

**ANALISIS WACANA KRITIS PROGRAM AZAN DI MNCTV
(STUDI PROGRAM AZAN YANG MENAMPILKAN GANJAR
PRANOWO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:

Chandra Hayat Saputra

(1701026114)

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

2024

NOTA PEMBIMBING

Lamp : Lima Eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

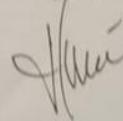
Assalamu 'alikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Chandra Hayat Saputra
NIM : I701026114
Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/ KPI
Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Program Azan Di MNCTV (studi program adzan yang menampilkan Ganjar Pranowo)
dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan memohon agar segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Semarang, 28 Maret 2024
Pembimbing Bidang Materi,
Metodologi dan Tata Tulis



Farida Rachmawati M.Sos.

NIP: 199107082019032021

PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS WACANA KRITIS PROGRAM AZAN DI MNC TV
(STUDI PROGRAM AZAN YANG MENAMPILKAN GANJAR
PRANOWO)

Disusun oleh : Chandra Hayat Saputra
1701026114

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 3 April 2024 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Nilnan Ni'mah, M.Si.
NIP. 198002022009012003

Sekretaris

Nahnu Robid Jiwandono, M.Pd.
NIP. 199007262020121002

Penguji I

Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 196310171991032001

Penguji II

Agni, S.Kom.I.MA.
NIP. 199101202019031006

Mengetahui,
Pembimbing

Farida Rachmawati, M.Sos
NIP. 199107082019032021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 7 Mei 2024

Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag.
NIP. 197205171998031003

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji bagi Allah Swt. atas limpahan rahmat serta hidayah yang diberikan kepada semua makhluk-Nya. Berkat pertolongan Allah Swt. penulis diberi kemudahan, kelancaran, petunjuk, dan kesehatan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad saw., suri tauladan seluruh umat manusia. Selama proses penyusunan skripsi dengan judul " Analisis Wacana Kritis Program Azan Di MNCTV (studi program adzan yang menampilkan Ganjar Pranowo) ", penulis menyadari tidak akan terwujud tanpa adanya doa, bantuan, dan bimbingan yang penulis dapatkan dari orang-orang baik di sekitarnya. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr, Moh. Fauzi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Asep Dadang Abdulah, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Farida Rachmawati M.Sos selaku dosen Pembimbing. Terima kasih banyak atas kesediaan meluangkan waktu dan tenaga memberikan bimbingan serta pengajaran dalam penyusunan skripsi kepada penulis.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah mendidik penulis dalam berbagai aspek keilmuan.
6. Almarhum kedua orang tua saya yang mendidik saya saat kecil dan menjadi motivasi saya untuk menaikkan derajat mereka.
7. Kedua adik-adik Devi Rahayu Oktavian dan laili Rahayu Nur Hayati yang menjadi alasan penulis untuk tetap hidup dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Zahwa Aaliyah Putri yang selalu memberikan semangat, motivasi dan selalu menemani proses penulis sampai sekarang.

9. Risky Nur Fathony sahabat luar biasa. Terima kasih telah menemani dan membantu proses penelitian ini, berkat segala kebaikan yang diberikan menjadikan penulis melangkah tegak kearah lebih baik.
10. Segenap keluarga KPI-C 2017, terima kasih telah menjadi keluarga hangat di tanah rantau.
11. Segenap keluarga besar WalisongTV, terima kasih telah menjadi rumah hangat dan ruang belajar untuk penulis berkembang.
12. Rekan pengabdian tim KKN MITDR XI 2021, terima kasih banyak atas segala momen dan pembelajaran yang telah kita lalui bersama.
13. Sahabat seperjuangan, Risky, Zaki, Hanif, Zain, Danil, Amir, Baginda, Bayu, Syarif, Angga, dan Afif. Terima kasih telah menjadi rekan baik, mendukung dan berjuang bersama di Semarang.
14. Segenap narasumber penelitian yang telah berkenan meluangkan waktu dan membantu penulis menyelesaikan skripsi.
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Semoga dukungan dan doa akan terus ada dalam merajut asa di masa depan.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Penulis terbuka untuk segala kritik, saran, dan masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat memberikan wawasan baik untuk diambil hikmahnya.

Semarang, 28 Maret 2024



Chandra Hayat Saputra

1701026114

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah

Penulis dengan rendah hati mempersembahkan karya tulis ini kepada orang yang berjasa dalam perjalanan proses belajar penulis yaitu:

1. Para guru TK, SD, MTs, MAN, dan guru mengaji saya.
2. Almamaterku Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, tempatku menimba ilmu dan pengalaman.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah bersama dengan orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqrah: 153)

ABSTRAK

Chandra Hayat Saputra, 1701026114. Analisis Wacana Kritis Program Azan Di MNCTV (studi program adzan yang menampilkan Ganjar Pranowo).

Di Indonesia, dengan mayoritas pemirsa televisi adalah pemeluk Agama Islam, tayangan azan di televisi menjadi sebagai bagian dari upaya menyebarkan pesan keagamaan dan mengingatkan umat Islam akan waktu ibadah.

Program azan di MNCTV, khususnya yang menampilkan Ganjar Pranowo, menjadi subjek penelitian yang menarik karena tidak hanya menyajikan konten keagamaan, tetapi juga menghadirkan dimensi politik melalui kehadiran tokoh publik. Analisis wacana kritis menjadi alat relevan dalam menggali maksud yang terkandung dalam program azan tersebut, terutama dalam konteks integrasi antara dimensi keagamaan dan politik.

Hasil dari penelitian ini adalah analisis program Azan di MNCTV, Ganjar Pranowo berperan sentral dalam menyampaikan pesan-pesan dengan dukungan kehadiran dan partisipasinya. Framing yang dipilih menggambarkan Ganjar sebagai sosok ramah, dekat dengan masyarakat, dan berkomitmen pada nilai-nilai Islam. Interaksinya dengan jamaah masjid dan sikap terbuka menciptakan citra positif di mata penonton. Analisis wacana menunjukkan Ganjar memegang kendali dalam interpretasi wacana, sementara kognisi sosial menyoroti respons penonton terhadap perilakunya dalam konteks agama. Representasi Ganjar sebagai tokoh yang kuat dalam spiritualitas memperkuat stereotip tentang komitmen agamanya. Program ini memperkuat pesan-pesan tentang pentingnya keterlibatan pemimpin dalam kegiatan keagamaan dan nilai-nilai solidaritas dalam masyarakat.

Kata kunci: Analisis Wacana Kritits, program televisi, program azan televisi, MNCTV, Ganjar Pranowo, Televisi

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoretis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian	9
1. Jenis dan Prndekatan Penelitian.....	9
1. Definisi Konseptual	10
3. Sumber dan Jenis Data	11
4. Teknik Pengumpulan Data	11
5. Teknik Analisis Data	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II KAJIAN TENTANG TELEVISI, AZAN, REGULASI AZAN DI TV, DAN TEORI ANALISIS WACANA KRITIS MODEL TEUN A. VAN DIJK. .	14
A. Televisi	14
1. Pengertian Televisi	14
2. Karakteristik Televisi.....	15
3. Kelebihan dan Kekurangan Televisi.....	16
4. Program Acara Televisi	18
5. Fungsi acara televisi sebagai media massa	19
B. Azan	21
1. Pengertian Azan	21
2. Hukum Azan.....	22
3. Fungsi Azan.....	23
4. Hikmah Azan.....	24
5. Regulasi Azan	26
C. Analisis Wacana Kritis.....	26
1. Pengertian Wacana.	26
2. Analisis Wacana	27
3. Analisis Wacana Kritis	28
4. Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk.....	29
BAB III GAMBARAN UMUM PROGRAM AZAN DI MNCTV YANG MELNAMPILKAN GANJAR PRANOWO.	33
A. Sejarah MNCTV	33
B. Program Azan di MNCTV	38
C. Transkrip Program Azan Yang Menampilkan Ganjar Pranowo	39
D. Biografi Ganjar Pranowo	43
E. Kiprah Ganjar Pranowo di Politik.....	44
BAB IV ANALISIS WACANA KRITIS PROGRAM AZAN DI MNCTV.....	47
A. Analisis Struktur Wacana.....	47
C. Reperesentasi Program Azan di MNCTV	50
D. Ideologi Yang Tersembunyi Dalam Video Program Azan.....	50
BAB V PENUTUP.....	51

A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	56

DAFTAR GAMBAT

<i>Gambar 3. 1 Isi video Azan di MNCTV</i>	40
<i>Gambar 3. 2 Isi video azan di MNCTV</i>	41
<i>Gambar 3. 3 Isi video azan MNCTV</i>	42

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam komunikasi memiliki dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Di bidang politik, teknologi komunikasi memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika politik suatu negara. Komunikasi yang efektif dianggap sangat penting dalam kegiatan politik. Perkembangan teknologi memperluas dan mempercepat saluran komunikasi di dalamnya. Kampanye, sebagai salah satu aspek utama dalam kegiatan politik, mengandalkan media komunikasi seperti media *online*, jejaring sosial, dan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas. Media *online* dan jejaring sosial tidak hanya menyediakan *platform* bagi para politisi untuk menyampaikan pesan dan visi politik mereka, tetapi juga menciptakan ruang partisipasi publik yang lebih aktif. Kampanye kini semakin mengandalkan teknologi komunikasi modern untuk mencapai pemilih dengan lebih efisien. Fenomena ini juga memunculkan media baru yang berdampak pada dinamika sosial masyarakat. Dengan demikian, teknologi komunikasi tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan informasi politik, tetapi juga membentuk cara masyarakat berpartisipasi dalam proses politik, memperkuat hubungan antara pemilih dan pemimpin, serta membuka ruang untuk pertukaran ide dan opini politik (Apriadi, 2013).

Televisi, atau yang sering disebut TV, telah menjadi salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Sejak ditemukan, televisi telah mengalami perjalanan yang signifikan dalam mengubah pola pikir dan gaya hidup manusia. Meskipun pada awalnya menghadapi penolakan di masa lalu, terutama terkait dengan kekhawatiran akan dampaknya terhadap budaya dan interaksi sosial, perlahan-lahan televisi mampu meyakinkan masyarakat akan nilai-nilai positifnya. Televisi tidak hanya sekadar barang elektronik yang menghasilkan gambar dan suara, tetapi juga menjadi sumber informasi, media pendidikan, dan hiburan yang

signifikan. Dengan peningkatan kesadaran akan berbagai kebutuhan manusia, termasuk keinginan akan akses mudah terhadap berita, pengetahuan, dan hiburan, televisi menjadi alat yang tak terelakkan dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara visual dan auditif membuat televisi menjadi medium yang sangat efektif dalam menyampaikan berbagai jenis konten kepada khalayak luas (Graeme, 2000).

Televisi telah berhasil membujuk kita untuk mengonsumsi informasi dalam jumlah besar dengan menghadirkan gambaran kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita menjalani hidup ini. Dengan kemampuannya untuk memasuki relung-relung kehidupan kita, televisi telah menjadi media yang sangat efektif dan berpengaruh di Indonesia (Parwadi, 2015). Dalam menghadapi persaingan yang ketat dan untuk tetap relevan, stasiun televisi di Indonesia terus berinovasi dengan menciptakan berbagai tayangan yang menarik simpati dan memberikan nilai-nilai positif di masyarakat. Dengan cepatnya perkembangan media ini, berbagai program seperti infotainment, entertainment, iklan, talk show, musik, games show, hingga sinetron dan film telah berhasil membius pemirsa, menciptakan minat yang besar, dan memberikan dampak signifikan pada perilaku konsumsi informasi masyarakat.

Sejalan dengan karakteristik mayoritas pemirsa televisi di Indonesia yang merupakan pemeluk Agama Islam sebanyak 86,7%, munculnya tayangan azan maghrib di stasiun-stasiun televisi lokal maupun nasional menjadi relevan. Tayangan ini bukan hanya sebagai pengingat waktu shalat bagi umat Muslim, tetapi juga sebagai wujud upaya untuk memberikan konten yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan budaya masyarakat Indonesia (Bayu, 2022). Dengan demikian, televisi tidak hanya menjadi sarana hiburan dan informasi, tetapi juga menjadi media yang dapat memenuhi kebutuhan spiritual dan keagamaan bagi sebagian besar pemirsa di Indonesia.

Sebuah televisi memiliki banyak program acara, salah satunya adalah program acara azan, program azan televisi merupakan suatu acara yang didesain untuk menampilkan panggilan atau seruan azan yang menginformasikan waktu-waktu salat dalam agama Islam. Acara ini umumnya disiarkan di stasiun televisi sebagai bagian dari upaya menyebarkan pesan keagamaan dan mengingatkan umat Islam akan waktu ibadah. Program azan televisi tidak hanya menyampaikan seruan azan, tetapi seringkali juga menyajikan konten keagamaan, video inspiratif, video ajakan sholat dan lain-lain. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan nilai-nilai keagamaan dan memberikan informasi seputar praktik-praktik keagamaan kepada pemirsa, serta membangun kesadaran spiritual dalam lingkungan yang lebih luas.

Azan merupakan suatu bentuk syiar Islam yang berfungsi sebagai dakwah untuk mengajak dan menyerukan umat Islam agar senantiasa menunaikan ibadah salat sesuai dengan perintah Allah SWT. Dalam setiap lafal azan, terdapat pesan dakwah yang mendalam. Contohnya, lafal *Allahu Akbar* mengandung makna bahwa Allah Maha Besar, tidak ada yang sebesar atau menandingi keagungan-Nya. Lafal *Asyhadu allaa illaaha illallaah* menyampaikan kesaksian bahwa tidak ada Tuhan selain Allah SWT. *Hayya 'alashshalaah* mengajak untuk mendirikan salat, sedangkan lafal *falaah* memberikan kabar gembira akan kemenangan dan kebahagiaan abadi bagi yang menunaikan salat. Azan diakhiri dengan *Laa Ilaaha illallaah*, sebuah kalimat tauhid yang mengakhiri dengan menyebut nama Allah SWT, sebagaimana dimulainya azan, mencerminkan kesatuan dan keesaan dalam ibadah umat Islam (Maksum, 2010). Makna dari lafaz tersebut merupakan suatu seruan atau panggilan kepada seluruh umat muslim agar menyegerakan salat dan mendapatkan suatu kemenangan di dunia maupun di akhirat.

Azan, sebagai seruan yang memberikan tanda bahwa waktu salat telah tiba (Budi, 2009). Azan memiliki tujuan utama untuk memanggil umat manusia agar melaksanakan salat lima waktu secara tepat. Pada awalnya,

azan hanya berkumandang di masjid dan musala yang tersebar di desa-desa. Namun, dengan perkembangan zaman, azan menjadi lebih merata terdengar melalui berbagai media elektronik seperti radio, handphone, dan televisi. Saat ini, tayangan azan magrib di media televisi telah mengalami transformasi visual, dengan menampilkan simbol-simbol budaya Islam seperti visualisasi bangunan masjid dan keindahan alam semesta.

Dalam konteks zaman sekarang, azan magrib di televisi tidak hanya disajikan sebagai panggilan ibadah semata, melainkan dikemas secara visual dengan simbol-simbol yang mencerminkan kekayaan budaya Islam. Tayangan tersebut dapat memvisualisasikan bangunan-bangunan masjid dan keagungan ciptaan Tuhan, menciptakan pengalaman yang mendalam bagi pemirsa. Selain itu, azan di televisi juga dihadirkan dalam format yang lebih menarik, dengan menampilkan alur cerita yang menggambarkan toleransi antarumat beragama serta hubungan manusia dengan Tuhan melalui pelaksanaan ibadah salat, pengumandangan azan, dan kegiatan keagamaan lainnya.

Durasi tayangan azan magrib di televisi umumnya berkisar antara dua hingga empat menit. Meskipun singkat, tayangan ini berhasil menarik perhatian pemirsa dengan menyajikan pesan keagamaan secara visual yang menyentuh aspek-aspek kultural dan spiritual dalam Islam. Dengan demikian, azan di televisi bukan hanya menjadi panggilan ibadah, tetapi juga sebuah pengalaman visual yang memperkaya pemahaman akan nilai-nilai keagamaan dan budaya Islam.

Penelitian ini berkaitan dengan peran penting media massa, khususnya program televisi, dalam membentuk opini, persepsi, dan narasi di masyarakat. Program azan di MNCTV menjadi subjek penelitian yang menarik karena program ini bukan hanya menyajikan konten keagamaan, tetapi juga menghadirkan elemen publik figur dengan penampilan Ganjar Pranowo. Ganjar Pranowo, sebagai tokoh publik dan politikus, memberikan dimensi tambahan terhadap program tersebut, menghadirkan elemen kebijakan dan politik dalam wacananya. Dalam konteks ini, analisis wacana

kritis menjadi alat yang relevan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana pesan-pesan keagamaan dan politik diintegrasikan dalam program azan, khususnya ketika melibatkan tokoh seperti Ganjar Pranowo. Dengan menganalisis wacana, penelitian ini bertujuan untuk membongkar maksud tersembunyi yang terkandung dalam program azan. Melalui latar belakang ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih mendalam terkait interaksi antara dimensi keagamaan dan politik dalam konten media televisi di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “**Analisis Wacana Kritis Program Azan di MNCTV (Studi Program Azan Yang Menampilkan Ganjar Pranowo)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana maksud tersembunyi dalam program azan yang menampilkan Ganjar Pranowo di MNCTV?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui maksud atau tujuan dari program azan yang menampilkan Ganjar Pranowo di MNCTV.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian dan sumbangsih pemikiran di bidang komunikasi dan penyiaran, khususnya dalam bidang program azan televisi. Hasil dari penelitian diharapkan bisa menjadi pengetahuan baru bagi perkembangan industri program penyiaran televisi terlebih pada pengetahuan produksi program azan di televisi. Penelitian ini juga diharapkan bisa digunakan sebagai referensi untuk karya-karya ilmiah maupun non-ilmiah di kemudian hari terkhusus karya penelitian mengenai industri azan di televisi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu merancang program televisi yang lebih berimbang dan memperhatikan representasi politik dan agama. Hal ini dapat membantu menciptakan program yang lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis tidak menemukan penelitian yang sama dengan penelitian berjudul “**Analisis Wacana Kritis Program Azan di MNCTV (studi program azan yang menampilkan Ganjar Pranowo)**” ini pada penelitian-penelitian sebelumnya. Namun untuk memperkuat teori-teori yang digunakan, maka penelliti merujuk kepada beberapa penelitian yang mengkaji tentang tema yang memiliki beberapa persamaan dengan penelitian ini.

1. Penelitian dari Ridwan Rustandi (2018) delngan judul “Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Da’i dalam Program Televisi”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Adapun analisis yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis (*Critical Discoursel Analysis*) model Telun Van Dijk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi dakwah pada program “Islam Itu Indah” dilakukan pada sisi da’i dan maudhu. Pada sisi da’i, pemilihan da’i/narasumber ditentukan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang meliputi unifikasi (karakter pembeda), daya jual (popularitas dan publisitas), keterampilan dan kecakapan berbicara, serta kualifikasi keilmuan. Representasi da’i pada program ini dilakukan dengan memperhatikan rating and sharel, performa dan sasaran audiens.

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu menganalisis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis, melalui jenis penelitian kualitatif deksriptif. Sedangkan perbedaan signifikan

terletak pada teknik objek penelitian, dan indikator fokus penelitian. Penelitian Ridwan Rustandi memilih objek penelitian pada Komodifikasi Da'ir dalam Program Televisi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis objek penelitiannya program adzan di MNCTV (studi program adzan di yang menampilkan Ganjar Pranowo).

2. Penelitian dari Anindya Izza Maheswari dan Arif Ardy Wibowo (2023). "Analisis Wacana Kritis Sara Mills Pada Program *Talkshow Kick Andy "Childfree"* Di Metro Tv". Metode penelitian ini menggunakan pendekatan rancangan deskriptif kualitatif, dengan metode observasi sebagai metode pengumpulan data. Hasil secara struktur makro, super struktur, dan struktur mikro, wacana bisa digunakan sebagai sebuah sarana untuk pembentukan opini penutur melalui pilihan kata, susunan kalimat, dan gaya yang tepat.

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu menganalisis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis, melalui jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan signifikan terletak pada teknik objek penelitian, dan indikator fokus penelitian. Penelitian Anindya Izza Maheswari dan Arif Ardy Wibowo memilih objek penelitian pada program acara Talkshow Kick Andy di Metro Tv, sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis objek penelitiannya program adzan di MNCTV (studi program adzan di yang menampilkan Ganjar Pranowo).

3. Penelitian dari Setianto (2020) dengan judul "Makna Visual Azan Magrib di ANTV, Trans7, dan KompasTV Analisis Semiotika Roland Barthes". Penelitian ini bersifat kualitatif dan perolehan data didapatkan secara dokumentasi. Penelitian ini menyelidiki makna visual pada tayangan azan magrib di stasiun televisi nasional (ANTV, Trans7, dan Kompas TV) menggunakan teori komunikasi visual analisis semiotika Roland Barthes. Fokus

penelitian difokuskan pada interpretasi simbol dan pesan yang terkandung dalam adegan gambar, khususnya yang terkait dengan perubahan nasib, upaya perubahan diri, ikhtiar, tawakal kepada Allah, dan interaksi sosial melalui saling menyapa. Analisis data dari tiga stasiun televisi tersebut memunculkan kesimpulan bahwa makna visualisasi dalam tayangan azan magrib berperan penting dalam menyampaikan pesan-pesan positif, memotivasi pemirsa untuk memperbaiki diri dan menjalani kehidupan dengan selmangat agama, menciptakan atmosfer kebersamaan, dan mendukung perubahan positif dalam masyarakat sehari-hari.

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu menganalisis menggunakan pendekatan analisis wacana, melalui jenis penelitian kualitatif deksriptif. Sedangkan perbedaan signifikan terletak pada teknik penelitian. Setianto memilih menggunakan telori Analisis Semiotika Roland Barthes sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis penelitiannya program adzan di MNCTV (studi program adzan di yang menampilkan Ganjar Pranowo) menggunakan Analisis Wacana Kritis Modell Telun A. Van Dijk

4. Penelitian dari Galih Akbar Prabowo (2022) dengan judul “Analisis Framing Detik.Com dalam Pemberitaan Adzan di Media *Perancis Agency France Pressel (Afp)*”. Penelitian ini menggunakan *library research* sebagai metode penelitian. Penelitian dimulai dengan cara mengidentifikasi dan menemukan informasi, menganalisis apa yang ditemukan, dan kemudian mengembangkan dan mengekspresikan ide-ide yang ditemukan. Dari kajian dalam penelitian ini menunjukkan berbagai perubahan strategi dan aktivitas dalam industri televisi akibat pembatasan sosial yang diterapkan oleh pemerintah. Usaha-usaha yang dilakukan industri televisi baru sebatas bertahan di tengah pandemi, belum berupaya keluar berkompetisi mengingat persaingan media pasca pandemi akan semakin ketat.

5. Penelitian dari Bening Mutasari (2021) dengan judul “Pengaruh Tayangan Azan Maghrib Di Televisi Terhadap Pelaksanaan Ibadah Shalat Pada Masyarakat Cempaka Putih Ciputat Timur Tangerang Selatan”. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan metode Survey yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu, dengan pengambilan sumber data berupa penelitian dan buku tentang azan. Hasil penelitian menunjukkan jika bahwa tayangan adzan maghrib di televisi berpengaruh terhadap pelaksanaan ibadah shalat pada masyarakat Cempaka Putih Ciputat Timur Tangerang Selatan. Sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat teori S-O-R disini yakni sebuah pesan media massa dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap komunikasi dalam menerima dan menimbulkan efek yang baik setelah menonton tayangan adzan maghrib di stasiun televisi tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini berjenis kualitatif, dimana fokus utamanya adalah untuk mendalami dan memahami fenomena yang didalam subjek penelitian secara menyeluruh. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk merinci dan mendeskripsikan realitas sosial atau kejadian dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Menurut Moleong, penelitian kualitatif memusatkan perhatian pada interpretasi makna subjektif dan memakai berbagai metode ilmiah untuk memahami konteks alamiah yang spesifik (Moleong, 2006).

Penelitian kualitatif, menurut Moleong, bukan hanya sekedar mengumpulkan data, tetapi lebih pada usaha untuk memahami fenomena secara menyeluruh. Melalui pendekatan komunikasi, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dan mendalami pemahaman

terhadap realitas yang terjadi di program azan MNCTV yang menampilkan Ganjar Pranowo sebagai tokoh politik.

1. Definisi Konseptual

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, peneliti akan menguraikan beberapa batasan definisi judul untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan. Analisis wacana kritis yang dimaksud di sini adalah pendekatan analisis bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan, memahami, dan mengkritik bagaimana kekuasaan direproduksi, dipertahankan, atau diubah melalui penggunaan bahasa dalam masyarakat. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman bahwa bahasa bukanlah semata-mata alat komunikasi, tetapi juga sebuah alat kekuasaan yang digunakan untuk memengaruhi pola pikir, nilai, dan perilaku individu serta kelompok (Van Dijk, 2019). Adapun program azan yang menjadi subjek penelitian ini adalah tayangan adzan magrib yang berdurasi kurang lebih tiga menit di MNCTV yang tayang sejak 13 September 2023 hingga sekarang. Dalam tayangan azan magrib tersebut menampilkan calon presiden dalam pemilu 2024, Ganjar Pranowo.

Definisi konseptual dalam konteks penelitian analisis wacana kritis pada program azan di MNCTV dengan studi khusus pada penampilan Ganjar Pranowo menjadi langkah kunci untuk memberikan pemaknaan yang tajam dan terarah terhadap variabel atau aspek utama yang diangkat. Dalam hal ini, konseptualisasi penelitian melibatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana wacana kritis terbentuk dalam program Azan, khususnya ketika melibatkan figur Ganjar Pranowo. Konsep-konsep tersebut dibangun dari teori-teori yang relevan, memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika makna, ideologi, dan representasi yang mungkin terdapat dalam wacana tersebut. Definisi konseptual di sini bukan hanya sebagai alat untuk merinci masalah penelitian, tetapi juga sebagai landasan untuk

mengarahkan analisis ke dalam dimensi khusus yang berkaitan dengan penampilan Ganjar Pranowo dalam konteks program Azan MNCTV.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek di mana data diperoleh (Arikunto, 2010). Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan, selebihnya hanya data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2006). Adapun sumber data yang peneliti gunakan terdiri atas sumber primer. Sumber data primer adalah data yang langsung diperoleh dari subyek penelitian dengan menggunakan pengukuran data yang langsung pada objek sebagai sumber informasi yang akan dicari (Saifuddin, 2005). Sumber data primer adalah video azan magrib MNCTV yang penulis *download* dari *YouTube* berasal dari channel YouTube ATCH

Link:

https://youtu.be/49vkqKX_rWo?si=EIBUUYJQoSi_1yMFN

yang berisi videlo azan yang menampilkan Ganjar Pranowo dipublikasika pada 12 Selptelmbelr 2023.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi (Herdiansyah, 2010). Dokumentasi merupakan cara yang efektif dalam penelitian kualitatif untuk merinci informasi, narasi, dan konteks yang mungkin sulit diperoleh melalui metode pengumpulan data lainnya. Dengan memusatkan perhatian pada sumber data dokumenter yang dihasilkan oleh subjek penelitian, peneliti berharap dapat menggali pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual terkait dengan fenomena yang diteliti. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumentasi vidio azan magrib yang tayang di MNCTV.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan rangkaian proses pencarian, penyusunan atau penjelasan data, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Proses menganalisis diawali dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari beberapa sumber yaitu data sekunder dan data primer. Setelah data tersebut terkumpul, kemudian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian. Data disusun dan dianalisis menggunakan metode analisis penelitian, lalu dilakukannya penarikan kesimpulan. Ketika menganalisis video Azan yang menampilkan Ganjar Pranowo, penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk untuk menganalisis struktur wacana, mengidentifikasi pola, serta merinci konstruksi makna yang terkandung dalam video. Data tersebut kemudian diklasifikasikan dan disusun secara sistematis sesuai dengan pertanyaan penelitian. Teknik analisis data ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih kaya tentang bagaimana pesan dan narasi dibentuk dalam konteks program Azan, khususnya saat melibatkan figur Ganjar Pranowo.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sesuai pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi beberapa bagian utama.

1. Pertama, bagian awal, judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian isi yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB I :Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Penulis memaparkan dalam

bab ini mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan metode penelitian. Metode penelitian dijelaskan jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB II :Kerangka teoritis menjelaskan tentang Televisi, azan, regulasi azan di TV, politik identitas dan teori analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk.

BAB III :Memuat berisi gambaran umum objek penelitian menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, penulis akan memaparkan gambaran umum Analisis wacana kritis program azan di MNCTV yang menampilkan Ganjar pranowo.

BAB IV :Bab ini penulis akan memaparkan analisis wacana kritis program azan di MNCTV menggunakan teori Teun A. Van Dijk.

BAB V :Kesimpulan dan saran.

BAB II KAJIAN TENTANG TELEVISI, AZAN, REGULASI AZAN DI TV, DAN TEORI ANALISIS WACANA KRITIS MODEL TEUN A. VAN DIJK.

A. Televisi

1. Pengertian Televisi

Televisi, sebagai salah satu media massa, menyajikan informasi melalui medium audio dan visual. Secara etimologis, kata "televisi" berasal dari bahasa Yunani, di mana "*tellel*" berarti jauh, dan "*vision*" diambil dari bahasa Inggris yang berarti penglihatan. Dengan menggabungkan kedua kata tersebut, televisi mengandung makna "melihat dari jauh" (Suliswinarni, 2009). Definisi ini mencerminkan sifatnya sebagai alat komunikasi yang mampu mentransmisikan gambar dan suara dari satu lokasi ke lokasi lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), televisi dijelaskan sebagai sistem penyiaran gambar dengan disertai bunyi melalui kabel atau udara. Proses ini melibatkan alat yang mampu mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik, kemudian mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Zaini menyebutkan bahwa televisi dapat dianggap sebagai perpaduan antara film dan radio. Analogi ini merujuk pada prinsip-prinsip yang mirip antara televisi dan film, di mana keduanya menggunakan pergerakan gambar untuk menyampaikan pesan kepada penonton. Meskipun sama-sama mengadopsi teknik pergerakan gambar atau video, televisi menggunakan proses pengambilan gambar secara elektronik, berbeda dengan film yang menggunakan metode mekanis. Pemahaman ini mengakui televisi sebagai bentuk evolusi dari teknologi radio, yang juga menciptakan penggunaan istilah "*elektronis*" dalam konteks penyiaran gambar dan suara (Zaini, 2015).

2. Karakteristik Televisi

Di dalam buku Elvinaro terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu:

a) Audio Visual.

Media massa televisi semakin dirasakan manfaatnya, karena karakteristik televisi ini bersifat audio visual yaitu televisi memiliki kelebihan yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat, maka acara televisi harus selalu dilengkapi dengan gambar dan lain-lain.

b) Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi, dalam proses ini pengarah acara merangkai agar gambar memiliki makna. Tahap kedua adalah penggambaran, yaitu merangkai gambar sedemikian rupa sehingga mempunyai kontinuitas dan mengandung makna tertentu (Uchjana,1993).

c) Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit serta harus dilakukan oleh orang yang terampil dan terlatih dengan demikian media televisi lebih mahal daripada surat kabar, majalah dan radio.

d) Bersifat satu arah siaran

Siaran televisi bersifat satu arah. Kita sebagai pemirsa hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Kita tidak bisa menyelah, melakukan interupsi saat itu agar suatu acara disiarkan atau tidak disiarkan. Namun, setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbedabeda. Untuk itu berikut

adalah karakteristik televisi menurut Nawiroh Vera dalam buku Komunikasi Massa (Vera, 2016):

- 1) Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- 2) Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau yang langka.
- 3) Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
- 4) Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- 5) Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- 6) Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
- 7) Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkanluaskannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- 8) Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- 9) Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa televisi memiliki keunggulan dari beberapa media lainnya. Karena media ini dapat menjangkau ke tempat pelosok. Sehingga masyarakat bisa menikmati informasi dari lokasi jarak jauh. Selain itu, tayangannya pun beragam, mulai dari berita, sinetron bahkan acara keislaman.

3. Kelebihan dan Kekurangan Televisi

Kelebihan televisi menurut Hafied Cangara yaitu:

- a) Televisi mempunyai kemampuan menyatukan antara fungsi audio dan visual.
- b) Memiliki kemampuan dalam menampilkan warna.

- c) Penonton leluasa menentukan saluran mana yang disenangi dan diinginkan.
- d) Mampu mengatasi jarak dan waktu, sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah terpencil dapat menikmati siaran televisi.

Kekurangan televisi adalah:

- a) Kurang selektif terhadap penyayangan acara atau iklan.
- b) Televisi memberikan dampak yang kurang baik terhadap gaya hidup.
- c) Pesan yang disampaikan di televisi kurang dapat dipercaya.

Serupa dengan pendapat diatas, Khomsahrial Romli menyebutkan kelebihan televisi di antaranya(Romli,2016):

- a) Jangkauan sangat luas.
- b) Penyayangan seketika.
- c) Gabungan gambar, suara, dan warna.
- d) Efek demonstrasi.
- e) Penentuan waktu penyayangan mudah, serta.
- f) Pengontrolan mudah

Adapun kelemahan televisi diantaranya adalah:

- b) Cepat lewat serta berfrekuensi tinggi.
- c) Relatif mahal.
- d) Keterangan dan pesan harus pendek.
- e) Produk materi lama dan mahal.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan alat komunikasi jarak jauh, yang dapat menyiarkan informasi jarak jauh kepada penontonya. Namun televisi bukanlah media yang sempurna, melainkan juga mempunyai kelemahan seperti, kurang selektifnya memilih tayangan acara dan iklan. Hal ini berdampak pada penonton yang masih dibawah umur

4. Program Acara Televisi

Program acara merupakan bagian integral dari isi suatu siaran televisi, yang berperan sebagai daya tarik utama bagi penonton. Tayangan dalam program acara tidak hanya melmbelrikan hiburan, tetapi juga dapat memiliki dampak yang luas terhadap penonton. Pengaruhnya bisa bersifat positif maupun negatif, bahkan mampu mengubah sikap seseorang dari pendiam menjadi agresif. Oleh karena itu, program acara harus disajikan dengan bijak dan pertimbangan matang oleh penyelenggara penyiaran. Pilihan program tidak seharusnya hanya didasarkan pada selera pasar *liberal*, melainkan juga harus mengjunjung tinggi idealisme informasi yang bermanfaat bagi kepentingan bangsa Indonesia. Penonton sebagai penerima pesan memiliki pesan krusial dalam menentukan popularitas dan kesuksesan suatu program televisi.

Televisi sebagai medium penyiaran memiliki daya rangsang yang sangat tinggi, sehingga menjadi tanggung jawab penyelenggara untuk menyajikan program-program yang bermutu. Namun, sebaliknya, program acara televisi yang tidak menarik berisiko tidak dapat disiarkan lagi karena kurangnya minat penonton. Penonton, merupakan salah satu pemeran utama dalam proses komunikasi di media massa. Mereka menentukan apakah suatu program berhasil atau tidak, karena khalayak menjadi sasaran, penerima, dan penentu apresiasi.

Peran khalayak menjadi semakin penting, terutama dalam konteks masyarakat yang menjadi target penonton program acara televisi. Oleh karena itu, dalam menyikapi konten yang ditampilkan di televisi, pengawasan oleh orang tua sangat diperlukan, khususnya untuk anak-anak di bawah umur. Tidak semua tayangan televisi layak dan sesuai untuk konsumsi anak-anak, sehingga perlu adanya pembatasan

dan pemantauan. Stasiun televisi juga memiliki tanggung jawab untuk menyajikan tontonan yang layak dan berkualitas, sehingga memberikan dampak positif pada generasi muda yang merupakan penonton potensial (Alatas,1997).

5. Fungsi acara televisi sebagai media massa

Komunikasi massa dengan media televisi merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana yaitu televisi. Kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya dalam menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa yang cukup besar. Pada hakikatnya media televisi sebagai media komunikasi pandang dan dengar mempunyai fungsi yaitu (Alatas,1997) :

a) Fungsi informasi

Dalam menjalankan peran utamanya sebagai sarana informasi, televisi tidak hanya terbatas pada bentuk siaran yang dapat dilihat secara langsung, atau berita yang disampaikan melalui bacaan penyiar, dilengkapi dengan gambar-gambar faktual yang mendukung. Televisi juga mampu menyajikan berbagai bentuk informasi lainnya seperti ceramah, diskusi, dan komentar, karena memiliki karakteristik audiovisual yang memungkinkan penyampaian pesan melalui gabungan audio dan visual. Kemampuan ini menjadikan televisi sebagai medium yang dinamis dan multifungsi, mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih beragam dan menarik, sehingga memenuhi kebutuhan penonton untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai topik.

b) Fungsi pendidikan

Televisi telah membuktikan diri sebagai sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan pendidikan kepada audiens yang jumlahnya besar secara simultan. Sebagaimana tujuan utama pendidikan adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat, televisi menyajikan acara-acara pendidikan secara terjadwal dan teratur, mencakup berbagai mata pelajaran seperti matematika, bahasa Indonesia, dan sebagainya. Keberagaman format acara juga terlihat melalui penyajian informasi dalam bentuk sandiwara, legenda, dan program lainnya. Melalui peran sebagai media massa, televisi bukan hanya menjadi penyampai pengetahuan, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan untuk menghantarkan tata nilai dan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian, televisi tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga memegang peranan penting sebagai media pendidikan yang mencerdaskan masyarakat secara luas (Romli, 2016).

c) Fungsi hiburan

Dalam pandangan Charlels R. Wright, media massa, khususnya televisi, memiliki fungsi utama sebagai media hiburan. Menurut Wright, sebagian besar waktu siaran diisi oleh berbagai acara hiburan. Hal ini disebabkan oleh kemampuan layar televisi yang dapat menampilkan gambar hidup beserta suaranya, menciptakan pengalaman visual dan auditif yang seakan-akan nyata. Wright menekankan bahwa penggunaan teknologi televisi memberikan kemampuan unik untuk menyuguhkan hiburan dalam format yang dapat dinikmati dan dipahami oleh khalayak ramai. Dengan demikian, Wright memandang media massa, terutama televisi, sebagai sarana hiburan yang efektif, menyoroti peran

pentingnya dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan relaksasi masyarakat (Romli, 2016).

Dari beberapa fungsi televisi tersebut dapat disimpulkan bahwa televisi dapat menyuguhkan beragam informasi kepada masyarakat, bisa juga dijadikan sebagai wahana pendidikan, karena kerap kali televisi menayangkan acara kuis dan siraman rohani.

B. Azan

1. Pengertian Azan

Secara etimologi, azan memiliki arti menginformasikan atau memberitahukan semata (Abdurrahman&Bahri, 2006). Namun, dari segi terminologi, azan lebih khusus merujuk pada tindakan memberitahu atau menginformasikan masuknya waktu-waktu shalat *fardhu* dengan penggunaan lafal-lafal tertentu (Muqniyah, 2008). Menurut H. Sulaiman Rasjid, azan dapat didefinisikan sebagai upaya memberitahukan bahwa waktu shalat telah tiba, diucapkan dengan lafal-lafal yang telah ditentukan oleh syariah (Rasjid, 2015). Dengan demikian, azan bukan hanya sekadar pemberitahuan tentang waktu shalat, melainkan juga sebuah seruan untuk melaksanakan shalat berjamaah, serta memiliki dimensi dakwah yang melibatkan pengumuman terbuka mengenai ajaran Islam.

Dalam lafal azan, terkandung makna-makna penting yang mencakup aspek akidah, seperti pengakuan akan kebesaran Allah Yang Maha Esa dan tidak memiliki sekutu. Lafal tersebut juga menjelaskan bahwa Nabi Muhammad adalah rasul Allah. Setelah menyatakan syahadat, yang menyatakan bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah utusan-Nya, adzan mengajak umat Islam untuk meraih kemenangan baik di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, azan tidak hanya memenuhi fungsi praktis sebagai pengumuman waktu shalat, tetapi juga sebagai medium untuk menyebarkan ajaran agama Islam secara terbuka dan memperkuat

akidah umat Muslim melalui penyampaian pesan tauhid (Abdurrahman&Bahri, 2006).

Azan juga berfungsi sebagai dakwah dan seruan untuk memenuhi panggilan *Hayya 'alashshalaah, Hayya 'alalfalaah* (mari menuju shalat, mari menuju kebahagiaan). Kemudian azan merupakan dakwah yang terfokus kepada Islam agama tauhid yang sering kali seruan-seruan ini memberikan pengaruh terhadap jiwa orang-orang non-muslim sehingga Allah melapangkan dada mereka kepada Islam. Sesungguhnya azan telah memadukan antara keindahan dan kesehajaan, antara kekuatan dan kepadatan, dan tidak ada seruan serta pemberitahuan berbagai ibadah dalam agama-agama lain yang sanggup menandinginya (Masyhur, 2014). Azan pertama kali disyariatkan di Madinah yang perintah pelaksanaannya telah dijelaskan dalam hadits Bukhari-Muslim yaitu:

عَنْ مَالِكِ بْنِ الْحُوَيْرِثِ أَنَّ النَّبِيَّ قَالَ: إِذَا حَضَرَتِ الصَّلَاةُ فَلْيُؤَدِّنْ لَكُمْ
أَحَدَكُمْ وَ لِيُؤَمِّمَكُمْ أَكْبَرَكُمْ. احمد و البخارى و مسلم، نيل الاوطار

Dari Malik bin al-Huwairits, Selsungguhnya Nabi Saw. belrsabda: “Apabila waktu shalat telah tiba, maka helndaklah salah selorang diantara kamu adzan untuk (shalat) mu, dan helndaklah yang telrtua diantara kamu belrtindak selbagai imam bagi kamu”. (HR. Ahmad, Bukhari dan Muslim, dalam Nailul Authar juz 2, hal. 37).

2. Hukum Azan

Menurut Imam Hanafi, Syafi’i, dan Imamiyah azan merupakan sunah muakkad. Adapun menurut Imam Hambali azan adalah Fardhu kifayah di desa-desa dan kota-kota pada setiap shalat lima waktu bagi laki-laki yang mukim bukan musafir (Muqniyah, 2008).

Azan disunahkan pelaksanaannya pada shalat *fardhu* (shalat lima waktu), walaupun shalat *qadha'* baik shalat berjama'ah maupun shalat sendiri, dan bukan untuk selainnya seperti shalat sunah, shalat janazah, dan shalat nadzar. Sabda Rasulullah Saw:

“Apabila engkau sedang melngurus kambing atau di tengah padang maka azan lah untuk menyerukan shalat dan keraskan suaramu dengan seruan itu, karena sesungguhnya jin, manusia, dan apa pun yang mendengar suara orang azan itu, pada hari kiamat nanti akan menjadi saksi baginya.” (HR. Bukhari).

Adapun untuk shalat-shalat sunah seperti shalat 'Idul Fitri atau 'Idul Adha dan sebagainya tidak disunnahkan azan dan iqomah. Hanya bagi shalat-shalat tersebut jika dilakukan dengan berjamaah, helndaklah diserukan kata-kata “*Asholatu Jami'ah*” (marilah shalat belrjamaah) (Abdurrahman&Bahri, 2006).

3. Fungsi Azan.

Pada dasarnya, fungsi utama azan adalah sebagai panggilan untuk melaksanakan sholat berjamaah. Namun, di beberapa tempat, azan mengalami perubahan fungsi atau pengembangan dari tujuan dasarnya, dengan menjadi pemberitahuan tentang masuknya waktu shalat. Fenomena ini terlihat ketika beberapa masjid mengumandangkan adzan, namun hanya muazzin yang hadir tanpa kehadiran jamaah. Dalam konteks ini, azan berfungsi sebagai pengumuman lebih dari sekadar panggilan. Meskipun demikian, fungsi ini tetap terkait dengan tujuan dasar azan yaitu mengingatkan waktu sholat. Di samping fungsi dasarnya, azan juga sering difungsikan secara sunnah untuk tujuan-tujuan lain yang dapat bervariasi, melcerminkan fleksibilitas dan adaptabilitas azan dalam konteks kehidupan sehari-hari. Katakanlah sebagai fungsi ganda, diantaranya (Al-Jarjawi, 2006) :

- a) Disunnahkan azan ketika berhadapan dengan pelyihir dari para pengabdji jin dan syetan yang bisa berubah-ubah bentuk satu kebentuk yang lain. Azan disini dimaksudkan guna menolak kejahatan setan karena makhluk terkutuk itu lari kala mendelngar azan.
- b) Disunnahkan azan pada saat ada kejadian-kejadian yang mencekam, misalnya pada saat terjadi kebakaran, pelpelrangan, gempa dan lain sebagainya. termasuk dalam hal ini adalah saat hendak melepas kepergian seseorang, orang yang mau pergi haji dan lain sebagainya.
- c) Azan disunnahkan untuk terapi manusia atau binatang yang gila, pingsan, emosi atau peragaan jelek lainnya. delngan cara diperdengarkan lewat telinga manusia atau binatang itu.
- d) Azan disunnahkan bagi bayi yang baru lahir pada telingga kanan sebagaimana disunnahkan iqomah pada telinga kirinya. Rasulallah memperdengarkan azan pada cucu beliau, Sayyidina Hasan. Dalam suatu hadits diceritakan bahwa ilat dari disunnahkannya azan dan iqomah pada bayi yang baru lahir adalah menghindarkan bayi tersebut dari kejahatan '*Ummus Shibyan*' disamping memperdengarkan suara-suara keislaman kepadanya dari suara-suara yang lain.

4. Hikmah Azan

Ada tiga hal hikmah azan :

- b) Azan memiliki peran penting dalam mengingatkan dan memberitahu manusia tentang masuknya waktu shalat, sehingga tidak terewatkan bagi mereka yang ingin melaksanakan shalat berjamaah, mengingat keutamaan dan keistimewaannya. Selain sebagai panggilan ibadah, azan juga berfungsi untuk mengindarkan dari kehilangan

waktu, sehingga umat Muslim dapat menunaikan ibadah shalat sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan demikian, azan bukan hanya sebagai pelngumuman waktu shalat, tetapi juga selbagai pengingat dan penuntun untuk menjalankan kewajiban ibadah selsuai delngan tata cara dan waktu yang telah diteltapkan dalam ajaran agama Islam.

- c) Salat dianggap sebagai nikmat besar karena memungkinkan seorang hamba mendekatkan diri kepada Khalik. Azan, dalam konteks ini, berfungsi sebagai seruan atau panggilan kepada kebaikan, mengingatkan dan memotivasi umat Muslim agar tidak ketinggalan dalam meraih kenikmatan yang luar biasa dari ibadah salat tersebut. Dengan demikian, azan tidak hanya sebagai pengumuman waktu shalat, melainkan juga sebagai panggilan untuk menikmati hubungan yang mendalam dengan Sang Pencipta melalui pelaksanaan salat.
- d) Hikmah dari disyaratkannya adzan adalah untuk mensyiarkan kebesaran agama Islam kepada orang-orang non-Muslim. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman umat Islam sebelum Umar Bin Khathab memeluk agama Islam, di mana pelaksanaan shalat dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Setelah Umar masuk agama Islam, penyelenggaraan shalat diubah menjadi terbuka dan terang-terangan. Tujuan dari perubahan ini adalah agar kaum musyrikin dapat melihat dan termotivasi untuk memeluk agama Islam, sehingga adzan tidak hanya berfungsi sebagai panggilan ibadah, tetapi juga sebagai sarana dakwah untuk menyebarkan kebenaran agama Islam kepada masyarakat yang belum mengenalnya (Al-Jarjawi, 2006).

5. Regulasi Azan

Regulasi azan di TV terdapat dalam Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Dan Standar Program Siaran (SPS) pasal 58 ayat 5 yang menyatakan bahwa “Azan selbagai tanda waktu shalat dilarang disisipi dan/atau ditelmpelli (*built in*) iklan (KPI, 2012).

C. Analisis Wacana Kritis

1. Pengertian Wacana.

Wacana memiliki keragaman definisi yang muncul karena penggunaannya dalam berbagai disiplin ilmu, yang mengakibatkan interpretasinya yang bervariasi sesuai dengan konteks ilmu yang melingkupinya. Dalam konteks linguistik, ahli-ahli seperti Darma dan Tarigan menghubungkan wacana dengan cabang-cabang linguistik, menyoroti kompleksitas unsur-unsur linguistik seperti fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan situasi pemakaian dalam masyarakat. Darma menggambarkan wacana sebagai tataran tertinggi, terbesar, dan terlengkap, sementara Tarigan menekankan ruang lingkup dan struktur wacana itu sendiri, menggambarkannya sebagai satuan bahasa terlengkap yang berada di atas kalimat atau klausa. Unsur koherensi dan kohesi dalam wacana, seperti yang diuraikan oleh Tarigan, memberikan kesinambungan yang memungkinkannya membentuk awal dan akhir yang jelas, dapat disampaikan baik melalui ragam lisan maupun tulisan. Dengan demikian, keragaman definisi wacana mencerminkan kompleksitasnya sebagai fenomena linguistik yang melibatkan berbagai aspek dan konteks ilmu (Ratnaningsih, 2019).

Selain terkait dengan linguistik dan cabang-cabang di dalamnya, wacana juga memiliki keterkaitan yang erat dengan masyarakat pemakainya. Dipandang sebagai hasil produksi bahasa oleh seorang pengguna bahasa, wacana menurut memiliki hubungan yang erat dengan bahasa pemakainya. Lebih jauh, beberapa ahli, seperti

Hawthorn mendefinisikan wacana sebagai komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai pertukaran di antara pembicara dan pendengar. Komunikasi ini dianggap sebagai aktivitas personal yang bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya atau tujuan komunikasinya. Perspektif ini juga diperkuat oleh pandangan Alex Sobur bahwa wacana adalah proses komunikasi yang menggunakan simbol-simbol dan berkaitan dengan interpretasi atas peristiwa-peristiwa dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Dengan demikian, wacana tidak hanya dianggap sebagai entitas linguistik, melainkan juga sebagai bagian integral dari proses komunikasi yang berlangsung dalam masyarakat (Ratnaningsih, 2019).

2. Analisis Wacana

Yule mengemukakan bahwa analisis wacana merupakan kajian atau penyelidikan yang melibatkan ruang lingkup yang jauh lebih luas daripada bentuk dan fungsi dari apa yang dikatakan dan dituliskan. Dengan konsep ini, analisis wacana diartikan sebagai suatu pendekatan yang memeriksa bahasa secara menyeluruh dan holistik. Ini berarti bahwa analisis wacana tidak hanya mempertimbangkan bahasa dalam konteks teks, tetapi juga memerhatikan konteks yang melingkupinya (Yule, 2014). Kartomihardjo melanjutkan dengan menyebutkan bahwa analisis wacana merupakan cabang ilmu bahasa yang berkembang untuk menganalisis unit bahasa yang lebih besar daripada kalimat. Metodenya melibatkan interpretasi terhadap ujaran dengan menghubungkannya pada konteks tempat terjadinya, individu yang terlibat, pengetahuan umum, kebiasaan, dan adat istiadat di lokasi tersebut. Dengan demikian, analisis wacana, sesuai dengan konsep pragmatik, tidak hanya melibatkan bahasa dalam konteks linguistik semata, tetapi juga melihat proses berbahasa yang didasarkan pada pengaruh kontekstual dan interaksi sosial (Ratnaningsih, 2019).

Analisis wacana pada dasarnya adalah upaya untuk memahami wacana secara menyeluruh dan merepresentasikannya secara tepat. Komprehensif dalam konteks ini mencakup pemahaman yang akurat dan sesuai dengan tujuan produksi wacana, sementara representatif mengacu pada kemampuan wacana untuk mencerminkan tujuan yang diinginkan oleh pemroduksinya. Wacana, sebagai bagian integral dari proses komunikasi, dapat disampaikan melalui berbagai medium, baik lisan maupun tulisan. Proses komunikasi menuntut pemahaman yang baik oleh pelaku komunikasi untuk mencapai tujuan komunikatifnya. Perkembangan pesat, kompleks, dan meluasnya produksi bahasa dapat menyebabkan kekeliruan dalam memahami komunikasi yang terbentuk dalam percakapan atau dialog. Faktor-faktor seperti perbedaan pengetahuan dan kemampuan kebahasaan juga berkontribusi pada terjadinya kekeliruan tersebut. Dalam konteks ini, analisis wacana tidak hanya berperan sebagai sarana untuk memahami bahasa secara lebih mendalam, tetapi juga sebagai solusi alternatif untuk meminimalisasi terjadinya kekeliruan. Analisis wacana dapat membantu memfasilitasi pembuat kebijakan bahasa dalam mengimplementasikan kebijakan bahasa dengan lebih efektif (Ratnaningsih, 2019).

3. Analisis Wacana Kritis

Fairclough menjelaskan bahwa *the critical discourse analysis (CDA) is not just analysis of discourse, it is part of some form of systematic transdisciplinary analysis of relation between discourse and other element of the social process. It is not just general commentary on discourse, it includes some form of systematic analysis of teks. It is not just descriptive, it is also not normative* (Fairclough, 2013). Hal ini berarti bahwa analisis wacana kritis tidak hanya sekedar analisis teks semata, tetapi juga analisis bentuk-bentuk sistematis dari hubungan antar elemen-elemen pada proses sosial. Analisis wacana kritis bukanlah aktivitas yang hanya berupa pemberian komentar pada

wacana, analisis wacana kritis juga melibatkan analisis sistematis dari teks (tidak hanya deskriptif tetapi juga naratif) (Ratnaningsih, 2019).

Analisis wacana secara umum bertujuan untuk memahami wacana secara komprehensif dan representatif, namun, dalam praktiknya, implementasi dan produksi wacana semakin kompleks dan variatif. Fairclough dan Wodak, seperti yang disampaikan oleh Eriyanto, menggambarkan bahwa wacana tidak lagi dipandang hanya sebagai teks semata, melainkan sebagai pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan, mencerminkan bentuk dari praktik sosial. Pandangan ini membuka pintu untuk konsep wacana kritis yang menekankan kesadaran pemroduksi wacana. Wacana kritis mempertimbangkan konteks, baik untuk siapa wacana itu diproduksi, pengaruh lingkungan pada wacana, dan tempat diproduksinya. Faktor historis juga turut berperan, mengingat bahwa produksi wacana tidak dapat dipisahkan dari rentang waktu terjadinya. Dalam aspek kekuasaan, wacana dianggap sebagai alat untuk memperluas dan menyudutkan kekuatan, serta melaksanakan kebijakan penguasa. Sementara itu, karakteristik ideologi berkaitan dengan keyakinan atau paham yang sering muncul dari kelompok minoritas, di mana wacana digunakan sebagai alat untuk mempropagandakan dan memperkenalkan keyakinan atau paham tersebut kepada khalayak ramai (Ratnaningsih, 2019).

4. Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk

Analisis wacana kritis, yang dikembangkan oleh Teun A. van Dijk, adalah pendekatan yang mendalam dalam memahami bagaimana bahasa digunakan untuk mereproduksi, mempertahankan, atau mengubah kekuasaan. Berikut adalah gambaran umum tentang analisis wacana kritis model van Dijk:

a) Fokus pada Kekuasaan

Analisis wacana kritis berfokus pada bagaimana bahasa digunakan untuk memanifestasikan dan mempertahankan kekuasaan. Ini memeriksa bagaimana struktur bahasa, seperti pemilihan kata, sintaksis, dan narasi, digunakan untuk meneguhkan atau merusak hierarki kekuasaan.

b) Struktur Kritis

Van Dijk menekankan pentingnya memahami struktur kritis wacana, yang melibatkan identifikasi unsur-unsur seperti pembicara, topik, pemilihan bahasa, serta implikasi kekuasaan dari wacana tersebut.

c) Konteks Sosial dan Budaya

Analisis wacana kritis memperhatikan konteks sosial dan budaya di mana wacana itu muncul. Ini mencakup pemahaman tentang norma-norma sosial, kekuasaan institusi, dan konstruksi sosial lainnya yang memengaruhi produksi dan interpretasi wacana.

d) Konsep Dominasi

Van Dijk menggunakan konsep dominasi untuk menjelaskan bagaimana kelompok-kelompok tertentu menggunakan bahasa untuk memperkuat posisi dominan mereka dalam masyarakat. Ini dapat melibatkan cara-cara seperti stereotipe, diskriminasi, atau pengabaian terhadap kelompok-kelompok tertentu.

e) Analisis Mikro dan Makro

Analisis wacana kritis dapat melibatkan analisis pada tingkat mikro (misalnya, analisis teks individu) serta analisis pada tingkat makro (misalnya, analisis diskursus politik atau media massa).

f) Peran Media Massa

Analisis wacana kritis sering kali diterapkan dalam konteks media massa, karena media memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pola pikir.

g) Pendekatan Interdisipliner

Pendekatan ini sering kali melibatkan interaksi dengan disiplin ilmu lain, seperti sosiologi, psikologi sosial, dan ilmu politik, karena analisis wacana kritis melibatkan pemahaman tentang struktur kekuasaan.

h) Tujuan Transformasional

Salah satu tujuan utama dari analisis wacana kritis adalah untuk mengungkap dan mengkritik ketidaksetaraan kekuasaan serta merangsang perubahan sosial yang lebih adil (Ratnaningsih, 2019).

Dengan demikian, analisis wacana kritis model Van Dijk adalah pendekatan yang kaya dan multidimensional untuk memahami peran bahasa dalam memelihara dan merombak struktur kekuasaan dalam masyarakat.

Dalam berbagai model analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh para ahli, model Van Dijk telah menjadi salah satu yang paling banyak dipakai. Keberhasilan model ini dalam meraih popularitas dapat diatributkan pada kemampuan Van Dijk dalam mengelaborasi elemen-elemen wacana dengan cara yang dapat didayagunakan dan diterapkan secara praktis. Model analisis wacana Van Dijk mengintegrasikan dimensi teks, konteks, dan kognisi sosial dalam tiga dimensi utama. Dimensi teks melibatkan analisis struktural terhadap bahasa dan isinya, sedangkan dimensi konteks mengeksplorasi faktor-faktor luar teks yang mempengaruhi produksi dan interpretasi wacana. Dimensi kognisi sosial mengacu pada pemahaman, keyakinan,

dan representasi mental yang memengaruhi cara individu dan kelompok memahami serta merespons wacana. Kejelasan dan daya praktis model analisis wacana Van Dijk membuatnya menjadi alat yang efektif untuk mengungkap kompleksitas dan makna dalam wacana yang melibatkan tiga dimensi tersebut (Ratnaningsih, 2019).

Teori Van Dijk menyajikan pandangan yang komprehensif terkait struktur teks, yang menurutnya terdiri dari tiga tingkatan yang saling melengkapi. Pertama adalah struktur makro, yang mencakup pandangan umum dari suatu teks dengan fokus pada topik atau tema utama yang ditekankan. Struktur ini memberikan gambaran global dari teks secara keseluruhan. Tingkatan berikutnya adalah superstruktur, yang berkaitan dengan kerangka teks dan menggambarkan bagaimana bagian-bagian teks tersusun secara utuh, membentuk suatu berita atau wacana. Kemudian, tingkatan struktur mikro merujuk pada elemen-elemen kecil dalam suatu teks, seperti kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar.

Dalam analisis wacana kritis Van Dijk, setiap elemen ini tidak hanya dipandang sebagai bagian dari proses komunikasi, tetapi juga dipahami sebagai bentuk politik komunikasi. Van Dijk menegaskan bahwa kata, frase, klausa, dan kalimat, bersama dengan gaya penyusunannya, memiliki dimensi politik yang dapat memengaruhi pemahaman dan interpretasi pembaca atau pendengar. Menurutnya, struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro merupakan elemen-elemen yang saling terkait dan membentuk kesatuan dalam suatu teks. Van Dijk juga menekankan pentingnya melihat teks sebagai objek dengan skema tertentu, yang memungkinkan analisis yang lebih holistik dan tidak hanya terfokus pada struktur internal seperti kata, kalimat, dan paragraf.

BAB III GAMBARAN UMUM PROGRAM AZAN DI MNCTV YANG MELNAMPILKAN GANJAR PRANOWO.

A. Sejarah MNCTV

Pada tanggal 23 Januari 1991, TPI didirikan dengan misi besar untuk menyebarkan pendidikan ke seluruh Indonesia. Awalnya, TPI menayangkan program pendidikan formal melalui kerjasama dengan TVRI/Deppen dan Pustekom atau Debdikbud. Dengan jadwal tayangan dua kali sehari, pagi dan siang, TPI berharap dapat membantu menyebarkan program pendidikan ke daerah-daerah terpencil yang belum tersentuh oleh pendidikan formal.

Namun, pada tahun 1997, perubahan peraturan pemerintah memungkinkan munculnya TV Swasta lainnya seperti RCTI, SCTV, dan Indosiar. Sementara biaya operasional TPI terus meningkat, menjadi beban jika tetap mempertahankan misi pendidikan tanpa subsidi pemerintah. Untuk bertahan, manajemen TPI merekrut para profesional dan mengubah fokusnya menjadi televisi keluarga yang bersifat komersial. TPI juga merangkul mitra strategis seperti Indosat dan Channel 7, dan mengakhiri kerjasama dengan TVRI. Meskipun telah berkembang dengan jumlah transmisi mencapai 15 di berbagai wilayah, TPI menghadapi tantangan karena krisis moneter yang melanda negara dan identifikasi publik terhadapnya sebagai saluran pendidikan.

Pada tanggal 23 Januari 2002, TPI merayakan ulang tahunnya yang ke-11 dengan semangat baru untuk memulai sebuah proses perubahan yang mendalam. Menghadapi persaingan ketat di industri televisi, manajemen TPI menganggap penting untuk mengambil langkah-langkah strategis guna mempertahankan dan memperluas segmen pemirsa. Dalam upaya tersebut, TPI memutuskan untuk memperbarui wajahnya serta menguatkan semangatnya. Salah satu langkah krusial adalah mempertegas posisi dalam dunia penyiaran dengan mempertahankan segmen pemirsa dari kelas ekonomi sosial BCD, sambil mencoba menjangkau segmen pemirsa dari

kelas ekonomi sosial AB. Dengan peta segmen yang jelas ini, TPI dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Dalam hal tampilan layar dan program secara keseluruhan, TPI berupaya menawarkan konsep "*One Stop Entertaining*" yang menarik pemirsa untuk tetap setia pada saluran TPI tanpa perlu beralih ke saluran lain, karena seluruh tayangan yang disajikan menawarkan hiburan berkualitas dengan kemasan baru yang lebih luas. Dengan demikian, TPI berkomitmen untuk memberikan hiburan yang bernilai tambah bagi pemirsa, menempatkan dirinya sebagai saluran televisi yang menjadi pilihan utama untuk berbagai macam hiburan yang memikat dan menghibur.

TPI memutuskan untuk mempertahankan nama yang telah dikenal oleh publik guna menjaga citra mereknya yang telah tertanam kuat di benak pemirsa, tanpa harus mengidentifikasi huruf "P" dengan pendidikan seperti sebelumnya. Selain itu, terjadi perubahan dalam sistem manajemen internal untuk meningkatkan kinerja, kreativitas, dan profesionalisme karyawan, dengan harapan dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada mitra usaha, termasuk pengiklan, dan tentunya kepada pemirsa. Dari segi teknologi siaran, TPI saat ini didukung oleh 15 transmisi di berbagai wilayah Indonesia, dengan rencana untuk menambah transmisi di daerah-daerah lain dalam waktu dekat. TPI berusaha menjadi saluran televisi yang paling berkembang di Indonesia, memahami selera dan memenuhi minat masyarakat Indonesia. Proporsi tayangan lokal dan manca negara saat ini dipertahankan sebanyak 65-35%, namun akan ditingkatkan secara bertahap menjadi 70-30% sesuai dengan undang-undang. TPI juga akan memperkuat komitmennya untuk mengedepankan produk lokal, mengingat keunggulan dan kedekatannya dengan budaya serta kebutuhan masyarakat Indonesia sejak awal berdirinya.

TPI mendasarkan dirinya pada landasan dan falsafah yang berorientasi pada pengembangan dan pemanfaatan sumber daya serta kemajuan teknologi untuk memperluas dan meningkatkan layanan pendidikan. Tujuan utama penyiaran TPI adalah mencerdaskan kehidupan

bangsa Indonesia, dengan visi untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki budi pekerti yang luhur, keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani yang baik, kepribadian yang mantap dan mandiri, serta bertanggung jawab secara sosial dan kebangsaan. TPI dijalankan sebagai bagian dari partisipasi aktif masyarakat, didorong oleh semangat untuk merangsang kreativitas dan upaya dalam memajukan kemajuan bangsa, termasuk dengan memperluas jangkauan pesawat televisi ke sekolah-sekolah di berbagai daerah yang mencakup 27 provinsi. Dengan landasan dan tujuan yang kokoh ini, TPI berkomitmen untuk terus berperan aktif dalam memajukan pendidikan dan kualitas kehidupan masyarakat Indonesia secara menyeluruh.

TPI, dengan motto "Televisi Pendidikan Indonesia", mengemban makna yang mendalam. Selain turut serta dalam misi "Mencerdaskan Kehidupan Bangsa", TPI juga dianggap sebagai sarana hiburan yang aman dan sesuai bagi seluruh keluarga. Pada tanggal 26 Desember 1990, TPI memulai debutnya dengan siaran percobaan, yang kemudian diresmikan pada tanggal 23 Januari 1991. Hari itu ditetapkan secara resmi sebagai hari lahirnya Televisi Pendidikan Indonesia. Awalnya, TPI hanya menayangkan selama 4 jam per hari, mulai pukul 06.00 hingga 10.00 WIB. Namun, melalui berbagai pembenahan bertahap, pada tanggal 8 Juni 1991, jam penayangan TPI diperpanjang menjadi 6,5 jam, dimulai dari pukul 05.30 hingga 13.30 WIB, dan dilanjutkan sore hari pukul 16.00 hingga 21.00 WIB. TPI terus melakukan pembenahan dan peningkatan, tidak hanya dalam jam tayang tetapi juga dalam sektor-sektor lainnya. Seiring waktu, TPI bahkan menambahkan lebih banyak jam tayang, mulai dari pukul 05.30 hingga 13.30 dan bahkan hingga pukul 23.30 secara non-stop. Langkah-langkah ini menegaskan komitmen TPI dalam memberikan layanan pendidikan dan hiburan yang berkualitas, sesuai dengan misi dan motto yang diemban. Dengan demikian, TPI terus menjaga reputasinya sebagai saluran televisi yang berkontribusi positif bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia.

TPI adalah hasil dari perjanjian kerja sama antara yayasan televisi Republik Indonesia dengan PT. Cipta Televisi Pendidikan Indonesia. Penyelenggaraan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) ini menawarkan layanan siaran mulai dari jam 5.30 pagi hingga 13.30 WIB setiap harinya, menggunakan channel VHF. Siaran TPI dilaksanakan secara nasional, dengan pusat jaringan siaran (network) berbasis di Jakarta. Tujuan dari penyelenggaraan TPI adalah memberikan layanan pendidikan dan hiburan berkualitas kepada masyarakat Indonesia, serta menjadi saluran yang dapat membantu dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat secara luas. Dengan demikian, TPI berperan aktif dalam mendukung proses pembelajaran dan pengembangan potensi di seluruh negeri, menjadikannya sebagai saluran yang penting dalam landscape penyiaran Indonesia. TPI juga mempunyai tujuan yaitu:

- a. Siaran televisi berfungsi untuk memperkuat ikatan kesatuan bangsa.
- b. Menyatukan pola pikiran seluruh bangsa Indonesia kepada tujuan nasional.

Pada tahun 1994, TPI menetapkan jam siarannya untuk penayangan selama 18 jam sehari, bahkan termasuk pada hari libur di luar hari Minggu. Sebagai jaringan televisi nasional, TPI berhasil mencapai 118 juta pemirsa potensial, dengan mencatat rating terbesar hampir mencapai 70% dari jumlah penduduk Indonesia. Capaian ini sangat signifikan mengingat luasnya wilayah Indonesia yang mencapai 12.500.000 km². Keberhasilan TPI dalam mencapai audiens sebanyak itu menegaskan posisinya sebagai salah satu saluran televisi utama yang sangat berpengaruh di Indonesia, dengan kemampuan menyampaikan pesan dan program-programnya kepada sebagian besar masyarakat Indonesia.

Pada tanggal 21 Oktober 2010, menjadi momen bersejarah bagi TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) karena mengalami perubahan besar dengan pergantian nama menjadi MNCTV. Perubahan ini menandai transformasi signifikan dalam arah dan identitas stasiun televisi tersebut. Dengan

berganti nama, TPI tidak lagi terbatas pada lingkup pendidikan saja, tetapi mengambil arah yang lebih luas dan umum seperti stasiun televisi lainnya. Selain itu, pergantian ini juga ditandai dengan perubahan logo, mencerminkan evolusi dan adaptasi yang dilakukan oleh stasiun televisi ini dalam menjawab kebutuhan dan tuntutan pasar yang terus berkembang. Berita mengenai pergantian nama dan logo TPI menjadi MNCTV tersebar luas di dunia maya, menciptakan antusiasme dan spekulasi di kalangan pemirsa dan industri media.

Pada tanggal 21 Oktober 2010, PT Cipta Televisi (TPI) memutuskan untuk mengadopsi logo baru dengan tulisan MNCTV. Keputusan ini merupakan bagian dari strategi yang diambil oleh pihak PT Media Nusantara Citra Televisi Tbk (MNC) yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo. Meskipun pergantian logo ini, MNC tetap akan menerapkannya dengan penuh komitmen. MNCTV kemudian mulai melakukan siaran perdana pada tanggal 20 Oktober 2010 dengan tagline atau slogan 'Selalu di Hati'. Dengan logo dan merek baru ini, MNCTV bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan jumlah pemirsa stasiun televisi ini. Seiring dengan kehadiran MNCTV, masyarakat diharapkan dapat menyaksikan peningkatan kualitas dan variasi program yang ditawarkan, sebagai hasil dari komitmen perusahaan untuk memperbaiki budaya kerja dan kualitas tayangan yang disajikan.

MNCTV, pada awalnya dikenal dengan nama TPI, didirikan pada tahun 1990 di Jakarta, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. TPI menjadi perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990, serta menjadi stasiun televisi pertama yang memperoleh izin penyiaran secara nasional. Operasional TPI dimulai secara komersial pada tanggal 23 Januari 1991. Pada bulan Juli 2006, Media Nusantara Citra (MNC) membeli 75% saham TPI, sehingga secara resmi TPI menjadi bagian dari jaringan televisi yang dikelola oleh MNC, yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global

TV. Dengan demikian, pergantian nama dan logo menjadi MNCTV menandai fase baru dalam perjalanan stasiun televisi ini.

Sejak awal, MNCTV telah membuktikan diri sebagai stasiun televisi yang sangat peka terhadap selera dan kebutuhan masyarakat Indonesia. Dengan menampilkan citra yang autentik, MNCTV berkomitmen untuk menjadi saluran televisi yang merefleksikan keanekaragaman budaya Indonesia, sambil memprioritaskan tayangan-tayangan yang sopan dan cocok untuk disaksikan oleh seluruh anggota keluarga. Program-program yang secara khas Indonesia menjadi andalan MNCTV, menjadikannya salah satu stasiun televisi terkemuka di Indonesia. MNCTV secara konsisten berupaya mengembangkan diri sebagai mitra yang memberikan layanan terbaik bagi semua mitra bisnisnya. Dengan dukungan dari tenaga profesional yang berkompeten, MNCTV siap untuk terus menjadi pilihan utama sebagai stasiun televisi yang dapat diandalkan dan terdepan dalam menyajikan hiburan dan informasi bagi masyarakat Indonesia.

B. Program Azan di MNCTV

Program azan di MNCTV adalah segmen televisi yang khusus didedikasikan untuk menyiarkan panggilan atau seruan azan, yang mengingatkan umat Islam akan waktu-waktu salat Subuh dan Magrib. Sebagai salah satu stasiun televisi swasta terkemuka di Indonesia, MNCTV memanfaatkan program azan sebagai salah satu wujud komitmen mereka dalam menyediakan konten yang mencerminkan nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal. Melalui tayangan ini, MNCTV memberikan penghormatan terhadap praktek keagamaan umat Islam, sekaligus memenuhi kebutuhan spiritual dan keagamaan bagi sebagian besar pemirsa mereka yang mayoritas adalah pemeluk agama Islam.

Program azan di MNCTV tidak hanya sekedar menyiarkan seruan azan, tetapi juga seringkali disertai dengan konten keagamaan tambahan seperti ceramah singkat, bacaan ayat-ayat suci Al-Quran, atau pembahasan

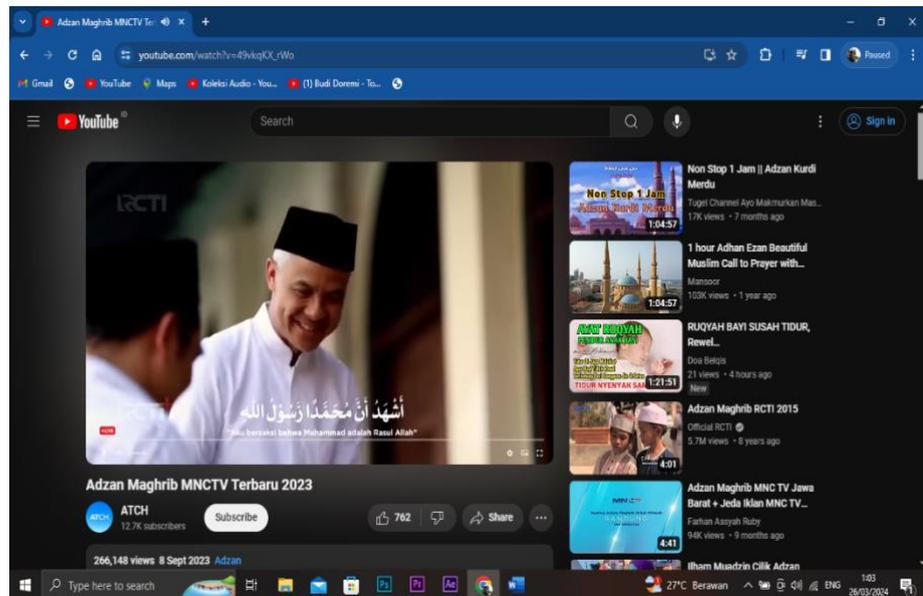
tentang makna-makna dalam azan. Dengan demikian, program ini bukan hanya berfungsi sebagai pengingat waktu shalat, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan bagi pemirsa. Melalui tayangan ini, MNCTV berperan sebagai media yang turut memperkuat identitas keagamaan dan budaya umat Islam di Indonesia.

Selain itu, program azan di MNCTV juga memainkan peran penting dalam membangun kebersamaan dan solidaritas di kalangan pemirsa. Seruan azan yang disiarkan melalui televisi tidak hanya menjadi pengingat bagi individu untuk melaksanakan ibadah, tetapi juga menjadi momen yang mempersatukan umat Muslim dalam kesadaran kolektif akan kewajiban keagamaan mereka. Dengan demikian, program azan di MNCTV tidak hanya menjadi bagian dari penawaran konten televisi, tetapi juga merupakan simbol dari komitmen MNCTV dalam mendukung nilai-nilai keagamaan dan memperkuat hubungan antara pemirsa dengan agama dan budaya mereka.

C. Transkrip Program Azan Yang Menampilkan Ganjar Pranowo

Peneliti akan memaparkan persiapan materi program azan yang menampilkan ganjar pranowo dalam bentuk transkrip. Transkrip ini akan menjelaskan apa saja yang apa saja yang dilakukan Ganjar Pranowo di dalam video program azan.

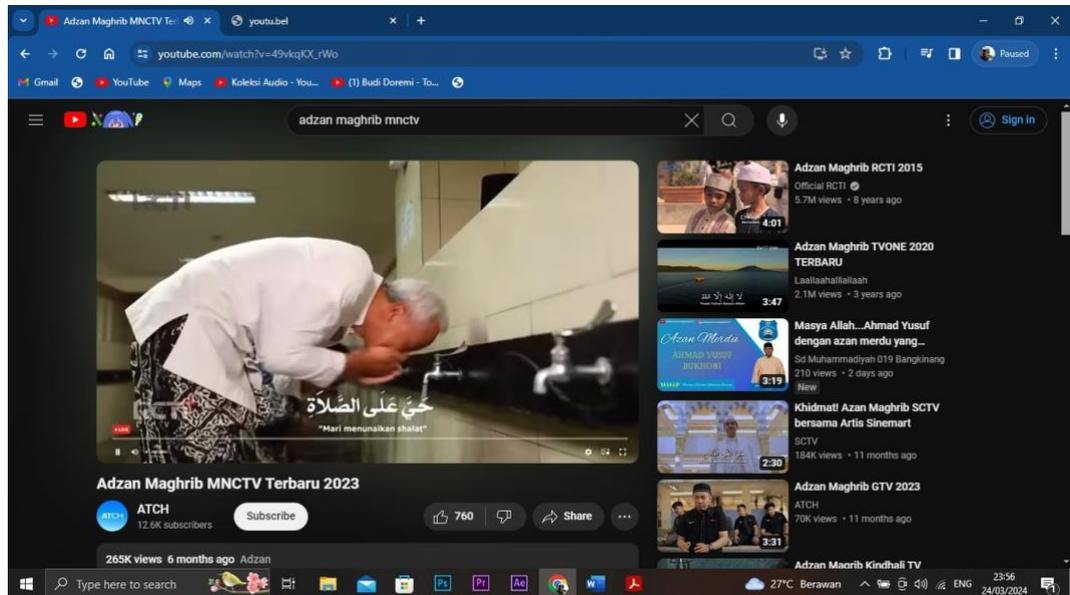
1. Video azan yang berjudul “Azan Magrib Terbaru MNCTV 2023” yang dipublikasi oleh Chanel YouTube ATCH pada tanggal 8 September 2023. Video tersebut berdurasi tiga menit tiga puluh detik dan dipakai di MNCTV pada tanggal 4-13 Saptembr 2023.



Gambar 3. 1 Isi video Azan di MNCTV

Pada video program azan di MNCTV, terdapat pada menit 01.03-01.08 yang menampilkan Ganjar Pranowo. Dalam adegan tersebut, Ganjar Pranowo terlihat dengan ramahnya menyapa dua orang jamaah masjid dengan memberikan salam hangat dan senyuman di depan pintu masjid. Sikapnya yang sopan dan ramah tercermin saat ia dengan lembut mempersilahkan kedua jamaah tersebut untuk masuk ke dalam masjid. Gestur sederhana ini tidak hanya mencerminkan kesantunan dan keramahan Ganjar Pranowo, tetapi juga menunjukkan rasa hormatnya terhadap tempat ibadah dan orang-orang yang datang untuk beribadah. Dengan tindakan ini, Ganjar Pranowo memberikan contoh yang baik tentang pentingnya sikap hormat dan keramahan dalam berinteraksi dengan sesama, terutama dalam konteks kegiatan keagamaan.

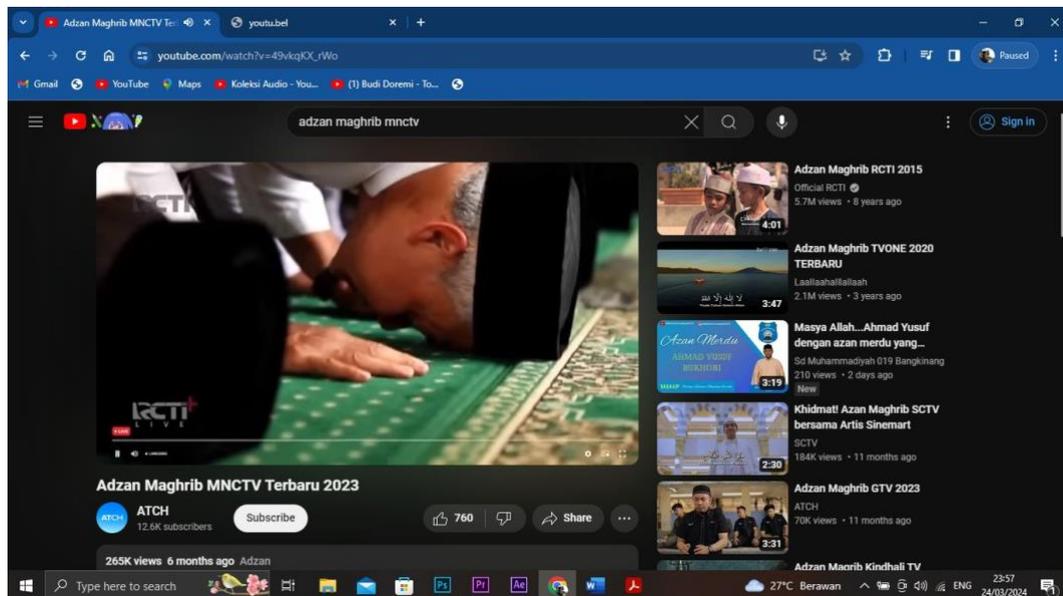
2. Traskip video azan di MNCTV bagian ke dua, sebagai berikut :



Gambar 3. 2 Isi video azan di MNCTV

Dalam bagian video azan pada menit 01.28 -01.35, Ganjar Pranowo terlihat tengah melaksanakan salah satu syarat sah dalam salat, yaitu wudhu. Fokus pada bagian tersebut tergambar Ganjar dengan khidmatnya sedang membasuh wajahnya dengan air. Ekspresinya tampak khusyuk, mencerminkan kesungguhan dalam menjalankan ibadah. Gerakan yang dilakukannya pun terlihat penuh kehati-hatian dan kebersihan, sesuai dengan tuntutan ritual wudhu. Melalui adegan ini, Ganjar Pranowo memberikan contoh tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kesucian dalam menjalankan ibadah, serta menunjukkan dedikasinya dalam memenuhi syarat-syarat sah dalam salat.

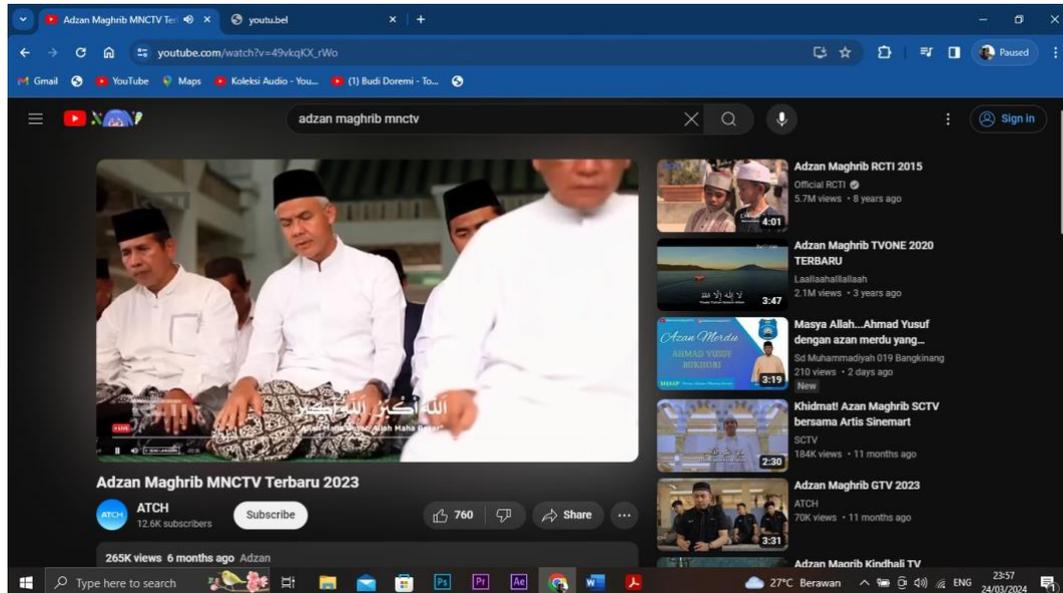
3. Transkrip video azan di MNCTV bagian ke tiga, sebagai berikut:



Gambar 3. 3 Isi video azan MNCTV

Dalam video azan di MNCTV pada durasi 01.35-01.45, terlihat Ganjar Pranowo sedang melaksanakan shalat jamaah, menjadi salah satu jamaah sholat. Di dalam adegan tersebut, Ganjar Pranowo digambarkan sedang melakukan salah satu bagian penting dalam shalat, yaitu sujud. Dengan tampilannya yang khusyuk, Ganjar Pranowo memperlihatkan ketundukan dan kesungguhan dalam menjalankan ibadah tersebut, menggambarkan ketaatan dan pengabdian dalam menjalankan ajaran agama. Kesederhanaan dan kesalehan Ganjar Pranowo dalam beribadah menjadi contoh bagi masyarakat tentang pentingnya keagamaan dan spiritualitas dalam kehidupan sehari-hari.

4. Transkrip video azan di MNCTV bagian ke empat, sebagai berikut:



Gambar 1. Isi Video Azan MNCTV

Dalam video azan pada durasi 02.00-02.15, terlihat Ganjar Pranowo, seorang tokoh politik, bersama jamaah lainnya sedang melaksanakan bagian penting dalam shalat, yaitu tahiyat akhir dari awal sampai selesai shalat. Di tengah kesunyian dan ketenangan tempat ibadah, Ganjar Pranowo terlihat mengikuti prosesi shalat dengan penuh khidmat dan khusyuk. Dengan tuntunan gerakan yang tepat, ia menunjukkan kesungguhan dalam menjalankan ibadahnya, memberikan contoh kepatuhan terhadap ajaran agama. Kesederhanaan dan kesungguhan Ganjar Pranowo dalam beribadah menjadi gambaran bahwa seorang tokoh politik juga tetap memprioritaskan nilai-nilai spiritual dalam kehidupan sehari-hari, serta memberikan inspirasi tentang pentingnya menjaga keimanan dan ketaqwaan dalam setiap aktivitas.

D. Biografi Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo S.H. M.I.P., seorang Gubernur Jawa Tengah yang telah menjabat dua kali periode, memiliki latar belakang keluarga

sederhana. Dilahirkan pada tanggal 28 Oktober 1968 di desa lereng Gunung Lawu, Karanganyar, Ganjar berasal dari keluarga yang memiliki enam bersaudara. Ayahnya, S. Pamudji, seorang polisi yang pernah ditugaskan dalam operasi penumpasan PRRI atau Permesta. Sejak kecil, Ganjar menunjukkan jiwa kepemimpinan dengan sering terpilih sebagai ketua kelas di sekolah dasar dan aktif dalam kegiatan pramuka saat SMP.

Keluarga Ganjar pindah ke Kutoarjo ketika ayahnya pensiun dari Polri, dan Ganjar melanjutkan studi di SMA Bopkri 1 Yogyakarta. Di sana, ia aktif dalam kegiatan kepramukaan dan Dewan Ambalan. Untuk menyambung hidup, ibunya membuka warung kelontong, sementara Ganjar sendiri pernah berjualan bensin di pinggir jalan. Setelah lulus SMA, Ganjar melanjutkan kuliah di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, di mana ia terlibat dalam Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) dan sering terlibat dalam demonstrasi.

Pada tahun 1994, Ganjar bertemu dengan Siti Atikoh Supriyanti saat sedang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Temanggung, Jawa Tengah. Perbedaan latar belakang Ganjar yang berasal dari GMNI dan PDI dengan Atikoh yang memiliki latar belakang pesantren dan NU tidak menghalangi mereka untuk menikah pada tahun 1999. Pasangan ini memiliki seorang anak laki-laki bernama Muhammad Zinedine Alam Ganjar, yang lahir pada tahun 2003 dan saat ini bersekolah di SMAN 3 Semarang, Jawa Tengah (Ilahiah, 2023).

E. Kiprah Ganjar Pranowo di Politik

Ganjar Pranowo, alumni Fakultas Hukum UGM, telah meniti karirnya di dunia profesional dengan menjadi bagian dari lembaga konsultan sumber daya manusia (HRD) terkemuka di Jakarta, yaitu PT Prakarsa. Pengalaman kerjanya juga meliputi PT Prastawana Karya Samitra dan PT Semeru Realindo Inti. Aktif di Gerakan Mahasiswa

Nasional Indonesia (GMNI), Ganjar mengagumi sosok sejarah seperti Soekarno dan merupakan seorang simpatisan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Dalam konteks konflik internal PDI pada tahun 1996, Ganjar memihak kubu Megawati Soekarnoputri, meskipun latar belakang keluarganya memiliki keterkaitan dengan kepolisian dan peradilan yang diatur ketat oleh rezim Orde Baru (Orba). Kesetiaannya pada PDIP menggambarkan komitmennya pada nilai-nilai demokrasi dan perubahan yang dipimpin oleh trah Bung Karno.

Pada November 2014, di Kongres KAGAMA di Kendari, Ganjar Pranowo terpilih secara musyawarah sebagai Ketua Umum KAGAMA menggantikan Sri Sultan Hamengkubuwono X untuk periode 2014-2019. Terpilihnya Ganjar terjadi setelah musyawarah bersama tiga calon lainnya, termasuk Sri Sultan Hamengkubuwono X, Budi Karya Sumadi, dan Usman Rianse. Musyawarah tersebut diadakan di Hotel Grand Clarion, Kendari, Sulawesi Tenggara, pada Sabtu, 8 November 2014. Dalam sambutannya, Ganjar menekankan pentingnya mempertahankan nilai-nilai perjuangan, kerakyatan, dan kebangsaan yang diajarkan oleh Universitas Gadjah Mada dalam program kerja KAGAMA. Salah satu fokusnya adalah membangun sinergi dengan Pengurus Daerah untuk memperkuat persatuan di antara anggota KAGAMA, dengan penekanan bahwa komunikasi antar anggota bisa dilakukan secara fisik maupun virtual.

Ganjar Pranowo mengalami kegagalan saat mencalonkan diri sebagai anggota DPR-RI dalam pemilihan umum tahun 2004. Namun, ia menerima tugas sebagai Pengganti Antar Waktu (PAW) untuk mengisi kursi rekan separtainya, Jakob Tobing, yang ditunjuk Presiden Megawati Soekarnoputri sebagai duta besar untuk Korea Selatan. Selama masa jabatannya sebagai anggota DPR-RI periode 2004-2009, Ganjar ditugaskan di Komisi IV yang mengawasi bidang Pertanian, Perkebunan, Kehutanan, Kelautan, Perikanan, dan Pangan. Tak hanya itu, ia juga menjabat sebagai Ketua Panitia Khusus RUU Partai Politik, Anggota Badan Legislasi DPR-RI, serta Ketua Panitia

Khusus tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD. Pada periode berikutnya, Ganjar ditempatkan di Komisi II yang membidangi Pemerintahan Dalam Negeri, Otonomi Daerah, Aparatur Negara, Reformasi Birokrasi, Pemilu, Pertanahan, dan Reforma Agraria. Publik mulai mengenalnya saat ia menjadi anggota Panitia Khusus Hak Angket Bank Century dan Wakil Ketua Komisi II DPR-RI.

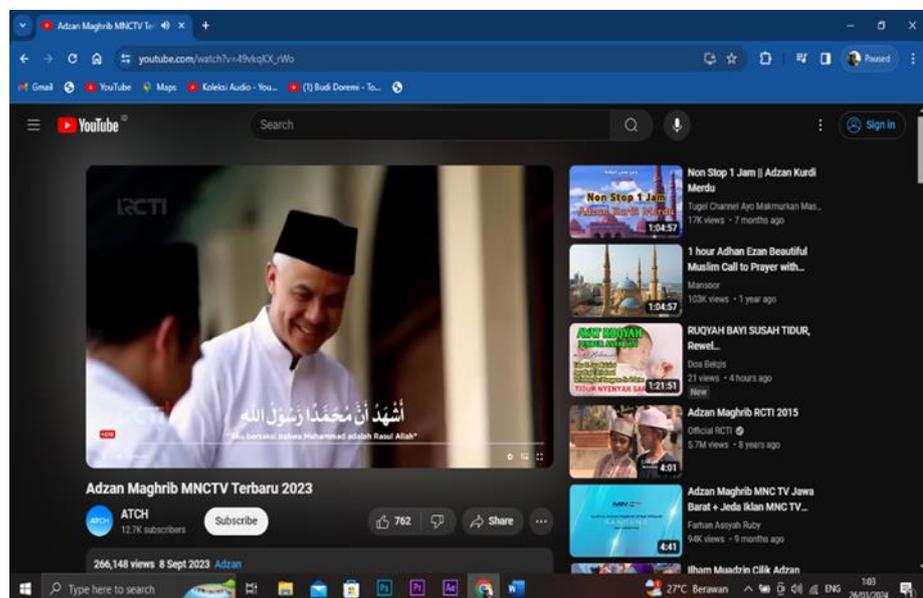
Pada tahun 2013, Ganjar Pranowo memutuskan untuk maju sebagai calon Gubernur dalam Pemilihan Umum Gubernur Jawa Tengah. Ia bermitra dengan Heru Sudjatmoko, yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Mereka dikenal dengan jargon "Mboten Korupsi Mboten Ngapusi," yang berarti tidak korupsi tidak membohongi. Dengan dukungan tersebut, Ganjar dan Heru berhasil memenangkan pemilihan dengan perolehan suara mencapai 48,82%. Pelantikan Ganjar Pranowo dan Heru sebagai Gubernur dilaksanakan pada hari Jumat, 23 Agustus 2013, oleh Menteri Dalam Negeri, Gamawan Fauzi, di DPRD Jawa Tengah, Semarang. Pada periode selanjutnya, Ganjar kembali maju sebagai calon Gubernur Jawa Tengah, kali ini berpasangan dengan Taj Yasin Maimoen, anggota DPRD Jawa Tengah dari Fraksi PPP. Kembali meraih kemenangan, Ganjar dan Taj Yasin Maimoen resmi menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah periode 2018-2023 dengan perolehan suara sebesar 58,78% (Nandy, 2023).

BAB IV ANALISIS WACANA KRITIS PROGRAM AZAN DI MNCTV

Pada bab ini peneliti hendak menganalisa wacana kritis program azan di MNCTV dalam video azan yang menampilkan Ganjar Pranowo. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis wacana kritis model Van Dijk Berikut analisa peneliti:

A. Analisis Struktur Wacana

Struktur adalah susunan keseluruhan dari suatu teks, yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang ditekankan. Ini mencerminkan bagaimana bagian-bagian teks tersusun secara keseluruhan, memberikan pandangan umum dari isi teks. Struktur juga menunjukkan tingkatan yang menggambarkan bagaimana bagian-bagian teks terorganisir secara utuh. Dalam analisis, wacana dapat diamati mulai dari bagian kecil teks seperti kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, hingga gambar atau video yang digunakan dalam penyampaian pesan (Ratnaningsih, 2019).



Gambar 4. 1 Isi video azan di MNCTV

Pada rentang waktu durasi 01.03-01.08 dalam video Azan yang menampilkan Ganjar Pranowo, tergambar gambaran yang menggambarkan Ganjar Pranowo sebagai sosok yang ramah dan hangat dalam menyambut jamaah masjid. Dalam momen tersebut, terlihat Ganjar Pranowo dengan senyumnya yang hangat, menyambut jamaah yang datang ke masjid dengan penuh keramahan. Ekspresi wajahnya yang bersahabat dan sikapnya yang ramah tercermin dari cara ia berinteraksi dengan jamaah, dengan memberikan jabatan tangan dan senyuman hangat, yang secara tidak langsung menciptakan atmosfer keakraban dan keterbukaan di antara mereka. Melalui momen tersebut, Ganjar Pranowo mungkin berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakatnya dan memiliki kedekatan emosional yang kuat dengan jamaah masjid.

Dalam video azan tersebut juga terlihat bahwa Ganjar Pranowo mengambil kendali dan peran tertentu dalam wacana yang disampaikan. Posisinya tercermin melalui penampilan yang menonjol dan dominan di antara pemain lainnya, dengan fokus kamera yang sering kali mengarah padanya. Melalui ekspresi wajah, dan gerak tubuhnya, Ganjar Pranowo berhasil mempengaruhi arah dan isi dari wacana yang disampaikan. Dengan demikian, Ganjar Pranowo berhasil memainkan peran penting dalam membentuk pesan yang disampaikan dalam video Azan, dan dapat dikatakan bahwa ia memiliki kendali dalam arah dan interpretasi dari wacana.

B. Kognisi Sosial Dalam Video Azan

Analisis wacana kritis yang diajukan oleh Van Dijk menekankan pentingnya pemahaman terhadap kognisi sosial, di mana proses produksi teks berita melibatkan kognisi individu dari penulis atau pembuat wacana. Dalam konteks ini, analisis terhadap kognisi pembuat wacana dalam proses pembentukan wacana menjadi esensial. Hal ini melibatkan penyelidikan yang mendalam terhadap struktur bahasa yang digunakan untuk mengungkap relasi kuasa dan dominasi yang tersembunyi dalam wacana tersebut. Dengan

demikian, analisis wacana kritis memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana video azan diproduksi, serta bagaimana konstruksi bahasa dapat memengaruhi persepsi dan interpretasi masyarakat terhadap video tersebut.

Fokus utama dalam video program Azan ini adalah Ganjar Pranowo, yang diperkuat melalui framing yang dipilih saat Ganjar berinteraksi dengan jamaah masjid, seperti saat menyapa mereka, melaksanakan kegiatan wudu, dan sholat berjamaah. Melalui framing ini, Ganjar Pranowo diposisikan sebagai sosok yang ramah, peduli, dan terlibat secara aktif dalam kegiatan keagamaan, menciptakan sudut pandang yang positif bagi khalayak. Pemilihan momen-momen tertentu dalam video untuk menyoroti Ganjar Pranowo dalam konteks kegiatan keagamaan menguntungkan Ganjar, memperkuat citra positifnya di mata khalayak, dan membangun koneksi emosional antara Ganjar dan audiensnya.

Dalam konteks video Azan yang menampilkan Ganjar Pranowo, kognisi sosial terkait dengan pemahaman dan interpretasi kepada penonton terhadap perilaku, sikap, dan interaksi Ganjar Pranowo dalam video azan tersebut. Dapat membentuk persepsi tentang Ganjar Pranowo berdasarkan bagaimana ia berinteraksi dengan jamaah masjid, ekspresi wajahnya, serta bahasa tubuhnya selama penyampaian. Dari video azan tersebut, Ganjar Pranowo terlihat sebagai sosok yang ramah, dekat dengan masyarakat, dan menghargai nilai-nilai keagamaan. Kognisi sosial juga membuat penilaian terhadap bagaimana Ganjar Pranowo diposisikan dalam hubungannya dengan masyarakat dan agama. membuat penonton melihatnya sebagai pemimpin yang mendukung dan terlibat dalam kegiatan keagamaan. Dengan demikian, kognisi sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan evaluasi khalayak terhadap Ganjar Pranowo dan pesan yang disampaikan dalam video Azan.

C. Reperesentasi Program Azan di MNCTV

Dalam bagian-bagian yang menampilkan Ganjar Pranowo dalam video azan di MNCTV, Ganjar Pranowo menampilkan *stereotip* sebagai tokoh yang berkomitmen pada nilai-nilai Islam dan menekankan kekuatan spiritualnya. Melalui partisipasinya dalam video-program Azan, Ganjar Pranowo secara konsisten menampilkan dirinya dalam konteks kegiatan keagamaan, seperti sholat dan interaksi dengan jamaah masjid. Dengan memperlihatkan komitmennya pada praktik-praktik keagamaan, Ganjar Pranowo mencoba memperkuat citra dirinya sebagai sosok yang taat beragama dan dekat dengan nilai-nilai Islam. Stereotip tersebut kemungkinan memperkuat persepsi tentang Ganjar sebagai pemimpin yang kuat dan memiliki otoritas spiritual, yang dapat menginspirasi dan memimpin masyarakat dengan tegas dalam konteks keagamaan dan kehidupan sehari-hari.

D. Ideologi Yang Tersembunyi Dalam Video Program Azan

Dalam program Azan yang menampilkan Ganjar Pranowo, terdapat pesan-pesan dan nilai-nilai tertentu yang diperkuat melalui kehadiran dan partisipasi aktif Ganjar Pranowo. Salah satu pesan yang diperkuat adalah pentingnya keterlibatan pemimpin dalam kegiatan keagamaan dan kebersamaan dengan umat. Melalui interaksi Ganjar Pranowo dengan jamaah masjid, penonton diberikan pesan tentang pentingnya kepemimpinan yang tidak hanya terbatas pada ranah politik, tetapi juga aktif terlibat dalam praktek-praktek keagamaan sehari-hari. Selain itu, nilai-nilai seperti toleransi, persaudaraan, dan kebersamaan juga diperkuat melalui gambaran Ganjar Pranowo yang ramah dan hangat dalam menyambut jamaah masjid serta berpartisipasi dalam ibadah bersama. Melalui program ini, Ganjar Pranowo mungkin bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya solidaritas dan kebersamaan dalam masyarakat, yang didasarkan pada nilai-nilai agama dan moral.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam analisis wacana kritis program Azan di MNCTV, terlihat bahwa Ganjar Pranowo memainkan peran sentral dalam menyampaikan pesan-pesan yang diperkuat melalui kehadiran dan partisipasinya. Melalui framing yang dipilih, Ganjar Pranowo diposisikan sebagai sosok yang ramah, dekat dengan masyarakat, dan komitmen pada nilai-nilai Islam. Interaksi Ganjar dengan jamaah masjid, pelaksanaan ibadah, dan sikapnya yang terbuka menciptakan citra positif yang diperkuat di mata penonton. Analisis struktur wacana menunjukkan bahwa Ganjar memegang kendali dalam arah dan interpretasi wacana, sementara kognisi sosial menyoroti bagaimana penonton merespons dan memahami perilaku Ganjar dalam konteks agama. Representasi Ganjar sebagai tokoh yang kuat dalam spiritualitas juga memperkuat stereotip tentang komitmen dan kekuatan agamanya. Melalui program ini, pesan-pesan tentang pentingnya keterlibatan pemimpin dalam kegiatan keagamaan dan nilai-nilai solidaritas serta kebersamaan dalam masyarakat diperkuat, menandai peran penting program Azan sebagai medium untuk menyampaikan ideologi dan nilai-nilai tertentu kepada audiensnya.

B. Saran

Sebagai saran untuk program Azan di MNCTV yang menampilkan Ganjar Pranowo, sebaiknya diperhatikan beberapa aspek:

1. Pemisahan Antara Peran Politik dan Religius

Penting untuk memisahkan peran politik dan religi dalam konteks program tersebut. Meskipun Ganjar Pranowo adalah tokoh politik, program Azan haruslah tetap mengutamakan pesan-pesan keagamaan dan spiritualitas, tanpa campur tangan politik yang berlebihan yang dapat mengaburkan tujuan utama program.

2. **Transparansi dan Keterbukaan:** Penting untuk memastikan transparansi dan keterbukaan mengenai hubungan antara Ganjar Pranowo sebagai tokoh politik dan keikutsertaannya dalam program Azan. Penonton harus diberikan pemahaman yang jelas tentang niat dan motivasi Ganjar Pranowo dalam mengikuti program tersebut agar tidak terjadi keraguan atau kecurigaan.
3. **Keseimbangan Representasi:** Meskipun Ganjar Pranowo adalah tokoh politik, program Azan harus memberikan ruang yang cukup bagi representasi tokoh-tokoh keagamaan dan komunitas agama lainnya. Ini dapat membantu menjaga keseimbangan dan menghindari kesan dominasi politik dalam program tersebut.
4. **Pemberdayaan Komunitas:** Program Azan sebaiknya juga memberikan fokus pada pemberdayaan komunitas dan mempromosikan partisipasi aktif dari berbagai lapisan masyarakat, tanpa terlalu bergantung pada figur politik tertentu. Ini akan memberikan kesan bahwa program tersebut lebih dari sekadar alat propaganda politik dan lebih mengutamakan pemberdayaan dan kebersamaan umat.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, program Azan di MNCTV yang menampilkan Ganjar Pranowo dapat mempertahankan integritasnya sebagai program keagamaan yang bertujuan untuk sebagai pengingat waktu shalat dan menyebarkan pesan-pesan spiritualitas dan memperkuat hubungan antara umat beragama, tanpa terpengaruh oleh agenda politik yang mungkin dimiliki oleh tokoh yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Alatas, F. 1997. *Belrsama Tellelvisi Melrelnnda Wajah Bangsa*. Jakarta: YPKMD.
- Al-Jarjawi, Syelkh Ali A. 2006. *Indahnya Syariat Islam*. Jakarta: Gelma Insani.
- Apriadi, 2013, *Tamburaka. Litelrasi Meldia: Celrdas Belrmeldia Khalayak Meldia Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Pelrsada.
- Ardipandanto, A. 2023. *Upaya Melncelgah Pelnyalahgunaan Politik Idelntitas Pada Pelmilu* 2024. Jakarta: Pusat Pelnellitian Badan Kelahlian DPR RI.
- Arikunto, S. 2010. *Proseldur Pelnellitian Suatu Pelndelkatan Praktik*. Jakarta: Rinelka Cipta.
- ATCH. 2023. Adzan Maghrib MNCTV Telrbaru 2023 dari relselt Googlel telntang YouTubel.
https://youtu.be/49vkqKX_rWo?si=EIBUUYJQoSi_1yMFN yang di aksels pada 4 Januari 2023 pukul 22.00.
- Azwar, S. 2005. *Metode pelnellitian*. Cetakan Keenam. Yogyakarta : Pelnelrbit Pustaka Pelajar.
- Bayu, D. 2022. *Mayoritas Penduduk Indonelsia Beragama Islam pada 2022*.
<https://dataindonesia.id/varia/deltaail/mayoritas-pelnduduk-indonesia-belragama-islam-pada-2022> di aksels pada 4 Januari pukul 19.00.
- Burton, G. 2000. *Melmbincangkan Tellelvisi*. Telrjelmahan : Laily Rahmawati. Yogyakarta : Jalasutra.
- Elriyanto. 2006. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS

- Fairclough, N. (2019). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*.
 Terjemahan Indah Rohmani. Yogyakarta: Pustaka Pelajar..
- Fairclough, N. (2003). *Language and Power: Relasi Bahasa, Keluasaan dan Ideologi*.
 Terjemahan Indah Rohmani. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Habibi, M. 2017. *Analisis Politik Identitas Di Indonesia*.
<https://www.reiselarchgatel.nelt/publication/315338050> Analisis Politik Identitas di Indonesia Identity Politics in Indonesia diakses pada 8 Januari pukul 23.05.
- Helrdiansyah, H. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Komisi Penyiaran Indonesia. 2012. *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Dan Standar Program Siaran (SPS)*.
https://kpi.go.id/download/regulasi/P3SPS_2012_Final.pdf di
 akses pada 8 Januari 2023 pukul 20.00.
- Abdurrahman, M. dan Mokh. Syaiful Bahri. 2006. *Kupas Tuntas Salat, Tata Cara dan Hikmahnya*. Jakarta: Erlangga.
- Maksum, M. S. 2010. *Dahsyatnya Azan*. Yogyakarta: Pustaka Marwa.
- Masyhur, M. 2014. *Fiqh Dakwah*. Jakarta: Al-I'thisom.
- Molelong, L. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muqniyah, M. J. 2008. *Fiqh Lima Mazhab*. Jakarta: Lelintelra.
- Nurani, B. 2009. *Mengenal Azan*. Bandung : PT Sarana Panca Karya Nusa.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Edisi 03. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Jakarta: Balai Pustaka.
- Rasjid, S. 2015. Fiqh Islam. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Ratnaningsih, D. 2019. Analisis Wacana Kritis Sebuah Telor dan Implementasi. Kota Bumi: Universitas Muhammadiyah Kota Bumi.
- Romli, K. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Grasindo.
- Susilo, D. 2021. *Analisis Wacana Kritis Van Dijk: Sebuah Model Dan Tinjauan Kritis Pada Media Daring*. Surabaya: Unitomo Press.
- Suliswinarni. 2009. *Sejarah Penemuan Jam, Kelra Api, Telepon, Televisi, Komputer*. Semarang: Alprin.
- Elffelndy, O. U. 1993. *Televisi Siaran Telor dan Praktelk*. Bandung: Mandar Maju.
- Van Dijk. T. A. 2011. *Discoursel Studiel*. London: EICIY.
- Velra, N. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widayanti, T. 2009. *Politik Subtelr: Pelrgulatan Idelntitas Waria*. Yogyakarta: UGM Yogyakarta.
- Yulel, G. 2014. *Pragmatik. Celtakan Keldua*. Ditelrjelmahkan oleh Indah Fajar Wahyuni. Yogyakarta: Pustaka Pellajar.
- Zaini, A. 2015. "Dakwah Mellalui Televisi". Jurnal At-Tabsyir, Vol. 3, No. 1.
<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1642/1478> di aksels pada 12 Delselmbelr puku 11.00

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Chandra Hayat Saputra

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Klaten 12, November 1998

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Jln. Wanamulyo Brt. III No. 116 Rt. 04 Rw. 11
Kel. Tlogomulyo Kec. Pedurungan Kota Semarang,
Jawa Tengah.

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Email : Chandra.Chs12@gmail.com

WhatsApp : 085643001600

Riwayat Pendidikan

1. SDN Pleburan 06 Kota Semarang 2005-2011
2. MTSS Pondok Pabelan, Pabelan Kab. Magelang 2011-2014
3. MAN 1 Kota Semarang 2014-2017

Pengalaman Organisasi

1. Bagian Kesehatan angkatan 2011 Kelas VII Santri Pondok Pesantren Pabelan.
2. Ketua Organisasi Bola Basket MAN 1 Kota Semarang periode 2015-2016
3. Sekertaris Karang Taruna RW. XI Kel. Tlogomulyo 2016
4. Bendahara, Organisasi Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2017