

**KONSTRUKSI PESAN KOMUNIKASI PADA PROGRAM OPSI
EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH” DI METRO TV**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Adelia Octaviani

1601026134

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2020**

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka naskah skripsi saudara :

Nama : Adelia Octaviani

NIM : 1601026134

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam/ Televisi Dakwah

Judul : Konstruksi Pesan Komunikasi Pada Program Opsi
Episode "Politik Di Balik Dakwah" Di Metro TV

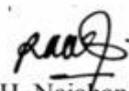
dengan ini kami setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 09 Juli 2020

Pembimbing,



Dr. H. Najahan Musyafak, MA.
NIP. 19701020 199503 1 00

SKRIPSI

**KONSTRUKSI PESAN KOMUNIKASI PADA PROGRAM OPSI
EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH” DI METRO TV**

Disusun Oleh:
Adelia Octaviani
1601026134

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Juli 2020
dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

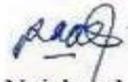
Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I



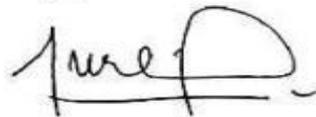
H. M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris/ Penguji II



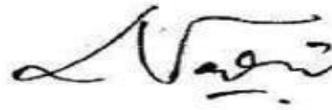
Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Penguji III



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd.
NIP. 19660513 199303 1 002

Penguji IV



Nadiatus Salama, Ph.D.
NIP.19780611 200801 2 016

Mengetahui,
Pembimbing



Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 22 Juli 2020




Dr. H. Ilyas Supendi, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adelia Octaviani
NIM : 1601026134
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah dijadikan untuk memperoleh gelar kerjasama di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 07 Juli 2020



5000
LIMPAH
5000000 RUPIAH

ADELIA OCTAVIANI

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'aalamiin, Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah pada junjungan kita, nabi besar Muhammad SAW, sebagai khatimul anbiya' yang telah menyampaikan risalah untuk membimbing manusia ke jalan yang diridhoi Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu dengan rasa hormat dan kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag., Selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin dalam pembahasan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Najahan Musyafak, M.A. Selaku wali studi dan pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberi bimbingan dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag. Selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah bersedia memberikan semangat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nilnan Ni'mah, M.S.I. Selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah bersedia memberikan semangat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Ayah saya tercinta, dan Mama Yan Vita yang kurang lebih 5 tahun menjadi orangtua tunggal yang hebat, yang selalu berjuang untuk kebahagiaan

anak satu-satunya ini, terima kasih segala doa dan usahanya untuk membesarkan saya.

8. Keluarga besar saya, yangkung yangti, om, tante. Yang dengan sabar menghadapi keponakan seperti saya.
9. Terima kasih kepada Pak Mukhsin Jamil, M. Ag yang telah mendampingi, menjaga, menyemangati dan membantu saya selama ini.
10. Teman seperti saudaraku dari jaman putih abu-abu sampai sekarang Dinni Ika, terima kasih sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah dalam menjalani kehidupan.
11. My gurl Jiar dan Iyunk, terima kasih telah menjadi tempat pelarian saat ambyar. Yang selalu memberikan semangat meskipun pura-pura.
12. Teman susahku selama kita hidup di Jogja. Ricky Aprilie, miss Roro, Aping. Terima kasih untuk selalu ada disaat butuh.
13. Teman-Teman KPI D 2016 tercinta, tersayang, ter uwuu, terimakasih sudah menemani dalam mencari Ilmu di UIN Walisongo Semarang.
14. Sedulur KSK WADAS, mbakyu ku, kang mas dan dulur-dulur teater.
15. Rekan-Rekan Walisongo Tv semua angkatan yang telah menemani saya belajar diindustri penyiaran.
16. Terimakasih seluruh crew di TV One, 45 harinya sangat bermanfaat dan sangat berkesan. Terima kasih telah menerima saya dan teman-teman selama dikantor.
17. Terimakasih TIM PPL Mayor di Boyolali, 10 hari yang tidak akan saya lupakan belajar berdakwah ditengah-tengan masyarakat Simo Boyolali.
18. Terimakasih 45 harinya TIM KKN Posko 48 Tuntang Semarang sangat berkesan dan akan selalu saya rindukan kehangatan kalian.
19. Berbagai pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas semuanya.

Penulis merasa tidak mampu membalas jasa atas bantuan yang sedemikian besar. Penulis hanya dapat berdo'a semoga segala amal baik mereka mendapat imbalan dan Ridlo dari Allah SWT. Akhir kata peneliti berharap semoga segala

bentuk bantuan yang telah diberikan baik materi maupun non materi mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo.

Semarang, 14 Juli 2020

Penulis

Adelia Octaviani
NIM: 1601026134

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

-Diri Saya Sendiri-

“Terima kasih sudah mau berjuang sampai saat ini. Kamu hebat.”

-Orang tuaku tercinta-

“Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, beliau membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku.”

-Teruntuk Orang Tersayang-

“Terkadang saya merasa seperti berada di tempat lain. Saya hanya merasa tidak ada yang bisa memahami saya. Tetapi kemudian saya ingat bahwa saya memiliki kalian. Sejajurnya saya tidak tahu apa yang akan saya lakukan tanpa kalian. Terima kasih telah menjadi manusia terbaik di dunia.”

-Dosen Pembimbing Terfavorit-

Bapak Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.

“Kepada Bapak Najahan selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terimakasih karena sudah beresedia membimbing saya. Terimakasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmu yang selama ini dilimpahkan pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.”

-Sahabat dan seluruh teman di kampus tercinta-

“Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi baaa-biasa saja. Terimakasih untuk support dan luar biasa, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik”

-Teruntuk Almamaterku-

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo

Semarang

MOTTO

“Waktumu terbatas, jangan habiskan dengan mengurus hidup orang lain”

(Steve Jobs)

ABSTRAK

Skripsi berjudul Konstruksi Pesan Komunikasi Program OPSI Episode “Politik Di Balik Dakwah” Di Metro Tv merupakan penelitian yang menjabarkan tentang pesan dan konstruksi pesan pada sebuah tayangan yang memiliki pengaruh sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Pesan dan konstruksi pesan yang disajikan oleh media membentuk cara masyarakat memandang peristiwa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian ini merupakan penelitian metode analisis framing yang dalam analisis datanya merupakan penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu. Dengan kata lain bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi dan dimaknai oleh media.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana bagaimana konstruksi pesan dalam program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv. Metode penelitian skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Data yang dibutuhkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa video tayangan, kemudian catatan tertulis melalui perekaman video/audio tapes. Pencatatan sumber data utama melalui pengamatan dokumentasi, serta data sekunder berupa tambahan data yang berasal dari sumber tertulis seperti buku, majalah ilmiah, sumber dan arsip, dokumen pribadi, atau bahkan dokumen resmi, skripsi, jurnal dan situs-situs yang berhubungan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini yaitu konstruksi pesan dalam tayangan tersebut adalah, *pertama* episode tayangan “Politik di Balik Dakwah” telah mengkerangkai beberapa peristiwa yang dibicarakan sebagai politik di balik dakwah dan politisasi agama. *Kedua*, sumber masalah dari politisasi agama itu adalah praktik dakwah yang tidak sesuai dengan prinsip dakwah yang sesungguhnya. *Ketiga*, tayangan ini telah mendelegitimasi praktik politisasi agama. *Keempat*, upaya yang harus dilakukan sebagai *treatmen* atau rekomendasi dan saran adalah agama harus dikembalikan kepada esesninya, agama jangan ditarik kedalam politik praktis supaya kehidupan keagamaan agama harus betul betul dalam rangka untuk menjaga harkat martabat manusia, berdakwah dilakukan dalam rangka memperkuat ukhuwah bukan memecah belah, selaraskan kehidupan politik dan agama dalam rangka mewujudkan kemaslahatan bersama

Keyword : Pesan, Konstruksi Pesan, Dakwah, Politik, Program Televisi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metode penelitian.....	11
BAB II : KONSTRUKSI PESAN PROGRAM TELEVISI	
A. Pesan	17
1. Jenis-Jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi.....	17
2. Bentuk-Bentuk Pesan	18
B. Konstruksi Pesan.....	19
C. Program Televisi.....	21
D. Politik.....	24
E. Dakwah	26
1. Pengertian Dakwah.....	26
2. Unsur-Unsur Dakwah.....	27

3. Bentuk-Bentuk Dakwah	39
-------------------------------	----

**BAB III : PROGRAM OPSI EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH”
DI METRO TV**

A. Profil Metro Tv	30
1. Sejarah Metro Tv	30
2. Logo PT. Media Televisi Indonesia Metro Tv	32
3. Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv)	34
4. Biro-Biro PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv)	34
5. Struktur Organisasi	35
B. OPSI.....	35
C. Deskripsi Acara OPSI Metro Tv, Episode “Politik di Balik Dakwah”...36	

**BAB IV : ANALISIS TERHADAP KONSTRUKSI PESAN PADA
PROGRAM OPSI EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH”
DI METRO TV**

A. Objek dan Narasumber Tayangan Program OPSI Episode “Politik di Balik Dakwah”.....	52
B. Gagasan Sentral Tayangan Program OPSI Episode “Politik di Balik Dakwah”	53
C. Konstruksi Framing Episode “Politik Di Balik Dakwah”.....	55
D. Konstruksi Pesan Dalam Episode “Politik Di Balik Dakwah”.....	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Rekomendasi	64
C. Penutup.....	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Framing model Gramson& Modagliani	12
Tabel 4.1. Narasumber Tayangan Politkk di Balik Dakwah.....	53
Tabel 4.2. Kerangka Elemen Framing.	56
Tabel 4.3. Analisis Framing.	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Format Program Televisi.....	23
Gambar 3.1. Gedung Metro Tv	32
Gambar 3. 2. Logo Metro Tv	32
Gambar 3.3. Skema Struktur Organisasi Metro Tv.....	35
Gambar 3.4. Program OPSI Metro Tv	36
Gambar 4.1. Skema Input Proses dan Hasil dalam Konstruksi Pesan Poltik di Balik Dakwah	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan landasan kolektif kehidupan masyarakat. Komunikasi terjadi karena adanya proses pengiriman dan penerimaan pesan. Komunikasi yang ideal adalah komunikasi yang memungkinkan terjadinya penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang diterima secara tepat. Pada kenyataannya penyampain pesan semacam itu tidaklah mudah, bahkan seringkali terjadi kesalah pahaman. Tentu saja banyak faktor yang menentukan kesalah pahaman, salah satu diantaranya adalah proses konstruksi pesan yang dilakukan secara kurang tepat. Oleh karena itu konstruksi pesan merupakan proses yang esensial dalam komunikasi terutama melalui media, dimana ada jarak antara pengirim pesan dan masyarakat sebagai penenerima pesan.

Tuchman (dalam Eriyanto, 2012: 04) mengumpamakan berita adalah jendela dunia. Hal itu karena masyarakat dapat mengetahui dunia melalui berita. Dalam konteks tayangan satu konteks peristiwa dapat disajikan secara berbeda oleh media yang berbeda. Angel, penekanan, sumber berita, merupakan bagian dari konstruksi realitas oleh media. Model-model realitas dan framing itu sendiri menjadi realitas yang dipahami audiens/ masyarakat (Yoanita, dkk, 2015).

Konstruksi pesan menentukan persepsi dan pemahaman audiens, bahkan bisa memunculkan sikap dan tindakan tertentu. Seperti kasus pada saat KPK vs Polri. Banyak media yang meliput pada saat kejadian tersebut. Seperti Metro Tv dan TV One, meskipun dua media mengangkat kasus yang sama akan tetapi memunculkan perbedaan berita. Secara keseluruhan, Metro Tv dalam kasus Polri vs KPK membingkai Jokowi sebagai presiden yang berperilaku benar. Sementara TV One membingkai Jokowi tidak memiliki kemampuan untuk bertindak sebagai presiden karena lambat dan bimbang (Yoanita, dkk, 2015).

Oleh karenanya proses komunikasi terjadi karena adanya pesan yang ingin disampaikan komunikator terhadap komunikan. Melalui proses komunikasi inilah terjadi konstruksi pesan, yaitu susunan dan gabungan kalimat atau kelompok kata dan gambar yang mempunyai tujuan untuk membangun suatu makna kepada orang lain (Saleh, 2015).

Pesan dan konstruksi pesan yang disajikan oleh media membentuk cara masyarakat memandang sebuah peristiwa. Cara pandang masyarakat terhadap suatu peristiwa inilah yang menentukan bentuk dan corak suatu tindakan. Pesan dan konstruksi pesan yang positif akan menghasilkan kesan yang positif. Demikian pula pesan dan konstruksi pesan yang negatif akan membentuk kesan yang negatif.

Paradigma konstruksionis, isi media pada hakikatnya hasil konstruksi realitas. Media massa merupakan sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan dan melakukan konstruksi pesan. Karena sifat dan faktanya pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa (Sobur, 2001: 88).

Konstruksi pesan dilakukan dengan berbagai macam metode. Diantara metode atau cara konstruksi pesan yang terkenal adalah *framing*. Dalam *framing* setidaknya ada dua proses utama, yang pertama proses seleksi isu dan kedua, penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu yang telah dipilih. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam maka aspek mana yang diseleksi untuk disampaikan.

Program *OPSI* merupakan acara *talkshow news* di televisi yang membahas terkait isu-isu yang berkembang dimasyarakat dan sedang ramai diperbincangkan. Dimana satu isu permasalahan dibicarakan bersama para narasumber dari berbagai latar belakang yang dihadirkan untuk menanggapi isu tersebut, yang diharapkan menghasilkan suatu pandangan multi perspektif, sehingga menghasilkan konstruksi pesan yang objektif dan seimbang. *OPSI* mulai tayang sejak 2017 setiap hari Senin di Metro Tv live pukul 20.05 WIB.

Episode *OPSI* saat “Politik di Balik Dakwah” menayangkan beberapa kejadian saat Pemilu 2019. Yaitu beredarnya video ustad atau tokoh agama dan ibu-ibu yang sempat viral, yang mengaitkan politik dengan keagamaan atau saat berdakwah. Terlebih apa yang disampaikan mengandung penghinaan kepada salah satu pasangan.

Oleh karenanya episode tersebut menarik peneliti untuk mengkajinya karena terkait dengan beberapa hal. Pertama, dari sudut isu saat episode “Politik di Balik Dakwah” mengangkat tema krusial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, yaitu isu yang berhubungan antara dakwah (agama) dan politik. Oleh karenanya episode ini dipastikan menyentuh isu sensitif sekaligus mendasar. Kedua, dilihat dari konteks penayangan. Episode tersebut tayang ditengah proses kontestasi Pemilu 2019. Oleh karenanya tayangan ini juga menjadi batu ujian mengenai sejauh mana media mampu mempertahankan independensi, disatu sisi mengakomodasikan kebijakan penyiaran ditengah kontestasi politik yang sangat keras pada Pemilu 2019. Ketiga, episode “Politik di Balik Dakwah” menjadi salah satu contoh bagi media (televisi) untuk menjaga objektivitas ketika bersinggungan dengan politik dan keagamaan yang dapat berpengaruh terhadap keseimbangan. Terutama ketika tayangan tersebut terkait dengan isu-isu sensitif dan menyentuh *human interest* yang luas seperti politik dan agama pada saat Pemilu 2019.

Ada beberapa kemungkinan hasil dari hubungan timbal balik tersebut. Pertama, Politik memperoleh justifikasi agama karena kesesuaian antara praktik politik dengan norma agama. Kedua, agama memperoleh dukungan politik sebagai imbalan atas justifikasi politik yang diberikannya. Ketiga, agama dimanipulasi untuk kepentingan politik yang bersifat instrumental sementara substansi dan pesan agama terabaikan.

Problematika mendasar dari kenyataan diatas yaitu mengenai bagaimana hubungan antara pesan politik dan pesan agama yang ditayangkan. Karena tayangan tersebut mengandung isu yang sensitif, sering kali masyarakat kita terbawa perasaan dan tanpa berpikir panjang.

Sehingga pesan yang didapatkan tidak sepenuhnya sesuai dengan maksud sebenarnya. Oleh karenanya penulis memilih konstruksi pesan dalam tayangan *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”.

Politik merupakan isu yang sangat menarik sebagian besar masyarakat. Politik bersentuhan dengan *human interest* yang sangat penting dan mendasar, yaitu mengenai bagaimana kekuasaan dan relasi antar manusia diatur secara sah. Meskipun sedemikian menarik, politik dalam praktiknya membutuhkan berbagai instrument legitimasi (pengesahan). Instrument yang sering digunakan dalam rangka memperoleh legitimasi dan politik adalah agama.

Pada konteks ini maka komunikasi politik dengan menggunakan bahasa dan simbol agama merupakan praktik yang lazim pada setiap perhelatan politik. Komunikasi politik menggunakan simbol dan bahasa agama juga menjadi produk tayangan media, baik televisi maupun cetak dan media sosial.

Negara dipandang sebagai alat dakwah yang paling strategis. Dakwah politik sesungguhnya adalah aktivisme Islam yang berusaha mewujudkan bangsa dan negara yang berdasarkan atas ajaran Islam, para pelaku politik menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman, serta penegakan ajaran Islam menjadi tanggung jawab negara dan pemerintah. Dalam perspektif dakwah politik, negara adalah instrument yang paling penting dalam aktivitas mewujudkan negara berdasarkan ajaran Islam (Wahidin, 2011: 3). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS An Nisa ayat 58-59:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨
يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ ۗ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat

(58). Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya (59)” (Kementrian Agama RI, 4: 58-59).

Sebagaimana firman Allah SWT dalam ayat diatas, Allah SWT menganugerahkan kepada manusia sebagian kekuasaan itu. Di antara mereka ada yang berhasil melaksanakan tugasnya dengan baik karena mengikuti prinsip-prinsip kekuasaan dan ada pula yang gagal. Dalam konsepsi Islam, manusia memikul amanah (amanah ibadah dan amanah risalah). Amanah ini boleh jadi sebagai konsekuensi dari deklarasi universal yang pernah dinyatakan manusia dihadapan Allah dan sekaligus menjadi tantangan terhadap sifat manusia dan harus dibuktikan melalui keberhasilannya di dalam menunaikan amanah yang telah disanggupinya itu.

Pemakaian ayat, dalil, atau ungkapan yang dinisbatkan pada agama sebenarnya identik dengan kemunculan kyai, ustad atau tokoh lain yang merepresentasikan agama di panggung politik. Kyai, ustad atau tokoh agama menunjukkan sebuah gelar terhormat didalam masyarakat, karena dianggap memiliki tingkat pendidikan dan pengetahuan agama yang tinggi (Prawoto, 2018: 93). Kemunculan simbol-simbol tadi telah mengandung pesan, lebih dari makna yang terkandung dalam substansi yang sebenarnya.

Konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi sentral dalam politik. Rancangan kebijakan harus disebarluaskan agar rakyat mengetahui dan ikut mendiskusikannya dalam berbagai bentuk forum diskusi publik. Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk suatu kepentingan. Hal tersebut dikarenakan sifat media massa yang dapat mengangkut pesan-pesan (informasi dan citra) secara

massif dan menjangkau khalayak atau publik yang jauh, beragam, dan terpecah luas (Pawita, 2009: 91).

Media massa (televisi) lebih bersemangat menyelenggarakan acara *talkshow* ketika terjadi peristiwa besar dan penting atau dimasyarakat sedang berkembang persoalan yang kontroversial. Media massa berusaha membantu masyarakat memperoleh informasi yang lebih komprehensif dan sekaligus menawarkan referensi-referensi pandangan atau sikap-sikap sebagaimana dikemukakan oleh narasumber (Pawita, 2009: 116).

Konteks situasi politik dan pentingnya keberadaan media (televisi), maka program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” merupakan salah satu objek penelitian komunikasi yang penting. Episode “Politik di Balik Dakwah” bisa dijadikan sebagai objek kajian untuk mengetahui konstruksi pesan suatu media televisi dalam menayangkan isu sensitif yang berhubungan dengan agama dan politik ditengah kontestasi Pemilu yang menjadikan agama sebagai salah satu kerangka pertarungannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis memandang perlu dilakukan penelitian mengenai konstruksi pesan program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”. Melalui penelitian ini bisa diketahui bagaimana relasi antara politik dan keagamaan dalam program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”. Singkatnya melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui konstruksi pesan yang telah disampaikan pada program tayangan *OPSI* episode “Politik di balik Dakwah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimanakah konstruksi pesan dalam program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian adalah untuk menjawab dari apa yang telah di rumuskan pada rumusan masalah. Yaitu untuk mengetahui konstruksi pesan yang ada dalam program *OPSI* episode

“Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui konstruksi pesan program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv.

Adapun manfaat secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan riset komunikasi khususnya penyiaran di bidang media televisi terkait mengonstruksi makna dari suatu peristiwa dan membungkainya, serta menambah rujukan perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan juga bisa bermanfaat sebagai salah satu dasar pengambilan kebijakan bagi Metro Tv dan media lainnya dalam mengembangkan acara.

Dengan terlaksananya penelitian ini diharapkan akademisi dan masyarakat yang membacanya memahami betul realitas yang dibangun oleh media massa. Mengingat banyak masyarakat yang terkadang terbawa dan menelan mentah-mentah berita yang disampaikan tanpa menyaringnya terlebih dahulu.

D. Tinjauan Pustaka

Berbagai studi tentang konstruksi pesan suatu media telah banyak dilakukan. Ada berbagai model studi mengenai konstruski pesan seperti model perbandingan, studi atau penelitian yang peneliti lakukan dengan membandingkan dua media atau hanya meneliti isi konten tersebut. Ada pula beberapa yang hanya meneliti dari isi konten sebuah media televisi lalu diambil manfaatnya yang didapat oleh para penontonnya. Adapula yang mengidentifikasi tentang kepuasan dari penonton terhadap media televisi tersebut, dan adapula yang memframing guna mengonstruksi.

Dari beberapa penelitian yang dijadikan telaah pustaka dalam penelitian ini diantaranya:

Pertama, penelitian Himmah (2016) dengan judul: “Metode Dakwah Mujadalah FPI dalam Program Acara ILC TV ONE, Episode “FPI Menyerang, Ahok Melawan””. Hasil penelitian yaitu, penulis tidak menemukan penerapan metode dakwah *mujadalah* FPI pada segmen 2, 3, dan 8. Argumentasi dan cara FPI berdebat sebagian besar sudah sesuai dengan metode *mujadalah hiya ahsan*, sehingga disimpulkan bahwa FPI telah menerapkan metode *mujadalah hiya ahsan*. Penulis menemukan satu pernyataan FPI yang disampaikan oleh Ja’far Shidiq pada segmen ketiga tidak sesuai dengan prinsip *qawlan layyinan*, sehingga satu argument tersebut dapat penulis kategorikan sebagai *mujadalah* yang buruk.

Perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan ini dengan penelitian tersebut terletak pada objek penelitian. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana FPI menerapkan metode dakwah *mujadalah* pada saat acara tersebut. Penelitian tersebut meneleti tentang penerapan metode berdakwah, sedangkan dalam penelitian ini objek yang dijadikan penelitian ini yaitu program *OPSI* saat episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv dan lebih kepada mengonstruksi pesan. Meskipun demikian, adapula persamaan dalam penelitian yaitu sama-sama menjadikan salah satu program tayangan televisi sebagai objek penelitian.

Kedua, penelitian Kusriyono (2015) dengan judul: “Konstruksi Berita Pemilihan Umum Presiden Tahun 2014 di Majalah Tempo”. Hasil penelitian yaitu, majalah Tempo mengonstruksi berita-berita Pilpres 2014 dengan banyak mengulas dua tema besar. Menurut penulis kecenderungan majalah Tempo memihak kubu Jokowi, terbukti dari berita-beritanya cenderung mengeksplorasi sisi baik dari kubu Jokowi, sisi positif paling kentara mengukuhkannya menjadi pemenang Pilpres 2014 meski belum ada pengumuman yang sah dari Komisaris Pemilihan Umum. Dari perspektif jurnalistik Islam, Tempo berusaha memahami pembaca untuk mengedepankan tabayyun serta memeriksa dalam menerima informasi, serta mendorong umat untuk *amar ma’ruf nahi munkar*.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas terkait konstruksi, dan menggunakan pendekatan *framing*. Akan tetapi pada penelitian tersebut lebih membahas bagaimana majalah Tempo mengonstruksi berita-berita dan untuk mengetahui kecenderungan majalah Tempo dalam memberitakan Pilpres dan tinjauan dari prespektif Islami. Sedangkan penelitian ini penulis memilih program *OPSI* di Metro Tv.

Ketiga, penelitian Hafifah (2016) dengan judul: “Konstruksi Media Televisi tentang Kekerasan Terhadap Anak (Analisis Framing pada Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti menemukan 23 pernyataan dari narasumber yang kemudian dapat ditarik sebagai benang merah dari isu kekerasan terhadap anak yang terjadi. Pada tayangan pertama peneliti menemukan ide sentralnya adalah mengungkap kekerasan yang terjadi pada Angeline. Sedangkan dalam tayangan kedua memiliki ide sentral tindakan preventif dan represif dari kasus-kasus kejahatan seksual terhadap anak. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tayangan ini mengemas isu tentang kekerasan terhadap anak tengah berada dalam kondisi yang krisis. Akan tetapi belum menjadi prioritas baik dalam tindakan pencegahan maupun penyelesaian.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu membahas kostruksi dan menggunakan pendekatan *framing* dalam penelitian. Perbedaan terletak pada objek penelitiannya. Penelitian tersebut membahas tentang kekerasan terhadap anak, sedangkan penelitian ini kepada politik dan dakwah. Perbedaan yang jelas juga terletak pada *station* yang dipilih.

Keempat, penelitian Istikhma (2016) dengan judul: “Konstruksi Berita Pemblokiran Situs Islam di Media Online (Analisis Framing di Republika Online dan Kompas.com)”. Hasil penelitian ini yaitu untuk mengetahui konstruksi berita pemblokiran situs Islam di Media *Online* melalui analisis *framing* berita di Republika *Online* dan Kompas.com

periode 30 Maret-7 April 2015. Berdasarkan analisis data dari penelitian ini, kedua media *online* tersebut memframing dengan perbedaan sudut pandang. *Republika Online* kontra dengan pemerintah. Sedangkan *Kompas.com* mendukung pemerintah terhadap pemblokiran situs Islam.

Persamaan penelitian penulis dan penelitian tersebut yaitu membahas terkait konstruksi dan menggunakan teknik analisis *framing* yang dicetuskan oleh Robert Endman. Perbedaan terletak pada objek penelitian, penelitian tersebut pada media online dan membandingkan 2 situs berita online, sedangkan pada penelitian ini hanya memilih 1 episode program *OPSI* di Metro Tv.

Kelima, Anan (2015) dengan judul: “Konstruksi Pesan Dakwah dalam Film *Cinta Suci Zahrana*”. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat konstruksi pesan dakwah Islam dalam film *Cinta Suci Zahrana* yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Adapun yang meliputi aspek sehari-hari diantaranya: memiliki sikap sabar dan pasrah apa yang telah ditentukan dan digariskan oleh Allah SWT akan jodoh, tentunya tidak lepas dari (*ikhthiar*) berusaha terlebih dahulu, karena jodoh suatu hal yang dirahasiakan oleh Allah SWT.

Yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada konten tayangan, Anan memilih film *Cinta Suci Zahrana* untuk diteliti. Penelitian lebih kepada pesan dakwah dalam film tersebut. Sedangkan perbedaan penelitian ini mulai dari segi konteks peristiwa yang ditayangkan, dan juga pendekatan yang digunakan. Persamaannya yaitu sama-sama membahas konstruksi pesan.

Tinjauan pustaka diatas, terdapat beberapa keterkaitan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, diantaranya sama-sama menganalisis makna atau pesan, menggunakan jenis dan pendekatan yang sama. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek dan konteks penelitiannya adalah program tayangan *OPSI* di Metro Tv dengan fokus penelitian menganalisis wacana dan mengonstruksi pesan yang terdapat dalam tayangan *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Objek penelitian ini adalah tayangan yang berupa *talkshow news*, yaitu program *OPSI* di Metro Tv episode “Politik di Balik Dakwah”. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi pesan yang dihasilkan dari tayangan tersebut.

berdasarkan objek dan tujuan peneliti diatas maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sendiri yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2006: 4-5).

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistic dan rumit. Fungsi dan pemanfaatannya sendiri antara lain yaitu untuk keperluan seperti memahami isu-isu yang sensitif dan keperluan evaluasi (Moleong, 2006: 7).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis *framing*. Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu. Dengan kata lain bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi dan dimaknai oleh media (Rachmat, 2006: 255).

Model *framing* dalam penelitian ini menggunakan adaptasi dari William Gamson & Andre Modigliani. Dalam model analisis *framing* William Gamson dan Andre Modigliani. Model ini menganggap frame sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Adapun tahapan-tahapan yang digunakan dalam teknik analisis *framing*:

Tabel 1.1 Framing model Gramson& Modagliani (Rachmat, 2006:260)

<p>Frame (MediaPackage) Seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu. Frame ini akan didukung oleh perangkat wacana lain, seperti kalimat, kata, dan sebagainya. Secara umum, perangkat ide sentral ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu <i>framing device</i> dan <i>reasoning device</i>.</p>	
<p>Framing Device (Perangkat Framing): Berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat ini antara lain: pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora tertentu.</p>	<p>Reasoning Devices (perangkat penalaran): Berhubungan dengan koherensi dan koherensi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu. Artinya ada dasar pembenaran dan penalaran yang disampaikan media atau seseorang tampak benar, alamiah, dan wajar.</p>
<p>Methapors Perumpamaan atau pengandaian</p>	<p>Roots Analisis kausal atau sebab akibat.</p>
<p>Catchphrases Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.</p>	<p>Appeals to principle Premis dasar, klaim-klaim moral.</p>
<p>Exemplaar Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p>	<p>Consequences Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.</p>
<p>Depiction Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. <i>Depiction</i> ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.</p> <p>Visual Images Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, atau grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p>	

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan konsepsi peneliti atas variabel-variabel atau aspek utama tema penelitian, yang disusun atau dibuat berdasarkan teori-teori yang telah ditetapkan (Tim Penyusun Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2015:15).

Pesan adalah kata-kata baik tulisan, gesture atau lisan yang disampaikan komunikator terhadap komunikan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Pesan merupakan unsur penting dalam proses komunikasi. Oleh karenanya pesan harus diproduksi dengan baik agar komunikan memahami isi pesan yang disampaikan. Proses komunikasi terjadi karena adanya pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain.

Konstruksi pesan pada hakikatnya merupakan aktifitas membangun sebuah paham, makna atau konsep dari sebuah pesan. Konstruksi pesan dapat dilakukan menggunakan framing dimana memiliki 2 proses utama yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu. Konstruksi pesan dalam penelitian ini merupakan hasil dari tayangan, bagaimana media televisi memilih suatu peristiwa untuk ditayangkan. Sehingga menghasilkan paham atau makna pesan dari yang dihasilkan kepada masyarakat. Pesan dan konstruksi pesan memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu peristiwa.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membahas konstruksi pesan yang ada pada program *OPSI* saat episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Sumber data primer atau sumber data utama dari penelitian ini yaitu berupa video tayangan, kemudian catatan tertulis melalui

perekaman video/audio tapes. Pencatatan sumber data utama melalui pengamatan dokumentasi. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah video dari program acara *OPSI* di Metro Tv yang diunduh melalui akun *metrotvnews* di Youtube.

- b) Sumber data sekunder yaitu tambahan data yang berasal dari sumber tertulis seperti buku, majalah ilmiah, sumber dan arsip, dokumen pribadi, atau bahkan dokumen resmi, skripsi, jurnal dan situs-situs yang berhubungan dengan penelitian yaitu konstruksi pesan, komunikasi, politik dan dakwah (Moleong, 2006: 159).

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif dikenal ada beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan, beberapa metode tersebut antara lain: observasi, dokumentasi, wawancara, dan focus group discussion (Herdiansyah, 2012: 116).

Disini penulis menggunakan dokumentasi, dimana dalam teknik dokumentasi berbentuk video dan peneliti melakukan pengamatan terhadap video program acara *OPSI* saat episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv. Kemudian peneliti mencatat data yang ada dari video tersebut.

Selain itu penulis juga mengumpulkan data tambahan berupa bahan-bahan tertulis berupa jurnal, penelitian terdahulu dan buku.

5. Analisis data

Maleong (2000:103) mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Rachmat, 2006: 167). Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan

teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori (Sugiyono, 2015: 245). Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok. Oleh karena itu selama penelitian ini berlangsung, pencatatan segala hal yang dianggap penting dan sesuai dengan konstruksi pesan. Pada proses ini, penelitian dilakukan secara melihat kondisi dan segala hal yang berkaitan dengan konstruksi pesan pada saat episode “Politik di Balik Dakwah”.

b) Penyajian Data

Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya atau dengan teks yang bersifat naratif deskriptif yang berkaitan dengan konstruksi pesan pada saat episode “Politik di Balik Dakwah”.

c) Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis peroleh melalui penelitian ini (Miles, 1992: 16).

6. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan ditulis dengan sejumlah bab yang merupakan satu kesatuan sistem hasil penelitian. Adapun rencana sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, membahas latar belakang masalah terkait penelitian yaitu program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” di Metro Tv. Bab ini didahului dengan pencarian *gap* (celah) yang menjadi alasan mengenai pentingnya penelitian ini dilakukan. Setelah ditemukan *gap* (celah) yang menjadi latar belakang penelitian maka

dirumuskan pula masalah penelitian yang menjadi fokus dalam penelitian. Tujuan dan manfaat penelitian juga akan disajikan dalam bab ini, selain itu juga dibahas metode dan pendekatan yang digunakan.

Bab II Konstruksi Pesan Program Televisi, dalam bab akan diperjelas tentang pengertian pesan, konstruksi pesan, program televisi, politik, dakwah. Kerangka teori dibahas untuk memperjelas arah penelitian.

Bab III Program OPSI Episode “Politik Di Balik Dakwah” Di Metro Tv. Gambaran secara umum mengenai objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini akan disajikan mengenai program tayangan *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” ditelevisi yang meliputi: Profil Metro Tv, Program *OPSI* dan tayanga saat episode “Politik di Balik Dakwah”.

Bab IV Analisis Terhadap Konstruksi Pesan Pada Program *OPSI* Epsisode “Politik Di Balik Dakwah” Di Metro Tv, dalam bab ini berisi hasil penelitian atas objek yang dikaji dalam penelitian. Dalam bab ini dipaparkan hasil *framing* serta pola-pola dan makna yang disajikan.

Bab V Penutup, bab ini merupakan hasil kesimpulan penelitian dan rekomendasi. Oleh karenanya bab ini berupa jawaban atas rumusan masalah.

BAB II

Konstruksi Pesan Program Televisi

A. Pesan

Pesan dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah berupa perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses 16 Juli 2020). Pesan adalah suatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi (Tasmara, 1987: 07). Pesan dimaksudkan agar terjadi kesamaan maksud antara komunikator dan komunikan.

Dalam komunikasi, pesan merupakan salah satu unsur sangat penting. Proses komunikasi terjadi dikarenakan adanya pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Pesan tersebut dapat tertulis maupun lisan, yang didalamnya terdapat simbol-simbol yang bermakna yang telah disepakati antara pelaku komunikasi. Message merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator (Effendi, 2002: 18).

Pesan adalah semua bentuk komunikasi baik verbal maupun non-verbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi lisan, sedangkan non-verbal adalah komunikasi dengan simbol, isyarat, sentuhan perasaan dan penciuman (Pratikno, 1987: 42).

1. Jenis-jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi

Membicarakan pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bisa lepas dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkai simbol dan kode. Simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat (Cangara, 2004: 95).

Sebagai makhluk sosial dan makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu maupun yang bersifat alami. Secara

umum, jenis symbol dan kode pesan terbagi menjadi dua, yakni (Cangara, 2004: 95).

a) Pesan verbal

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan suatu bangsa, meski kita belum pernah berkunjung ke negaranya.

b) Pesan Non-Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakai pesan non-verbal. Pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul. Pesan non-verbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*) (Cangara, 2004: 99).

2. Bentuk Bentuk Pesan

Menurut A. W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab (Widjaja, 1988: 61) terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

- a) Informatif. Untuk memberikan keterangan fakta dan data, kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

- b) **Persuasif.** Berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.
- c) **Koersif.** Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target (Widjaja, 1988: 61).

B. Konstruksi Pesan

Dari Kamus Ilmiah Populer, konstruksi mempunyai arti konsepsi, bentuk susunan, rancangan, menyusun, membangun, melukis dan memasang (Pius, 1994: 365). Pengertian konstruksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diartikan sebagai susunan (model, tata letak) suatu bangunan atau susunan dan hubungan kata dalam kalimat atau kelompok kata (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 590). Sedangkan menurut Kamus Komunikasi, definisi konstruksi adalah suatu konsep, yakni abstraksi sebagai generalisasi dari hal-hal yang khusus, yang dapat diamati dan diukur (Effendi, 1989: 264). Adapun beberapa pengertian mengenai konstruksi antara lain:

1. Teori konstruksi Penman menguraikan empat kekuatan komunikasi, jika dilihat dari konstruksionis, pertama komunikasi itu bersifat konstitutif artinya komunikasi itu sendiri yang menciptakan dunia kita. Kedua, komunikasi itu bersifat kontekstual artinya komunikasi dipahami dalam batasan waktu dan tempat tertentu. Ketiga, komunikasi bersifat beragam artinya komunikasi itu dalam bentuk berbeda. Keempat, komunikasi itu bersifat tidak lengkap artinya komunikasi itu berada dalam proses oleh karenanya selalu berjalan dan berubah (Zen, 2004:51-52).

2. Burhan Bungin (2008:15) menyimpulkan konstruksi merupakan aktifitas sosial yang bertujuan untuk membangun suatu makna kepada orang lain atas pesan yang disampaikan. Disini tidak ada realitas sosial dilihat dari konstruksi sosial, dimana realitas sosial bersifat relatif. Dalam penjelasan ontologi realitas sosial yang dikonstruksi itu berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.
3. Sedangkan menurut Tran Vui mengenai konstruktivisme adalah suatu filsafat belajar yang dibangun atas anggapan bahwa dengan memfreksikan pengalaman pengalaman sendiri. Sedangkan teori konstruktivisme adalah sebuah teori yang memberikan kebebasan terhadap manusia yang ingin belajar atau mencari kebutuhannya dengan kemampuan untuk menemukan keinginan atau kebutuhannya tersebut dengan bantuan fasilitas orang lain. Kesimpulannya bahwa teori ini memberikan keaktifan pada manusia untuk belajar menemukan sendiri kompetensi, pengetahuan atau teknologi, dan hal lain yang diperlukan guna membangun dirinya sendiri.

Konstruksi dilakukan dengan berbagai macam metode. Diantara metode atau cara konstruksi yang terkenal adalah *framing*. Dalam *framing* setidaknya ada dua proses utama, yang pertama proses seleksi isu dan kedua, penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu yang telah dipilih. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam, maka aspek mana yang diseleksi untuk disampaikan.

Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus. Dengan kata lain bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi dan dimaknai oleh media (Rachmat, 2006: 255).

Paradigma konstruksionis sering disebut sebagai paradigma produksi dan penukaran makna. Yang menjadi titik perhatian bukan bagaimana seseorang mengirimkan pesan, tetapi bagaimana masing-masing pihak dalam proses komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna. Dalam pandangan konstruksionis pesan adalah konstruksi, melalui interaksi dengan penerima. Pesan disini bukan apa yang dikirimkan, melainkan apa yang dikonstruksi, dan apa yang dibaca (Eriyanto, 2002: 50).

C. Program Televisi

Setiap televisi pasti mempunyai program acara. Kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan demikian pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiens (Morissan, 2008: 209).

Programming atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program televisi atau radio dalam periode harian, mingguan, atau dalam periode satu bulanan. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarkan (*to be aired*) (Hidajanto, 2011: 135)

Program siaran televisi di Indonesia pada umumnya diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Stasiun televisi bisa memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya.

Menurut Naratama (Mabruri, 2013: 29) program atau format acara televisi dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Drama

Drama merupakan sebuah sandiwara yang menggabungkan fiksi dengan para pembuatnya. Didalamnya berisikan tentang kehidupan, petualangan yang kemudian diperankan oleh para tokoh dengan sejumlah adegan. Lalu diproduksi dan diciptakan untuk ditayangkan. Contohnya adalah tragedi, komedi, horror, dan acara sinetron.

2. Non drama

Suatu karya tentang dunia nyata atau kehidupan sehari-hari yang kemudian diproduksi semenarik mungkin. Jenis programnya seperti talk show, game show, music magazine show dan variety show (Mabruri, 2013: 29).

3. Berita

Pemberitaan atau news dicari dari sebuah peristiwa kemudian diliput dan disuplai untuk dikemas menjadi suatu program acara pemberitaan berupa fakta yang akurat, tajam dan terpercaya. Pemberitaan meliputi politik, ekonomi, dan sosial yang dapat membuka jendela pengetahuan masyarakat luas (Mabruri, 2013: 12).

Menurut Dedy Iskandar Muda (Muda, 2003: 9) pada umumnya isi program siaran televisi meliputi:

1. *News Reporting (laporan berita)*
2. *Talk Show*
3. *Call-In-Show*
4. *Dokumenter*
5. *Magazine/ Tabloid*
6. *Rural Program*
7. *Advertising*
8. *Education/ Instructional*
9. *Art dan Culture*
10. *Music*
11. *Soap Operas/ Sinetron/ Drama*

12. TV Movies

13. Game Show/ Kuis

14. Comedy/ Situation Comedy

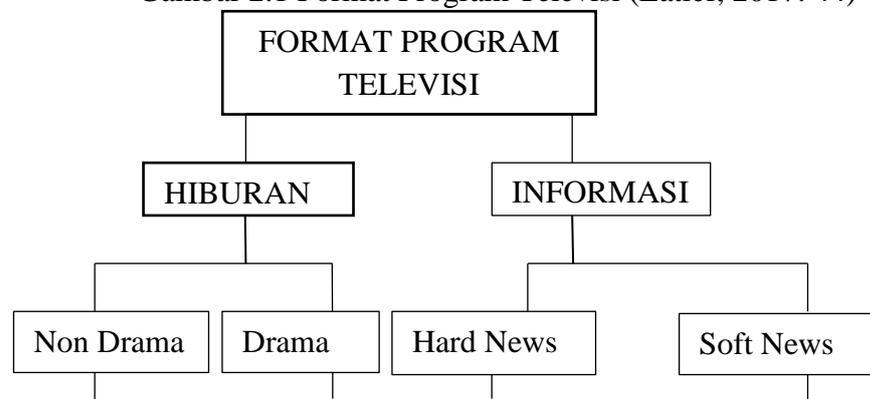
Berbagai jenis program siaran tersebut bukanlah sesuatu yang mutlak harus ada semuanya. Acara-acara tersebut sangat bergantung pada kepentingan masing-masing stasiun penyiaran televisi yang bersangkutan (Muda, 2003: 9).

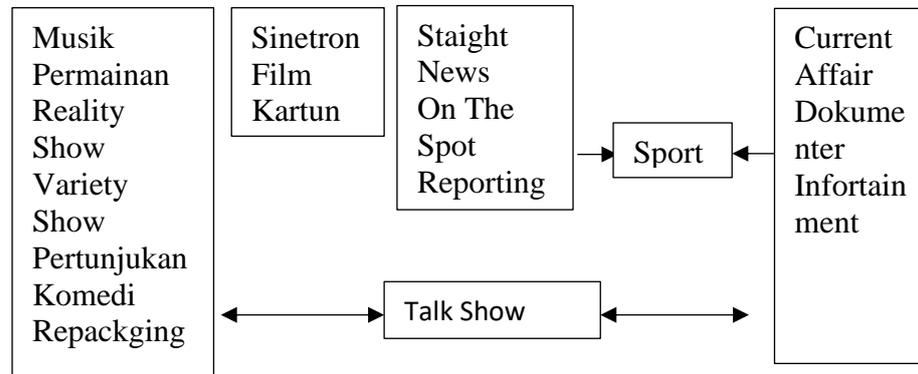
Tujuan suatu program siaran secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai.

Ada perbedaan tujuan penayangan program pada stasiun televisi swasta dan televisi publik. Stasiun televisi publik tidak hanya program yang disukai penonton saja yang ditayangkan, tetapi program yang tidak disukai pun harus ditayangkan, artinya program yang ditayangkan bertujuan memberikan ruang kepada masyarakat untuk berekspresi dan berkreasi. Selain itu televisi publik tidak berorientasi mencari keuntungan, tetapi lebih pada melayani masyarakat dan sebagai media untuk menginformasikan keberhasilan pembangunan dan menjaga keutuhan berbangsa dan bernegara.

Skema

Gambar 2.1 Format Program Televisi (Latief, 2017: 44)





D. Politik

Dilihat dari segi etimologi, kata politik berasal dari bahasa Yunani, yakni *polis* yang berarti kota yang berstatus negara kota (*city state*) (Imam, 2009: 02). Easton (1953) mendefinisikan politik sebagai kewenangan dalam mengalokasikan nilai-nilai. Adapun Catlin (1963) mengartikan kekuasaan dan pemegang kekuasaan. Horald Lasswell (1958) yang terkenal dengan paradigma komunikasi, mengartikan politik sebagai “siapa memperoleh apa, bilamana dan bagaimana” (Henry, 2012: 17).

Ilmuwan politik Mark Roelofs menyatakan “*politic is talk*” atau lebih tepatnya kegiatan politik adalah berbicara, tetapi politik tidak sekedar pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik, tetapi hakikat pengalaman politik dan kondisi dasarnya ialah aktivitas komunikasi antar manusia. Dengan komunikasi proses politik dapat berjalan, sehingga tidaklah heran jika Almond dan Coleman (1960) menempatkan fungsi komunikasi politik dalam sistem politik begitu penting.

Pada umumnya dapat dikatakan bahwa politik adalah bermacam kegiatan dalam suatu sistem politik (atau negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu.

Dalam Bahasa Indonesia kata politik mempunyai beberapa pengertian, yaitu (Depertemen P dan K, 1995: 694):

1. Ilmu pengetahuan mengenai ketatanegaraan atau kenegaraan.
2. Segala urusan dan tindakan (kebijakan, siasat, dan sebagainya) mengenai pemerintahan negara atau terhadap negara lain.
3. Kebijakan, cara bertindak (dalam menghadapi atau menangani suatu masalah).

Dari sekian banyak definisi tentang politik, menurut pandangan Jeje Abdul Rojak, paling tidak ditemukan dua kecenderungan pendefinisian, yaitu pandangan mengaitkan politik dengan negara, dan pandangan mengaitkan politik dengan masalah kekuasaan, otoritas, dan atau dengan konflik (Jeje, 1999: 40).

Pembicaraan politik merupakan kegiatan simbolik yang dihubungkan dengan lambang, bahasa, dan opini publik. Ketiga faktor tersebut selalu melekat pada pesan-pesan politik yang disebarkan oleh komunikator politik kepada masyarakat dalam upaya mencapai tujuan politik (Eko, 2014: 20).

Bagaimana seandainya dalam politik menggunakan dakwah sebagai gerakan. Tentunya akan mempengaruhi kinerja politik (sistem politik) yang sedang dijalankan. Dakwah dan politik adalah dunia yang kadang menampilkan wajah dan perspektif yang berbeda. Politik adalah dunia yang berhubungan erat dengan kekuasaan dan persoalan mengelola negara, oleh karena itu politik cenderung menghalalkan segala cara untuk memperoleh tujuan politiknya.

Berbeda dengan politik yang duniwi, dakwah lebih bersifat sakral. Dakwah lebih menjadi media yang mensosialisasikan ajaran-ajaran dan ide yang berkembang dalam Islam. Hukum dakwah kaitannya dengan politik dapat dikategorikan kedalam hukum dakwah yang bersifat kifayah sebab tidak semua orang memiliki kemampuan dalam bidang politik.

Dapat diartikan bahwa dakwah politik adalah gerakan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan kekuasaan (pemerintah). Aktivis dakwah bergerak mendakwahkan ajaran Islam supaya Islam dapat

dijadikan ideologi negara, atau paling tidak setiap kebijakan pemerintah atau negara selalu diwarnai dengan nilai-nilai ajaran Islam sehingga ajaran Islam melandasi kehidupan politik bangsa. Dakwah politik sesungguhnya adalah aktivisme Islam yang berusaha mewujudkan bangsa dan negara yang berdasarkan atas ajaran Islam, para pelaku politik menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman, serta penegakan ajaran Islam menjadi tanggung jawab negara dan pemerintah (Wahidin, 2011: 3-4).

Dalam dakwah politik tentu terjadi sebuah komunikasi, dapat dikatakan sebagai komunikasi politik. Komunikasi politik sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implementasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Komunikasi yang membicarakan tentang politik terkadang diklaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik, dan sering dikaitkan sebagai komunikasi kampanye pemilu karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat antar kandidat dan penggunaan media massa sebagai alat kampanye (Cangara, 2009: 16).

E. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dilihat dari segi bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab da'wah merupakan bentuk kata kerja dari da'a, yad'u, da'watan yang berarti menyeru, memanggil, mengajak (Muhammad, 1973: 126).

Sedangkan secara istilah dakwah dapat didefinisikan sebagai setiap kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak, dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai garis aqidah, yaitu dengan syariat dan akhlak islamiyah (Muhammad, 2002: 2).

Menurut Shihab (Shihab, 1995: 31) bahwa dakwah adalah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik atau sempurna, baik terhadap

pribadi ataupun masyarakat. Seperti dalam firman Allah SWT Q. S Ali Imran ayat 104:

وَأَلْبَسُواكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةً يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ۝ ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru pada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Kementerian Agama RI, 3: 104).

Dakwah adalah segala usaha yang dilakukan orang muslim atau lebih untuk merangsang orang lain agar memahami, meyakini dan kemudian menghayati ajaran Islam sebagai pedoman hidup dalam kehidupan (Abu, 1985: 12).

Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah mengadakan suatu perubahan dan pembenahan baik yang bersifat individu maupun sosial sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah sendiri dapat disampaikan secara lisan, tulisan dan juga dengan tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam upaya mempengaruhi orang lain agar timbulnya keinsyafan dalam individu dengan menghayati dan mengamalkan ajaran agamanya dalam keseharian.

Tujuan dilaksanakan dakwah adalah untuk mengajak manusia kejalan Tuhan yang benar, yaitu Islam. Dakwah adalah usaha atau kegiatan yang bertujuan, suatu kegiatan tidak akan bermakna jika tanpa arah tujuan yang jelas. Tujuan dakwah Islam antara lain adalah mengubah pandang hidup seseorang. Dari perubahan pandangan hidup ini akan berubah pula pola pikir dan pola sikap (Rafiudin, 2001: 32).

2. Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah atau aktifitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah, atau

komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut meliputi (Munir, 2006: 19):

a) Da'i (Pelaku Dakwah)

Kata da'i secara umum sering disebut dengan sebutan Mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam), dalam kamu bahasa Indonesia da'i diartikan sebagai orang yang pekerjaannya berdakwah, dimana pendakwah melalui kegiatan dakwahnya para da'i menyebarkan ajaran Islam.

Dalam kegiatan dakwah peran da'i sangatlah esensial, karena tanpa da'i ajaran Islam hanyalah sebagai ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Peran dan fungsi da'i sangat penting dalam menuntun dan memberikan penerangan kepada umat manusia, terutama umat Islam.

b) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau manusia yang menerima dakwah, baik sebagai individu atau kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

c) Maddah (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

d) Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah merupakan bahasa Arab, yang bisa berarti *al-wushlah*, *al-ittishal* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan tercapainya kepada sesuatu yang dimaksud. Wasilah (media dakwah) adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u.

e) Thariqoh (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting peanannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka psean itu bisa saja ditolak oleh si penerima. Metode dakwah ada tiga yaitu: bil alhikmah, mau'izah hasanah dan mujadalah billati hiya ahsan.

f) Atsar (Efek)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya jika dakwah telah dilakukan oleh da'i dengan wasilah dan thariqah tertentu maka akan timbul respon dan efek (Atsar) pada mad'u, (efek) sering disebut dengan feedback (umpan balik) (Munir, 2006: 21).

3. Bentuk Bentuk Dakwah

Menurut Wardi Bachtiar dakwah dapat dilakukan dalam tiga kategori yaitu (Wardi, 1997:34):

a) Dakwah bil al-lisan

Dakwah bil al-lisan adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan. Dapat berupa ceramah, diskusi ataupun khutbah.

b) Dakwah bil al-qalam

Dakwah dengan tulisan adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui tulisan seperti buku, majalah, surat kabar, pamphlet atau lukisan.

c) Dakwah bil al-hal adalah dakwah melalui perbuatan yang nyata, seperti perilaku yang sopan sesuai dengan ajaran Islam, mencari nafkah dengan tekun, ulet, sabar, semangat, kerja keras serta menolong sesama manusia. Dakwah ini bisa juga berupa pendirian rumah sakit, pendirian panti dan memelihara anak yatim piatu.

BAB III

PROGRAM OPSI EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH” DI METRO TV

A. METRO TV

1. Sejarah Metro Tv Secara Umum

Metro Tv adalah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000. Metro Tv merupakan salah satu anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Polah. Surya Polah merintis usahanya dibidang pers sejak mendirikan surat kabar harian PRIORITAS, yang dibredel oleh pemerintah tahun 1987 karena dianggap terlalu berani. Perusahaan Media Group berkomitmen menghadirkan berita berkualitas, mencerdaskan dan mencerahkan. Dan pada tanggal 29 September 2006 berkantor pusat di Kedoya Selatan Kebon Jeruk Jakarta Barat (*Company Profile Metro TV, 2017*)

Tahun 1989, dia mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan upah terbesar setelah Kompas di Indonesia. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik.

Metro Tv bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi keseluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro Tv juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya guna mencerdaskan bangsa. Metro Tv terdiri dari 70% berita (news), yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (non news) yang edukatif.

Awalnya Metro Tv hanya mengudara 12 jam sehari, namun sejak 1 April 2001, Metro Tv sudah mulai mengudara 24 jam. Metro Tv dapat

ditangkap secara terrestrial di 280 kota yang tersebar di Indonesia yang dipancarkan dari 52 transmisi. Dan juga memiliki 31 stasiun jaringan yang tersebar diseluruh tanah air.

Siaran Metro Tv dapat ditangkap melalui televisi kabel di seluruh Indonesia. Melalui satelit Palapa 2 keseluruhan negara-negara ASEAN, termasuk di Hongkong, Cina Seatan, India, Taiwan, Macau, Papua New Guinea dan sebagian Australia serta Jepang (Arsip Public Realtion Metro Tv, 2017).

Metro Tv juga melakukan kerjasama dengan berbagai televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Dengan kerjasama skala internasional ini, Metro Tv berusaha untuk memberikan sumber berita dapat dipercaya dan komprehensif mengenai keadaan dalam negeri kepada dunia luar. Dengan mengusung tagline "*Knowledge to Elevate*", Metro Tv terus berupaya meningkatkan wawasan dan pengetahuan para pemirsa dan juga menjadi media yang memiliki kredibilitas, kecepatan dan ketepatan dalam menyampaikan info. Bukan mengajari pemirsa, namun memberikan informasi untuk memberikan penerangan bagi masyarakat (*to inform and enlightenment people*).

Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan, dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut:

Nama Perusahaan: PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv)

Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav A –D, Kedoya, Kebon
Jeruk Jakarta 11520

Telepon : (021) 58300077

Fax : (021) 58300066 (General)
(021) 58302139 (Redaksi)
(021) 5816216 (PR&Publicity)

Email : webmetro@metrotvnews.com

Website : www.metrotvnews.com

Slogan : METRO TV Knowledge To Elevate

Gambar 3.1
Gedung Metro Tv



2. Logo PT. Media Televisi Indonesia Metro Tv

Setiap perusahaan memiliki logo sebagai simbol dari identitas diri perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat. Demikian pula dengan PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv) memiliki logo dengan ciri khas tertentu. Ciri khas Metro Tv adalah simbol bidang elips emas kepala burung elang, dipertegas dengan huruf M, E, T, R, T, V berwarna biru seperti tampak dalam gambar 1.1. Berikut ini adalah gambar logo PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv).

Gambar 3. 2
Logo Metro Tv



(Sumber: *Comprof PT. Media Televisi Indonesia Metro Tv*, 2010)

Logo Metro Tv dirancang tampil dalam citraan tipografis sekaligus kecitraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya gabungan antara tekstual (diwakili huruf-huruf: M-E-T-R-T-V) dengan visual (diwakili simbol bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas dengan kepala burung elang pada posisi huruf "O" dengan pertimbangan kesamaan stuktur huruf "O" dengan elips emas, dan menjadi pemisah

bentuk-bentuk teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat, dirancang agar pelihat akan menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai METRO TV.

Arti logo bidang elips emas yaitu sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorphosis atas beberapa bentuk, yaitu:

- a) Bola dunia sebagai simbol cakupan yang global dari sifat informasi, komunikasi dan seluruh kiprah operasional institusi Metro Tv.
- b) Telur emas sebagai simbol bold yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan image suatu bentuk (institusi) yang secara struktur kokoh, akurat, dan artistik sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.
- c) Elips sebagai simbol citraan lingkaran (ring) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Lingkaran (ring) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.
- d) Elang simbol kewibawaan, kemandirian, keluasaan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya anggun.

Logo Metro Tv dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi Metro Tv secara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangunan image yang tepat dan cepat dari masyarakat terhadap institusi Metro Tv. Melalui tampilan logo. Masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk, mengenal, memahami, serta meyakini visi misi serta karakter Metro Tv sebagai institusi.

Logo Metro Tv dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal-hal berikut:

- a) Sempel (tidak rumit) memberikesan global dan modern.

- b) Menarik dilihat dan mudah diingat, dinamis dan lugas.
 - c) Berwibawa namun familiar.
 - d) Memenuhi syarat-syarat teknis dan estetis untuk aplikasi print, elektronik, dan filmis.
 - e) Memenuhi syarat teknis dan estetis metamorfosis dan animatif.
3. Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv)

a) Visi

Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan stasiun televisi yang lainnya dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

b) Misi

Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.

Untuk memberikan nilai tambahan di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.

Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya, dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

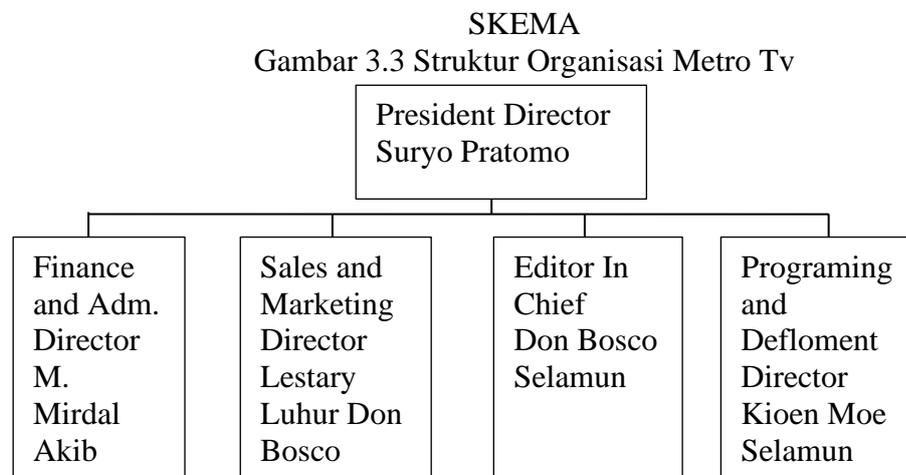
4. Biro-Biro PT. Media Televisi Indonesia (Metro Tv)

Untuk mempermudah koordinasi berbagai informasi antara kantor pusat dengan daerah, saat ini Metro Tv memiliki 7 kantor cabang biro yang terletak di kota-kota besar dan dipimpin oleh kepala biro. Selain itu setiap kantor cabang biro juga dilengkapi mobil SNG untuk mendukung proses produksi, terutama pada saat melakukan live report. Kantor cabang biro tersebut antara lain:

a) Biro Yogyakarta (DIY dan Jawa Tengah)

- b) Biro Medan (Sumatera Utara)
- c) Biro Surabaya (Jawa Timur)
- d) Biro Bandung (Jawa Barat)
- e) Biro Palembang (Sumatera Selatan)
- f) Biro Aceh (NAD)
- g) Biro Makassar (Sulawesi Selatan)

5. Struktur Organisasi



B. OPSI

Program *OPSI* yakni program *Talk Show News* yang dipandu oleh seorang pembawa acara yaitu Aviani Malik dengan beberapa narasumber sesuai kebutuhan redaksi atau devisi *current affair*. Talk Show ini membahas content actual berkaitan dengan hard news dari program berita suatu stasiun atau isu hangat yang sedang berkembang serta menimbang isu terkini dari dua sisi.

Berbeda dengan beberapa talk show news lainnya yang dimiliki Metro Tv, *OPSI* memiliki cara berstruktur sendiri dalam penyampaian talk shownya. *OPSI* ditayangkan setiap hari Senin pada pukul 20.05 WIB. Program talk show news yang dikemas dengan menghadirkan narasumber mengenai isu tema yang sedang dibahas secara langsung tanpa harus investigasi. Presenter sebagai pengantar bahasan atau isu yang disajikan.

Nama Program : *OPSI* (Opini Dua Sisi)

Jenis Program : Peristiwa Terkini

Format	: Talk Show News
Pembawa Acara	: Aviani Malik
Negara	: Indonesia
Durasi	: 90 menit
Tayang	: Setiap Senin pukul 20.05 WIB

Gambar 3.4 Program OPSI Metro Tv
Sumber: Data Metro Tv pada tanggal 19 Maret 2020



C. Deskripsi Acara OPSI METRO TV, Episode “Politik di Balik Dakwah”

Acara *OPSI* pada episode “Politik di Balik Dakwah” tanggal 25 Februari 2019 dilatar belakangi oleh tahun politik yang semakin riuh dengan upaya para calon pemimpin meraih simpati. Perdebatan bahkan terjadi di tempat ibadah. Agama masih dijadikan sebagai komoditas politik.

Acara *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” berdurasi 56 menit 38 detik. Acara yang berlangsung live ini diawali dengan Zilvia Iskandar membuka acara sebagai host. Sesuai dengan tema yang diangkat, Zilvia mengatakan polemik yang sedang terjadi ditahun politik.

Diawali dengan video ibu-ibu yang menggunakan bahasa sunda dimana ibu-ibu melakukan kampanye hitam *door to door* memfitnah Jokowi “Jika Jokowi terpilih kembali maka jilbab aka diharamkan dan nikah sesama jenis akan dilegalkan”. Video tersebut telah menyita banyak perhatian publik.

Zilvia Iskandar memulai diskusi yaitu dengan mempersilahkan Jazuli Juwaini untuk pertama kali memberikan tanggapan terkait aksi tersebut. Kemudian dilanjutkan tanggapan dari Lukman Hakim Saifudin selaku Menteri Agama.

Tayangan yang berjumlah 4 segman ini berlanjut dengan pendapat-pendapat beberapa pihak yang hadir sebagai narasumber. Adapun pihak-pihak yang mengikuti acara adalah sebagai berikut:

1. Lukman Hakim Saifudin : Menteri Agama
2. Prof. Komaruddin Hidayat : Cendekiwan Muslim
3. Abdul Mu'ti : Sekretaris Umum Muhammadiyah
4. Asrorun Niam : Khatib Syuriah PBNU
5. Jazuli Juwaini : Ketua Fraksi PKS DPR RI

Secara lengkap segman dan struktur episode “Politik di Balik Dakwah” script dibawah ini.

1. Segman 1

Zilvia: Pemirsa berbagai cara dilakukan di tahun politik untuk meraih simpati, antara lain mengatas namakan agama yang masih menjadi komoditi utama. Masyarakat berbeda pendapat saling berebut tempat bahkan hingga berdebat ditempat ibadah. Apa implikasinya jika agama disalahgunakan menjadi tunggangan berpolitik. Inilah OPSI malam hari ini politik dibalik dakwah bersama saya zilvia iskandar

Zilvia: Dan untuk membahas topik malam hari ini kami sudah menghadirkan empat narasumber, yang pertama adalah Menteri Agama Lukman Hakim Syafrudin, cendekiawan muslim Komarudin Hidayat, kemudian ada sekretaris umum Kp Muhammadiyah Abdul Mukti, katip syuriah PP NU Ashroul Niam Shaleh, dan juga ketua fraksi PKS Jazuli Junaidi. Selamat malam bapak-bapak.

Zilvia: Sebelum kita memeluai perbincangan malam hari ini kita akan simak terlebih dahulu ada sebuah video yang baru saja viral mengenai ibu-ibu yang mengkampanyekan hitam mengenai salah satu paslon. Kita akan lihat bersama.....

Zilvia: Baik, saya akan mulai dulu dari pak jazuli, tiga ibu-ibu di karawang melakukan kampanye hitam door to door memfitnah capres Jokowi.

Apakah partai pendukung Prabowo Sandi ini mengenal ibu-ibu ini dan tau menau soal aktivitas seperti ini pak?

Jazuli: Sampai sekarang kami belum tau ibu-ibu ini, tetapi kalau kita lihat temanya hari inikan ceramah agama dengan kampanye saya kira konteksnya foto tadi tidak relevan dengan bicara ceramah agama dengan kampanye yang sudah diatur.

Zilvia: Kita tidak akan hanya bahas dakwah tetapi general, mengenai politisasi agama. Ada konten agama yang dimasukkan disitu, ibu-ibu ini mengatakan bahwa kalau Jokowi terpilih lagi adzan akan dilarang, kemudian muslimah dilarang berjilbab dan pernikahan sesama jenis diledakkan.

Jazuli: Begini, kalo soal kampanye saya kira sudah ada uu nya, UU no 7 tahun 2017. Semua itu diatur, apa itu kampanye, visi kampanye itu apa, sarana kampanye itu apa, konten kampanye itu apa, pelaksana kampanye itu apa, ditempat mana saja yang tidak boleh dilakukan kampanye. Itu dalam UU no. 7 2017, dan pelaku kampanye itu tentu dilakukan oleh peserta kontestasi pemilu kalo dalam kontek pilpres ada 01 dan 02, kalau dalam konteks partai politik ada sejumlah partai politik yang masuk. Dan jadwal sertajurkam sudah tercatat dan tercantum. Ketika orang menyampaikan sesuatu itu kan tidak bisa sertamerta kita katakan itu dari a, b, c.

Zilvia: Tetapi konten yang bersentimen agama dijadikan sebagai kampanye hitam, menurut anda seperti apa.

Jazuli: Sentimen agama ini harus kita lihat dahulu karenakan kampanye itu mempromosikan kandidat-kandidat kader politik, mau caleg ataupun presiden dan wakil presiden, saya katakan itu sudah diatur semuanya. Kemudian ada tokoh lain tokoh agama memberikan pencerahan kepada masyarakat. Itu memang kewajiban tokoh agama baik itu ulama dari kaum muslimin maupun dari tokoh agama yang lain. Wajib memberikan pencerahan terhadap umatnya. Termasuk tokoh agama itu mempunyai rumah untuk berbicara tentang politik, tentang berbangsa bernegara. Yang tidak boleh dilakukan itu adalah menyalahgunakan tempat, masjid yang diatur .

Zilvia: Baik, kita akan membahas batasan antara agama dan politik. Kita akan bicara batasannya seperti apa. Tetapi kita bahas video kampanye hitam yang lagi viral. Pak menag, ini video sudah viral

dan anda tadi sudah mendengar larangan azan, muslimah dilarang berjilbab, dan nikah sesama dilegalkan. Materi kampanye inikan soal regulasi yang akan dibuat pemerintahan Jokowi kedepan. Andakan saat ini berada dipemerintahan, apakah mungkin jika benar maka akan dilakukan pada pemerintahan selanjutnya?

Men ag: Begini, saya lebih senang kita diskusi kepada substansi bukan lari ke 01 atau 02. Saya khawatir ini juga bentuk politisasi lagi. Tapi intinya kembali lagi kepada dakwah itu, jadi dakwah itu harus dikembalikan kepada esensinya bahwa hakikatnya adalah menyampaikan nilai nilai kebajikan, nilai-nilai yang sifatnya esensial yang substansial dari ajaran agama. Itu metodologinya dengan menyamapaikan, mengajak. Oleh karenanya kita, khususnya umat beragama perlu kembali memahami rukun dakwah, ruh dakwah, esensi dakwah. Yang hakikatnya merupakan nilai kebajikan. Nilai kebajikan itu yang dalam agama sifatnya univeral yang menjadi pokok misalnya menegakkan keadilan, misalnya menjunjung tinggi harga dan martabat kemanusiaan, misalnya mengedepnkan akhlaq perilaku, etika, misalya begitu begitu. Bukan ditengah tengah kemajemukan jangan bicara yang sifatnya itu khas milik agama tertentu itu saja, ini yang nanti akan dilihat. Sebagaimana dalam politik juga, itu ada makna yang sempit yaitu politik praktis magnitis dan ada high politik substanstif. Jadi menurut hemat saya kita umat islam di Indonesia memang tidak bisa memisahkan nilai nilai agama dalam aktivitas keseharian apalagi aktivitas politik. Politik itu sangat mulia sebenarnya karena ini mengurus kepentingan banyak orang.

Zilvia: Tidak bisa dipisahkan pak menag, tetapi yang dikhwatirkan adalah ketika agama itu dipolitisasi untuk kepentingan politik tertentu.

Men ag: Jadi politisasi itu maksudnya ketika agama itu membawa bawa politik praktis yang mengatasnamakan agama ini yang menurut saya perlu diwaspadai.

Zilvia: Baik, kita lihat ini pak menag kami akan menampilkan acara atau forum yang menyisipkan unsur-unsur politik dibalik forum tersebut. Kita lihat cuplikannya bersama.

Zilvia: Baik kita dengarkan bersama tadi acara-acara keagamaan yang menyisipkan pesan pesan seperti itu. pak Jazuli, apa apa ini?

Tidakkah ini upaya yang mencampur adukkan terlalu dalam antara agama dan politik?

Jazuli: Saya setuju dengan pak menteri agama bahwa di Indonesia ini kalau bicara politik tidak dipisahkan dengan agama itu lebih kepada amanat pancasila sila pertama itu kan ketuhanan yang maha esa. Maka ketika seseorang berbicara tentang berbangsa dan bernegara, tentang politik, itu memang tidak bisa dipisahkan dari agama. Misalkan belakangan ini orang karena mau pemilu, mungkin ada penceramah mungkin ada ustad menyinggung tentang persoalan norma tentang memilih pemimpin, kalau menurut saya selama itu menyebatnya norma umpamanya tidak boleh kita memilih pemimpin yang bohong, tidak boleh kita memilih pemimpin yang berkhianat, umpamanya, itu kan norma umum tidak diidentikkan orang perorang itu memang saya katakan tadi, kewajibannya para ulama kewajibannya penceramah. Ketika dia mengarahkan masyarakat dan umatnya saya setuju dengan pak menteri agama itu tidak hanya dikalangan umat islam. Saya juga lihat di youtube youtube tokoh agam lain digereja atau ditempat lain itu menyampaikan pesan pesan moral yang sama.

Zilvia: Moral dan norma agama. Mengenai memilih pemimpin itu boleh ya? Tetapi kalau mengarahkan memilih paslon tertentu?

Jazuli: Yang tidak boleh itu menghasut, memfitnah artinya mengatakan sesuatu yang tidak benar. Misalnya pak menteri agama tidak mengatakan a tetapi kita bilang pak menteri agama mengatakan a, itu namanya fitnah. Tetapi itu yang tidak boleh. Kemudian menggerakkan permusuhan atas nama agama itu tidak boleh. Misalnya agama Islam dibenturkan dengan agama Kristen. Itu tidak boleh karena Negara Indonesia ini sejak merdeka bahkan sebelumnya pejuangnya itu majemuk.

Zilvia: Baik. Prof Komar ini pernah menulis politik dalam praktiknya memang sangat mempengaruhi tidak bisa dipisahkan ya prof. Tetapi praktik memadukan agama dan politik yang boleh dan tidak boleh itu seperti apa prof?

2. Segman 2

Zivia: Kami masih membahas politik di balik dakwah pemirsa, prof Komarudin praktik memadukan agama dan politik yang boleh dan tidak boleh itu seperti apa prof?

Komarudin: Ada dua hal, yang pertama kalau kita melihat sejarah agama semua sejarah agama awal kelahirannya itu selalu berurusan dengan kekuasaan. Jadi kalau agama dan kekuasaan dalam arti agama peduli pada politik, itu semua agama pada awalnya seperti itu//yang kedua di Indonesia ini khas ya, Indonesia itu masyarakatnya sangat religious tinggi sekali pada agama. Pada waktu yang sama kita juga menerapkan demokrasi liberal, jadi semangat agama ketemu dengan iklim demokrasi liberal, kemudian aspirasi agama itu tersalurkan secara formal lewat panggung panggung politik dan sebagainya. Makanya, kalau di barat jelas agama itu wilayah privat, di timur tengah itu agama urusan Negara, disini agama masyarakat Negara memberikan ruang demokrasi maka meriah sekali. Oleh karena itu kalau ini berhasil inonesia ini akan memberikan kontribusi model bagaman mengintegrasikan, menyatukan antara agama dengan politik.

Zilvia: Kalau ini gagal?

Komarudin: Kalau gagal ya nanti diperbaiki lagi//

Zilvia: Syarat untuk berhasil seperti apa?

Komarudin: Nah saya lihat sesungguhnya rakyat sudah semakin dewasa, keberhasilan itu dimulai dari awal, kita ini mayoritas beragama tapi milik republic dan semua ormas ormas yang kuat. Setuju dengan demokrasi setuju dengan republic dan setuju dengan pancasila. Semua ini fondasi luar biasa, fondasi konstitusi ini bagi saya sudah modal. Oleh karena itu saya kalau ada orang yang menggunakan quotes agama, itu saya anggap mungkin terlalu bersemangat dan juga tidak resmi atas nama partai, bahkan doa-doa tadi, neno, saya jika pribadi itu hanyalah hiburan politik. Karna rakyat juga pasti tahu masa tuhan di fitcompline.

Zilvia: Kalo bagi Muhammadiyah itu bagaimana pak Abdul Mukti?

Mukti: Ya sama, ya biasa biasa saja. Kalo kita kembali ke al quran misalnya, itu kan banyak sekali ayat yang menyebutkan tentang bagaimana nasihat orang tua kepada anaknya untuk senantiasa menyembah tuhan, dan kekhawatirannya jika anaknya nanti tidak

lagi menjadi pengikut agama, itu wajar saja. Hanya yang sedikit berbeda itu dramatisasinya saja.

Zilvia: Ketika mengatakan kami khawatir jika tidak dimenangkan ini, kami khawatir ya Allah jika tidak ada lagi yang menyembahmu.

Mukti: Ya selama masih ada Muhammadiyah masih ada yang menyembah Allah.

Zilvia: Kami ingin melihatkan kepada anda pemirsa, ini salah satu bagaimana politik dibalik dakwah kita simak terlebih dahulu cuplikan ini.

Zilvia: Oke, secara spesifik disitu pendakwah menyebutkan kalau memilih salah satu paslon tertentu haram kemudian menyebut istilah cebong bahkan ketika ada kader banser NU pak Asrorun, yang bernama ahmad muzani di medan pada 16 februari lalu, mengkritisi bahwa ceramah terlalu keras, menjelek jelekkan seseorang dan tidak sesuai dengan islamiyah rahmatan lil alamin, dia malah dipersekusi. Bagaimana respon NU terhadap hal ini?

Asrorun: Disatu sisi Islam sebagai agama dakwah tetapi dakwah ada ketentuan ketentuannya. Setidaknya ada tiga syarat dalam pelaksanaan dakwah, dengan cara yang hikmah, cenderung orang untuk menyatakan kebenaran tetapi tidak faham konteks, nah orang yang menggunakan mekanisme seperti ini biasanya cenderung hitam putih, padahal ada kebenaran ada kebajikan ada khair kebaikan, tidak cukup al haaq tetapi dengan cara al khair. Caranyapun juga harus baik. Makanya disitu harus ada hikmah. Sesuatu yang benar tidak disampaikan secara bijak maka hasilnya kurang baik. Inilah yang perlu diperhatikan oleh para penda'i. Yang kedua setelah hikmah ada mauidhatil khasanah, memberikan saran secara baik, faham konteks, ruang, dan waktu. Semua hal yang baik ketika disampaikan pada waktu tertentu menjadi baik. Disinilah perlu ada analisis terhadap situasi. Ada hal hal yang bersifat privat disampaikan bersifat privat, ada hal privat disampaikan di tempat public itu tidak pas, sekalipun kontennya benar tetapi disampaikan pada waktu dan tempat yang tidak pas, hasilnya pun tidak pas. Seperti doa tadi sebenarnya, doa itu kan doa nabi yang sohih, pas konteksnya perang badar. Sementara sekarang kontestasi politik tidak sedang didalam hadap hadapan. Kontestasi politik itu kan hakikatnya memilih diantara beberapa pilihan yang baik. Ini bagian

dari istihaj politik dan didalam konteks fiqh Islam itu masuk kategori wilayah muamalah yang dimana terbuka.

Zilvia: berarti ketika menyampaikan bagaimana konteks dalam cara berpikir memilih pemimpin itu baik tetapi kalau sudah sampai mengarahkan untuk memilih salah satu paslon dan mengharamkan paslon lain?

Asrorun: Soal mengarahkan kepada paslon itu tugasnya jurkam. tetapi politik ada yang pada level normal pendidikan politik ada kampanye politik. pendidikan politik sah sah saja mau dimasjid saya rasa tidak salah. pendidikan politik bagaimana memilih pemimpin yang jujur, di NU ada mabadhi khairun umah yang dirumuskan munas alim ulama tahun 92, disitu prinsip kehidupan berbangsa ada kejujuran, kemudian kerjasama, ada komitmen, prinsip keadilan bersifat universal.

Zilvia: Pak Abdul Mukti, bagaimana supaya memberikan pendidikan politik dalam ruang ruang agama itu porsinya tepat. Tidak sampai betul-betul melenceng dalam konteks yang seperti tadi. Melihat agama yang dijadikan momentum pilkada atau pilpres misalnya itu sebagai momen perang. Jadi bagaimana menempatkan porsi yang pas pendidikan politik diruang ruang agama?

Mukti: Saya kira agama itu harus dimaknai dalam pengertiannya yang luas dan terbuka. Dan masyarakat itu saat ini tidak suka digiring giring pada satu paham dan oleh karena itu maka kalau orang berada pada satu komunitas dan menyampaikan itu, itu menjadi meksain dikomunitasnya. Seperti yang dikatakan tadi tetapi bagi mereka yang diluarnya ya hanya lucu lucu saja. Sehingga oleh karena itu maka menanggapinya biasa biasa saja, nanti juga selesai sendiri. Bangsa indonesia itu mempunyai mekanisme menyelesaikan masalah yang luar biasa, jadi bisa ramai luar biasa nanti ujung ujungnya pengaturan score.

Zilvia: Jadi anda yakin ujung ujungnya akan selesai sendiri, tetapi pak menag ini tidak akan meninggalkan polarisasi yang semakin tajam, pembelahan yang semakin tajam karena efek-efek seperti ini kedepannya?

Men ag: Bisa menjadi polarisasi yang semakin tajam ketika masing masing pihak tidak menemukan kearifan yang mestinya harus ditunjukkan.

Tantangan bagi kita semua adalah bahwa agama itu kan karakternya mengayomi semua orang, jadi karakter atau jati diri atau fitrahnya agama itu merangkul semua orang. Semua agama bicara pada hal yang sama mereka tidak membedakan umat umatnya saja jadi agama itu hadir untuk rahmat semua, bahkan tidak hanya manusia, semua alam semesta. Jadi keterbukaan itu karakter agama, sementara politik praktis itu sebaliknya, karakter wataknya itu mensegregasi membuat umat itu saling terkotak kotak, pilih saya atau ini itu, pilih ini atau itu kamu, saling dilihat perbedaannya. Ini bahayanya ketika agama yang sebenarnya universal, merangkul, mengayomi semua itu ditarik kepolitik praktis yang karakternya membuat orang terfragmentasi terkotak kotak. Makanya agama harus dikembalikan kepada esensi dan substansi ajaran yang sesungguhnya. Sehingga siapapun politisi partai politik semua pelaku politik harus membawakan agama yang substantif itu tadi. Jangan membawa agama untuk mengkotak kotakkan. Jadi itu prinsipnya.

Zilvia: Ditanggapi pak Jazuli, jadi para pelaku politik, partai politik harus membawa pada substansi itu, bukan malah mengkotak kotakkan agama tadi.

Jazuli: Yang tidak boleh itu adalah salah mengsikapi. Begini, ulama, pendakwah dan tokoh agama apapun saya katakan tadi dia punya hak untuk mengkritisi, meluruskan kesalahan dari umat, meluruskan kesalahan eksekutif, meluruskan kesalahan legeslatif, dia tegur DPR dia tegur pemerintah itu haknya ulama. Mereka harus meluruskan, menjaga nilai. Maka jangan sampai salah maksud mensikapi ketika kita dikritik merasa ulama atau tokoh agama itu tidak suka kepada kita, tidak cinta sama kita. Padahal yang di kritiki itu adalah substansi kalau itu menyimpang dari prinsip berbangsa, menyelempang dari prinsip agama, menyimpang dari norma norma agama umpunya, itu yang pertama. Kedua yang ingin saya maksud sebagai tokoh agama apapun, dalam hidup demokrasi yang disebut oleh profesor tadi, dalam konteks pemilu dia punya pilihan karena tidak mungkin dia tidak memilih. Karenadalam UU diwajibkan tidak seperti beberapa Negara yang lain. Tetapi semua warga Indonesia mempunyai pilihan untuk memilih, apakah dia nasrani dia muslim tetapi mempunyai pilihan tertentu diasalah? Dalam konteks demokrasi dia tidak salah. Yang tidak boleh itu adalah memfitnah, dia berbohong, dia mengadu domba, dia bikin kerusuhan, itu yang tidak boleh. Tetapi ketika tokoh agama mempunyai pilihan itu

demokrasi. Ketika kita pilihannya berbeda, umpaya mbak memilih partai tertentu saya orang PKS tentunya memilih PKS, ketika melihat mbak memilih partai Nasdem misalnya, saya tidak boleh mengatakan mbak bermusuhan dengan saya. Karena konsekuensi logisnya berdemokrasi itu ada beragam pilihan. Bhineka tunggal ika itu artinya kita bingkai persodaraan dan persatuan.

Men ag: Yang perlu dicermati adalah, betul tokoh agama mempunyai hak untuk membenahi jalannya agama. Tetapi ketika tokoh agama itu siapapun dia masuk kedalam wilayah politik praktis, politik praktis itu begini ketika dia melakukan kritik itu dia sudah menyebut nama misalnya menyebut golongan yang dia kritisi. Itu yang menimbulkan ditengah tengah masyarakat terjadi terkotak kotak nah ini yang bahayanya ketika seperti itu kemudian agama menjadi justifikasi untuk itu. Ini akan bisa mnimbulkan berbenturan umat karenanya kita harus cermati sepanjang itu nilai-nilai bersifat umum seperti menegakkan moral, keadilan. Jangan menyebut nama jangan menyebut golongan tertentu karena itu akan mengusik. Apalagi dirumah rumah ibadah, itu yang menyebabkan.

3. Segman 3

Zilvia: Kita kembali lagi pemirsa. NU baru saja meluncurkan aplikasi BBM alias bersih bersih masjid terkait kegiatan politik, provokasi, hoax dan ujaran kebencian. Pak Asrorun apa yang mendasari NU membuat ini dan bagaimana caranya.

Asrorun: Yang pertama masjid menjadipusat peradaban, pusat dakwah, pusat kegiatan ibadah. Tetapi pada saat yang lain masjid banyak juga disalah gunakan untuk kepentingan provokasi, kepentingan ujaran kebencian itu fakta ditengah masyarakat. Karenanya NU memiliki kepentingan untuk menjaga dan juga mengembalikan fungsi masjid untuk kepentingan pusat peradaban, pusat persatuan umat didalam masjid beragam aliran keagamaan beragam madhab bertemu didalam satu masjid untuk melakukan ibadah. Ibadah yang sama sekalipun didalam ibadah juga terbuka peluang terjadinya perbedaan pandangan. Ini yang paling penting dikedepankan, dibangun bahwa didalam NU ada 4 madhab yang diakui dan itu biasa saja, karena ini yang harus diberikan pemahaman apalagi didalam ranah politik. Kalau didalam konteks fiqh Islam dia masuk kategori fiqh siyasah, fiqh siyasah itu masuk kategori maamalah, hubungan antar sesama manusia itu

wilayahnya sangat longgar karenanya etikanya, etika-etika yang bersifat universal, sangat terbuka terjadinya perbedaan pandangan.

Zilvia: Dan NU melihat politisasi agama itu semakin meningkat khususnya dimoment pilpres ini?

Asrorun: Kita harus dudukkan secara proporsional tentang politisasi agama. Bahwa ada sebagian orang yang menggunakan agama sebagai justifikasi untuk kepentingan politik. Kalau ini maksudnya politisasi yang tidak dibenarkan dalam agama tetapi kalau memanfaatkan instrument agama untuk kepentingan politik keumatan tidak apa, misalnya dalam konteks ini islamisasi politik atau agamasiasi politik atau dakwahisasi politik itu tidak masalah tetapi kalau politisasi dakwah atau lembaga dakwah atau tempat dakwah itu yang tidak dibenarkan.

Zilvia: Caranya akan seperti apa bersih-bersih masjid ini? Dari provokasi, hoax, ujaran kebencian akan seperti apa caranya?

Asrorun: Yang pertama didalam konteks da'i kita berikan pemahaman secara utuh, pemahaman keagamaan, moderasi didalam agama mengakui didalam agama ada yang bersifat ushul ada yang bersifat forum ada yang bersifat sawabit ada yang bersifat mudawairah. Ada yang tidak menerima perbedaan, ini biasanya bersifat ushul tetapi kalau terkait masalah politik itu biasanya sangat dinamis pertama, kemudian kontekstual dan dalil dalil yang digunakan bersifat umum sehingga terbukanya ruang perbedaan. Dengan demikian tidak tunggal kebenaran didalam politik. Boleh jadi menurut saya benar tapi tidak boleh menegasikan atas pandangan orang lain. Jadi dai dan khatibnya terlebih dahulu.

Zilvia: Pak Menag, dari kementerian agama pernah melakukan usaha yang sama, merekomendasikan 200 mubaligh yang direkomendasikan oleh kemenag tetapi itu sempat menuai polemik. Sekarang berarti apa upaya yang bisa dilakukan kemenag untuk menertibkan seperti ini?

Men ag: Rumah ibadah kita banyak sekali mungkin sekarang lebih dari 1 juta. Kita selalu melakukan program program misalnya bagaimana meningkatkan kualitas para khatib, penceramah dan mubaligh? Ini sebenarnya juga akan dilakukan secara nasional kita tingkatkan. Tapi memang tentu program yang dikembangkan kementerian agama tidak bisa mencakup semua juru dakwah kia yang luar biasa.

Kementrian agama bersyukur kita mempunyai Muhammadiyah mempunyai NU punya banyak sekali ormas-ormas keagamaan yang sama mengedukasi memperluas wawasan meningkatkan ketrampilan berdakwah, karena ini bukan proses yang berkesudahan harus terus karena dinamika masyarakat lingkungan strategisnya mengalami perubahan yang juga sangat dinamis. Kemampuan juru dakwah ya harus seperti itu tadi, dia tidak hanya harus menguasai teks tetapi juga konteks, jadi mempunyai analisis sosial yang kuat.

Zilvia: Jadi mengawasi kualitas juru dakwah itu seperti apa pak Menag?

Men ag: Ya tentu melalui ormas ormas keagamaan ormas induknya dan juga takmir masjid. Kita juga selalu bekerjasama dengan dewan masjid Indonesia untuk bagaimana agar para pengurus masjid ini juga punya tanggung jawab yang tidak kecil untuk menyeleksi mereka mereka yang bisa tampil dimimbar, supaya yang tampil yang benar mereka yang menguasai tidak hanya konten dan substansi yang akan disampaikan tetapi cara itu menjadi sangat penting.

Zilvia: Pak Komarudin, ketika ada upaya dari pemerintah membuat daftar mubaligh, mencoba indicator indicator dan juga ada penyeleksian tetapi kadang caracara tersebut kembali menuai polemik menjadi isu yang sensitif, menurut anda ini jalan tengahnya harus seperti apa sih?

Komarudin: Yang perlu kita sadari bahwa ekspresi keagamaan itu satu sangat sangat privat pribadi sekali, dan orang lain sebenarnya tidak bisa intervensi terhadap keagamaan tiap orang itu. Kedua nanti masuk wilayah komunal. Wilayah komunal inilah kita sesungguhnya sadar bahwa ini komunal, maka ketika ngomong bahasa bahasa agama haram milih ini entah digereja dimasjid itu tidak papa wilayah komunal. Tetapi ketika masuk ruang public disinilah kita harus ikuti peraturan publik, etika. Kalau tidak kita bisakenal delik lalu agama masuk ruang Negara. Jadi agama itu ekspresinya bertahap tahap, oleh karena itu yang perlu disadari sekarang ini, sekarang wilayah itu patah temboknya ketika kita ngomong di twitter jangan anggap itu wilayah privat, di facebook itu privat, sekarang ini itu wilayah publik. Sehingga ketikakita ngomong dimasjid tidak bisa karena sekarang wilayah publik. Kalau kita khotbah ya pakai speaker sebenarnya itu bukan wilayah komunal lagi itu sudah publik. Kalau dibarat yang ketat itu

tidak boleh karena mengganggu tetangga karena disini mayoritas umat Islam dan sekarang ini mulai ada orang kebaratan tapi ini belum diselesaikan tapi suatu saat akan menimbulkan masalah. Sehingga kedepan perlu dibuat satu aturan mana hal-hal yang mengganggu etika publik dan hokum dan mana hal-hal yang sifatnya agamis. Sebagaimana khotbah digereja maupun dimasjid silahkan saja tapi ketika masuk dipublik kalau menyakiti orang lain menistakan orang lain, nanti polisiakan bertindak. Sanksi lebih diperjelas.

4. Segman 4

Zilvia: Baik pemirsa kita sudah sampai disegmen terakhir OPSI, saya mulai dari Muhammadiyah dan NU ketika wilayah yang seharusnya privat agama ini disusupi agenda-agenda politik bahayanya seperti apa dan apa yang bisa dilakukan ormas islam untuk mencegah hal ini terus berkembang menjadi hal negatif bagi bangsa ini pak Abdul Mukti?

Mukti: Jadi yang pertama kita harus maknai agama tidak hanya sebagai ajaran-ajaran yang berupa ritual tetapi juga nilai nilai yang melekat pada perilaku manusia. Karena itu maka agama itu melingkupi semua aspek kehidupan manusia termasuk politik. Tetapi memang dalam konteks ini Muhammadiyah saya kira sama dengan NU. Politik itu wilayah muamalah duniawiyah, karena itu maka memang kita berikan leluasaan untuk mengembangkan dan melakukan istihaj istihaj bagaimana yang terbaik untuk kemaslahatan umat dan kemaslahatan bangsa, demokrasi itu konsekuensi dari kita bernegara, dan demokrasi itu dikembangkan sebagai satu sistem agar kita memiliki opsi memilih pilihan untuk memilih pemimpin yang terbaik memilih wakil-wakil rakyat yang terbaik sehingga karena itu dakwah harus memberikan perspektif memberikan ilmu memberikan wawasan supaya masyarakat itu tidak hanya melekat agama tapi juga melekat politik. Sehingga oleh karena itu maka dakwah itu harus memberikan pencerahan memberikan kepada masyarakat pemahaman “inilah ajaran agama ini politik” dan oleh karena itu maka jangan dicampur aduk dan jangan dipolitisasi. Karena kalojadi digunakan maka nanti agama digunakan untuk menjustifikasi misalnya “jangan pilih partai A ayatnya ini jangan pilih partai B ayatnya ini” itu yang tidak boleh.

Zilvia: Baik terimakasih pak Abdul Mukti, pak Asrorun silahkan.

Asrorun: Di NU itukan dikenal relasi antara kyai dan santri nah kyai dan politik hubungannya juga sangat erat. Kalau guyonan di NU itu politik kyai itu iya artinya bagaimana kyai hadir untuk memberikan warna politik sesuai pandangan keagamaan yang moderat tidak dengan kyai politik, kyai yang mempolitisasi atau yang mempolitisi kyai demikian juga santri. Politik santri bagaimana memasukkan nilai nilai kesantrian itu kedalam kehidupan berpolitik, kehidupan berbangsa dan bernegara. Tetapi kalau terjadi yang sebaliknya politisasi santri itu menjadi yang bermasalah begitu juga didalam hubungan konteks agama dan politik. Agama masuk sebagai nilai sehingga arah politik sesuai dengan trek keagamaan yang bersifat universal bukan politisasi agama sehingga mengkerdikan agama.

Zilvia: Terimakasih pak Asrorun// pak Jazuli peran politik untuk mencegah politisasi agama?

Jazuli: PKS menghormati hak dan kewajibannya ulama dan tokoh agama dalam memberikan pencerahan kepada masyarakat itu yang pertama. Yang kedua PKS menghargai perbedaan ulama dan tokoh agama agama tersebut dalam pilihan politik praktisnya karena itu suatu hal yang biasa dan konsekuensi demokrasi yang seperti itu. Ada 4 partai politik yang eksis berbasis Islam yaitu PKB, P3, PAN, PKS tentu mereka masing-masing punya ulamanya karena perbedaan pemilihan politik bagi PKS merupakan hal yang biasa, jangan dianggap bermusuhan dan esensinya bhinika tunggal ika seperti yang disampaikan oleh Asrorun Niam tadi kita sepakat dengan NU bahwa perbedaan politik itu tidak harus melahirkan perpecahan diantara umat islam dan diantara bangsa dan Negara Indonesia. Yang ketiga PKS menintruksikan kepada seluruh kadernya seluruh jurkamnya satu tidak boleh mencaci maki lawan politik, tidak boleh buat kebohongan publik, dan tidak boleh memfitnah itu adalah etika yang bertentangan dengan agama.

Zilvia: Baik terimakasih pak Jazuli// prof Komarudin dari sisi masyarakat harus seperti apa?

Komarudin: Akhir akhir ini yang kita dengar itukan masyarakat konflik persahabatan rusak gara-gara pilihan politik. Tapi teman-teman saya sendiri yang di Senayan sesungguhnya perbedaan politik itu tidak ada problem, kawan semuanya.

Zilvia: Menularkan ini sampai kebawah bagaimana?

Komarudin: Nah itu tugasnya jadi dipusat mereka ngopi bareng, canda-canda, tapi jangan menimbulkan perpecahan dibawah. jadi kalau dipanggungg mereka kelihatnnya berbeda padahal turun panggung biasa saja, cobalah kerukunan ini dibawa kemasyarakat, jangan seakan akan main drama bersitegang padahal mereka kawan semuanya itu, kasian masyarakat.

Zilvia: Oke baik. Terakhir pak Menag, dari sisi Negara dan pemerintah untuk menjaga supaya ini benar-benar berjalan dengan baik sesuai dengan kaidah politik dan agama agar bisa berjalan beriringan seperti apa?

Men ag:Jadi Indonesia ini memang khas, tadi pak Komar sudah menjelaskan bahwa bangsa dan Negara Indonesia tingkat religisiusitas yang tertinggi didunia. Meskipun Indonesia bukan negara agama tertentu katakanlah bukan Negara Islam meskipun mayoritasnya muslim tapi yang pasti Indonesia bukan sekuler yang memisahkan secara tegas hubungan antara agama dengan Negara. Indonesia adalah Negara dimana pemerintah Negara wajib memfasilitasi kebutuhan umat beragama, bahkan menjamin kemerdekaan setiap warganegara untuk memeluk dan menjalankan ajaran agama itu perintah konstitusi. Karenanya terkait dengan politik dan agama ini pemerinth merasa dan memerlukan peran serta semua pihak seperti masyarakat, partai politik, akademisi, ormas-ormas keagamaan untuk bagaimana mengembalikan esensi agama tadi itu jangan menarik agama kedalam politik praktis itu yang penting. Supaya kehidupan keagamaan kita agama harus betul-betul dalam rangka untuk menjaga harkat martabat derajat bukan malah sebaliknya membuat antar manusia itu saling terpisah pisah dan tersekat sekat begitu.

Zilvia: Kita jaga bersama ya pak/ terimakasih pak Menag pak Jazuli pak Asrorun prof Komarudin dan pak Abdul Mukti sudah bergabung bersama kami. Pemirsa agama selalu menjadi daya Tarik dan kerap dijadikan komoditas politik. Haus kuasapun membuat dawai menjadi banal tak lagi sejuk dan sakral. Tak sungkan menebar pedih benci lantah berkorban penuh caci. Saatnya disudahi sebelum bara semakin berapi. Jangan lagi mengadu domba dan mendagangkan dalil-dalil agama. Berdakwalah dan kuatkan ukuwah bukan malah memecah belah, selaraskan politik dan agama untuk kemaslahatan

bersama. Itulah OPSI pada malam hari ini, saya Zilvia Iskandar pamit undur diri selamat malam, sampai jumpa.

BAB IV

ANALISIS TERHADAP KONSTRUKSI PESAN

PADA PROGRAM OPSI

EPISODE “POLITIK DI BALIK DAKWAH” DI METRO TV

A. Objek dan Narasumber Tayangan Program OPSI Episode “Politik di Balik Dakwah”

Salah satu elemen penting pemberitaan ataupun tayangan sebuah media adalah objek dan narasumber. Objek berita merupakan sesuatu yang menjadi sasaran dalam sebuah pemberitaan ataupun tayangan. Karena kompleksitas suatu objek atau kejadian, yaitu objek yang ditampilkan dalam tayangan atau pemberitaan, maka suatu media biasanya merepresntasikan kejadian dengan angel (bagian sudut pemberitaan) tertentu. Oleh karena itu perbedan sudut pemberiataan inilah sutau objek atau peristiwa yang sama bisa diberitakan secara berbeda sesuai dengan angel yang diambil oleh masing-masing media. Objek berita bisa berupa kejadian ataupun pernyataan dan perilaku orang-orang teretentu yang disebut sebagai *news maker*.

Suatu pemberitaan atau tayangan yang membutuhkan penyajian secara mendalam biasanya melibatkan sejumlah opinion leader, yaitu tokoh-tokoh yang berdampak pada media seperti tokoh agama, tokoh politik, pimpinan masyarakat dan organisasi kemasyarakatan, tokoh pemerintah, akademisi dan sebabagainya.

Ada dua objek yang menjadi sasaran dan ulasan program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”. Objek pertama adalah video viral di media berdurasi 3,45 menit yang menampilkan tiga orang perempuan yang melakukan kegiatan bertandang ke rumah *door to door*. Dalam video tersebut terlihat perempuan berbicara dalam bahasa Sunda saat bicara “kampanye *door to door*”, dengan menyampaikan pandangan bahwa apabila Joko Widodo terpilih kembali maka adzan akan dilarang, kawin sesama jenis akan dilegalkan. Video itu berdedar di media sosial diunggah

oleh akun @citrawida5. Belakangan diketahui peristiwa itu terjadi di Karawang dan pelakunya diketahui adalah ES (49), IP (45) dan CW (44).

Sedangkan objek kedua adalah tayangan pembacaan puisi Neno Warisman diacara Munajat 212. Adapun potongan puisi yang menjadi tayangan adalah kalimat sebagai berikut:

Jangan. Jangan Engkau tinggalkan kami
 dan menangkan kami
 Karen ajika Engkau tidak menangkan
 Kami khawatir ya Allah
 Kami khawatir ya Allah
 Taka ada lagi yang menyembah-Mu.

Adapun narasumber dalam *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” merupakan figur *news maker* dengan beragam latar belakang. Secara teoritis keberagaman narasumber itu diharapkan mewakili berbagai perspektif. Disi lain dengan keanekaragaman perspektif ini juga memungkinkan terjadinya tingkat kedalaman dan keluasan perbincangan sesuai dengan kebijakan politik media yang bersangkutan. Adapun nama dan latar belakang narasumber *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” adalah sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
 Narasumber Tayangan Politik di Balik Dakwah

Nama	Latar Belakang	Segmen dan Durasi
Jazuli Juwaini	Ketua Fraksi PKS	3 segmen 7,40
Lukman Hakim Syaifuddin	Menteri Agama	2 segment 8,18
Komaruddin Hidayat	Guru Besar UIN Syarif Hidayatullah	2 segmet 4,50
Abdul Mukti	Sekretaris PP Muhammadiyah	1 segment 2,56
Asrorun Ni'am Sholeh	Katib Syuriah PBNU	2 segmen 7,23

B. Gagasan Sentral Tayangan Program Opsi Episode “Politik di Balik Dakwah”

Tayangan *OPSI* dengan tema “Politik Di balik Dakwah” sesungguhnya merupakan siaran *on air* untuk mendiskusikan isu politisasi agama yang merebak pada Pemilu 2019 lalu. Oleh karenanya tayangan ini tentu memiliki konteks makro dan mikro. Konteks makro tayangan ini terkait dengan situasi politik nasional yang ditandai dengan polarisasi masyarakat yang dipertajam oleh politisasi identitas, terutama identitas agama. Hak inilah yang bisa dibawa dari introduksi pembawa acara mengenai tayangan ini.

“Pemirsa berbagai cara dilakukan di tahun politik untuk meraih simpati, antara lain mengatas namakan agama yang masih menjadi komoditi utama. Masyarakat berbeda pendapat saling berebut tempat bahkan hingga berdebat ditempat ibadah. Apa implikasinya jika agama disalahgunakan menjadi tunggangan berpolitik” Inilah opsi malam hari ini politik dibalik dakwah. Bersama saya Zilvia Iskandar”.

Tema agama dan politik tampaknya menjadi perhatian luas kelompok masyarakat. Tidak sebagaimana tema-tema tayangan-tayangan human interest lain yang segmen pemirsanya terbatas, tampaknya tema ini meyedeot perhatian luas. Oleh karenanya pada tayangan *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah” Metro Tv menghadirkan berbagai kalangan dengan latar belakang intelektual, tradisi, kelompok agama dan politik yang juga beragam. Pertama, Menteri Agama Lukman Hakim Syaifudin. Kedua cendekiawan muslim Proff. Komarudin Hidayat. Ketiga, Sekertaris umum PP Muhammadiyah Abdul Mukti. Keempat, Katin syuriah PBNU Ashrorul Ni’am Shaleh. Kelima, Ketua Fraksi PKS Jazuli Juwaidi.

Menarik diskusi ke dalam konteks makro isu hubungan agama dan politik, tayangan ini menyuguhkan beberapa kasus sebaai konteks mikro, yang tentu juga memiliki relasi dengan konteks makro di atas. Sebuah video yang viral memuat tayangan mengenai ibu-ibu yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*) mengenai salah satu paslon presiden dan wakil presiden.

“Ibu ibu di Karawang melakukan kampanye hitam *door to door* memfitnah capres Jokowi. Apakah partai pendukung Prabowo Sandi ini mengenal ibu-ibu ini dan tidak tau menau soal aktivitas seperti ini pak”

Demikian pemandu acara mulai membuka ruang pembicaraan bagi narasumber. Pertanyaan-pertanyaan di atas tampak sekali mengkerangkai seluruh pembicaraan pada program *OPSI* episode “Politik di Balik Dakwah”. Selanjutnya pembahasan dilakukan dengan menggali berbagai sisi yang menghasilkan suatu pandangan yang multi perspektif dan memperkuat pesan utama tayangan tersebut.

C. Konstruksi Framing Episode Politik Di Balik dakwah

Sebagaimana dijelaskan pada BAB 1 penelitian ini menggunakan framing Gramson & Modaglioni. Melalui analisi *framing* dapat diketahui keterkaitan antara satu isu, wacana, dengan isu atau wacana yang lain sebagai satu kesatuan pesan. Dalam sub bab ini akan diuraikan elemen dan struktur *framing* sebagaimana yang menjadi pendekatan penting dalam penelitian ini.

Agar tidak lepas dari struktur dasar analisis *framing* yang dipilih dalam penelitian ini, berikut akan disinggung kembali tentang analisi framing yang dimaksud. Mencermati cara diskusi diatas penulis menemukan beberapa kerangka penting dalam tayangan acara tersebut.

Pertama, video-video yang menjadi objek pembicaraan dalam episode “Politik di Balik Dakwah” telah didefinisikan sebagai politik dibalik dakwah dan politisasi agama.

Kedua, Sumber masalah dari politisasi agama itu adalah praktik dakwah yang tidak sesuai dengan prinsip dakwah yang sesungguhnya. Praktik ini juga bersumber dari upaya untuk menyatukan antara agama dan politik secara salah. Agama dan politik yang semestinya dihubungkan dari aspek substantifnya justru secara instrumental digunakan dalam politik praktik, bukan pada high politik atau politik substantif.

Ketiga. Tayangan ini telah mendelegitimasi praktik politisasi agama sebagai tindakan yang tidak bisa diterima dari berbagai perspektif seperti perspektif keagamaan, perspektif politik, perspektif akademik dan perspektif pemerintahan.

Keempat, upaya yang harus dilakukan sebagai *treatmen*, rekomendasi dan saran adalah agama harus dikembalikan kepada esensinya, agama jangan ditarik kedalam politik praktis supaya kehidupan keagamaan agama harus betul betul dalam rangka untuk menjaga harkat martabat manusia, berdakwah dilakukan dalam rangka memperkuat ukhuwah bukan memecah belah, selaraskan kehidupan politik dan agama dalam rangka mewujudkan kemaslahatan bersama.

Keseluruhan kerangka di atas dapat diringkas dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2
Kerangka elemen framing

Model	Pro 01	Pro 02
Definsi Masalah	Politisasi agama	Dakwah Tokoh agama
Sumber masalah	1. Praktik dakwah yang tidak sesuai dengan prinsip dakwah 2. Penyatuan agama dan politik secara salah	Pemimpin harus diingatkan
Keputusan moral	Tidak legitimate	Boleh karena panggilan agama
Rekomendasi	1. Kembali pada esensi agama 2. Jaga agama dari politik praktis 3. Dakwah untuk memperkuat ukhuwah 4. Selaraskan politik dengan nilai agama	1. Tidak boleh menghasut 2. Tidak boleh memfitnah

Tabel diatas menunjukkan dua cara pandang yang berbeda dalam memandang isu yang disajikan dalam acara tersebut. Terutama dua video yang menjadi objek pembahasan. Secara diametral model *framing* ditentukan oleh afiliasi politik pada Pilpres 2019 yang secara luas dikenal

sebagai pasangan 01 (Jokowi Ma'ruf) dan 02 (Prabowo Sandi). Dua kelompok tersebut berbeda pandang dalam mendefinisikan masalah yaitu berupa dua tayangan video yang viral ditengah tengah masyarakat. Bagi pro 01 tayangan video yang viral itu dipahami sebagai politisasi agama. Sedangkan bagi pro 02 dipahami sebagai dakwah tokoh agama.

Pro 1 dan pro 02 juga salah memahami sumber masalah yang didiskusikan melalui acara tersebut. 01 memahami sumber masalah adalah praktik dakwah yang tidak sesuai dengan prinsip dakwah sedangkan 02 menganggap jika pemimpin harus diingatkan. Perbedaan tersebut juga menghasilkan keputusan moral yang berbeda. Pro 01 menganggap peristiwa yang ditayangkan tersebut tidak legitimit, sedangkan menurut 02 tayangan tersebut boleh karena apa yang dilakukan orang orang tersebut merupakan panggilan agama. Berdasarkan atas perbedaan perbedaan pemahaman mengenai definsiai masalah, sumber masalah, keputusan moral, maka kedua kelompok juga memberikan usulan atau rekomendasi yang berbeda. Jika 01 meminta agara agama dikembalikan kepada esensinya, agama jangan dibawa kepada politik praktis, dakwah digunakan untuk mempererat ukhuwah, akan tetapi 02 menganggap jangan menghasut dan jangan memfitnah.

Dari sudut kemasn acara tayangan “Politik di Balik Dakwah” sebagai sebuah model penyajian, maka acara tersebut menghadirkan sebuah konstruksi pesan yang disajikan dalam konteks pertarungan politik pada Pemilu 2019.

Berdasarkan analisis *framing* model Gramson & Madogliani maka dapat diketahui unsur-unsur *framing*, perangkat *framing* dan penalarannya, methapora dan akarnya, frase dan klaim klaim moralnya, serta exemplar (contoh) dan konsekoensinya. Secara keseluruhan *framing* tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.3
Analisis Framing model Gramson& Modagliani

Frame Politik di Balik Dakwah

<p>Framing Devices (Perangkat Framing)</p> <p>Berbagai cara dilakukan di tahun politik untuk meraih simpati, antara lain mengatas namakan agama yang masih menjadi komoditi utama.</p>	<p>Reasoning Devices (Persngkat Penalaran)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat berbeda pendapat saling berebut tempat bahkan hingga berdebat ditempat ibadah. Apa implikasinya jika agama disalahgunakan menjadi tunggangan berpolitik. 2. Ibu ibu di Karawang melakukan kampanye hitam <i>door to door</i> memfitnah capres Jokowi. Apakah partai pendukung Prabowo Sandi ini mengenal ibu-ibu ini dan tidak tau menau soal aktivitas seperti ini pak
<p>Methapora</p> <p>Menolak Politiasi agama (Agama menjadi tunggangan politik)</p>	<p>Roots</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. meninggalkan polarisasi yang semakin tajam, 2. fitrahnya agama itu merangkul semua orang 3. (politik) itu mensegregasi membuat umat itu saling terkotak
<p>Catephrese</p> <p>Esensi agama adalah kemaslahatan bersama, akhlak, menjaga harkat martabat manusia dan mempersatukan (ukhuwah)</p>	<p>Appeals to Principles</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politik harus membawakan agama yang substantif itu tadi. 2. Jangan membawa agama untuk mengkotak kotakkan 3. Jaga agama dari politik praktis 4. Dakwah untuk memperkuat ukhuwah 5. Selaraskan politik dengan nilai agama
<p>Exemplaar</p> <p>Dalam tayangan video : Agama dijadikan sebagai kampanye hitam</p> <p>Depiction</p> <p>Menggunakan agama sebagai alat politik adalah sebagaimana dilakukan ibu-ibu pendukung Prawbowo adalah “terlalu bersemangat” dan tindakan Neno Warisman yang</p>	<p>Consequences</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jauhi politisasi agama 2. Jangan dukung orang yang melaakukan politisasi agama

melakukan politisasi doa adalah hiburan politik	
--	--

Tabel di atas menunjukkan elemen-elemen *framing* yang memiliki hubungan logis satu sama lain. Elemen pertama adalah Frame (Media Package) yaitu seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu. Politik di balik Dakwah adalah sebuah frame yang digunakan untuk mengkerangkai peristiwa dalam video yang ditayangkan. Secara umum, perangkat ide sentral ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu *framing device* dan *reasoning device*.

Framing Device (Perangkat Framing) merupakan elemen yang berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Ungkapan “Berbagai cara dilakukan ditahun politik untuk meraih simpati, antara lain mengatas namakan agama yang masih menjadi komoditi utama” merupakan salah satu kalimat yang terkait secara langsung dengan ide utama politisasi agama.

Sementara Reasoning Devices (perangkat penalaran) berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu. Elemen ini berfungsi sebagai dasar pembenaran dan penalaran yang disampaikan media atau seseorang tampak benar, alamiah, dan wajar. Perangkat penalaran itu tercermin dalam kalimat “masyarakat berbeda pendapat saling berebut tempat bahkan hingga berdebat ditempat ibadah. Apa implikasinya jika agama disalahgunakan menjadi tunggangan berpolitik”. Kalimat lain yang berfungsi sebagai penguat penalarana adalah ungkapan Ibu ibu di Karawang melakukan kampanye hitam *door to door* memfitnah capres Jokowi Ma’ruf. Apakah partai pendukung Prabowo Sandi ini mengenal ibu-ibu ini dan tidak tau menau soal aktivitas seperti ini?” Perangkat penalaran ini merupakan titik pijak untuk menyampaikan pesan tertentu spesifik sesuai dengan kebijakan politik media.

Elemen penting lainnya adalah Methapors yaitu perumpamaan atau pengandaian. Menolak Politisasi agama dengan ungkapan agama sebagai

tunggangan politik. Hal ini berimplikasi terhadap analisis kausal atau sebab akibat bahwa politisasi agama meninggalkan polarisasi yang semakin tajam yang menodai fitrahnya agama yaitu merangkul semua orang. Politik dengan “tunggangan agama” itu mensegregasi membuat umat saling terkotak-kotak.

Sedangkan elemen exemplar mengaitkan bingkai (frame) dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai. Exemplar yang digunakan adalah tayangan video dengan tagline “Agama dijadikan sebagai kampanye hitam”.

Elemen Depiction berupa penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. *Depiction* ini umumnya berupa kosa kata, leksikon untuk melabeli sesuatu.

Visual Images, gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, atau grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan. Pelukisan itu tercermin dari kalimat “menggunakan agama sebagai alat politik adalah sebagaimana dilakukan ibu-ibu pendukung Prabowo adalah “terlalu bersemangat” dan “tindakan Neno Warisman yang melakukan politisasi doa adalah hiburan politik”.

Elemen terakhir adalah Consequences yaitu efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai di atas yaitu jauhi politisasi agama Jangan dukung orang yang melakukan politisasi agama.

D. Konstruksi Pesan Dalam Episode “Politik Di Balik Dakwah”

Berdasarkan analisis *framing* bisa diketahui berbagai element suatu pemberitaan, narasi suatu berita ataupun tayangan. Untuk mengetahui secara utuh konstruksi pesan dalam tayangan yang menjadi fokus skripsi ini, maka berikut akan diuraikan elemen dan struktur dalam konstruksi pesan.

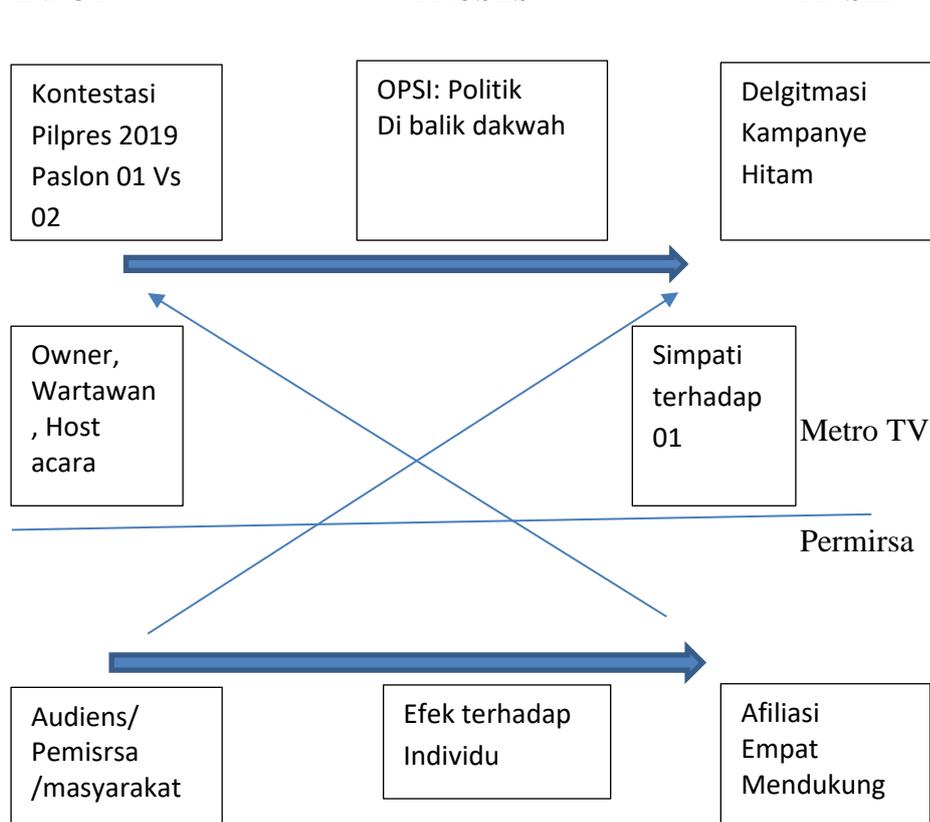
Dari segi alur konstruksi pesan, maka terdapat tiga hal dan tahapan penting yaitu tahap input, tahap proses dan hasil suatu konstruksi pesan.

Proses politik, terutama kontestasi pada pemilu 2019 merupakan latar utama bagi episode “Politik Di Balik Dakwah”. Situasi politik yang semakin riuh menjelang Pemilu 2019 merupakan fenomena yang menarik khalayak luas dan secara politik strategis menarik perhatian dan berpotensi negatif ataupun positif terhadap para kandidata yang berkontestasi.

Sebagaimana umum dipahami salah satu upaya penting dalam kontestasi politik adalah mencari simpati dan dukungan seluas-luasnya dari masyarakat pemilih. Strategi yang konvensional yang biasa dipilih tentu adalah dengan meningkatkan tingkat elektabilitas dan pada saat yang sama merusak tingkat elektabilitas lawan. Pemberitaan ataupun tayangan di media merupakan salah proses yang bisa mempengaruhi situasi politik, orientasi dan pilihan politik masyarakat. Alur konstruksi pesan dalam episode “Politik Di Balik Dakwah” bisa digambarkan dalam skema di bawah ini.

Gambar Skema: 4.1

Input Proses dan Hasil dalam Konstruksi Pesan Politik di Balik Dakwah



Skema di atas menggambarkan suatu konstruksi pesan baik dari segi input, proses dan hasil serta pencapaian tujuan utama yang diharapkan muncul dari audiens atau masyarakat pemirsa. Dengan mencermati konteks sosial dan politik yang melatar belakangi input utama bagi tayangan tersebut adalah isu-isu yang terkait dengan kontestasi politik Pilpres 2019. Dikhotomi dan polarisasi antara Pasangan calon Nomor 01 dan Pasangan calon Nomor 02 merupakan realitas sosial dan politik yang muncul di sekitar episode dan tayangan ini. Dalam konteks ini maka program tayangan *OPSI*, terutama episode “Politik di Balik Dakwah” adalah sebuah proses tindakan komunikasi media yang diharapkan akan menghasilkan pandangan tertentu yang berpengaruh terhadap audiens (masyarakat) dalam berfikir dan menentukan calon presiden pada Pemilu 2019. Sebagaimana diketahui setiap media memiliki kebijakan politiknya masing-masing. Kebijakan politik suatu media akan sangat terkait dengan relasi-relasi yang terbangun diantara para subjek politik dalam suatu konteks tertentu.

Berdasarkan perbincangan yang muncul maka dapat diketahui seluruh narasumber menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap politisasi agama. Apabila politisasi agama itu sebagai kerangka yang dibentuk untuk mendefinisikan kejadian dalam dua buah video yang menjadi tayangan, maka jelas tayangan ini sedang medelegitimasi kampanye hitam yang dilakukan oleh pendukung salah satu calon pasangan dalam pilpres 2019.

Delegitimasi ini melahirkan efek terhadap individu para pemirsa berupa penentuan sikap tertentu dalam menghadapi kampanye dan pasangan calon presiden yang terkait. Ada dua kemungkinan sikap yang muncul yaitu antipasti terhadap paslon tertentu dan pada saat yang sama muncul simpati dan afiliasi terhadap pasangan calon presiden dan wakil presiden yang lain. Pada ini, akhirnya tayangan ini berpengaruh terhadap preferensi pemilih dalam menentukan pilihan pada Pemilu 2019. Sejauh mana preferensi

pemilih pada Pemilu 2019 dipengaruhi oleh menonton suatu tayangan media, tentu merupakan kajian yang lain yang harus dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan, konstruksi pesan dalam tayangan tersebut adalah sebagai berikut; *pertama* episode tayangan politik dibalik dakwah telah mengkerangkai (framing) beberapa peristiwa yang dibicarakan sebagai politik dibalik dakwah dan politisasi agama. *Kedua*, Sumber masalah dari politisasi agama itu adalah praktik dakwah yang tidak sesuai dengan prinsip dakwah yang sesungguhnya. Praktik ini juga bersumber dari upaya untuk menyatukan antara agama dan politik secara salah. Agama dan politik yang semestinya dihubungkan dari aspek substantifnya justru secara instrumental digunakan dalam politik praktik, bukan pada high politik atau politik substantif. *Ketiga*. Tayangan ini telah mendelegitimasi praktik politisasi agama. *Keempat*, upaya yang harus dilakukan sebagai *treatmen*, rekomendasi dan saran adalah a).agama harus dikembalikan kepada esesnya. b) Agama jangan ditarik kedalam politik praktis supaya kehidupan keagamaan agama harus betul betul dalam rangka untuk menjaga harkat martabat manusia. c) Berdakwah dilakukan dalam rangka memprekuat ukhuwah bukan memecah belah. d) Selaraskan kehidupan politik dan agama dalam rangka mewujudkan kemaslahatan bersama.

B. Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian di atas maka penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan kajian terhadap kebijakan politik tayangan-tayangan televisi secara lebih mendalam untuk mengetahui netralitas dan imparsialias media televisi sebagai kerangka acuan pembanginan kebebasan pers yang berkualitas dan bertanggung jawab.
2. Kepada penyelenggara tayangan televisi hendaknya memperkuat obyektivitas dalam menyuguhkan tayangan sehingga dapat memperkuat

daya kritis masyarakat sebagai bentuk pendidikan yang dilakukan oleh media.

3. Pemerintah dan kelompok-kelompok masyarakat (civil society) hendaknya terus menerus melakukan literasi media dalam rangka mewujudkan masyarakat yang cerdas dalam mengkonsumsi informasi.
4. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh menonton tayangan politik dibalik dakwah atau tayangan sejenisnya terhadap preferensi pemilih dalam menentukan pilihan politik pada pemilihan umum.

C. PENUTUP

Puji syukur *Alamdulillahi Rabbil 'Alamin* penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Harapan peneliti meskipun skripsi ini sangat sederhana, mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi pembaca, namun demikian peneliti mengakui bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna perlu ada pembenahan baik dari segi isi maupun bahasannya. Untuk itu peneliti meminta saran dan kritik yang sifatnya membangun dan menyempurnakan demi kebaikan penulis di masa datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita, dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan penelitian selanjutnya pada umumnya. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber dari buku :

- Ahmad, Amrullah. 1983. *Dakwah Islam Perubahan Sosial*. Seminar Nasional. Yogyakarta: Prima Gama.
- Asmoro, Toto. 1987. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wahana Ilmu.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Budianto, Heri. 2019. *Kontestasi Politik Dalam Ruang Media*. Jakarta: Prenadamedia
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Depertemen P dan K. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendi, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Effendi, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Friyanto. 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT.LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Haryanto, Gun Gun. 2010. *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*. Jakarta: PT. Laswell Visitama.
- Imam, Hidajat. 2009. *Teori-Teori Politik*. Malang: Setara press.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Latief, Rusman dkk. 2017. *Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta: KENCANA.

- Mabruri, Anton. 2013. *Manajemen Produksi Acara Tv, Format Acara Non Drama News Dan Sport*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Milles, Matthew B and Huberman, Michael A. 1992. *Analisis Data Kualitatif (Terjemahan Tjetejp Rohendi)*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muda, Dedy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, Wahyu Illahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Pranada Mulia.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik, Media Massa, dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Piu A. Partanto, M. Dahlan Al Barry. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arloka.
- Pratikno. 1987. *Globalisasi Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Prawoto, Sigit. 2018. *Hegemoni Wacana Politik*. Malang: UB Press.
- Risma, Abu. 1958. *Dakwah Islam Praktis dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis*. Yogyakarta: PLP2M.
- Rojak, Jeje Abdul. 1999. *Politik Kenegaraan: Pemikiran pemikiran AlGhazali dan Ibnu Taimiyah*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Rosmawati H.P. 2010. *Mengenal Ilmu komunikasi: Metacommunication Ubiquitous*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Samsul, Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saleh, Terrence M. 2015. *Konstruksi Pesan Penegakan Hukum di Indonesia Dalam Film "Java Heat"*. Jurnal E-Komunikasi, 3, 1.

- Siregar, Ahmadi. 1998. *Bagaimana Meliput Dan Menulis Berita Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius
- Subiakto, Henry. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Eko Harry. 2014. *Komunikasi Politik esensi dan implikasi dalam dinamika social Ekonomi Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tambukara, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: Rajawali.
- Tim Penyusun Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2015. *Buku Panduan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang*. Semarang.
- W, Widajaja A.1988.*Ilmu komunikasi pengantar studi*.Jakarta: Bina Aksara.
- Yoanita, dkk. 2015. *Media Construction On Indonesia Political Conflict: A Framing Analysis Of Kpk Vs Polri Case*. PEOPLE: International Journal of Social Sciences.

B. Sumber dari skripsi

- Anan, Khairul (2015) dengan judul Konstruksi Pesan Dakwah dalam Film Cinta Suci Zahrana.
- Himmah, Rif'atul (2016) dengan judul Metode Dakwah Mujadalah FPI dalam Program Acara ILC TV ONE, Episode "FPI Menyerang, Ahok Melawan".
- Hafifah, Khoirul (2016) dengan judul Konstruksi Media Televisi tentang Kekerasan Terhadap Anak (Analisis Framing pada Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One).
- Penelitian Ngazis, Amal Nur (2010) dengan judul Konstruksi Media Massa Tentang Pemberitaan Karikatur Nabi Muhammad SAW.
- Kusriyono, Rohman (2015) dengan judul Konstruksi Berita Pemilihan Umum Presiden Tahun 2014 di Majalah Tempo.

C. Sumber dari internet

<https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi> diakses pada 22 November 2018.

<https://asiaaudiovisualra09gunawanwibisono.wordpress.com/2009/04/28/mengenal-program-televisi/> diakses pada 23 November 2018.

<https://www.nu.or.id/post/read/40191/politik-berbasis-al-qur039an> diakses pada 10 januari 2020.

<https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/4> diakses pada 12 Februari 2020.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses 16 Juli 2020

RIWAYAT HIDUP PENELITI



Nama Lengkap : Adelia Octaviani
Tempat, Tanggal Lahir : Sragen, 15 Oktober 1998
Agama : Islam
Alamat : Perum Permata Wonorejo, Gang Ruby no. 57,
Gondangrejo, Karanganyar, Jawa Tengah
No Hp : 081327953900
Email : adeliaoctavia98@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN :

2002 – 2004 : TK Aisyah BA Saren
2004 – 2010 : SD Negeri Saren 1
2010 – 2013 : SMP MTA Gemolong
2013 – 2016 : SMA N Gondangrejo
2016 – Sekarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

PENGALAMAN ORGANISASI :

KSK WADAS

WALISONGO TV

TDP (TVKU DEVELOPMENT PROGRAM)