

**DAKWAHTAINMENT:
REPRESENTASI ISLAM DI TELEVISI INDONESIA
Studi Kasus Program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” Trans 7**



**Oleh:
Mu'amalah, S.S.
NIM: 1620510039**

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**Diajukan Kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A.)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Sejarah Kebudayaan Islam**

**YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mu'amalah
NIM : 1620510039
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Sejarah Kebudayaan Islam

Menyatakan bahwa naskah ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk pada sumbernya.

Yogyakarta, 03 Oktober 2018

Saya yang menyatakan,



Mu'amalah, S.S

NIM: 1620510039

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mu'amalah
NIM : 1620510039
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Sejarah dan Kebudayaan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 03 Oktober 2018

Saya yang menyatakan,



Mu'amalah, S.S

NIM: 1620510039

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

PENGESAHAN

Tesis berjudul : DAKWAHTAINMENT: REPRESENTASI ISLAM
DI TELEVISI INDONESIA
Studi Kasus Program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam”
Trans 7

Nama : Mu’amalah, S.S.
NIM : 1620510039
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinasy Islamic Studies*
Konsentrasi : Sejarah Kebudayaan Islam
Tanggal Ujian : 30 Oktober 2018

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Master of Arts
(M.A)

Yogyakarta, 08 November 2018

Direktur,



Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D.

NIP 19711207 199503 1 002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

UJIAN TESIS

Tesis berjudul : DAKWAHTAINMENT: REPRESENTASI ISLAM
DI TELEVISI INDONESIA
Studi Kasus Program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam”
Trans 7

Nama : Mu’amalah, S.S.
NIM : 1620510039
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinasry Islamic Studies*
Konsentrasi : Sejarah Kebudayaan Islam

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosyah

Ketua/Penguji : Dr. Mohammad Yunus, Lc., MA., Ph.D

Pembimbing/Penguji : Dr. Najib Kailani, S.Fil.I., M.A.

Penguji : Dr. Sunarwoto, MA.

diuji di Yogyakarta pada tanggal 30 Oktober 2018

Waktu : 13.00 – 14.00 WIB

Hasil/Nilai : 96,6 / A

Predikat Kelulusan : Memuaskan / Sangat Memuaskan / Cum Laude*

* Coret yang tidak perlu



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**DAKWAHTAINMENT:
REPRESENTASI ISLAM DI TELEVISI INDONESIA
STUDI KASUS PROGRAM “DUA HIJAB” DAN “JAZIRAH ISLAM”
TRANS 7**

Yang ditulis oleh:

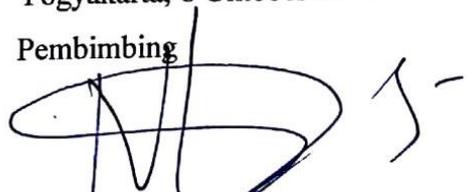
Nama : Mu`amalah, S.S
NIM : 1620510039
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Sejarah Kebudayaan Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A.).

Wassalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Yogyakarta, 8 Oktober 2018

Pembimbing



Najib Kailani, S.Fil.I, M.A., Ph.D.

ABSTRAK

Mu'amalah. 2018. *Dakwahtainment: Representasi Islam di Televisi Indonesia: Studi Kasus Program "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" Trans 7.* Tesis. Program Magister Interdisciplinary Islamic Studies. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tesis ini mengkaji keberadaan Islam di televisi era milenium dengan objek penelitian berupa acara "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" yang tayang di Trans 7. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian terkait representasi Islam di ruang publik, terutama yang hadir di televisi Indonesia. Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang dibantu dengan pengamatan audio-visual berupa video dari *Youtube*, serta akun media sosial dari dua acara tersebut dan ditunjang dengan literatur-literatur terkait kajian Islam di ruang publik.

Acara atau program keislaman yang hadir di televisi, mulai dari masa Orde Baru hingga kontemporer telah mengalami pola perkembangan yang sangat dinamis. Mulai dari bentuk dan konten acaranya, pengisi acara atau figur yang dihadirkan, hingga kemasan acaranya. Fenomena yang demikian itulah yang menjadi ketertarikan bagi penulis untuk melihat lebih jauh terkait program keislaman yang hadir di televisi Indonesia. Tesis ini mengkaji bagaimana perkembangan representasi Islam di televisi yang terwakili pada program-program keislaman, bagaimana varian atau bentuk acaranya, siapa saja tokoh atau figur yang hadir serta bagaimana Islam di narasikan dalam acara "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" yang merupakan perwakilan dari acara-acara yang hadir di televisi di masa kini.

Tesis ini berkontribusi dalam melanjutkan dan menambahi diskusi terkait representasi Islam di ruang publik dengan memberikan pandangan atau informasi baru terkait perkembangan dari keberadaan Islam di ruang publik, khususnya di televisi. Dari hasil penelitian ini telah ditemukan bahwa representasi Islam di televisi masa kini tidak hanya terbatas pada acara-acara tele-dakwah seperti yang ada di masa Orde Baru serta sinetron dan juga film yang hadir pasca Orde Baru hingga saat ini, namun lebih jauh telah mengalami perkembangan yang signifikan, ditandai dengan hadirnya program *dakwahtainment*. Program *dakwahtainment* yang hadir di televisi saat ini mampu mengkolaborasikan tuntunan (dakwah) dengan sebuah tontonan, baik itu berupa hiburan maupun informasi. Seiring dengan perkembangan program keislaman yang dihadirkan, televisi juga mampu melahirkan satu otoritas baru yang memiliki kewenangan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui figur-figur yang dihadirkan. Perbedaan latar belakang figur-figur yang hadir dalam acara-acara tersebut, mempengaruhi pula metode dalam penyampaian pesan-pesan dalam acara televisi tersebut. Jika pada acara televisi sebelumnya menggunakan metode ceramah, maka pada acara "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" memiliki perbedaan dalam penyampaian pesannya, yaitu pada "Dua Hijab" melalui model serta gaya berbusana dan melalui potret kehidupan Muslim global pada acara "Jazirah Islam". Dengan istilah lain, acara "Dua Hijab" merupakan program *dakwahtainment* bernuansa informatif sedangkan acara "Jazirah Islam" merupakan *dakwahtainment* dengan varian *religious-traveltainment*.

Kata Kunci: *Dakwahtainment*, Representasi Islam, Televisi, Dua Hijab, Jazirah Islam.

MOTTO

*“Hidup dengan kemuliaan dan kehormatan atau
mati dalam keadaan syahid”*

(Abu Bakar ash-Shiddiq)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk keluarga saya, khususnya Abah saya M. Iskandar dan juga Ibu saya Marni, terima kasih yang tiada habis-habisnya saya ucapkan atas segala do a, perjuangan, serta pengorbanan yang begitu besar kepada semua anak-anaknya.

Teruntuk calon pendamping hidup saya, semoga tesis ini kelak bisa kita baca sembari duduk bersama serta bisa menjadi stimulus untuk melanjutkan studi ke jenjang berikutnya.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis senantiasa panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan ridho dan pertolongan -Nya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan maksimal. Shalawat dan salam penulis haturkan keharibaan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari masa kebodohan ke masa yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Alhamdulillah, dengan ridho dan pertolongan-Nya, penulis telah selesai menyusun tesis ini dengan judul **“Dakwahtainment: Representasi Islam di Televisi Indonesia: Studi Kasus Program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” Trans 7”** guna memenuhi dan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Magister pada prodi *Interdisciplinary Islamic Studies* Konsentrasi Sejarah dan Kebudayaan Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dukungan, serta do'a dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pimpinan civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu Prof. Drs. H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, M.A., M.Phil., Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Ro'fah, BSW., M.A., Ph.D selaku Koordinator Program *Interdisciplinary Islamic Studies*, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Bapak M. Abdul Karim Mustofa, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Sejarah dan Kebudayaan Islam, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Terima kasih banyak kepada Bapak Najib Kailani, S.Fil.I, M.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan masukan dan arahan yang sangat membangun, serta banyak pengetahuan khususnya dalam penulisan tesis yang baik dan benar. Atas saran, masukan, dan kesabaran beliau dalam membimbing dan mengarahkan saya, sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik.

Tidak lupa rasa terima kasih yang besar juga saya sampaikan kepada bapak Sunarwoto, M.A., Ph. D. Selaku dosen matakuliah proposal penelitian pada semester tiga. Dari ketelitian beliau dalam melihat kesalahan-kesalahan penulisan saya dan juga untuk pertama kalinya beliau mengajarkan bagaimana seharusnya menulis karya ilmiah yang baik, saran dan masukan-masukan yang membangun telah beliau berikan sehingga saya mantap mengambil salah satu objek penelitian yang ada pada tesis ini.

Terima kasih kepada semua dosen Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, Konsentrasi Sejarah dan Kebudayaan Islam, yang telah membekali peneliti dengan ilmu-ilmunya. Semoga bisa bermanfaat dunia dan akhirat. Aamiin.

Terima kasih yang tiada henti-hentinya penulis sampaikan kepada kedua orang tua peneliti yang tercinta, Abah M. Iskandar, Ibu Marni yang dengan sangat tulus merawat, menyayangi, menasehati, dan mendo'akan peneliti di sepanjang waktunya serta memberikan dukungan mental maupun material. Tidak lupa peneliti juga menyampaikan banyak terima kasih kepada saudara-saudara kandung peneliti kakak Ahmad Khozi, Kakak Zahrowi Muhammad, Mbak Nailul

Fauziah, Mbak Holly Vivien, Adik Fajar Indah, dan Adik Sri Yakfi Rizki yang senantiasa dan selalu memberikan dukungan, nasehat, motivasi, serta do'a sehingga peneliti dapat menempuh dan menyelesaikan jenjang pendidikan Master dan tesis di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan baik.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pak Lek dan Bulek yang berdomisili di Yogyakarta, Lek Madkhan, Bi' Dwi Ari Larasati, Lek Khoiruddin, Bi' Faisah yang selalu memberikan dukungan dan banyak motivasi kepada peneliti selama menempuh pendidikan di Yogyakarta.

Terima kasih banyak atas kebersamaan dan kekeluargaan yang telah diberikan oleh teman-teman satu kelas konsentrasi Sejarah dan Kebudayaan Islam angkatan 2016: Mbak Zulfa, Mas Nasihuddin, Mas Faqih, Sholeh, Itsna, Iin dan Syukri, serta semua teman lintas konsentrasi di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya kepada teman saya Aflahal Misbah (Islam Nusantara, 2017) yang telah banyak membantu serta memberikan wawasannya terkait penulisan serta literatur-literatur yang sangat dibutuhkan dalam penulisan tesis ini. Terima kasih juga kepada seluruh teman satu alumni UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Sebagai penutup pada pengantar tulisan ini, saya berdo'a semoga semua apa yang telah diberikan kepada saya, khususnya kontribusi dalam penelitian ini menjadi amal jariyah untuk kita semua, *Aamiin*.

Yogyakarta, 03 Oktober 2018

Peneliti,

Mu'amalah, S.S
1620510039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka	11
E. Landasan Teori	16
F. Metode Penelitian.....	19
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II PERKEMBANGAN DAKWAH ISLAM DALAM PERTELEVISIAN INDONESIA	
Pengantar.....	24
A. Televisi di Indonesia.....	25
B. Islam di Masa Orde Baru.....	31
C. Representasi Islam di Televisi Indonesia Masa Orde Baru hingga Pasca Reformasi (1980-2018)	37
Kesimpulan	56
BAB III MEMBACA KEHADIRAN ISLAM DI TELEVISI	
Pengantar.....	59

A.	Program Acara “Dua Hijab”	60
B.	Representasi Islam dalam Acara “Dua Hijab”	68
1.	Keekklusifan pada Judul Acara	69
2.	Salam (<i>greeting</i>) sebagai Gerbang Berkomunikasi	70
3.	Berhijab: Ilustrasi Kesalehan Publik.....	72
4.	Aktor Populer sebagai Produsen Pesan Keislaman.....	74
5.	Profesi Menentukan Metode Penyampaian Pesan (dakwah) 76	
	Kesimpulan	80
BAB IV POTRET GLOBAL UMMAH DI TELEVISI		
	Pengantar.....	82
A.	Acara “Jazirah Islam”	83
B.	Representasi Islam dalam Acara “Jazirah Islam”.....	88
1.	Mengaplikasikan Bahasa Arab pada Judul Acara	89
2.	Muslimah Modern, Representasi “Pejuang Baru” Islam	90
3.	Bulan Ramadhan Waktu Ideal untuk Melahirkan Kesalehan Publik	92
4.	Ekspresi Keislaman melalui Kalimat <i>Thayyibah</i> (ungkapan dzikir).....	93
5.	Setting Tempat yang Ekspresif	95
6.	Topik Dialog Seputar Kehidupan <i>Global Ummah</i>	97
7.	Figur Baru sebagai “Agen” Pembawa Pesan sekaligus Sumber Legitimasi	100
8.	Keselarasan antara Profesi dan Metode Penyampaian Pesan	101
	Kesimpulan	104
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	107
B.	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		117

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1. Tiga konten acara “Dua hijab” Trans 7.
- Gambar 3.2. Logo atau *icon* judul acara “Dua Hijab” Trans 7.
- Gambar 3.3. Dua Desainer Cum-*Host* pada acara “Dua Hijab” (Zaskia Sungkar dan Jenahara Nasution).
- Gambar 3.4. Dua *Host* acara “Dua Hijab” dan satu peraga atau model Muslimah.
- Gambar 3.5. Dua *Host* acara “Dua Hijab” pada sesi acara HOOTD.
- Gambar 4.1. Konten agenda acara “Jaziah Islam” Trans 7.
- Gambar 4.2. Logo atau *icon* judul acara “Jazirah Islam” Trans 7.
- Gambar 4.3. Beberapa jurnalis cum-*Host* pada acara “Jazirah Islam” Trans 7, (Hanida Zakky, Nadilla Fitria, dan Kiky Larasati).
- Gambar 4.5. *Host* acara “Jazirah Islam” (Nadilla Fitria) dan narasumber Muslimah New Castle (Aisha Abdul Hadi).
- Gambar 4.6. Anak-anak dan para Muslimah New Castle dalam event *Masjid Mania*, di Masjid Jami’ Bilal (*Islamic Centre*) New Castle.
- Gambar 4.7. Masjid Jami’ Bilal, pamflet agenda acara rutin, serta para Muslimah yang menghadiri acara di Masjid Jami’ Bilal.
- Gambar 4.8. *Host* (Nadilla Fitria) dan narasumber (Aisha Abdul Hadi) ketika berdialog di salah satu swalayan, New Castle.
- Gambar 4.9. *Host* (Nadilla Fitria) dan anak-anak dalam even *Masjid Mania* di Masjid Jami’ Bilal, New Castle.
- Gambar 4.10. *Host* (Nadilla Fitria) dan narasumber (Aisha Abdul Hadi) ketika berdialog pada event *International Nite* di Masjid jami’ Bilal, New Castle.

DAFTAR SINGKATAN

MUI	: <i>Majelis Ulama Indonesia</i>
KPI	: <i>Komisi Penyiaran Indonesia</i>
TVRI	: <i>Televisi Republik Indonesia</i>
SCTV	: <i>Surya Citra Televisi</i>
RCTI	: <i>Rajawali Citra Televisi Indonesia</i>
TPI	: <i>Televisi Pendidikan Indonesia</i>
ANTV	: <i>Andalas Televisi</i>
FKTV	: <i>Forum Komunikasi Televisi</i>
ATVSI	: <i>Asosiasi Televisi Swasta Indonesia</i>
LMD	: <i>Latihan Mujahid Dakwah</i>
YABMP	: <i>Yayasan Amal Bakti Muslim pancasila</i>
ITB	: <i>Institut Teknologi Bandung</i>
ICMI	: <i>Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia</i>
BMI	: <i>Bank Muamalat Indonesia</i>
Bazis	: <i>Badan Amil Zakat Infaq dan Shadaqah</i>
APPMI	: <i>Asosiasi Pengusaha Perancang Mode Indonesia</i>
MMI	: <i>Majelis Mujahidin Indonesia</i>
HTI	: <i>Hizbu Tahrir Indonesia</i>
FPI	: <i>Front Pembela Islam</i>
SDIT	: <i>Sekolah Dasar Islam Terpadu</i>
BRI	: <i>Bank Rakyat Indonesia</i>
HNI-HPAI	: <i>Halal Network Indonesia-Heba Penawar Al-Muwahida Indonesia</i>
DAI	: <i>Dakwah Agama Islam</i>
AKSI	: <i>Akademi Sahur Indonesia</i>
HOOTD	: <i>Hijab Outfit Of The Day</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena merebaknya representasi Islam di ruang publik mulai menguat sejak dua dekade terakhir, ketika Islam memasuki era baru pasca runtuhnya rezim Orde Baru tahun 1998. Hal demikian ditandai dengan munculnya televisi sebagai medium baru dan populer yang mampu mendukung kehadiran Islam (kesalehan) di ruang publik. Dengan sifatnya yang audio-visual (lihat dengar), televisi mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menangkap informasi yang disajikan melalui kemasan acara-acara yang ada,¹ sehingga televisi menjadi salah satu media yang banyak diterima di masyarakat sejak awal mula kehadirannya hingga saat ini² dan pada akhirnya televisi mampu melahirkan bentuk kesalehan baru dalam formasi masyarakat era milenial.

Percaturan terkait representasi Islam di televisi semakin dikonkritkan dengan kehadiran serta perkembangan sinetron Islami yang menghiasi wajah pertelevisian Indonesia. Pada tahun 2003 lahir sinetron Islami dengan judul *Rahasia Ilahi* (sinetron drama supranatural), kehadiran sinetron tersebut di layar kaca masyarakat Indonesia, ternyata menjadi salah satu stimulus bagi rumah produksi lainnya untuk menghadirkan sinetron dengan genre serupa maupun dengan kemasan yang sedikit berbeda. Pada tahun 2005 lahir juga sinetron dengan

¹ Biagi Shirley, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, Terj. M. Irfan and Wulung Wira Mahendra (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 11–13.

² Anwar Arifin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Cet. 2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), 191; Andi Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 11–12.

judul Kiamat Sudah Dekat (sinetron komedi Islam), disusul kemudian *Ayat-ayat Cinta* (romansa Islami) pada tahun 2008.³

Sinetron-sinetron tersebut merupakan refleksi dari keislaman masyarakat yang meningkat di ruang publik, kemudian televisi melihatnya sebagai satu komponen yang sangat potensial untuk dikomersialisasikan lewat televisi. Seperti yang dikemukakan oleh Rakhmani, bahwa Islam yang muncul di televisi merupakan satu bentuk konsolidasi antara dinamika proses komersialisasi televisi dengan meningkatnya kesalehan publik,⁴ atau dengan istilah lain setiap acara televisi yang hadir tersebut menyesuaikan selera pasar guna menopang laju perkembangan dari kehidupan televisi terkait.

Kemampuan televisi dalam konteks ini tidak hanya sekedar memberikan satu kontribusi pada sektor perekonomian, namun lebih jauh telah berhasil melahirkan satu otoritas baru,⁵ yaitu figur penceramah yang lahir di era kemajuan teknologi dan komunikasi atau yang biasa diistilahkan dengan dai media.⁶ Fakta demikian terutama terlihat pada sinetron romansa Islami *Ayat-ayat Cinta*, selain melahirkan banyak aktor dan aktris baru, sinetron tersebut telah berhasil melahirkan seorang da'i baru di kalangan masyarakat Muslim modern Indonesia, salah satunya adalah Okky Setiana Dewi. Fenomena demikian tidak akan sangat sulit muncul di ruang publik tanpa adanya peran yang sangat krusial dari televisi.

³ Ketiga judul sinetron tersebut merupakan sinetron yang mengawali sinetron-sinetron dari genre masing-masing. Lihat Inaya Inaya Rakhmani, "Mainstream Islam: Television Industry Practice and Trends in Indonesia Sinetron," *Asian Journal of Social Science*, Vol. 42 (2014).

⁴ *Ibid.*

⁵ James B. Hoesterey and Marshall Clark, "*Film Islami*, Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia," *Asian Studies Review*, Vol. 36, No. 2 (Juni 2012): 207–226.

⁶ Akhmad Muzakki, "Islam as a Symbol Commodity, Transmitting and Consuming Islam Through Public Sermon in Indonesia", dalam Pattana Kitiarsa (ed.) *Religious Commodifications in Asia* (New York: Routledge, 2007).

Masifnya perkembangan sinetron-sinetron Islami dalam pertelevisian Indonesia selain karena mampu menjadi objek yang bisa dikomersialisasikan, televisi juga secara jelas telah menyusupkan ide-ide atau petuah-petuah (dakwah) Islam melalui sinetron-sinetron Islami tersebut.⁷ Sinetron-sinetron Islami tersebut sengaja di hadirkan di televisi Indonesia sebagai media berdakwah khususnya di kalangan remaja Muslim, sebab penonton akan lebih mudah menangkap pesan-pesan yang disampaikan melalui peran yang dimainkan oleh aktor dan aktris dari sinetron tersebut.⁸ Fungsi-fungsi yang demikian itulah kiranya yang menuntut televisi untuk lebih mengembangkan acara-acara yang bernafaskan Islam, guna mempertahankan eksistensinya di ruang publik dengan derasnya arus modernisasi.

Kehadiran Islam di televisi telah menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Jika masa Orde Baru representasi Islam di televisi berupa program tele-dakwah, kemudian memasuki pasca Orde Baru wajah Islam yang ada di televisi mulai dihadirkan melalui bentuk sinetron, maka di era milenium ini kehadirannya bersifat lebih variatif. Terlihat dari adanya program dakwah yang dikolaborasikan dengan *entertainment* (bersifat hiburan dan tontonan), seperti ceramah yang disisipi *guyonan*, ceramah yang diiringi musik, majlis dzikir dan shalawat, kompetisi dakwah, acara *reality show* dengan genre supranatural (dunia lain, pemburu hantu, dan sebagainya), dakwah musik (konser musik Islami, misalnya nasyid dan qasidah) dan sebagainya.⁹

⁷ Hariyadi, "Finding Islam in Cinema: Islamic Films and the Identity of Indonesian Muslim Youths," *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, Vol.51, no. 2 (Desember 24, 2013).

⁸ *Ibid.*

⁹ Inaya Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, and Middle Class* (New York: Palgrave Macmillan US, 2016).

Bentuk-bentuk acara terakhir, selanjutnya diistilahkan dengan program *dakwahtainment*¹⁰. Bentuk tersebut telah mampu memberikan kontribusi besar dalam perkembangan representasi Islam yang ada di televisi, dibuktikan dengan lahirnya varian atau bentuk lain dari program dakwah yang berkolaborasi dengan *entertainment*. Trans 7 merupakan salah satu televisi yang sangat aktif dan produktif melahirkan varian baru dalam genre *dakwahtainment*. Varian tersebut seperti pada acara “Muslim Traveller”, “Khazanah”, “Berita Islami Masa Kini”, “Jazirah Islam”, “Dua Hijab”, dan “Islampedia”, serta masih banyak lainnya. Beberapa acara tersebut, hadir untuk membawakan Islam dengan kemasan acara yang berbeda dari acara-acara keislaman sebelumnya. Guna memotret lebih jauh terkait varian acara baru dalam televisi yang termasuk dalam genre *dakwahtainment*, peneliti telah memilih dua acara yang termasuk cukup berbeda dengan acara-acara keislaman sebelumnya, yaitu acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam”.

Hadirnya acara “Dua Hijab” di televisi dengan sengaja telah menampilkan konsep gaya berbusana bagi Muslimah modern yang hidup dalam kepongungan modernitas. Dalam sejarah perjalanannya, busana Muslimah telah mampu mewakili keberadaan sosok Muslimah modern,¹¹ menjadi salah satu sarana untuk mengekspresikan keislaman seseorang di ruang publik, serta dengan berbagai model gayanya, telah berhasil mendorong beberapa komunitas Muslimah untuk

¹⁰ Istilah tersebut digunakan oleh Inaya Inaya Rakhmani dalam salah satu bukunya. *Ibid*. Lihat juga pada Dicky Sofjan dan Mega Hidayati, *Religion and Television in Indonesia: Ethics, Surrounding, Dakwahtainment* (Geneva: Globethics, 2013), 83.

¹¹ Suzanne Brenner, “Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim Women and the Veil,” *American Ethnologist*, Vol. 23, no. 4 (1996); Lihat juga Nancy J. Smith-Hefner, “Javanese Womaen and The Veil in Post Soeharto Indonesia,” *The Journal of Asian Studie*, Vol. 66, no. 2 (2007).

menjadikannya sebagai simbol atau tanda keberadaan mereka di tengah-tengah masyarakat, seperti pada Komunitas Hijabers Indonesia.¹²

Berbeda dari acara “Dua Hijab”, melalui acara “Jazirah Islam” masyarakat Muslim Indonesia disuguhkan dengan sebuah potret kehidupan masyarakat Muslim secara global. Program ini dikemas dengan sangat unik dan informatif dalam berbagai konten agenda di dalamnya sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan bisa dengan mudah mencapai sasaran. Sebagai salah satu acara yang di dalamnya memuat pesan keislaman, “Jazirah Islam” telah berhasil menyentuh sensibilitas keislaman sebagian besar masyarakat Muslim Indonesia serta menjadi parameter untuk melihat ekspresi kesalehan diri melalui antusiasme yang tinggi untuk menyaksikan acara-acara keislaman di televisi, hal demikian terlihat jelas melalui banyaknya penonton (*viewers*) yang diperoleh acara “Jazirah Islam” hingga mencapai 12 ribu penonton.¹³ Antusiasme penonton tersebut bisa dilihat pada komentar-komentar dari para penonton yang bersifat membangun untuk acara “Jazirah Islam”, seperti halnya meminta untuk tayang setiap hari, masukan terkait narasumber orang Indonesia yang dihadirkan dalam acara tersebut, dan sebagainya.

Memasuki era milenium seperti saat ini, apresiasi terhadap acara “Jazirah Islam” tidak hanya datang dari para penonton sebagai bentuk ekspresi dari kesalehannya, lebih dari itu dukungan besar juga diperoleh dari beberapa otoritas yang ada di Indonesia. Pada 28 Juni 2018 lalu, MUI dan KPI menyatakan

¹² Abdul Aziz Faiz, *Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and identity* (Yogyakarta: SUKA-Press, 2016).

¹³ Jumlah tersebut bisa dilihat pada akun Instagram “**JazirahIslam7**”. Dalam akun tersebut, semua tayangan tiap-tiap episode bisa dilihat dalam bentuk video Youtube.

dukungannya terhadap ekspresi keislaman di ruang publik melalui penghargaan yang diberikan untuk acara “Jazirah Islam” sebagai salah satu program penyiaran Islam yang ada di bulan Ramadhan. Diraihnya penghargaan dari MUI dan KPI untuk acara “Jazirah Islam” merupakan bentuk kontinuitas dari catatan sejarah yang berkaitan dengan eksistensi Islam di masa Orde Baru.¹⁴

Pada genre acara apapun Islam yang ditampilkan, kemampuan televisi sebagai pencetak atau pembentuk otoritas akan selalu muncul bahkan menjadi satu cara yang instan untuk melahirkan figur-figur yang memiliki kewenangan untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dalam berbagai kemasan. Di masa Orde Baru otoritas keagamaan (Islam) yang berwenang memberikan pesan keislaman di dominasi oleh figur-figur ulama’, kiai, para cendekiawan atau seorang ustadz saja, memasuki era milenial televisi telah mampu memberikan otoritas tersebut kepada tokoh-tokoh publik. Fakta demikian bisa dilihat pada beberapa artis yang memiliki peran dalam film-film Islami, sosok penceramah media, aktor dan aktris yang telah berhijrah¹⁵ dan masih banyak yang lain.

Dalam konteks tulisan ini, contoh yang lebih spesifik terdapat pada acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam”. Pada acara “Dua Hijab” figur para desainer melalui konten acaranya telah menyisipkan pesan berbusana yang benar dengan menutup semua aurat (Muslimah), sedangkan pada acara “Jazirah Islam” figur jurnalis muda dan berkompeten melalui acara yang dibawakannya telah mampu

¹⁴ Ariel Heryanto “The Years of Living Luxuriously, Identity Politics of Indonesia New Rich,” dalam Michael Pinches, (ed.) *Culture Privilege in Capitalist Asia* (New York: Routledge, 2005), 330; Lihat juga Muzakki, “Transmitting and Consuming Islam Through Public Sermon in Indonesia.”

¹⁵ Hijrah yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah beralih ke kehidupan yang lebih Islami, ditandai dengan seringnya mengikuti pengajian-pengajian, serta memilih gaya berbusana yang Islami (untuk Muslimah dengan memutuskan memakai hijab sebagai gaya berpakaianya).

menjadi satu otoritas tersendiri dalam memberikan informasi-informasi terkait keislaman.

Kedua acara tersebut (Dua Hijab dan Jazirah Islam) merupakan dua varian acara yang berbeda dalam satu genre acara yaitu *dakwahtainment*. Meski demikian, peneliti menemukan beberapa kesamaan pada dua acara tersebut, di antaranya seperti menampilkan figur Muslimah modern sebagai pembawa pesan yang memiliki legitimasi atau mempunyai satu otoritas dalam memberikan pesan keislaman, keduanya mengangkat isu atau fenomena kekinian (gaya busana Muslimah modern dan juga budaya plesiran atau bepergian ke luar negeri, serta memiliki latar tempat *outdoor* atau berlokasi di ruang terbuka.

Periode pasca Orde Baru (era modern) bisa diibaratkan sebagai rahim yang melahirkan bentuk baru dalam merepresentasikan Islam di ruang publik, yaitu Islam yang mampu berkolaborasi dengan modernitas sehingga memunculkan budaya yang hibrid,¹⁶ yang mana oleh beberapa akademisi produk budaya tersebut diistilahkan sebagai “budaya populer Islam”.¹⁷ Salah satu bentuk dari budaya hibrid tersebut adalah program *dakwahtainmentt* yang hadir di televisi. Dengan adanya penjelasan tersebut, maka acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” termasuk dalam produk budaya populer Islam yang ada di Indonesia saat ini.

Lahirnya budaya hibrid tersebut, menjadi satu keuntungan tersendiri bagi Islam. Melalui budaya populer Islam (program *dakwahtainment*) yang hadir di

¹⁶ Hibridasi merupakan proses percampuran, hubungan, pertemuan, dan mengkombinasikan antara satu unsur dengan unsur lain (unsur budaya lokal dan global) agar bisa melahirkan satu unsur yang baru. Dalam kaitannya dengan tesis ini, hibridasi terjadi antara Islam dengan budaya populer sehingga melahirkan satu fenomena baru. Lihat Pam Nilan and Carles Feixa, eds., *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds* (London: Routledge, 2006).

¹⁷ Claudia Nef-Saluz, “Youth and Pop Culture in Indonesia,” *Studia Islamika*, Vol. 16, no. 2 (2009): 215-242; Hoesterey and Clark, “*Film Islami*.”

televisi, Islam lebih mudah disampaikan ke berbagai kalangan Muslim di Indonesia, Khususnya bagi remaja Muslim yang saat ini lebih banyak memilih hal-hal yang baru, misalnya dalam hal selera pemilihan musik, gaya berpakaian, serta acara-acara televisi yang dianggap sebagai tontonan yang sesuai dengan selera mereka. Dalam tulisan ini, peneliti berpendapat bahwa acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” merupakan bagian dari produk budaya populer Islam yang kehadirannya tidak hanya sebagai varian baru dari program keislaman yang ada di televisi, melainkan juga menjadi salah satu metode untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman di televisi dengan cara yang menarik dan inovatif.

B. Rumusan Masalah

Program-program Islami yang hadir di televisi sebagai salah satu bentuk kehadiran Islam di ruang publik memiliki bentuk yang sangat beragam, mulai dari yang bersifat *infotainment* (memiliki konten berita atau informasi tertentu) hingga *entertainment* (tayangan yang memuat konten hiburan atau pertunjukan). Trans 7 merupakan salah satu stasiun televisi yang banyak memberikan program *dakwahtainment* dari pada program berita. Meski demikian, acara-acara yang bersifat *dakwahtainment* tersebut telah berhasil membungkus berita ataupun informasi dengan kemasan sangat menarik, khususnya informasi terkait keislaman. Usaha mengemas informasi tersebut, nyatanya telah berhasil membawa acara-acara yang ada pada posisi acara favorit bagi masyarakat Indonesia.

Merujuk pada program *dakwahtainment* yang menjadi salah satu varian acara keislaman yang hadir di televisi, peneliti memilih program “Dua Hijab”

dengan tema fashion atau gaya busana “*Overall*” yang tayang ada hari Minggu, 29 Januari 2017 dan “Jazirah Islam” pada 25 Mei (Indahnya Ukhuwah Islam di Newcastle) yang ditayangkan tepat pada saat bulan Ramadhan. Kedua program acara tersebut tayang pada satu stasiun televisi yaitu Trans 7, sehingga akan mempermudah peneliti untuk melihat perkembangan kehadiran Islam dengan membandingkan dua acara dengan kemasan berbeda pada satu stasiun televisi.

Hadirnya Islam pada televisi dari masa Rezim Orde Baru hingga masa kini telah mengalami perjalanan yang dinamis, mulai dari metode penyampaian pesan, kreatifitas dalam mengemas acara, konten-konten yang dihadirkan, hingga figur pembawa pesan keislaman dalam acara tersebut. Dari latar belakang tersebut, tesis ini mempunyai empat rumusan masalah yang akan mengantarkan pembahasan lebih lanjut, yaitu :

1. Bagaimana perkembangan representasi Islam di televisi Indonesia dari masa Orde Baru hingga masa kini?
2. Bagaimanakah cara kedua program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” menarasikan konten-konten Islami sehingga bisa menampilkan muatan dakwah di dalamnya?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini hadir dengan beberapa tujuan yaitu; *pertama* untuk melihat lebih jauh fase-fase pertumbuhan, perkembangan, serta pergeseran acara-acara Islam di televisi, mulai dari masa Orde Baru hingga memasuki masa modern melalui program-program acara pada televisi yang bernuansa Islami, seperti film

atau sinetron (romansa Islami, drama supranatural, dan komedi religi), hingga acara yang termasuk dalam program *dakwahtainmentt*.

Kedua melihat perbedaan aktor atau figur yang dihadirkan untuk menyampaikan pesan keislaman melalui berbagai acara televisi dari masa Orde Baru hingga kontemporer. Di mulai dari figur yang memiliki otoritas keislaman dari basis pendidikannya (ulama' atau cendekiawan), da'i media, figur-figur yang otoritas keagamaanya didapatkan dari pengalaman spiritualnya (misalnya artis-artis yang baru mengenakan hijab), hingga tokoh-tokoh publik. Semua figur tersebut, di masa kini telah dan bahkan mampu membawakan pesan-pesna keislamana, meskipun dasar keagamaan yang mereka miliki tidak didapatkan melalu pembelajaran di pesantren maupun intitusi pendidikan keagamaan tertentu.

Ketiga melihat perbedaan cara-cara atau metode yang digunakan oleh tiap-tiap figur dalam menyampaikan isi atau muatan keislaman pada acara-acara terkait. Seiring banyaknya figur-figur baru yang dengan sengaja memiliki otoritas untuk menyampaikan pesan keislaman, secara otomatis akan menambah pula metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan keislaman melalui acara-acara televisi. Cara atau metode tersebut semakin berkembang dan variatif, sebab tiap-tiap figur yang hadir dengan perbedaan latar belakang memiliki cara serta keahlian yang berbeda-beda, hal demikian akan semakin memperkaya metode dakwah pada televisi di era modern.

Secara teoritis, tesis ini berkontribusi melanjutkan serta melengkapi diskusi di kalangan para sarjana terkait representasi Islam di ruang publik, dengan memberikan pandangan atau informasi baru dalam merepresentasikan Islam di

ruang publik melalui televisi. Adapun kajian-kajian yang sudah ada terkait representasi Islam pada televisi selama ini didominasi pada sinetron dan film-film Islami, karena alasan yang demikian tesis ini hadir dan berharap mampu melengkapi kajian mengenai representasi Islam pada televisi, dengan cara melihat perkembangan acara-acara keislaman yang hadir belakangan (program *dakwahtainment*).

D. Kajian Pustaka

Studi terkait hubungan antara media (khususnya televisi) dengan Islam telah banyak dilakukan oleh beberapa akademisi dengan berbagai perspektif dan pendekatan. Studi tersebut mulai dilakukan seiring dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan terkait kehadiran Islam di ruang publik pasca Orde Baru. Studi-studi tersebut, selanjutnya dapat dikategorikan menjadi dua kecenderungan; pertama, berkaitan dengan komodifikasi atau komersialisasi yang mengiringi popularitas acara Islami di televisi; dan kedua, program-program Islami di televisi merupakan medium untuk berdakwah atau sarana untuk menyemai ajaran-ajaran keislaman di dalamnya.

Kecenderungan yang pertama, yaitu program acara televisi dan hubungannya dengan komodifikasi atau komersialisasi terdapat dalam karya Inayah Rakhmani "*Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity and Middle Class*"¹⁸, yaitu pada bagian kedua dan ketiga dari buku tersebut yang

¹⁸ Inayah Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia*.

bertajuk “*Television and the Da’wah Supermarket*”¹⁹ dan “*Commercial Da’wah*”.²⁰

Dengan tajuk “*Television and the Da’wah Supermarket*” yang ada di dalam bukunya, Rakhmani menguraikan program televisi yang menyediakan acara-acara Islami yang dikategorikan sebagai *da’wahtainment*, seperti acara Dzikir akbar, musik-musik yang bermuatan dakwah (membawa pesan-pesan keislaman), reality show yang bersifat supranatural, kompetisi dakwah, sinteron-sinetron religi (drama supranatural, romansa Islami, dan komedi religi). Semua acara tersebut diproduksi oleh beberapa televisi swasta dengan sangat beragam, dengan tujuan agar para penonton bisa memilih acara sesuai dengan basis keagamaanya.

Selanjutnya pada bagian ketiga dengan tajuk “*Commercial Da’wah*”, Rakhmani telah memberikan spesifikasi jenis dan model dari sinetron-sinetron Islami yang diperbolehkan tayang pada stasiun televisi Indonesia. Jenis sinetron Islami tersebut terbagi menjadi tiga bagian, yaitu melodrama Islam atau romansa Islami, drama supranatural, dan komedi Islami. Tiap-tiap jenis sinetron tersebut memiliki target penonton yang berbeda-beda. Drama religi tersebut harus terbebas dari unsur SARA, sehingga konten-konten keislaman di dalamnya bisa diterima oleh masyarakat secara luas. Selanjutnya pada tiap-tiap jenis drama religi tersebut, mempunyai cara tersendiri dalam menarasikan keislaman di dalamnya.

Dalam buku tersebut, drama supranatural dinarasikan oleh Rakhmani dengan hubungan antara Tuhan dengan iblis, yang tergambar melalui campur

¹⁹ *Ibid.*, 33–64.

²⁰ *Ibid.*, 69–94.

tangan kekuasaan tuhan terhadap protagonis yang selalu berada di jalan yang benar dan akan mendapat bantuan dari Tuhan, sedangkan antagonis yang berposisi sebagai pendosa akan mendapatkan hukuman berupa azab. Pada melodrama Islami selalu berkaitan dengan romansa yang berada dalam koridor syari'at keislaman, model hubungan antara sesama jenis (poligami, monogami), dan juga model-model dari kesalahan Muslim/Muslimah. Adapun Sinetron komedi religi merepresentasikan antara yang perbuatan yang terpuji dengan yang tercela melalui karakter-karakter dari para aktor yang ditampilkan, kemudian dibingkai (dalam bentuk dialog) dengan unsur-unsur komedi yang renyah.

Masih pada aspek kecenderungan yang sama (hubungan antara televisi dengan komodifikasi dan komersialisasi), Rakhmani juga membahasnya dalam salah satu artikelnya yang berjudul "The Commercialization of Da'wah: Understanding Indonesian Sinetron and their Portrayal of Islam".²¹ Artikel tersebut mendedah terkait merebaknya ekspresi keislaman yang bisa dijadikan simbol komodifikasi agama melalui sinetron, yang selanjutnya menghasilkan dua komponen penting yaitu proses komersialisasi dan juga dakwah. Komponen dakwah diperoleh dari kehadiran figur ustadz atau da'i yang memiliki otoritas keagamaan sebagai pengabsah sekaligus korektor dari representasi-representasi Islam yang dibawakan oleh aktor dalam sinetron tersebut, komponen lainnya adalah adanya ide atau doktrin yang tertanam dalam sinetron tersebut. Rakhmani menyimpulkan bahwa sinetron ataupun film Islami merupakan jelmaan dari khutbah atau ceramah. Penonton atau pemirsa di rumah diumpamakan sebagai

²¹ Inaya Rakhmani, "The Commercialization of *Da'wah*: Understanding Indonesian *Sinetron* and Their Portrayal of Islam," *International Communication Gazette* 76, no. 4-5 (June 2014): 340-359.

jama'ahnya, televisi sebagai tempat untuk berdakwah melalui sinetron, sedangkan komersialisasi sebagai sistem kerja baru untuk dakwah tersebut.

Artikel lain yang juga ditulis oleh penulis yang sama, dengan judul “Mainstream Islam: Television Industry Practice and Trend in Indonesian Sinetron”.²² Rakhmani menjelaskan proses konsolidasi anatar ekspresi keislaman masyarakat perkotaan yang semakin mencuat ke permukaan dengan proses komersialisasi yang dilakukan oleh industri pertelevisian Indonesia. Hubungan kedua komponen tersebut kemudian di ekspresikan dengan sinetron-sinetron Islami. Komersialisasi keislaman melalui sinetron Islami menjadi salah satu cara bagi televisi untuk mendapatkan profit dengan menargetkan masyarakat Muslim perkotaan kelas menengah dengan sisi keislamannya sedang mengalami pertumbuhan.

Kajian berikutnya adalah “Islam as a Symbolic Commodity: Transmitting and Consuming Islam through Public Sermon in Indonesia”.²³ Dalam tulisannya ia berbicara tentang bentuk lain dari proses memproduksi serta mengonsumsi keislaman di ruang publik, melalui figur penceramah umum. Muzakki juga mengklasifikasikan para penceramah atau da'i yang ada saat ini, seperti da'i media, da'i pesantren, serta da'i yang memiliki basis keilmuannya dari perguruan tinggi.

Kecenderungan yang kedua, yaitu program televisi dan hubungannya dengan dakwah terdapat pada tulisan Hariyadi yang berjudul “Finding Islam in

²² Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia*.

²³ Muzakki, “Transmitting and Consuming Islam Through Public Sermon in Indonesia.”

Cinema: Islamic Film and the Identity of Indonesian Muslim Youths”.²⁴ Dalam tulisannya tersebut, ia menjabarkan tentang dakwah melalui film merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam kepada remaja Muslim di Indonesia, sebab film memberikan ruang yang seluas-luasnya untuk diinterpretasi ulang oleh penontonnya. Pesan-pesan atau nilai-nilai yang di ajarkan melalui film tersebut tidak mutlak harus dikerjakan oleh penonton yang berposisi sebagai objek, sebab film bukan sebuah otoritas ataupun institusi keislaman.

Hoesterey dan Clark juga mengulas praktik kesalehan-kesalehan yang terdapat pada film Islami Indonesia dalam artikelnya yang berjudul “Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia”.²⁵ Keduanya mengungkapkan bahwa melalui media baru (Sinetron Islami) mampu membentuk masyarakat Muslim baru yang mana mampu menemukan cara baru dalam mengartikulasikan keislamannya (cara untuk berdakwah) serta melahirkan figur otoritas baru dalam kehidupannya.

Dari beberapa penelusuran yang peneliti lakukan, dari kajian-kajian yang ada terkait representasi Islam masih terbatas pada sinetron, film, serta acara-acara lainnya yang bersifat tele-dakwah. Representasi Islam di televisi tidak terbatas pada acara-acara yang demikian, namun telah mengalami pergeseran serta pengembangan dengan menyesuaikan kebutuhan dari sebagian masyarakat Muslim Indonesia yang mana bisa kita lihat dari banyaknya acara yang muncul dengan genre *dakwahtainmentt* yang bisa dikemas dengan berbagai macam bentuk. Dengan alasan itulah, penelitian ini hadir guna melanjutkan serta mengisi

²⁴ Hariyadi, “Finding Islam in Cinema.”

²⁵ Hoesterey and Clark, “*Film Islami*.”

kekosongan terkait kajian representasi Islam di ruang publik, khususnya di televisi dengan mengambil dua acara yang bertajuk “Dua Hijab “ dan “Jazirah Islam”, yang mana kedua varian acara tersebut belum terdedah dalam beberapa kajian yang sudah ada.

E. Landasan Teori

Memasuki abad 21, metode atau cara untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman (dakwah) bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai macam cara seperti melalui tulisan,²⁶ musik,²⁷ film dan sinetron,²⁸ dan lain sebagainya. Memasuki era modern dengan berbagai arus deras, menuntut untuk melahirkan dan mengembangkan acara-acara keislaman yang secara tidak langsung membawa juga varian metode untuk menyampaikan keislaman melalui acara-acara televisi.

Salah satu kerangka konseptual yang sering dipakai oleh beberapa akademisi untuk memotret fenomena Islam di televisi adalah dakwahtainment, yaitu dengan cara mengkolaborasikan Islam yang memiliki konten tuntunan atau ajaran dengan entertainment yang bersifat sebagai tontonan yang menghibur.²⁹

²⁶ Monika Arnez, “*Dakwah by the Pen: Reading Helvy Tiana Rosa’s Bukavu*” *Indonesia and the Malay World* 37, no. 107 (Maret 2009): 45–64; Najib Kailani, “Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia,” *Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46, no. 1 (2012): 21.

²⁷ William H. Frederick, “Rhoma Irama and the Dangdut Style: Aspects of Contemporary Indonesia Popular Culture,” *Indonesia*, no. 34 (1982); Rhoma Irama, “Music as a Medium Communication, Unity, Education, and Dakwah,” dalam Andrew N. Weintraub, (ed.) *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, trans. Andrew N. Weintraub (New York: Routledge, 2011), 185–192.

²⁸ Eric Sasono, “Islamic-Themed Films in Contemporary Indonesia: Commodified Religion or Islamization?,” *Asian Cinema* 21, no. 2 (September 1, 2010): 48–68; Hoesterey and Clark, “*Film Islami*”; Hariyadi, “Finding Islam in Cinema”; Inaya Rakhmani, “The Commercialization of *Da’wah*.”

²⁹ Dicky Sofjan dan Mega Hidayati, *Religion and Television in Indonesia: Ethics Surrounding Dakwahtainment*, Geneva, Globethics. Net: 2013. 83. Lihat Julia Day Howell,

Tontonan yang dimaksud bisa berupa sisipan guyonan, lagu-lagu keislaman nasyid, shalawat), menghadirkan figur komedian (misalnya sebagai pembawa acara), dan juga figur artis atau aktor yang memiliki penampilan yang menarik.³⁰

Fenomena Dakwahtainment ini telah mengalami perkembangan dari hari ke hari, seperti acara pengajian oleh da'i media yang bersifat talk show di televisi, Tabligh Akbar, majlis dzikir yang dipimpin oleh seorang habib, hingga berbagai film dan sinetron Islami yang hadir di layar kaca Indonesia. Semua bentuk dakwah tersebut dikemas sedemikian rupa guna menyesuaikan kebutuhan masyarakat Indonesia.

Konsep dakwahtainment ini oleh beberapa peneliti telah digunakan untuk melihat praktik-praktik keislaman yang akhir-akhir ini muncul dan telah berhasil memobilisasi massa untuk mengungkapkan kesalahan mereka di ranah publik. Dicky Sofjan³¹ telah menggunakan istilah dakwahtainment dalam salah satu tulisannya, dengan mengambil contoh pada program tele-dakwah Mamah Dedeh yang menggandeng *host* nya adalah seorang komedian, Abdel. Begitu juga dengan Julia Day Howell³² melihat praktik-praktik keislaman yang hadir di ruang publik, termasuk televisi seperti tele-dakwah yang menghadirkan bentuk tuntunan dan juga tontonan dalam satu kemasan (dakwah) dan juga majelis dzikir dan shalawat

“Christendom, the Ummah and Community in the Age of Televangelism”, dalam *Social Compass*, Vol. 61, No. 2, 2014. 237.. Lihat Inaya Rakhmani, “Mainstreaming Islam,” 43-45.

³⁰ Dicky Sofjan dan Mega Hidayati, *Religion and Television in Indonesia: Ethics, Surrounding, Dakwahtainment* (Geneva: Globethics, 2013), 83; Julia Day Howell, “Christendom, the Ummah and Community in the Age of Televangelism,” *social Compass* 16, no. 2 (2014); Istilah *dakwahtainment* juga digunakan oleh Inaya Inaya Rakhmani dalam salah satu tulisannya, ia memberikan istilah demikian untuk para da'i atau penceramah yang hadir di era modern yang populer di media massa. Lihat Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia*.

³¹ Sofjan dan Mega Hidayati, *Religion and Television...73*.

³² Day Howell, “Christendom, the Ummah and Community in the Age of Televangelism.”

sebagai bentuk dari hubungan antara agama dengan kemodernan. Begitu juga dengan Inaya Rakhmani³³ yang melihat munculnya signifikasi budaya Islam erat kaitannya dengan kebebasan dalam sektor perekonomian, otoritas keagamaan yang demokratis serta ekspresi keislaman dalam skala nasional, seperti majelis dzikir, program kompetisi dakwah, reality show supranatural, serta dakwah musik.

Melihat adanya percampuran antara dakwah Islam dengan entertainment, televisi sebagai salah satu media yang memiliki peran penting dalam menyebarkan budaya hibrid, Trans7 termasuk dalam stasiun televisi yang banyak menghadirkan acara dakwahtainment tersebut. Beberapa wajah acara yang termasuk dalam kategori tersebut, di antaranya seperti acara “Islam itu Indah”, “Berita Islami Masa Kini”, “Islampedia”, ”Dua Hijab”, “Jazirah Islam”, “Khazanah Islam”, dan lain sebagainya. Beberapa acara tersebut dikemas secara khusus oleh Trans 7 untuk memberikan informasi-informasi terkait keislaman, dilengkapi dengan tayangan-tayangan yang mendukung informasi tersebut (pembacaan ayat-ayat al-qur’an oleh narator, ilustrasi-ilustrasi gambar, hingga tutorial langsung) sehingga memberikan kemudahan bagi khalayak penonton untuk menangkap informasi yang disampaikan dalam acara tersebut.

Kembali pada penjelasan terkait dakwahtainment, dua diantara beberapa acara yang ada di Trans 7 yaitu “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” termasuk dalam kategori *dakwahtainment* yang saat ini masih dinanti-nanti kehadirannya oleh sebagian masyarakat di Indonesia. Melalui konten acara yang dihadirkan pada kedua acara tersebut, tersimpan unsur-unsur yang merujuk pada dakwah Islam

³³ Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia*.

baik itu tersirat maupun tersurat, dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Kedua acara tersebut dibingkai dengan informasi penting lainnya serta dianggap butuh untuk diberikan kepada masyarakat secara luas.

Dalam bingkai program *dakwahtainment*, acara “Dua Hijab” telah berhasil menyajikan informasi terkait gaya berbusana untuk kalangan Muda Muslimah Indonesia, serta gaya hidup Muslimah modern dengan pesan-pesan keislaman. Sedangkan acara “Jazirah Islam” meringkai unsur-unsur keislaman dengan potret kehidupan umat Islam yang ada di beberapa negara antar benua. Bentuk-bentuk informasi demikian bisa digolongkan sebagai *entertainment* dengan variasi yang baru, sebab memiliki konten yang menarik serta sangat bermanfaat untuk dibagikan kepada sesama Muslim di Indonesia.

Merujuk pada konteks *dakwahtainment* yang hadir meramaikan wajah pertelevisian di Indonesia, secara teoritik penelitian ini hadir untuk menambahkan serta melengkapi kajian terkait representasi Islam di televisi dengan mengambil dua acara yang terbilang kontemporer (“Dua Hijab” dan “Jazirah Islam”), sebagai contoh acara tergolong dalam genre *dakwahtainment* di televisi.

F. Metode Penelitian

Tesis ini berawal dari pengalaman pribadi yang dialami peneliti sendiri ketika mencari tutorial hijab pada youtube, kemudian dalam daftar pencarian muncul salah satu segmen dari acara “Dua Hijab” Trans 7, peneliti semakin tertarik untuk mengikuti acara tersebut hingga beberapa episode. Rasa keingintahuan dari peneliti untuk mencari acara-acara yang sejenis pada channel Trans 7 semakin bertambah, ketika mengetikkan program Islami Trans 7 pada

kolom pencarian, maka muncul berbagai nama-nama acara yang tayang pada Trans 7 baik itu di hari-hari biasa maupun di bulan Ramadhan.

Pengamatan tersebut memberikan stimulus kepada peneliti untuk meneliti lebih lanjut terkait program-program keislaman di televisi, khususnya Trans 7. Dari berbagai acara-acara Islami pada televisi (termasuk juga iklan yang menggunakan simbol keislaman), telah banyak diteliti oleh akademisi dengan menggunakan berbagai perspektif, seperti acara-acara Islami yang dilihat dari aspek komodifikasi, aspek dakwah hingga konten keislaman dalam program acara tersebut.

Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan tersebut, merangsang peneliti untuk ikut lebih mengetahui berbagai macam program keislaman yang hadir pada televisi Indonesia. Dalam hal ini, peneliti melihat dua program acara yang termasuk dalam program acara Islami yang bersifat modern, yaitu “*Dua Hijab*” dan “*Jazirah Islam*” yang tayang pada stasiun televisi Trans 7.

Penelitian ini merupakan penelitian tidak langsung melalui media audio-visual (youtube), menyaksikan dengan penuh ketelitian kedua acara (Dua Hijab dan Jazirah Islam) dari awal acara hingga akhir acara per-episodenya, dengan bertujuan untuk mencari dan menemukan objek yang sesuai yang hendak diteliti. Dalam penelitian kali ini, peneliti berusaha melakukan pengamatan secara teliti mengenai fenomena (tanda-tanda verbal dan nonverbal) yang ada pada kedua acara tersebut.

Subjek penelitian ini adalah dua acara yang tayang pada Trans 7, yaitu acara “*Dua Hijab*” dan “*Jazirah Islam*”, serta semua tanda verbal maupun

nonverbal yang hadir dalam acara tersebut, tanda verbal dan nonverbal tersebut merujuk pada unsur-unsur keislaman atau diistilahkan juga sebagai pesan-pesan yang berisikan dakwah melalui unsur-unsur atau tanda-tanda yang ditampilkan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan pengamatan audio-visual, tepatnya dengan menonton video dari program acara “Dua Hijab” dengan tema “Overall” yang terdiri dari tiga video, karena dalam satu program acara memiliki tiga konten acara dan program “Jazirah Islam” dengan tema “Indahnya Ukhuwah Newcastle”. Data tersebut merupakan data primer dalam penelitian ini. Tema-tema yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini, diambil secara acak oleh peneliti, sebab dari satu tema dan tema-tema lainnya memiliki konten agenda yang sama.

Data lain yang mendukung atau data sekunder dalam penelitian ini diambil dari artikel-artikel jurnal yang berkaitan dengan Islam dan televisi, dan media sosial seperti *facebook*, *website*, dan *Instagram* dari kedua program acara tersebut (Dua Hijab dan Jazirah Islam). Seluruh data yang berupa verbal dan nonverbal tersebut kemudian dilihat keterkaitannya dengan fenomena *dakwahtainmentt*, dengan melihat unsur-unsur keislaman yang ada juga unsur-unsur lainnya yang bersifat mengiringi kehadiran unsur keislaman tersebut, sebab *dakwahtainmentt* adalah fenomena dakwah Islam yang dikombinasikan dengan unsur lainnya yang berupa tontonan atau bahkan hiburan.

Peneliti terlebih dahulu memetakan unsur-unsur keislaman yang ditampilkan selama acara berlangsung baik itu verbal dan nonverbal, selain menganalisis unsur-unsur keislaman tersebut, peneliti juga mengklasifikasikan

figur-figur yang hadir untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dalam acara tersebut, selanjutnya peneliti berusaha untuk memahami cara atau metode dalam penyampaian yang dilakukan oleh figur pada kedua acara tersebut, dan selanjutnya menuliskan hasilnya dalam tesis ini sebagai jawaban dari permasalahan-permasalahan yang ada pada bagian rumusan masalah.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan suatu pemahaman menyeluruh dan lebih jelas, maka peneliti akan memetakan pembahasan didalamnya dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini terdiri dari tujuh sub bahasan, yaitu latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua memaparkan tentang perkembangan program Islami yang hadir pada televisi Indonesia. Diawali dengan pemaparan terkait sejarah lahirnya televisi di Indonesia, kemudian representasi Islam pada televisi pada masa Orde Baru, dan pasca Orde Baru hingga memasuki masa modern. Pembahasan pada sub bab ini difokuskan untuk melihat perkembangan program acara keislaman yang hadir dari masa ke masa dengan berbagai macam jenis, serta figur-figur yang dihadirkan untuk menarasikan unsur-unsur Islami pada acara yang dibawakannya.

Bab tiga memberikan penjelasan lebih lanjut terkait profil acara “Dua Hijab” yang merupakan termasuk dalam genre acara entertainment, namun penuh dengan muatan-muatan atau bisa juga disebut dengan tanda yang menunjukkan

aspek keislaman. Pada bab ini terdiri dari dua sub pembahasan yaitu profil acara “Dua Hijab” dan representasi keislaman yang ada pada acara “Dua Hijab”.

Bab empat memberikan pemaparan terkait profil acara “Jazirah Islam” yang termasuk dalam genre program keislaman yang bersifat kontemporer dengan memuat konten dakwah di dalamnya. Dilanjutkan dengan pemaparan terkait representasi keislaman yang termuat dalam acara tersebut.

Bab kelima merupakan bab terakhir dari pembahasan dalam penelitian ini, yang memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat jawaban ringkas dari rumusan masalah dalam penelitian, sedangkan saran merupakan pengkoreksian serta masukan-masukan terhadap penelitian yang bersifat membangun agar penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjut bisa lebih baik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pertumbuhan Islam dalam pertelevisian Indonesia menunjukkan ritme yang dinamis, menyesuaikan sosio-politik yang ada di Indonesia mulai dari masa Orde Baru, pasca Orde Baru, hingga memasuki fase kontemporer. Kehadiran Islam di televisi Indonesia mempunyai bentuk acara yang berbeda dari masa ke masa, sehingga aktor ataupun figur yang dihadirkan menjadi berbeda pula pada tiap masanya, dan mempengaruhi juga terhadap metode atau cara dalam menyampaikan keislaman (berdakwah). Menurut peneliti, representasi Islam di televisi tersebut mengalami perubahan bentuk kemasan acaranya, yaitu dimulai dari acara keislaman yang terkesan rigid merangkak menuju ke acara-acara yang variatif dan lebih fleksibel.

Kehadiran Islam di televisi ketika masa Orde Baru ditandai dengan hadirnya program *Mimbar Agama*, salah satu acara didalamnya adalah *mimbar Islam*, program tersebut disediakan oleh pemerintah dengan konten dakwah. Memasuki pasca Orde Baru, Islam yang hadir pada televisi sudah mulai menunjukkan model baru berupa sinetron dan juga film-film Islami. Sinetron Islami tersebut mempunyai tiga genre yang berbeda, yaitu melodrama Islam atau romansa Islami, drama supranatural, dan drama komedi Islam. Memasuki fase kontemporer, Islam yang dihadirkan pada televisi mulai memberikan variasi baru, seperti acara talk show, acara reality show, serta program-program *entertainmen*. Acara-acara yang hadir di era kontemporer tersebut termasuk dalam kategori

bentuk acara *dakwahtainment* yaitu memadukan antara dakwah (tuntunan) dengan *entertainment* (hiburan, tontonan) dalam satu kemasan acara.

Perbedaan-perbedaan acara Islam yang hadir dalam pertelevisian di Indonesia tersebut menghadirkan pula perbedaan pada figur atau aktor yang membawakan pesan-pesan keislaman (pendakwah). Masa Orde Baru banyak menampilkan figur-figur cendekiawan Islam, banyaknya intervensi pemerintah terhadap program atau tayangan televisi. Perubahan yang signifikan terjadi ketika memasuki pasca Orde Baru, figur-figur yang hadir untuk membawakan pesan keislaman bukan lagi seorang da'i ataupun muballigh, melainkan para aktor dan aktris yang berperan dalam beberapa sinetron dan film bergenre Islami serta para da'i media. Di era kontemporer, Islam yang hadir di televisi lebih bervariasi lagi begitu juga dengan figur yang membawakannya bukan hanya seorang cendekiawan Muslim, da'i media ataupun para aktor dan aktris namun telah berkembang ke beberapa publik figur, seperti para desainer, jurnalis, para artis yang telah berhijrah atau beralih lebih religius dengan menjadikan busana Muslimah dan mengenakan hijab sebagai gaya hidupnya yang kemudian diberikan otoritas oleh media untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman

Di masa modern ini, beberapa contoh dari acara yang mengemas keislaman di dalamnya seperti acara "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam". Dalam acara "Dua Hijab", Islam yang dihadirkan dibingkai melalui informasi terkait busana Muslimah modern yang hingga kini masih digemari oleh Muslimah Indonesia khususnya kalangan remaja. Figur yang dihadirkan adalah para desainer busana Muslimah, dan pesan-pesan yang disampaikan dalam acara tersebut bisa

digali melalui informasi-informasi seputar gaya busana Muslimah modern yang menjadi tema pada tiap episodenya. Pada acara “Jazirah Islam”, figur yang dihadirkan adalah seorang jurnalis, acara tersebut dibingkai dengan travelling, menjelajah serta menelisik kehidupan komunitas Islam di negara-negara berbagai benua, hal demikian menunjukkan bahwa Islam merupakan agama yang “global ummah”. Cara menyampaikan pesannya pun berbeda dari acara “Dua Hijab”, pada acara “Jazirah Islam” pesan-pesan yang disuguhkan untuk para penontonnya disarikan dari kegiatan-kegiatan para Muslim serta fenomena-fenomena kehidupan di negara tersebut yang selanjutnya dinarasikan oleh narator yang membantu host dalam menyampaikannya kepada para penonton dirumah. Dari kedua acara tersebut, peneliti memiliki kesimpulan bahwa acara “Dua Hijab” merupakan kategori program *dakwahtainment* bersifat informatif sedangkan acara “Jazirah Islam” *dakwahtainment* berbentuk *Religious-Traveltainment*.

Dari uraian panjang lebar tentang dua acara yang menjadi objek pada penelitian kali ini, peneliti menemukan beberapa kesamaan yaitu keduanya merupakan acara dalam bingkai *dakwahtainment*, menampilkan sosok Muslimah sebagai pemegang otoritas untuk menyampaikan pesan keislaman, memotret fenomena yang terjadi di masa pasca-reformasi, serta keduanya juga memiliki sasaran Muslimah Indonesia kelas menengah ke atas dan juga sama-sama membentuk Muslimah Indonesia menjadi Muslimah kelas menengah ke atas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, kiranya tidak pantas jika kajian ini dikatakan telah sempurna, sebab masih memerlukan banyak masukan-masukan

guna memperbaiki sekaligus mengembangkan dalam kajian representasi Islam di televisi. Peneliti berharap melalui tulisan ini akan mampu memberikan stimulus kepada peneliti lain untuk melahirkan kajian-kajian representasi Islam selanjutnya namun pada ladang yang berbeda, seperti halnya bentuk representasi Islam di media sosial atau lainnya, sehingga penelitian yang selanjutnya akan menjadi pengembangan dari penelitian-penelitian yang sudah ada dan menjadikan kajian terkait representasi Islam di ruang publik lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Artikel Jurnal

- Abdullah, Taufiq, and A.B Lopian, (eds.) "Islam Masa Orde Baru (1966-1998)." *Indonesia Dalam Arus Sejarah. Orde Baru dan Reformasi* 8. Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 2012.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- . *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Arnez, Monika. "Dakwah by The Pen: Reading Helvy Tiana Rosa's *Bukavu* *." *Indonesia and the Malay World* 37, no. 107 2009.
- Assad, Muhammad. *99 Hijab Stories*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Atmowiloto, Arswendo. *Telaah Tentang Televisi*. Jakarta: PT. Gramedia, 1986.
- Aziz Faiz, Abdul. *Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and identity*. Yogyakarta: SUKA-Press, 2016.
- Aziz Thaba, Abdul. *Islam dan Negara dalam Politik Orde Baru*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Billah, M.M "Gerakan Kelompok Islam di Yogyakarta." Abdul Aziz, dkk (eds.) *Gerakan Islam Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Diva Pustaka, 2016.
- Brenner, Suzanne. "Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim Women and the Veil." *American Ethnologist* 23, no. 4 (1996).
- Day Howell, Julia. "Christendom, the Ummah and Community in the Age of Televangelism." *social Compass* 16, no. 2 (2014).
- . "Variasi-variasi Kesalehan Aktif: Profesor dan Pendakwah Televisi sebagai Penganjur Sufisme Indonesia." Greg Fealy and Sally White (eds.) *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*, Terj. Ahmad Muhajir. Depok: Komunitas Bambu, 2012.
- Djamas, Nurhayati. "Gerakan Kaum Muda Masjid Salman." Abdul Aziz, dkk (eds.) *Gerakan Islam Kontemporer di Indonesia*, Jakarta: Diva Pustaka, 2016.
- Effendy, Bachtiar. *Islam and the State in Indonesia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2003.

- F. Amrullah, Eva. "Indonesian Muslim Fashion Style and Design." *ISIM Review* 22 2008.
- Fealy, Greg, "Mengonsumsi Islam: Agama yang dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia." Greg Fealy dan Sally White (eds.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*, translated by Ahmad Muhajir. Depok: Komunitas Bambu, 2012.
- , (eds.) In *Ustadz Seleb, Bisnis Moral Dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Depok: Komunitas Bambu, 2012.
- El-Guindi, Fadwa. *Veil, Modesty, Privacy and Resistance*. Oxford: Berg, 1999.
- H. Frederick, William. "Rhoma Irama and the Dangdut Style: Aspects of Contemporary Indonesia Popular Culture." *Indonesia*, no. 34 (1982).
- Hariyadi, H. "Finding Islam in Cinema: Islamic Films and the Identity of Indonesian Muslim Youths." *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 51, no. 2 (Desember 24, 2013).
- Hasan al-Ghaffar, Abdul Rasul Abdul. *Wanita Islam dan Gaya Hidup Modern*. Translated by Bahruddin Fanani. Bandung: Pustaka Hidayah, 1995.
- Hasan, Noorhaidi. "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere." *Contemporary Islam* 3, no. 3 (Oktober 2009).
- Hasan, Noorhaidi, and Irfan Abubakar, eds. *Islam di Ruang Publik, Politik, Identitas, dan Masa Depan demokrasi di Indonesia*. Jakarta: CSRC UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Heryanto, Ariel "The Years of Living Luxuriously, Identity Politics of Indonesia New Rich." Michael Pinches (ed.) *Culture Privilege in Capitalist Asia*, New York: Routledge, 2005.
- Hoesterey, James B., and Marshall Clark. "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia." *Asian Studies Review* 36, no. 2 (Juni 2012).
- J. Smith-Hefner, Nancy. "Javanese Women and The Veil in Post Soeharto Indonesia." *The Journal of Asian Studies* 66, no. 2 (2007).
- Kailani, Najib. "Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia." *Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46, no. 1 (2012).
- . "Muslimising Indonesian Youths: The Tarbiyah Moral and Cultural Movement in Contemporary Indonesia." In *Islam and 2009 Indonesian*

- Election: Political and Cultural Issue*, edited by Remi Madinier. Thailand: IRASEC, 2010.
- Karim, Rusli. *Negara dan Peminggiran Islam Politik*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999.
- Kartodirjo, Sartono. *Pemberontakan Petani Banten*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya, 1984.
- Kitley, Philip. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Research in international studies no. 104. Athens, OH: Ohio University Center for International Studies, 2000.
- Misbah, Aflahal. "Fashion, Karisma dan Suara Ulama': Membaca Gaya Dakwah Kiai Shaleh Darat." *Orasi*, Vol. 9, no. 1 (2018).
- Muzakki, Akhmad "Transmitting and Consuming Islam Through Public Sermon in Indonesia." Pattana Kittiarso (ed.), *Religious Commodifications in Asia*, New York: Routledge, 2007.
- Nef-Saluz, Claudia. "Youth and Pop Culture in Indonesia." *Studia Islamika* 16, no. 2 (2009).
- Nilan, Pam, dan Carles Feixa, (eds.), *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds*. London: Routledge, 2006.
- Nugroho, Garin, dan Dyah Herlina. *Krisi dan Paradoks Film Indonesia*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2015.
- Rakhmani, Inaya. "Mainstream Islam: Television Industry Practice and Trends in Indonesia Sinetron." *Asian Journal of Social Science* 42 (2014).
- . *Mainstreaming Islam in Indonesia*. New York: Palgrave Macmillan US, 2016.
- . "Regime and Representation: Islam in Indonesian Television, 1962 to 1998." *review of Indonesia and Malaysia Affair* 47 (2013).
- . "The Commercialization of *Da'wah* : Understanding Indonesian *Sinetron* and Their Portrayal of Islam." *International Communication Gazette* 76, no. 4–5 (Juni 2014).
- Rhoma Irama "Music as a Medium Communication, Unity, Education, and Dakwah.", Terj. by Andrew N. Weintraub, Andrew N. Weintraub (ed.), *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, New York: Routledge, 2011.
- Ricklefs, M.C. "Agama, Politik, dan Dinamika Sosial di Jawa: Rima-rima Historis dan Kontemporer." Greg Fealy and Sally White (eds.) *Ustadz Seleb, Bisnis*

Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer,
Terj. Ahmad Muhajir. Depok: Komunitas Bambu, 2012.

Rijal, Syamsul. "Media and Islamism in Post-New Order Indonesia: The Case of Sabili." *Studia Islamika* 12, no. 3 (2005).

Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Sasono, Eric. "Islamic-Themed Films in Contemporary Indonesia: Commodified Religion or Islamization?" *Asian Cinema* 21, no. 2 (September 1, 2010).

Sen, Krishna, and Davis T. Hill. *Media, Cultures, and Politic in Indonesia*. US: Oxford University Press, 2000.

Setiadijaya, Barlan. *11 November 1945, Gelora Kepahlawanan Indoensia*. Jakarta: Yayasan 10 November 1945, 1992.

Shihab, Quraish. *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*. cet. 3. Jakarta: Lentera Hati, 2006.

Shirley, Biagi. *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Terj. M. Irfan and Wulung Wira Mahendra. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.

SK, Ishadi. *Media dan Kekuasaan, televisi di Hari-hari Terakhir Presiden Soeharto*. Valent Hatadi (ed.) Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2014.

Sofjan, Dicky, dan Mega Hidayati. *Religion and Television in Indonesia: Ethics, Surrounding, Dakwahtainment*. Geneva: Globethics, 2013.

Tebba, Sudirman. *Islam Orde Baru: Perubahan Politik dan Keagaman*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1993.

Unde, Andi Alimuddin. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

B. Rujukan WEBSITE

<http://atvsi.org/aboutus.php>, diakses pada 02 Juni 2018.

<https://id.wikipedia.org/wiki/MetroTV>, diakses pada 02 Juni 2018.

<http://www.transtv.co.id/corporate/profile>, diakses pada 02 Juni 2018.

<https://www.trans7.co.id/about#profile>, diakses pada 02 Juni 2018.

<http://gtv.id/about>, diakses pada 02 Juni 2018.

<http://www.tvonenews.tv/profil>, diakses pada 02 Juni 2018.

<http://aldyblue.blogspot.com/2014/03/daftar-nama-nama-grup-nasyid-di.html>,

diakses pada 15 Juli 2018.

<http://hpaindonesia.net/>. Diakses pada 15 Juli 2018.

<https://www.trans7.co.id/programs>, diakses pada 17 Juli 2018.

<http://www.indosiar.com/shows/sayembara-sinema-indonesia-kisah-nyataku>,

diakses pada 17 Juli 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=raZrLtVi5pg>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=uNlhSUFY2ms>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=eGDNNudQKX0>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=0lxF8M99DGE>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=Sk8u8rpanvk>. Diakses pada 01 Januari 2018.

https://www.youtube.com/watch?v=c_W4HFtj-bw. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=vl9DpjteD80>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=EVcul21zV80>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=-9b7s58a4Q0>. Diakses pada 20 Juli 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=2C8rL8ZqU4k>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=OkGVncBh40I>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=00ccCm7Morg>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=nu4cxbFbdU0>. Diakses pada 01 Januari 2018.

https://www.youtube.com/watch?v=iRuP_bt-T0. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=38RPfsWbxdl>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=R86XjtLr8L0>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=fHplcIGaMf4>. Diakses pada 01 Januari 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZoZg5qs-nXI>. Di akses pada 20 Juli 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=dNUQIzkKrP8>. Di akses pada 24 Juli 2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=MgyRj13KSrQ>. Di akses pada 24 Juli 2018.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas diri

Nama : Mu'amalah
 Tempat/tgl. Lahir : Lamongan, 25 Desember 1992
 Alamat : Jl. Sindang Rame RT 01 RW 01 Dadapan,
 Solokuro, Lamongan.
 Nama Ayah : M. Iskandar
 Nama Ibu : Marni
 Email : malamuamalah76@gmail.com
 No. HP : 085649989890

B. Riwayat Pendidikan :

- a. TK Roudhotul Athfal Dadapan, Solokuro, Lamongan, tahun lulus 1999.
- b. MI Nidhomut Tholibin Dadapan, Solokuro, Lamongan, tahun lulus 2005.
- c. MTs. Tanwirut Tholibin Dadapan Solokuro Lamongan, tahun lulus 2008.
- d. MA Negeri Tuban, Kab, Tuban, tahun lulus 2011.
- e. SI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun lulus 2015.

C. Riwayat Pekerjaan :

- a. Tutor Lembaga Bimbingan Belajar Surya Nusantara Yogyakarta
 September s/d Maret 2017.
- b. Tutor Lembaga Bimbingan Belajar Surplus Yogyakarta 2017 s/d
 sekarang.
- c. Tenaga Pengajar TPA Masjid Sholihin, Suryatmajan, Danurejan,
 Yogyakarta 2017 s/d sekarang.

D. Prestasi/Penghargaan

- a. Juara tiga LKTI Pascasarjana IAIN Kediri, Kediri 20 September 2018.

E. Pengalaman Organisasi

1. Bendahara Umum HMJ BSA UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 periode 2012-2013.

2. Anggota PMII Rayon “Perjuangan” Ibnu Aqil Komisariat Sunan Ampel Malang Periode 2012-2013.
3. Anggota DEMA Fakultas Humaniora UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Periode 2013-2014.

F. Minat Keilmuan : Budaya Islam, Bahasa Arab, dan Studi Islam.

G. Karya Ilmiah :

1. Artikel (dalam proses terbit pada DIDAKTIKA STAIN Kediri)

Yogyakarta, 25 Oktober 2018

(Mu’amalah)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA