

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENJELASAN JUDUL

Untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran judul skripsi ini, peneliti merasa perlu menjelaskan istilah-istilah yang digunakan sebagai berikut :

1. Pesan

Secara denotatif, kata “pesan” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti perkataan yang disampaikan melalui perantara orang lain. Sedang secara konotatif, pesan merupakan salah satu komponen penting dalam komunikasi. Menurut Endang S. Sari dalam bukunya “Audience Research”, *pesan* adalah gagasan atau informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk tujuan tertentu.¹

2. Dakwah

Kata “dakwah” berasal dari bahasa arab yang berarti ajakan, panggilan, seruan atau imbauan. DR. H. Hamzah Ya’cub dalam bukunya *Publisistik Islam*, memberikan definisi “dakwah” sebagai mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.²

3. Tayangan

Makna denotatif kata “tayangan” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia karya Leonardo D. Marsam adalah pertunjukan. Sementara itu, makna

¹ Endang S. Sari, *Audience Research*, Andi Offset, Yogyakarta, 1993, hlm. 25

² Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995, hlm. 11

konotatif kata “tayangan” dalam judul skripsi ini adalah siaran program tertentu melalui media televisi. Jadi jelas bahwa istilah “tayangan” hanya digunakan dalam terminologi pertelevisian, bukan radio ataupun media cetak.

4. Misteri

Kata “misteri” berasal dari bahasa Inggris “mystery”, yang dalam kamus Inggris-Indonesia karya John M. Echols dan Hasan Shadily berarti keghoiban. Karena itu makna intensional dari kata “misteri” dalam konteks “Tayangan Misteri” adalah eksposisi makhluk-makhluk ghoib dalam program-program televisi seperti tuyul, gendruwo, jin, bidadari, Ibu Peri, Malaikat Pelindung dsb.

5. Analisis Isi

Frase “Analisis Isi” merupakan terjemahan dari “content analysis” yang secara denotatif, menurut John M. Echols dan Hasan Shadily, berasal dari kata “analysis” yang berarti pemeriksaan yang teliti, dan “content” yang berarti isi atau muatan. Karena itu, makna denotatif dari “content analysis” adalah pemeriksaan atau pengkajian tentang isi atau muatan secara teliti. Adapun makna konotatif dari “content analysis” menurut Jalaludin Rahmat dalam bukunya Metodologi Penelitian Komunikasi adalah pengkajian yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang.³

³ Jalaludin Rahmat, *Metodologi penelitian Komunikasi*, Rosda Karya, Bandung, 2001, hlm. 89

Berdasarkan pemaknaan denotatif, konotatif dan intensional, dari istilah-istilah di atas, penulis dapat menegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul “Pesan Dakwah Dalam Tayangan Misteri (Analisis Isi)” adalah *pengkajian tentang isi atau muatan ajaran-ajaran Islam yang terkandung dalam program-program bernuansakan keghoiban yang disiarkan melalui stasiun-stasiun televisi.*

B. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Ada 2 (dua) alasan mengapa penulis memilih “Pesan Dakwah Dalam Tayangan Misteri (Analisis Isi)” sebagai judul skripsi ini, yaitu :

1. Program-program bernuansakan keghoiban dengan visualisasi makhluk-makhluk ghoib, kini sedang menjadi trend centre dalam dunia pertelevisian di Indonesia, terbukti hampir semua stasiun-stasiun televisi di Indonesia bersaing ketat dalam menayangkan program-program bernuansakan keghoiban tersebut.
2. Kekhawatiran penulis yang mendalam atas penayangan program-program bernuansakan keghoiban tersebut, karena dampak yang ditimbulkannya dapat mengarah pada “pemelesetan” akidah umat.

C. LATAR BELAKANG MASALAH

Deskripsi visual makhluk-makhluk ghoib kini sedang menjadi trend centre dalam dunia pertelevisian di Indoneisa, terbukti hampir semua stasiun televisi di Indonesia besaing ketat menayangkan program-program bernuansakan

kemisteriusan. Baik dalam format Reality Show maupun dalam kemasan sinema elektronika (sinetron), eksposisi visual makhluk-makhluk ghoib yang terkesan misterius ini ternyata mampu menyedot pemirsa. Memang, data kuantitatif yang mengungkap rating tinggi program-program bernuansakan kemisteriusan ini belum nyata terekspose. Namun meski baru terbatas wacana, bukti tingginya minat pemirsa terhadap tayangan program-program bernuansakan keghoiban yang dapat dilihat pada tingginya frekuensi pemutaran program bernuansakan kemisteriusan ini, juga dapat dijadikan dasar asumsi bagi tingginya rating program-program bernuansakan kemisteriusan. Karena itu, pemutaran program-program bernuansakan kemisteriusan ini pasti didukung oleh iklan-iklan yang bersedia mensponsori penayangannya. Dan tentu saja, pihak-pihak pemasang iklan bersedia mensponsori karena punya asumsi bahwa program-program tersebut mampu menyedot pemirsa. Simbiose mutualistik antara pemasang iklan dan stasiun televisi dalam penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan ini telah menjadikan “visualisasi makhluk-makhluk ghoib“ sebagai trend centre dalam dunia pertelevisian di Indonesia.

Persaingan ketat antar stasiun televisi dalam penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan ini, telah mengkondisikan variasi kreatifitas format acara program-program kemisteriusan ini semakin berkembang bebas. Secara *explicit*, visualisai makhluk-makhluk ghoib ditayangkan oleh stasiun-stasiun televisi dalam format reality show misteri, baik secara langsung (live), tunda (delay) ataupun langsung-tunda (live-delayed), yakni program yang

diproduksi secara langsung tanpa diedit (rekayasa) namun penayangannya ditunda sesuai jadwal perencanaan siaran. Contoh program misteri reality show yang ditayangkan secara live adalah *Pemburu Hantu* yang ditayangkan setiap hari Jum'at jam 22.00 WIB di Lativi dan *Talk Show Misteri* yang ditayangkan oleh Trans TV setiap hari Kamis jam 04.30 WIB. Adapun program misteri reality show yang ditayangkan secara tunda adalah *Ekspedisi alam Ghoib* yang ditayangkan di TV 7 setiap kamis jam 21.30 WIB. Sedang program reality show misteri ang ditayangkan secara live-delayed adalah *Gentayangan* yang ditayangkan di TPI setiap hari Kamis jam 23.30 WIB dan *Dunia Lain* yang ditayangkan oleh Trans TV setiap hari Sabtu Jam 21.30 WIB.

Disamping itu, visualisasi makhluk-makhluk ghoib juga dikemas dalam format sinetron seacara implisit dengan rekayasa visual melalui proses editing. Peran yang diberikan kepada makhluk ghoib inipun juga bervariasi mulai dari pemeran utama seperti Tuyul dan mbak Yul, Jini oh Jini dan lain sebagainya; pemeran pembantu seperti Bidadari, Di Sini Ada Setan, Bawang Merah Bawang Putih dan lain sebagainya. Apapun format acaranya, perbedaan prinsip terletak pada proses produksi, yang mana dapat dikategorikan ke dalam 2 (dua) tipe, yaitu program yang diproduksi tanpa proses editing dan program yang diproduksi melalui proses editing. Program-program yang diproduksi tanpa editing baik live show maupun live-delayed show ditujukan untuk memvisualisasikan makhluk-makhluk ghoib dalam wujud yang sebenarnya tanpa rekayasa. Reportase langsung dari tempat

mahluk-mahluk ghoib berada inilah yang diandalkan untuk memenuhi “curiosity” atau rasa ingin tahu pemirsa, sehingga diharapkan dapat menyedot pemirsa. Sedangkan visualisasi mahluk-mahluk ghoib dalam program-program sinetron yang diproduksi melalui proses editing dengan rekayasa gambar seperti Bidadari, Ibu Peri, Malaikat Penjaga dsb, ditujukan untuk menghilangkan kesan “menyeramkan” dan menampilkan kebaikan-kebaikan mahluk ghoib sebagai “dewa penolong”.

Visualisasi mahluk-mahluk ghoib, baik tanpa rekayasa gambar maupun dengan rekayasa gambar, dalam berbagai format acara televisi yang kini menjadi trend centre, perlu dicermati dengan serius. Karena, manapun yang lebih dulu antara visualisai mahluk-mahluk ghoib di televisi yang senantiasa berperan sebagai “ problem solver “, atau realita kehidupan masyarakat tertentu yang senang mengandalkan mahluk-mahluk ghoib untuk menyelesaikan masalahnya, jelas merupakan sosialisasi interaksi “manusia-mahluk ghoib (jin)” melalui media televisi yang memang merupakan proses penyampaian pesan yang tingkat efektifitasnya tidak perlu diragukan dan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap akidah umat. Bahkan banyak penelitian telah membuktikan betapa efektifitasnya media televisi, terutama program-program berrating tinggi, dalam menyampaikan pesan. Jadi bukanlah suatu kekhawatiran yang berlebihan bila menganggap perlu untuk melakukan pengkajian serius terhadap muatan dakwah yang terkandung dalam program-program bernuansakan kemisteriusan. Apalagi ketika visualisasi mahluk-mahluk ghoib direkayasa dan terkesan sekedar

diinsertkan (bukan pemeran utama) sengaja dilakukan untuk mengantisipasi atau bahkan sebagai solusi bagi teguran MUI beserta pihak-pihak yang tidak setuju pada penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan tersebut, karena dinilai dapat menyesatkan akidah umat. Tidak hanya sampai di situ (pengkajian), akan tetapi hasil penelitian harus disebar luaskan dan ditindak lanjuti dengan sikap dan tindakan yang tegas. Karena itu, ajaran-ajaran Islam tentang makhluk ghoib, baik yang menyangkut perwujudannya, fungsinya, karakternya, sikap dan perilakunya, maupun tentang hukum-hukum yang mengatur interaksi dengan manusia, perlu dikaji untuk dijadikan dasar pertimbangan apakah visualisasi makhluk-makhluk ghoib yang kini menjadi trend centre di dalam pertelevision Indonesia ini sudah benar .

Ini berarti, bila program-program bernuansakan kemisteriusan tersebut memang mempunyai muatan dakwah, maka perlu dipertahankan atau bahkan dikembangkan. Namun bila tidak benar, berarti program-program bernuansakan kemisteriusan tersebut harus segera dihentikan, dan dicarikan solusi yang Islami. Jadi studi Analisis Isi (content analisis) memang harus dilakukan untuk melihat apakah program-program bernuansakan kemisteriusan tersebut mempunyai muatan dakwah atau justru kontroversi terhadap misi dakwah, dan bagaimana solusi terbaik atas permasalahan tersebut.

D. PERUMUSAN MASALAH

Dari deskripsi latar belakang masalah di atas, penulis dapat merumuskan

3 permasalahan sebagai berikut :

1. Adakah pesan dakwah yang terkandung dalam tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan ?
2. Bagaimana penyampaian pesan dakwah melalui program-program bernuansakan kemisteriusan ?
3. Bagaimana solusi terbaik untuk menyampaikan atau mendakwahkan pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib sesuai ajaran Islam ?

E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai tujuan khusus dan tujuan umum, sebagai berikut :

1. Tujuan khusus :

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah menemukan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan, yang kemudian dikemas dalam bentuk skripsi guna memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar kesarjanaan dalam Ilmu Keagamaan dengan spesialisasi bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

2. Tujuan umum :

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menambah karya ilmiah dalam Ilmu Komunikasi, terutama mengenai pertelevisian dalam hal

penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan berdasar paradigma Islam dengan model content analysis.

F. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan teoritis

Laporan penelitian dalam bentuk skripsi ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu model pengkajian Analisis Isi, sehingga dapat menjadi referensi-referensi baru bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang pertelevisian, dalam hal penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan.

2. Kegunaan praktis

Temuan-temuan penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperbaiki tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan yang kini sedang menjadi trend centre dalam dunia pertelevisian di Indonesia, dan sekaligus untuk mengembangkan dakwah tentang makhluk-makhluk ghoib melalui media televisi.

G. KAJIAN TEORI

Untuk menemukan jawaban-jawaban atas permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan di atas, perlu dikaji beberapa teori yang relevan, yaitu :

1. Teori makhluk-makhluk ghoib dalam paradigma Islam :

a. Qur'an Surat Adz- Dzariyaat ayat 56

b. Qur'an Surat Al-Jin ayat 26-27

c. Qur'an Surat Al Ahqaf ayat 29

d. Qur'an Surat Al-Jin ayat 6

e. Qur'an Surat An Nass

f. Qur'an Surat Al Falaq

g. Hadits :

- Sesungguhnya setan itu berjalan pada diri manusia melalui peredaran darahnya. (H.R. Bukhari-Muslim)

- Seseorang bertanya kepada Rasulullah saw. Tentang tukang-tukang sihir (tenung), maka beliau bersabda : "Tidak ada apa-apanya".

Mereka berkata: "Wahai Rasulullah, kadang-kadang mereka, memberitahukan kepada kami tentang sesuatu ternyata benar-benar terjadi." Maka Rasulullah bersabda : "Itulah kalimat dari al Haqq yang disambarnya oleh golongan jin, kemudian dibisikannya di

telinga pembantunya, maka mereka pun mencampurnya dengan seratus kebohongan." (Al Bukhari)

- Dari Aisyah ra, ia berkata bahwa rasulullah SAW bersabda, "Malaikat diciptakan dari cahaya; jin diciptakan dari nyala api; dan Adam diciptakan dari apa yang telah dijelaskan kepadamu."

2. Teori tentang teknik penyampaian pesan :

- a. Dalam Al Qur'an surat Ali Imran ayat 104, dijelaskan tentang teknik penyampaian pesan dakwah :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Hendaklah ada diantara kamu umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh dengan ma'ruf (yang baik-baik) dan melarang dari yang munkar; dan mereka itulah yang menang.

- b. Qur'an surat Al 'Ashr ayat 3 menjelaskan :

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

....dan berwasiatlah (nasehat-menasehati) dengan kebenaran dan kesabaran.

- c. Berdasarkan pada Standar Operational Procedure (SOP) produksi acara televisi, teknik pengemasan program acara dapat dielaborasi sebagai berikut :

No	Teknik pengemasan
1.	Visualisasi wujud makhluk ghoib
2.	Visualisasi benda-benda magis terkait dengan makhluk ghoib (jin)
3.	Pemaduan gambar dan suara untuk menciptakan scary impresion
4.	Visualisasi perburuan jin
5.	Visualisasi dialog dengan jin melalui medium

3. Teori tentang cara audience mengadopsi pesan

Proses adopsi pesan oleh audience melalui 3 cara, yaitu :

- a. *Imitasi*, teori ini mengatakan bahwa komunikan akan mengadopsi pesan bila komunikator mampu menjadi idola komunikan sehingga pemikiran, perkataan, sikap dan perilakunya akan langsung diikuti dan ditiru

(dicontoh). Untuk dapat menjadi idola, komunikator dapat mengandalkan penguasaan *sources of power*.

b. *Identifikasi*

Teori ini menjelaskan bahwa adopsi pesan akan dilakukan komunikan bila komunikator mempunyai etos *source of attractiveness* yang tinggi, sehingga mampu membuat komunikan mengidentifikasi dirinya dengan komunikator hingga setiap pemikiran, perkataan, sikap dan perilakunya diikuti dan dilakukan tanpa dipikirkan.

c. *Internalisasi nilai*

Teori ini memberikan petunjuk agar pesan dapat diterima audience, yaitu dengan menguasai *source of credibility* (etos kredibilitas), karena dengan kredibilitas yang tinggi seorang komunikator akan mampu menjelaskan pesan secara logis dan jelas hingga komunikan percaya sepenuhnya kepada komunikator dan dapat menginternalisasi nilai-nilai yang terkandung di dalam pesan tersebut ke dalam pemikiran, sikap dan perilakunya.⁴

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Al Qur'an surat An Nisa' ayat 63, menjelaskan :

وَقُلْ لَهُمْ قَوْلِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ٢٣

.....berbicaralah kepada mereka dengan pembicaraan yang berbekas

pada jiwa mereka

⁴ *Ibid*, hlm. 215, 216, 256

Jalaludin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi menyajikan matrik teknik organisasi pesan yang diajukan oleh 5 pakar komunikasi sebagai berikut :

SISTEM PENYUSUNAN PESAN⁵

	<i>Holingsworth</i>	<i>Ross</i>	<i>Hovland</i>	<i>Miller & Dollard</i>	<i>Monroe</i>
Introduction	Attention	Attention	Attention	Drive	Attention
Body	Interest Impression conviction	Need Plan Objection	Comprehension	Stimulus Response	Need Satisfaction Visualization
Conclusion	Direction	Reinforcement Action	Acceptance	Reward	Action

H. HIPOTESA

Hipotesa merupakan jawaban sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian, atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan. Berdasarkan kajian tentang teori-teori yang relevan dengan permasalahan-permasalahan di atas, penulis dapat menyusun hipotesa sebagai berikut :

1. Bila dalam pengorganisasian pesan yang digunakan untuk pengemasan program-program bernuansakan kemisteriusan berparadigma Islam, maka program-program tersebut mempunyai kandungan pesan dakwah. Ini berarti ada pesan dakwah yang terkandung dalam sebagian program-program bernuansakan kemisteriusan dengan tingkat proporsi yang berlainan antara live

⁵ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Rosda Karya, Bandung, 1994, hlm. 296

show, live-delayed show dan delay show, sedang sebagian yang lain tidak.

2. Bila proses imitasi, identifikasi, dan internalisasi nilai merupakan proses adopsi pesan, maka apapun teknik penyampaian pesan yang digunakan, baik live show, live-delayed show maupun delay show yang tidak berparadigma Islam akan membawa resiko keterpelesetan akidah. Ini berarti bahwa teknik penyampaian pesan yang digunakan dalam penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan, baik live reality show, live-delayed reality show maupun delay show dalam format sinetron yang tidak berparadigma Islam semua membawa resiko keterpelesetan akidah.
3. Bila penyampaian pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib menggunakan paradigma Islam, baik dalam seleksi materi pesan, teknik produksi acara, maupun dalam perencanaan penyiaran, maka penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan dapat berkembang tanpa ada resiko keterpelesetan akidah. Ini berarti bahwa solusi terbaik untuk menyampaikan pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib adalah penggunaan paradigma Islam, baik dalam seleksi materi pesan; teknik produksi; maupun dalam perencanaan penyiarannya, sehingga penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan dapat ditingkatkan kuantitas serta kualitasnya, dan resiko keterpelesetan akidah umat dapat dihilangkan.

I. BATASAN MASALAH

Agar analisa tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis memandang perlu untuk melakukan pembatasan masalah. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka pembahasan hanya dibatasi pada inti permasalahan, yaitu pesan dakwah, teknik penyampaian pesan dakwah dan dakwah tentang makhluk-makhluk ghoib melalui tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan. Namun karena begitu banyaknya stasiun-stasiun televisi yang bermunculan di Indonesia, maka batasan selanjutnya ditetapkan pada stasiun-stasiun televisi yang berskala nasional yang menayangkan program-program kemisteriusan, yaitu : RCTI, SCTV, INDOSIAR, TPI, LATIVI, TV 7, TRANS TV, METRO TV DAN ANTV. Begitu juga karena banyaknya program-program bernuansakan kemisteriusan, dan karena adanya kendala waktu, biaya serta tenaga, maka penulis akan membatasi diri pada pengkajian beberapa program yang dipandang dapat mewakili pengkajian program-program sejenis dalam periode Maret-Mei 2005.

Seperti yang telah digambarkan dalam latar belakang masalah, pada prinsipnya program-program misteri dapat dikategorikan ke dalam 3 jenis, yaitu : live show; live-delayed show dan delay show. Setiap jenis program mempunyai perbedaan dalam materi pesan; teknik penyampaian pesan; target audience dan tujuan penayangan. Karena itu, alokasi pengkajian program secara mendalam akan dilakukan berdasarkan pengkategorian yang ada secara proporsional sehingga hasil pengkajian tetap dapat representatif terhadap semua program yang bernuansakan kemisteriusan.

J. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang “ Pesan Dakwah Dalam Tayangan Misteri

(Analisis Isi) “ ini akan menggunakan metode analisis kualitatif secara mendetail terhadap isi pesan dakwah dalam tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan. Kemudian, pengkajian dilanjutkan pada teknik penyampaian pesan dakwah dan dakwah tentang makhluk-makhluk goib melalui tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan. Agar pengkajian dapat dilakukan secara efektif dan efisien, maka sebelumnya perlu disusun langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Penentuan obyek dan subyek penelitian
2. Operasionalisasi variabel
3. Teknik pengumpulan data
4. Analisis data
5. Penulisan laporan penelitian

1. Penentuan obyek dan subyek penelitian

Penelitian tentang “ PESAN DAKWAH DALAM TAYANGAN MISTERI (Analisis Isi) “ ini mempunyai obyek dan subyek penelitian sebagai berikut :

- a. Obyek penelitian yang akan dikaji secara umum adalah tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan yang ditayangkan stasiun-stasiun televisi berskala nasional. Karena jumlah program-program bernuansakan kemisteriusan begitu banyak (unlimited population) maka perlu disusun sampling frame berdasarkan kategori

live show; live-delayed show dan delay show dalam periode Maret-Mei 2005. Kemudian sample size ditentukan berdasarkan kondisi populasi, kendala waktu dan kendala biaya yang ada. Karena populasi sudah terkondisi homogen pada setiap kategori, maka sample size tidak begitu signifikan sehingga berapapun besarnya sample size, tingkat representasinya akan tetap terjaga. Setelah sample size ditentukan, alokasi sample dilakukan secara proporsional ke setiap kategori program. Langkah selanjutnya pengambilan sample dilakukan secara acak sederhana, dimana setiap program mempunyai peluang yang sama untuk diambil sebagai sample yang akan dikaji secara mendalam.

b. Subyek penelitian

Yang menjadi subyek penelitian adalah pakar Al Qur'an dan Hadits terutama dalam hal makhluk ghoib. Dari subyek penelitian ini akan diperoleh informasi tentang kriteria pesan dakwah, teknik penyampaian pesan dakwah dan dakwah tentang makhluk-makhluk ghoib melalui tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan. Demi efektifitas dan efisiensi penelitian, penentuan subyek penelitian yang memang merupakan otoritas peneliti, akan dilakukan atas dasar kebutuhan. Jadi besarnya jumlah sample penelitian yang akan menjadi personal reference ini, tidak terbatas nominal. Sedang kriteria kualitas harus dipertimbangkan atas dasar keahlian dalam pengetahuan ayat-ayat Al Qur'an dan hadits tentang makhluk-makhluk ghoib.

2. Operasionalisasi variabel

Ada 3 variabel utama yang harus dioperasionalkan secara mendalam, yaitu :

- a. Isi pesan dakwah dalam program-program misteri
- b. Teknik penyampaian pesan dakwah melalui program-program misteri
- c. Dakwah tentang makhluk ghoib melalui program-program misteri

Dasar penggalian variabel akan diambil dari ayat-ayat Al Qur'an; hadits dan teori-teori komunikasi yang relevan dengan permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan.

3. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data diperlukan instrumen-instrumen sebagai berikut :

- a. TV receiver dan VCR untuk merekam dan memplayback program-program yang terambil sebagai sample. Setelah sample direkam, kemudian diplay back dan dilakukan observasi secara cermat
- b. Question list, akan digunakan sebagai interview guide dalam mewawancarai subyek penelitian. Question List dirancang secara terbuka (opened Question) sehingga personal reference bebas menjelaskan semua informasi yang diperlukan sehingga data yang terkumpul semakin optimal .
- c. Media cetak sebagai referensi, terdiri dari buku-buku, majalah-majalah, tabloid-tabloid dan lain sebagainya, yang relevan dengan permasalahan.

- c. Media cetak sebagai referensi, terdiri dari buku-buku, majalah-majalah, tabloid-tabloid dan lain sebagainya, yang relevan dengan permasalahan.

4. Analisis data

Setelah data terkumpul, akan dilakukan analisis kualitatif secara logis-kronologis. Meskipun pendalaman variable yang runtut menjadi konsiderasi utama dalam analisis data, teknik analisis topical, yakni pemecahan kasus-kasus sesuai dengan tingkat urgensi, dan analisis spasial, yaitu analisis data sesuai dengan urutan tempat terjadinya peristiwa, juga akan digunakan sesuai kebutuhan. Begitu pula, teknik analisis induktif dan deduktif akan diaplikasikan dimana perlu.

K. Sistematika penulisan

Laporan penelitian dalam bentuk skripsi ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, terdiri dari penegasan judul, alasan pemilihan judul, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian teori, hipotesa, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Konsepsi Islam tentang makhluk ghoib, meliputi inventarisasi ayat-ayat suci al Qur'an dan hadits tentang existensi makhluk ghoib, inventarisasi ayat-ayat suci al Qur'an dan hadits tentang interaksi jin dan manusia, inventarisasi ayat-ayat suci al Qur'an dan hadits tentang dakwah mengenai makhluk ghoib.

2017-221044

BAB III : Tayangan program-program misteri mencakup mystery live, mystery live-delayed show serta mystery delay show

BAB IV : Analisis is berupa pembahasan tentang muatan pesan dakwah dalam tayangan misteri, pengemasan program-program misteri dan dakwah melalui penayang program-program misteri

BAB V : Konklusi dan rekomendasi berisi kesimpulan-kesimpulan yang menjawab permasalahan dan saran-saran perbaikanj tayangan misteri yang lebih Islami



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

KONKLUSI DAN REKOMENDASI

A. Konklusi

Berdasarkan analisis isi tayangan program-program misteri yang mencakup muatan pesan dakwah dalam tayangan misteri, pengemasan program-program misteri, dan dakwah melalui penayangan program-program misteri, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil pengamatan terhadap program misteri yang diambil sebagai sampel secara acak proporsional, sekitar 60 % atau 5 program misteri, yaitu : Pemburu Hantu, Dunia Lain, Gentayangan, Bawang Merah Bawang Putih dan Ada Apa Denganmu, nyaris tidak mengandung pesan dakwah. Sisanya sekitar 40 % atau 4 program misteri, yaitu : Talk Show Misteri, Rahasia Ilahi, Astaghfirullah dan Azab Ilahi, sarat dengan pesan dakwah. Kesimpulan pertama ini terbukti membenarkan hipotesa pertama (bila dalam pengorganisasian pesan yang digunakan untuk pengemasan program-program bernuansakan kemisteriusan berparadigma Islam, maka program-program tersebut mempunyai kandungan pesan dakwah. Ini berarti ada pesan dakwah yang terkandung dalam sebagian program-program bernuansakan kemisteriusan dengan tingkat proporsi yang berlainan antara live show, live-delayed show dan delay show, sedang sebagian yang lain tidak.) yang sengaja disusun untuk menjawab permasalahan pertama (Adakah pesan dakwah yang terkandung dalam tayangan program-program bernuansakan kemisteriusan).

2. Program-program misteri yang tidak bermuatan dakwah sekitar 60 % (5 program tersebut) dalam pengemasannya sama sekali tidak bagus, karena menggunakan teknik penyampaian pesan yang sarat dengan visualisasi-visualisasi kontra dakwah, hingga beresiko tinggi akan terjadinya keterpelesetan, kesesatan dan bahkan kekafiran akidah umat. Sisanya sekitar 40 % (4 program) tersebut dalam pengemasannya sudah bagus, karena menggunakan teknik penyampaian pesan yang sarat dengan visualisasi-visualisasi yang sesuai dengan konsepsi Islam dengan rujukan Al Qur'an dan Hadits, tanpa kontaminasi nilai-nilai budaya atau yang lainnya. Kesimpulan kedua ini membuktikan kebenaran hipotesa kedua (bila proses imitasi, identifikasi, dan internalisasi nilai merupakan proses adopsi pesan, maka apapun teknik penyampaian pesan yang digunakan, baik live show, live-delayed show maupun delay show yang tidak berparadigma Islam akan membawa resiko keterpelesetan akidah. Ini berarti bahwa teknik penyampaian pesan yang digunakan dalam penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan, baik live reality show, live-delayed reality show maupun delay show dalam format sinetron yang tidak berparadigma Islam, semua membawa resiko keterpelesetan akidah.) yang sengaja disusun untuk menjawab permasalahan kedua (bagaimana penyampaian pesan dakwah melalui program-program bernuansakan kemisteriusan).
3. Solusi terbaik bagi dakwah tentang keghoiban melalui penayangan program-program misteri adalah dengan membiarkan penayangan

program-program misteri kontra dakwah, tapi meningkatkan kuantitas dan kualitas program-program misteri bermisi dakwah, sehingga pemirsa dapat membandingkan dan memilih dengan mantap pesan-pesan dakwah yang benar. Di samping itu, tanpa mengabaikan kepentingan bisnis, kepentingan dakwah dicapai secara optimal. Peningkatan kuantitas program-program misteri dilakukan dengan menambah durasi perepisode, menambah frekuensi penayangan dengan memperpanjang episode, dan menambah variasi format acara, tema program serta penyampaian program (komunikatornya). Peningkatan kualitas program-program misteri dilakukan dengan memperindah pengemasan program dengan menampilkan visualisasi-visualisasi yang potensial, mengangkat cerita-cerita humanistik yang menyentuh qolbu dan memilih pelakon (performer) yang berdaya tarik tinggi, kredible serta proficient. Kesimpulan ketiga ini dapat membenarkan hipotesa ketiga (bila penyampaian pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib menggunakan paradigma Islam, baik dalam seleksi materi pesan, teknik produksi acara, maupun dalam perencanaan penyiaran, maka penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan dapat berkembang tanpa ada resiko keterpelesetan akidah. Ini berarti bahwa solusi terbaik untuk menyampaikan pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib adalah penggunaan paradigma Islam, baik dalam seleksi materi pesan; teknik produksi; maupun dalam perencanaan penyiarannya, sehingga penayangan program-program bernuansakan kemisteriusan dapat ditingkatkan kuantitas serta kualitasnya, dan resiko

keterpelesetan akidah umat dapat dihilangkan), yang sengaja disusun untuk menjawab permasalahan ketiga (bagaimana solusi terbaik untuk menyampaikan atau mendakwahkan pesan-pesan tentang makhluk-makhluk ghoib sesuai ajaran Islam).

B. Rekomendasi

Setelah mengkaji dengan seksama “Pesan Dakwah Dalam Tayangan Program-Program Misteri”, dan berdasarkan temuan-temuan dari pengkajian ini, perlu penulis reomendasikan sebagai berikut :

1. Kepada management stasiun penyiaran televisi, hendaknya lebih selektif dalam menayangkan program-program misteri, terutama dengan mempertimbangkan efek-efek negatif yang ditimbulkannya, mengingat televisi merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan.
2. Kepada perancang-perancang pesan dakwah, diharapkan agar lebih kreatif dan lebih optimal menjalin kerjasama dengan Production House serta stasiun-stasiun televisi, untuk memanfaatkan media televisi secara maksimal dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam, terutama pesan-pesan dakwah yang dapat dipelesetkan seperti “keghoiban”.
3. Kepada para alim ‘Ulama sangat diharapkan penjelasan-penjelasan rincinya mengenai konsep Islam tentang pesan-pesan dakwah yang rentan terhadap upaya pemelesetan ataupun bid’ah.

4. Kepada para pemirsa televisi, hendaknya pandai menjaga diri dan keluarganya dari informasi-informasi yang membahayakan akidahnya. Mencari second opinion dan melakukan cek dan ricek akan sangat bijaksana.



DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad, *Risalah Tauhid*, Bulan Bintang, Jakarta, 1979
- Abdullah, Samudi, *Takhayul dan Magic dalam pandangan Islam*, Al Ma'arif, Bandung, 1997
- Abidin, I.Z., *Sunnah Allah dan Ikhtiyar Manusia*, Al Ma'arif, Bandung, 1975
- Al Asyqar, Umar Sulaiman, *Jin dan Setan*, Intermedia, Solo, 2004
- Al-Qur'an Al Karim dan Tarjamah*, Junus, H. Mahmud, Al Ma'arif. Bandung, 1993
- Ardhana, Sutirman Eka, *Jurnalistik Dakwah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995
- Baly, Wahid Abdussalam, *Ilmu Sihir Dan Penangkalnya (Tinjauan Al Qur'an, Hadits dan Ulama)*, Logos, Jakarta, 1996
- Gozali, Effendi dkk, *Konstruksi sosial industri penyiaran*, Dep. Ilmu Komunikasi FISIP UI, Jakarta, 2003
- Iqbal, Muhammad, *Membangun Kembali Pikiran Agama Dalam Islam*, Tintamas, Jakarta, 1996
- Kuswata, Agus Toha dan R. UU Kuswara Surya Kusumah, *Komunikasi Islam*, Arikha Media Cipta, Jakarta, 1990
- Latif, Zaky Mubarak dkk, *Akidah Islam*, UII Press, Yogyakarta, 1996
- Majalah Al Muslimun, FA. Al Muslimun, Pasuruan
- Majid, Abdul, *Al Islam I*, lembaga studi Islam-Kemuhammadiyah, UMM, Malang, 1996
- Marsam, Leonardo D. dkk, *Kamus Bahasa Indonesia*, CV. Karya Utama, Surabaya, 1983
- Mcquail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta, 1987
- Miskawaih, Ibnu, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, Diterjemahkan oleh : Helmi Hidayat, Al Mizan, Bandung, 1994
- Rahman, Fazlur, *Tema pokok Al Qur'an*, Pustaka, Bandung, 1983
- Rahmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001

- , *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Ramaja Rosdakarya, Bandung, 1994
- Sari, Endang S, *Audience Research*, Andi Offset, Yogyakarta, 1993
- Shihab, Quraish, *Wawasan Al Qur'an*, Al Mizan, Bandung, 1997
- Soewarno, M. Hari, *Benarkah Manusia bisa mengenal alam Jin ?*, Rindang, Semarang, 1980
- Sumiarto, Aqib, *Problematika Dakwah*, Pustaka Panji Mas, Jakarta, 1985
- Syech Abdul Aziz bin Abdullah bin Baaz, *Aqidah yang benar VS Aqidah yang bathi*, Diterjemahkan oleh : Muhammad Abbas, Rabithoh Alam Islam. Saudi Arabia, 2002
- , *Hukum Sihir dan Perdukunan*, Diterjemahkan oleh : Muhammad Abbas, Rabithoh Alam Islam, Saudi Arabia, 2002
- Syech Abdul Aziz bin Abdullah bin Baaz, *Hal-hal yang wajib diketahui oleh setiap Muslim*, Diterjemahkan oleh : farid Achmad Okbah, Yayasan Al Sofwa, Jakarta, 1995
- Taimiyah, Ibnu dan Abdul Aziz bin Abdullah Bin Baz, *Islam, Jin dan Santet*, Gema Insani Press, 1995
- Umar, M. Ali Chasan, *Menyingkap Alam jin*, Bahagia., Pekalongan, 1987

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA