. Jika mereka memperoleh imbalan yang profesional niscaya bergabung dalam TV Islam.

Catatan Penting dalam Rangka Pendidikan TV Islami

Satu hal yang perlu disadasi bahwa TV adalah sebuah industri yang padat modal, teknologi, dan SDM. Dan hal ini berlaku untuk semua TV bukan hanya pada TV Islam. Untuk mendirikan TV Islam tidak boleh hanya atas dasar semangat. Tetapi perlu dengan pertimbangan (men, money, method, machine, marketing, dan lainnya).

Oleh karena itu, sekali lagi, pendirian TV Islam hendaknya tidak hanya dilandasi oleh semangat; tetapi juga oleh profesionalitas, kreativitas dan kerja keras. Program-program acaranya harus layak tonton dan memuaskan pemirsanya (uses and gratification). Harus ada upaya yang sungguh-sungguh agar TV Islam itu ditonton bukan atas dasar semangat primordialisme, melainkan harus bisa menarik perhatian sebanyak mungkin penonton dari agama mana saja. Hal ini bukan sekadar untuk memperoleh rating dan iklan saja. Akan tetapi agar TV Islam tidak ditinggalkan pemirsanya.

Hal pertama yang penting dilakukan adalah menentukan arah organisasi media. sebagai pelaku dari media. Di mana ia merupakan dilema utama persoalan yang akan dihadapi. Bentuk apapun dari media massa, yaitu bagaimana organisasi media massa dapat menjadi organisasi yang efisien, agar ia dapat menjamin keberlangsungan kegiatan, dengan mematuhi jadwal yang ada, sebagai sesuatu yang rutin, beriringan dengan komitmen individu para pelaku media, yang meliputi para kreator (penggagas), kru dan sebagainya terkait dengan nilai-nilai yang menjadi patokan dasar stasiun televisi Gurevitch et al. 1982, 163).

Apa yang dihasilkan oleh televisi ini selanjutnya, akan diawasi secara ketat oleh beberapa institusi, yang akan memantau pergerakan media televisi ini. Menurut Sullivan institusi ini merupakan struktur organisasi yang dapat mengarahkan dan mengontrol seluruh aktifitas yang ada-terkait dengan prinsip dan nilai yang dianut dan diorganisir dengan baik dalam praktik sosial dan budayanya.

Institusi yang mengontrol ini bisa berupa institusi formal seperti institusi pendidikan juga sistem aturan yang diberlakukan. Stasiun televisi ini akan terikat dengan nilai-nilai yang telah diakui bersama. Di luar institusi ini, ada pula institusi informal yang dapat mempengaruhi seperti keluarga institusi agama atau sekelompok jawatan yang ada.

Semua hal ini akan mengawasi masalah bagaimana pola kerja team yang ada ? apakah ia dapat bekerja bersama dengan baik? dan bagaimana kualitas kerja profesional yang dimiliki ? baik dilihat dari masalah kualitas, profesionalisme, seni, entertainmenya dan dari sisi audiens mereka? serta sejauh mana keterikatan stasiun ini dengan nilai-nilai yang dianut bersama (Branston dan Stafford 2002, 183).

Dari sisi hasil produksi atau program yang ditayangkan oleh stasiun televisi ini atau Agenda yang ditawarkan, bisa menggunakan beberapa teori dalam media dengan kreatifitas dan inovasi para pelakunya dengan memberikan sentuhan seni pada program nya hingga program ini menjadi program yang menarik masyarakat dan perhatian para pemegang iklan walaupun bisa (Devito 1991, 471-500).

Pemanfaatan wahana seni, khususnya dalam media-media seperti sinematografi, televisi, dan radio, merupakan faktor keberhasilan yang

sangat penting. Penggunaan seni dalam upaya inovasi program-program yang kreatif, perlu dilakukan. Hal itu menurut Ayatullah Sayyid Ali Khamenei disebabkan karena suatu pesan akan mencapai sasarannya terhadap para pemirsa, jika pesan itu bersifat tidak langsung dan tidak terasa, dalam arti pemirsa tersebut tidak merasakan adanya suatu paksaan. Dewasa ini berbagai media massa besar dunia, untuk melancarkan berbagai propagandanya, selalu menggunakan cara yang tidak terasa ini. Sebaliknya, media massa yang memiliki komitmen dan tanggung jawab kepada masyarakat tidak banyak menggunakan cara tersebut dalam menyampaikan pesan-pesannya. Mengingat hal ini, beliau juga mengatakan, "Inilah yang dimaksud dengan seni penyampaian pesan, yaitu ketika kita menyampaikan pesan kepada pemirsa dengan penjelasan yang sangat indah dan mengesankan, akan tetapi pemirsa bisa menerima pesan tersebut tanpa merasakannya atau menunjukkan penolakan sedikitpun".

Selain itu untuk menarik perhatian dan antusiasme pemirsa, para pelaku media bisa menggabungkan seni dalam berbagai aspeknya yang terkait dengan seni siaran televisi dengan usah merancang program yang baru, aneh dan tidak biasa, serta relevan (Perspektive.com Februari 2005). Jika diperhatikan, setiap tahun misalnya, stasiun televisi selalu memunculkan program baru yang tidak lain untuk menghindarkan kebosanan dari pemirsa. Begitu juga dengan program-program yang aneh dan tidak biasa, produser program dan stasiun televisi berupaya untuk bereksplorasi dengan berbagai keanehan dan sesuatu yang tidak biasa dalam program yang diproduksinya agar pemirsa tertarik.

Selebihnya ada dua hal penting dan patut diperhatikan yang ada dalam

penayang produksi program pertelevisian. Ini dilakukan dalam upaya persaingan memperebutkan rating tertinggi.

Dua hal itu adalah (Gurevitch et al. 1982, 158):

1. Program berseri yang dibangun oleh team prooduksi, yang dapat menarik perhatian publik. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan audience yang akan menyimak acara dengan baik.
2. Seni dalam menentukan tehnik penjadwalan

Kesimpulan

1. Media televisi saat ini telah berkembang dengan pesat, baik dari sisi program dan pilihan chanel yang ada.
2. Masyarakat saat ini mendapat berbagai kemudahan dalam mengakses program yang ditayangkan stasiun televisi (akses tanpa biaya).
3. Disadari atau tidak, televisi memiliki dampak positif dan negatif. Di antara pengaruh negatif yang ada adalah perannya dalam mensosialisasikan pornografi dan kekerasan begitu pula ia telah berperan dalam menggoyang tata nilai positif yang telah ada.. Dengan demikian perlu diadakan suatu alternatif channel yang memiliki komitmen untuk menyebarkan nilai positif.
4. Ada kekhawatiran tentang rendahnya respon masyarakat dalam memperhatikan tayangan yang sarat nilai, namun hal itu tidak beralasan karena tayangan yang sarat nilai Islam pun sebenarnya memiliki pasarnya tersendiri. Dan audiens akan selalu tertarik dengan tayangan yang memiliki genre religius.

5. Perlu kegigihan para pelaku media dalam usaha mempertahankan keberlanjutan dari televisi yang memiliki citra Islami, dengan selalu berinovasi dengan kreatifitas-kreatifitas baru, dengan selalu menggabungkan unsur seni.

Referensi

- Branston, Gill dan Roy Stafford. 2002. *The Media Student's Book*. Edisi ke-3. London: Routledge.
- Emery, Merrelyn, dan Fred Emery. 1980. "The vacuous vision: The TV medium." *Journal of the University Film Association*: 27-31
- DeVito, Joseph A. 1991. *Human Communication: The Basic Course*. Edisi ke-5. New York: Harper Collins.
- Jeffres, Leo W. 1986. *Mass Media: Prosses and Effects*. Illinois: Waveland Press.
- Gurevitch, Michel et al. 1982. *Culture Society and the Media*. Edisi ke-2. London: Methuen.
- Pannen, Paulina, dan Rahayu Dwi Riyanti. 2004. "Program Televisi Indonesia: Siapa yang Bertanggung Jawab?" *Jurnal Studi Indonesia* vol. 14 (2).
www.Perspektive.com