

**FENOMENA DAKWAH BERBASIS RELIGIOTAINMENT**  
**(Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam**  
**Itu Indah di Trans TV)**



**Skripsi**  
**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar**  
**Sarjana Sosial Jurusan Jurnalistik Pada**  
**Fakultas Dakwah Dan Komunikasi**  
**UIN Alauddin Makassar**

**Oleh**  
**SULFIANTO**  
**NIM. 50500107081**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN**  
**ALAUDDIN MAKASSAR**

**2011**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 19 Desember 2011

Penyusun,

**SULFIANTO**  
**NIM. 50500107081**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing penulisan skripsi saudara SULFIANTO, NIM: 50500107081, mahasiswa Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, “Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment (Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV)”, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Makassar, 8 Desember 2011

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag.  
NIP. 19540915 198703 2 001

Ramsiah Tasruddin, S.Ag,M.Si  
NIP. 1971 0225 200501 2 001

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul, “Fenomena Dakwah Berbasis Religiotaainment (Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV)”, yang disusun oleh Sulfianto, NIM: 50500107081, Mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari kamis, tanggal 22 Desember 2011, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik ( dengan beberapa perbaikan ).

Makassar, 22 Desember 2011

### **DEWAN PENGUJI :**

Ketua	: Dr. Nurhidayat Muh. Said, M.Ag	(	)
Sekretaris	: Dr. Firdaus, M.Ag	(	)
Munaqisy I	: Dr. Mustari Mustafa, M.Pd.	(	)
Munaqisy II	: Drs. M. Yahya Mustafa, S.Sos., M.si.	(	)
Pembimbing I	: Dr. Hj. Muliati Amin, M.Ag.	(	)
Pembimbing II	: Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si	(	)

Diketahui oleh :

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar,

Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
NIP. 19661130 199303 1 003

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah, seuntai kalimat yang senantiasa penulis ucapkan atas segala limpahan karuniah dan hidayah Allah Swt. Dengan rahmatNya jualah, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment (Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV), dan dapat diselesaikan dengan baik. Salam dan shalawat selalu terpatri dalam sanubari, sebagai haturan doa kepada reformis sejati Rasulullah Muhammad Saw, yang telah membawa umat manusia keluar dari kubangan lumpur jahiliyah menuju jalan yang diridhai oleh Allah Swt.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S1 (Strata 1). Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, patutlah dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing HT., M.S. selaku rektor UIN Alauddin Makassar.
2. Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
3. Dr. Nurhidayat M. Said, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Jurnalistik beserta wakilnya bapak Dr. Firdaus Muhammad. Dengan segenap rasa tulus memberikan arahan, motivasi, nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh kuliah di Jurusan Jurnalistik.
4. Dr. Hj. Muliati Amin, M.Ag., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu mengarahkan serta membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

5. Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si, selaku Pembimbing II, dengan segenap rasa tulus memberikan arahan, motivasi, nasehat, dan masukan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Kepada seluruh dosen dalam dan dosen luar yang mengajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Serta staf perpustakaan dan staf tata usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
7. Ucapan terima kasih secara pribadi penulis sampaikan kepada kedua orang tua, Sofyan dan Syatirah, serta adinda Musfirah, atas cinta kasih, dukungan moril dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
8. Ucapan terima kasih kepada Ustad M. Nur Maulana, Crew Islam Itu Indah, Tomo Trans TV, Komunitas Mahasiswa Kreatif Jurnalistik, rekan seperjuangan di jurusan Jurnalistik, junior-junior di jurusan Jurnalistik, 47.com, dan rekan seperjuangan yang tidak sempat disebutkan.

Semoga Allah Swt melimpahkan rahmatnya yang berlipat kepada seluruh pihak atas jasa dan amal mulianya. Wassalamu Alaikum Wr, Wb.

Makassar, 6 Desember 2011

**SULFIANTO**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1-9
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Defenisi dan Ruang Lingkup Penelitian.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan.....	8
E. Garis-Garis Besar Isi .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11-22
A. Pengertian dakwah dan Media Televisi .....	11
B. Komponen Dakwah dan Komunikasi .....	16
C. Religiotainment Televisi.....	19
D. Pendekatan teori Semiotika.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	28-31
A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	28
B. Metode Pendekatan .....	29
C. Metode Pengumpulan Data .....	30
D. Metode Pengelolaan dan Analisis Data .....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN .....	34-49
A. Sekilas Tentang Trans TV dan Islam itu Indah .....	34
B. Struktur Tanda Program Siaran Islam Itu Indah Trans TV .....	39
C. Konstruksi Makna Sosio-Kultural Dalam Konten Siaran Islam Itu Indah Trans TV .....	49
BAB V PENUTUP.....	60-61
A. Kesimpulan.....	60
B. Implikasi dan Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	63
RIWAYAT HIDUP PENULIS	



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Unit analisis .....	30
2. Episode bertema “Kejujuran” 24 April 2011 .....	40
3. Episode bertema “Ayah dan Anak” 12 Mei 2011 .....	42
4. Episode bertema “Hidup Sebelum Mati” 19 Juni 2011 .....	44
5. Episode bertema “Wakaf” 19 Juni 2011 .....	46 \

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Proses Dakwah menurut Ali Mahfudz .....	16
2. Proses Komunikasi .....	16
3. Ustad M. Nur Maulana .....	37
4. Ikon Islam Itu Indah Trans TV 4.A .....	38
5. Indeks Islam Itu Indah Trans TV 4.B .....	39
6. Simbol Islam Itu Indah Trans TV 4.C .....	40
7. Ikon Islam Itu Indah Trans TV 5.A .....	53
8. Indeks Islam Itu Indah Trans TV 5.B .....	53
9. Simbol Islam Itu Indah Trans TV 5.C .....	54
10. Ikon Islam Itu Indah Trans TV 6.A .....	44
11. Indeks Islam Itu Indah Trans TV 6.B .....	45
12. Simbol Islam Itu Indah Trans TV 6.C .....	46
13. Ikon Islam Itu Indah Trans TV 7.A .....	47
14. Indeks Islam Itu Indah Trans TV 7.B .....	47
15. Simbol Islam Itu Indah Trans TV 7.C .....	48
16. <i>First order (Reality)</i> Islam Itu Indah .....	50
17. <i>Meaningful Action</i> of Islam Itu Indah .....	53

## ABSTRAK

**Nama Penyusun : Sulfianto**  
**NIM : 50500107081**  
**Judul Skripsi : Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment (Sebuah Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV)**

---

Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment merupakan tema yang diketengahkan dalam skripsi ini. Suatu studi yang menganalisis isi (konten) siaran Islam Itu Indah pada Trans TV. Metode pendekatan kajian yang digunakan adalah analisis semiotika model Roland Barthes. Analisis semiotika berorientasi terhadap pemahaman atas struktur tanda siaran Islam Itu Indah. Dari segi analisa struktur tanda, yang menjadi rujukan adalah teori pemetaan tanda (ikon, indeks dan simbol), untuk menganalisa hubungan kenyataan dan jenis dasarnya. Sementara untuk menganalisa makna sosio-kultural siaran Islam Itu Indah, proses signifikasi dua tahap (*two order of signification*) model Roland Barthes digunakan sebagai kerangka analitis.

Hasil penelitian menunjukkan, secara struktural program Islam Itu Indah, mengkonstruksi tanda secara fisik (*physical existance of the sign*) yang dilihat melalui teori pemetaan tanda antara lain; 1) ikon 2) indeks 3) simbol di mana ketiganya berkaitan dalam proses signifikasi tahap pertama (*first order*). Sementara, signifikasi tahap kedua (*second order*) menunjukkan suatu multimakna sosio-kultural dalam konteks penafsiran terhadap fenomena *religiotainment* Islam Itu Indah, antara lain; komunikasi lintas budaya (*intercultural communication*), budaya tanding (*counter culture*), budaya populer (*popular culture*) dan budaya religi (*religious culture*).

Keyword : Dakwah, Religiotainment, Semiotika

# BAB I

## PENDAHULUAN

### ***A. Latar Belakang***

Media massa diharapkan dapat berperan serta dalam pembangunan sumber daya manusia, berperan mendidik khalayak, dan berperan dalam pengembangan atau pelestarian budaya. Media massa memang lazim berhadapan dengan harapan dari berbagai pihak. Sebagai institusi sosial, sudah kodratnya menjalankan fungsi yang dilekatkan oleh pihak lain atas dirinya. Inilah yang menandai fungsi imperatif media massa. Dengan demikian media massa dapat menjalankan fungsi sebagai bagian dalam proses institusionalisasi, politik, ekonomi, sosial dan budaya.

Akselerasi teknologi dalam bidang penyiaran (televisi), merupakan pendukung utama bagi terselenggaranya proses institusionalisasi tersebut. Dengan dukungan teknologi mutakhir dalam berbagai bentuk dan berbagai kepentingan dapat disebarluaskan begitu rupa, sehingga dengan mudah dapat mempengaruhi cara pandang dan gaya hidup khalayak. Namun, yang menjadi fokus dalam bahasan ini bukan mengukur (*output*) sejauhmana bentuk pengaruh media terhadap khalayak, melainkan menelaah konten/isi siaran televisi mencakup konteks sosial budaya yang melingkupinya.

Studi semiotika adalah salah satu alternatif metodologi yang dimaksud untuk menelaah konten yang terkandung dalam siaran pertelevisian. Dengan kata lain, pendekatan semiotika meniscayakan penafsiran yang holistik dan kontekstual terhadap muatan ideologi, politik, dan budaya yang diasosiasikan melalui konstruk *symbols* dalam siaran televisi. James P. Spradley dan Clifford Geertz, mengatakan,

semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan simbol-simbol.<sup>1</sup> Senada dikemukakan oleh Tomlinson yang dikutip Idi Subandy, bahwa budaya dapat dipahami sebagai tatanan kehidupan yang di dalamnya manusia membangun makna melalui praktik-praktik representasi simbolik, yakni dengan berkomunikasi satu sama lain.<sup>2</sup>

Dalam konten siaran televisi sebenarnya terdapat berbagai simbol yang sering dijumpai, signifikan dengan makna kebudayaan tertentu. Produksi budaya televisi, yang oleh Alex Sobur mengatakan, “membudayakan televisi berarti menjadikan televisi bagian yang fungsional dari perkembangan kebudayaan”.<sup>3</sup> Konstruksi sebuah program televisi merupakan wujud menelevisikan atau mengasosiasikan nilai-nilai budaya, selain sebagai wahana transformasi pendidikan, hiburan, dan informasi.<sup>4</sup>

Salah satu *trend* yang fenomenal dalam program televisi adalah siaran dakwah yang dikemas bernuansa hiburan (*religiotainment*). Program ini menjadi semacam komoditas baru untuk mengangkat *image* sebuah stasiun televisi. Belum lengkap terasa jika sebuah stasiun televisi tidak memiliki program dibidang keagamaan. Karena itu, stasiun televisi tidak segan menanamkan investasi besar untuk program ini, dengan sasaran *income* yang berlipat pula dari klien pengiklan.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Lihat, Alex Sobur., *Semiotika Komunikasi*, (Cet. 3; Bandung; Remaja Rosdakarya, 2006), h. 176-177.

<sup>2</sup>Lihat, Idi Subandy., *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Cet. 1; Jogjakarta; Jalasutra, 2007), h. xx-xxi.

<sup>3</sup>Alex Sobur., *op. cit*, h. 185

<sup>4</sup>Uraian lengkap tentang fungsi pers-media massa, lihat, Onong Uchjana Effendy., *Dinamika Komunikasi* (Bandung; Rosdakarya, 2008), h. 64-65

<sup>5</sup>Asumsi ini didasarkan atas observasi awal yang diadakan penulis terhadap mekanisme siaran “Islam Itu Indah” pada stasiun Trans TV. Jakarta, Juli-September 2011.

Implikasi nilai komoditas informasi di balik sebuah program secara tidak langsung dapat memicu setiap stasiun televisi untuk memunculkan inovasi terbaru dalam programnya, termasuk di sini maraknya program *religiertainment* (dakwah *plus* hiburan).<sup>6</sup> Menyoal dakwah via televisi menjadi menarik untuk dikaji, tentu analisa yang diangkat bukan sekedar menyoal fenomenanya secara tekstual, namun konteks makna yang dibangun dalam program *religiertainment* itu perlu dilihat secara kausal sejauh mana ia berkontribusi dalam pengembangan komunikasi-dakwah.

Idealnya kegiatan dakwah bisa dilakukan dalam formulasi/bingkai *entertainment*, yaitu dakwah hiburan yang menginternalisasi pesan-pesan dakwah ke dalam dimensi hiburan sehingga lebih persuasif dan dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.<sup>7</sup> Seperti ungkapan Geertz, bahwa kekuatan sebuah agama dalam menyangga nilai-nilai sosial, terletak pada kemampuan simbol-simbolnya untuk merumuskan sebuah dunia tempat nilai-nilai itu menjadi bahan dasarnya.<sup>8</sup> Karena itu, program dakwah berbasis *religiertainment* (untuk tidak mengatakan seluruhnya) cenderung dapat dimaknai sebagai representasi suatu budaya religi yang dihadirkan melalui teknologi visualisasi simbol-simbol yang signifikan dengan realitas sosial.

Namun pada kenyataan, dakwah berbasis *entertainment* pada stasiun televisi tertentu, muatannya cenderung lebih bernuansa hiburan dari pada dakwah. Sehingga masalahnya terletak pada sulitnya menemukan titik temu dualisme, yakni formulasi

---

<sup>6</sup>Sebagai contoh; *Realigi*, dan *Islam Itu Indah* di Trans TV yang mulai tayang perdana 12 Desember 2010, Kemudian *Indosiar* juga mempunyai program bernuansa religi “*Mama Dede dan Aa*”, *Ustadz Solmed* di SCTV, *Qurratul Uyun* di MNC TV, *Pemilihan Da’I Cilik (Pildacil)* di ANTV, dan sinetron bernuansa religi misalnya *Islam KTP*, *Para Pencari Tuhan* dan lainnya.

<sup>7</sup>Lihat, Firdaus Muhammad., *Dakwah Dalam Bingkai Religiertainment*. (Orasi Ilmiah yang disajikan Dalam Kuliah Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar) 8 September 2011).

<sup>8</sup>Alex Sobur., *op. cit*, h. 177.

dakwah via televisi yang substantif tanpa harus menepikan aspek hiburan di dalamnya. Disinilah terlihat suatu dilema, menunjukkan bahwa kegiatan dakwah seolah-olah menjadi stimuli media (baca; mesin kapitalisme) agar tetap eksist di mata khalayak atau sekedar menarik pengiklan melalui upaya peningkatan “*rating*” program.

Sebagai contoh, program siaran “Islam Itu Indah” di Trans TV, termasuk program televisi yang membingkai dakwah dengan dimensi *entertainment*. Dalam pandangan sepintas masyarakat awam, boleh jadi kemasan program tersebut menjadi lebih menarik, konstruk dakwah dengan materi normatif bernuansa hiburan bertaburan simbol-simbol religius.

Menelisik daya tarik Islam Itu Indah, tidak terlepas dari pemilihan figur utama (Ustad Muh. Nur Maulana) yang mengisi program Trans TV tersebut. Semarak dakwah melalui media Trans TV kian diminati karena personafikasi sang ustad yang sifatnya humoris, menghadirkan sejumlah majelis taklim dan kalangan selebriti papan atas. Jika dianalisa pada konteks sosial budaya, Trans TV mencoba mengkonstruksi simbol budaya tertentu sebagai ikon komersial. Dari segi bahasa (misalnya kata iye; baca iya) dan dialek ustadz Maulana (jama’aaah, ooh, jama’aaah), menampilkan kultur Makassar secara simbolis.<sup>9</sup>

Littlejohn yang dikutip H. Santoso, mengatakan “komunikasi terjadi dengan perantaraan tanda-tanda (*sign*), basis seluruh komunikasi adalah tanda-tanda”.<sup>10</sup> Karena itu, konstruk bahasa ustadz Maulana merupakan representasi kultur Makassar secara simbolis yang tersaji dalam program Siaran Islam Itu Indah. Unsur-unsur simbolis (tanda) dalam program tersebut secara struktural dapat diidentifikasi melalui

---

<sup>9</sup>Asumsi ini didasarkan atas observasi awal yang diadakan penulis terhadap konten siaran “Islam Itu Indah” pada stasiun Trans TV. Jakarta, Juli-September 2011.

<sup>10</sup>*Ibid.*, dalam kata pengantar H. Santoso (Guru Besar pascasarjana UNPAD, Bandung).

tema, narasi-bahasa, karakter penokohan, busana yang digunakan, dan lainnya sebagai mencerminkan nilai-nilai keagamaan.<sup>11</sup>

Meski demikian, isi program *religiertainment* sekalipun sarat dengan *culture and religious symbolic*, namun hal itu (terutama dalam analisis wacana media) merupakan sebuah agenda media mengkonstruksi realitas sosial bahkan reproduksi makna budaya massa. Dalam kasus ini, konfigurasi program Islam Itu Indah dikonstruksi sedemikian rupa oleh tim kreatif Trans TV agar dapat menarik antusiasme pemirsa,<sup>12</sup> tentu dengan logika *rating-isme* media. Di balik proses konstruksi inilah nampak terjadi pertarungan entitas, antara idealisme dakwah dan logika kapitalisme (*money-commodity-more money*).

Implikasi yang cenderung terjadi adalah dan reduksi atau pembiasan makna ajaran Islam, dengan kata lain publik digiring kepada pemahaman (redefenisi) dakwah sebagai *entertain* semata. Hakikatnya aktifitas dakwah identik dengan keikhlasan demi ketajaman spiritual dan kesalehan sosial, berhadapan dengan entitas media yang menganut ideologi pasar yang menitikberatkan pada keuntungan finansial.

Berangkat dari uraian tersebut di atas, dibutuhkan suatu interpretasi alternatif untuk menyingkap makna dibalik fenomena dakwah berbasis *entertain (religiertainment)*, kemudian menjadi titik tolak bagi penulis untuk mengadakan penelitian secara komprehensif dengan mengangkat judul; “Fenomena Dakwah

---

<sup>11</sup>Bandingkan, menurut Thompson; Budaya adalah pola-pola makna yang tertancap dalam bentuk-bentuk simbolik, termasuk tindakan, ujaran dan objek-objek yang bermakna. Lihat, Idi Subandy., *loc. cit*, h. xx-xxi.

<sup>12</sup>Sunka Da Ferry., Produser Islam Itu Indah, wawancara oleh penulis di Gedung Trans TV Jakarta 30 juni 2011



Berbasis *Religiotainment*” Suatu Analisis Semiotika terhadap Siaran Islam Itu Indah di Trans TV.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang akan ditelaah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana struktur tanda dalam program Siaran Islam Itu Indah Trans TV?
2. Bagaimana konstruksi makna sosio-kultural dalam konten Siaran Islam Itu Indah Trans TV?

### **C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian**

Judul yang diangkat dalam skripsi ini adalah “Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment; Suatu Analisis Semiotika terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV”, untuk menghindari kesalahpahaman tentang judul tersebut, terlebih dahulu penulis memberikan pengertian secara operasional:

#### **1. Fenomena**

Fenomena adalah sesuatu yang dapat disaksikan atau dilihat dengan panca indra; kenyataan yang ada, tanda-tanda, gejala; sesuatu yang luar biasa, keajaiban; fakta.<sup>13</sup> Dalam konteks penelitian ini, fenomena yang dimaksud adalah program dakwah yang dikonstruksi bernuansa hiburan, atau disebut *Religiotainment*.

---

<sup>13</sup>Lihat, Pusat pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Balai Pustaka, Jakarta, 1990), h. 260.

## 2. Dakwah Berbasis *Religiotainment*

Dakwah berbasis *religiotainment* yang dimaksud dalam bahasan ini adalah salah satu genre dalam program pertelevisian, dalam arti, dakwah yang dikonstruksi oleh stasiun TV bernuansa hiburan. Dikatakan bernuansa hiburan karena konfigurasi; karakter tokoh (da'i), bintang tamu, efek audio, dan konten/pesan dakwahnya dikemas secara kreatif untuk menarik antusiasme pemirsa.

## 3. Analisis Semiotika

Analisis semiotik merupakan suatu upaya untuk menganalisis tanda pada objek/konten media. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobyekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, obyek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada obyek tertentu.<sup>14</sup> Fokus objek atau ruang lingkup penelitian yang dimaksud adalah dakwah berbasis *religiotainment* (Islam Itu Indah) yang dipublikasi oleh Trans TV dalam kurun waktu yang telah ditetapkan sebelumnya (lihat metodologi penelitian).

## 4. Siaran Islam Itu Indah

Islam itu Indah merupakan salah satu program dakwah berbasis *religiotainment* pada Trans TV. Program ini ditayangkan pada pukul 06.30 yang disiarkan secara *taping/record* (tidak live). Tokoh utama pada program ini adalah Ustadz Muh. Nur. Maulana. Program ini merupakan fokus objek yang ditelaah melalui sudut pandang semiotika.

---

<sup>14</sup>Lihat, Burhan Bungin., *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 169. Lihat juga, Alex Sobur., *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006), h. 100.

## **5. Trans TV**

Trans TV atau Televisi Transformasi Indonesia adalah sebuah stasiun televisi swasta Indonesia, yang dimiliki oleh konglomerat Chairul Tanjung dengan grup Paranya. Stasiun ini melakukan siaran pertama kali pada tahun 2001. Dengan motto "Milik Kita Bersama", konsep tayangan stasiun ini tidak banyak berbedah dengan stasiun televisi swasta lainnya. Trans TV adalah anak perusahaan PT Trans Corporation. Kantor Pusat stasiun ini berada di Studio TransTV, Jalan Kapten Pierre Tendean, Jakarta Selatan Direktur Utama Trans TV saat ini adalah Wishnutama.

Trans TV memperoleh izin siaran didirikan pada tanggal 1 Agustus 1998 Trans TV mulai resmi disiarkan pada 10 November 2001 meski baru terhitung siaran percobaan, Trans TV sudah membangun Stasiun Relai TV-nya di Jakarta dan Bandung. Siaran percobaan dimulai dari seorang presenter yang menyapa pemirsa pukul 19.00 WIB malam. Trans TV kemudian pertama mengudara mulai diluncurkan diresmikan Presiden Megawati Soekarnoputri sejak tanggal 15 Desember 2001 sejak sekitar pukul 19.00 WIB Malam, Trans TV memulai siaran secara resmi.<sup>15</sup>

### ***D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

Penelitian ini memiliki sasaran yang hendak dicapai dengan maksud untuk mencari titik temu atau jawaban yang ada relevansinya dengan permasalahan yang telah disebutkan.

---

<sup>15</sup> Lihat [http://id.wikipedia.org/wiki/Trans\\_TV](http://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV)

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui struktur tanda dalam program Siaran Islam Itu Indah Trans TV
- b. Untuk mengetahui konstruksi makna sosio kultural dalam konten siaran Islam Itu Indah Trans TV

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan jurnalistik dan komunikasi terkait analisa semiotika terhadap dakwah berbasis *religoitainment*.
- b. Adapun secara praktis hasil penelitian diharapkan berguna bagi mahasiswa dan para profesional sebagai referensi pengembangan dakwah via televisi dan menjadi bahan informasi bagi para peneliti selanjutnya.

### ***E. Garis-Garis Besar Isi***

Bab pertama, yaitu bab pendahuluan, dalam bab ini akan dijelaskan pokok pikiran yang melatar belakangi timbulnya suatu masalah, defenisi operasioanl, tujuan dan kegunaan penelitian dan *outline* penelitian.

Bab kedua, yaitu kajian pustaka, pada bab ini akan dibahas mengenai pendekatan teoritis yang berkenaan dengan permasalahan penelitian.

Bab ketiga, akan dijelaskan tentang metodologi penelitian (tipe penelitian), teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan oleh penulis.

Bab keempat, berupa hasil penelitian yaitu struktur tanda dalam program Siaran Islam Itu Indah Trans TV, dan konstruksi makna sosio kultural dalam konten siaran Islam Itu Indah Trans TV.

Bab kelima, adalah penutup yang merumuskan intisari penelitian dalam sebuah kesimpulan skripsi, implikasi dan saran-saran yang terjabarkan didalamnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### ***A. Pengertian Dakwah dan Media Televisi***

Ajaran yang dikandung dalam agama Islam merupakan jalan hidup (*way of life*) bagi seluruh umat di dunia, menjadi pedoman dalam segala aktivitas, interaksi antar manusia (*hablumminannas*) maupun hubungan manusia dengan Allah SWT (*hablumminAllah*). Oleh sebab itu, eksistensi dakwah tidak dapat dipungkiri oleh siapa pun, karena kegiatan dakwah sebagai proses penyelamatan umat manusia dari berbagai persoalan yang merugikan kehidupannya, merupakan bagian dari tugas dan fungsi manusia yang sudah direncanakan sejak awal penciptaan manusia sebagai *khalifah fi al-ardh*.

#### **1. Etimologi dan Terminologi Dakwah**

Menurut Kamus besar bahasa Indonesia Dakwah adalah 1; Penyiaran, Propoganda. 2; Penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.<sup>16</sup>

Secara etimologi, dakwah yang berasal dari bahasa Arab; *da'a*, *yad'u*, *da'watann*, yang berarti seruan, panggilan, undangan atau doa.<sup>17</sup> Dalam konteks pengertian bahasa Al-Qur'an menunjukkan beberapa contoh penggunaan kata dakwah, antara lain dalam Q.S. Yusuf/12 : 33, dan Q.S Yunus/10 : 25.

قَالَ رَبِّ السِّجْنِ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ ...<sup>ط</sup>

---

<sup>16</sup> Lihat, Pusat pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Balai Pustaka, Jakarta, 1990), h. 232.

<sup>17</sup>Lihat, Enjang AS, dan Aliyuddin., *Dasar-Dasar ilmu Dakwah; Pendekatan Filosofis dan Praktis* (Bandung; Widya Padjajaran, 2009), h. 3.

Terjemahan :

Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku."<sup>18</sup>

وَاللّٰهُ يَدْعُوْا۟ اِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي۟ مَنْ يَّشَاءُۙ اِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيْمٍ

Terjemahan :

Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).<sup>19</sup>

Sementara pengertian dakwah secara terminologi dapat ditelusuri dari teks Al-Quran, antara lain; Q.S. Ali-Imran/3: 104 dan A-Nahl/16: 125.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ اُمَّةٌ يَدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ؕ وَاُولٰٓئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

Terjemahan :

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.<sup>20</sup>

اَدْعُۙ اِلَى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدِلْهُمۙ بِاٰتِي هِيَ اَحْسَنُ ۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُۙ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهِ ۗ وَهُوَ اَعْلَمُۙ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Terjemahan :

serulah (manusia) kepada jalan tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.<sup>21</sup>

<sup>18</sup>Departemen Agama RI., *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta; Intermasa, 1993), h. 353.

<sup>19</sup>Arti kata Darussalam ialah: tempat yang penuh kedamaian dan keselamatan. Pimpinan (hidayah) Allah berupa akal dan wahyu untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, *ibid.* h. 310.

<sup>20</sup>Arti kata Ma'ruf ialah: segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah; sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya, *ibid.* h. 93.

<sup>21</sup>Arti kata Hikmah ialah: ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. *ibid.* h. 421.

Berdasarkan kedua ayat tersebut, dipahami bahwa aktifitas dakwah merupakan upaya untuk mengajak manusia kepada jalan Allah secara menyeluruh, baik dengan lisan, tulisan, perbuatan sebagai ikhtiar seorang Muslim mengaplikasikan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan individu, keluarga, dan masyarakat. Barangkali dakwah melalui media massa (misalnya siaran Islam Itu Indah) juga termasuk dalam kategori yang dimaksud, jika orientasi dakwah yang dikehendaki bersifat universal dan substantif sesuai ajaran Islam.

Dakwah secara terminologi, mengandung ragam pengertian. Pakar dibidang ilmu dakwah, memberi tafsiran yang beragam tentang apa yang dimaksud dakwah dalam segi operasional kegiatannya. Dalam pada itu, Enjang dan Aliyuddin berpendapat;

perbedaan yang terdapat pada setiap penjelasan para pakar dan cendikia itu, kelihatannya lebih pada aspek orientasi dan penekananan bentuk kegiatannya, bukan pada aspek esensinya.<sup>22</sup>

Menurut Moh Natsir, dakwah adalah tugas para muballigh untuk meneruskan risalah yang diterima dari Rasulullah SAW. Sedangkan risalah adalah tugas yang dipikulkan kepada Rasulullah untuk menyampaikan wahyu Allah yang diterimanya kepada umat manusia. Ringkasnya menurut Natsir “Risalah merintis, sedangkan dakwah melanjutkan.”<sup>23</sup> Terminologi dakwah yang diketengahkan dalam uraian ini, adalah pendapat Syekh Ali Mahfud dan Sayyid Qutb yang memberi penegasan tentang hakikat (*ontologi*) dakwah. Lebih lanjut, Syekh Ali Mahfud, berpendapat bahwa dakwah;

---

<sup>22</sup>Enjang AS, dan Aliyuddin., *op. cit.* h. 5.

<sup>23</sup>Lihat, RB. Khatib Pahlaman Kayo., *Manajemen Dakwah; Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional* (Jakarta; Amzah, 2007), h. 25-26.



Sebagai upaya membangkitkan kesadaran manusia di atas kebaikan dan bimbingan, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah perbuatan munkar supaya mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>24</sup>

Dibandingkan dengan pengertian dakwah yang diterangkan Syekh Ali Mahfud di atas, Sayyid Qutb menjelaskan pengertian dakwah secara universal, dengan penegasan kalimat "... dakwah adalah mengajak atau mendorong orang untuk masuk ke dalam *sabilillah*, bukan untuk mengikuti da'i atau bukan pula untuk mengikuti sekelompok orang".<sup>25</sup> Kendatipun tidak secara eksplisit, pengertian kedua lebih cenderung menekankan suatu proses dakwah (*tabligh*).

Dakwah tersebut dalam konteks prosesnya, dapat dilihat pada wilayah empiris yang tidak terlepas dari penggunaan sarana atau media tertentu yang digunakan oleh para da'i (komunikator). Media sebagaimana bentuk dakwah (bil hal, bil qalam, bil yadh, dan seterusnya) yang dimaksud juga diartikan dalam segala bentuknya, misal, media cetak surat kabar, radio, majalah, dan khususnya media televisi yang di manfaatkan sebagai media dakwah.

## 2. Defenisi Televisi

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia, pengertian Televisi adalah pesawat penerima siaran berupa suara dan gambar.<sup>26</sup> Televisi, memiliki karakter berbeda dengan media cetak dan radio, dengan akselerasi teknologi audio visual. Berdasarkan

---

<sup>24</sup>Cikal bakal lahirnya ilmu dakwah untuk kali pertama dirintis di Universitas Al-Azhar (Mesir, tanpa penyebutan Tahun) oleh akademisi; Syekh Ali Mahfudz, buku berjudul *Hidayat al-Mursyidin*. Kemudian pada tahun 1960-an, Ahmad Ghalwusy menulis buku berjudul *Al-Da'wah al-Islamiyah*, dengan asumsinya bahwa dakwah Islamiyah merupakan disiplin yang mandiri dan sebagai bagian dari bidang ilmu Islam. Lihat, Enjang AS, dan Aliyuddin., *op. cit.* h. 6-16.

<sup>25</sup>*Ibid.*, h. 6. Pendapat Sayyid Qutb ini didukung oleh defenisi yang diungkapkan Masdar F. Mashudi yang (dikutip Enjang dan Aliyuddin) mengartikan dakwah Islamiyah ialah sebagai suatu proses penyadaran untuk mendorong manusia agar tumbuh danberkembang sesuai dengan fitrahnya.

<sup>26</sup>Pusat pembinaan dan Pengembangan Bahasa., *op. cit.* h. 747.

catatan sejarah, Paul Nipkow merupakan seorang ahli dari Jerman yang pertama kali mencetuskan teknologi pertelevisian.<sup>27</sup>

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai cirri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan-pesannya juga mempunyai kekhususan. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi untuk televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang.

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sementara media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu (tidak menguasai ruang) tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang (menguasai waktu).<sup>28</sup>

Meskipun demikian, eksistensi televisi dengan segala kelebihan yang menyertainya (dapat didengar, daya rangsang sangat tinggi, dan daya jangkauannya yang luas),<sup>29</sup> dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam dakwah. Karena itu, program dakwah melalui televisi dipandang sebagai salah satu bagian dari bentuk kegiatan dakwah, dengan lain perkataan dakwah dilihat sebagai kegiatan komunikasi.

---

<sup>27</sup>Lihat, Deddy Iskandar Muda., *Jurnalistik Televisi; Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2005), h. 4-5.

<sup>28</sup>Lihat, Morissan., *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta; Prenada Media Group, 2008), h. 3-4.

<sup>29</sup>Uraian lengkap tentang kelebihan media eletronik televisi, lihat, *ibid.*, h. 4.

## B. *Komponen Dakwah dan Komunikasi*

Dakwah menekankan pada proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran Islam). Berdasarkan definisi yang disampaikan oleh Ali Mahfudz terdahulu, setidaknya unsur dan proses dakwah<sup>30</sup> dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar. 1.** Proses Dakwah menurut Ali Mahfudz



Unsur dakwah tersebut menunjukkan dan memberikan sebuah pemahaman bahwa dakwah memiliki urutan dan unsur atau komponen yang terdiri dari da'i, pesan, metode, mad'u dan tujuan yang akan dicapai. Unsur-unsur itu merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan tetapi bisa dibedakan, berdasarkan definisi atau proses kegiatan dakwah lebih bersifat secara linier, menyerupai model komunikasi Harold D. Lasswell; *Who, What, Channel, Whom, Effect*,<sup>31</sup> atau dengan formula S-M-C-R-E (*Source, Message, Channel, Receiver and Effect*).<sup>32</sup>

**Gambar. 2.** Proses Komunikasi



Sementara istilah komunikasi sendiri (*communication*) berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya

<sup>30</sup>*Ibid.* h. 6.

<sup>31</sup>Lihat, Wiryanto., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta; Grasindo, 2006), h. 17.

<sup>32</sup>*Ibid.*, h. 8.

*communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.<sup>33</sup> Onong Uchjana mengemukakan; komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain, dengan tujuan memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media tertentu.<sup>34</sup>

Dakwah demikian halnya komunikasi identik dalam konteks maknanya sebagai komunikasi manusia. Namun keduanya memiliki dimensi-dimensi dan model-model yang beragam, meliputi keseluruhan aktifitas komunikasi manusia (*human communication*) bahkan komunikasi transenden (*meta communication*). Namun, yang menjadi pokok dalam bahasan ini adalah bagaimana tujuan yang terkandung dalam suatu komunikasi atau dakwah.

Tujuan komunikasi yang dimaksud yaitu; memberi tahu atau untuk mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*). Pengertian itu jelas adalah sebetulnya tindakan berdakwah, misal Rusydi Hamka menjelaskan, dakwah merupakan kegiatan penyampaian petunjuk Allah kepada seseorang atau sekelompok masyarakat, agar terjadi perubahan pengertian, cara berpikir, pandangan hidup, dan keyakinan, perbuatan, sikap, tingkah laku, maupun tata nilainya, yang pada gilirannya akan mengubah tatanan masyarakat dalam proses yang dinamik.<sup>35</sup>

Lebih lanjut, Ali Mahfudz mengemukakan penjelasan bahwa tujuan dakwah sebagai proses mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan menuruti petunjuk,

---

<sup>33</sup>*Ibid.*, h. 5.

<sup>34</sup>Lihat, Onong Uchjana., *Dinamika Komunikasi*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2008), h. 5. Paradigma komunikasi mendeskripsikan suatu tujuan (*intentional*), maupun wujud komunikasi; baik secara langsung (*direct communication*) maupun tidak langsung (*indirect communication*).

<sup>35</sup>Kayo, RB. Khatib Pahlawan., *op. cit*, h. 25-26.

menyeruh mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari berbuat munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dalam tataran realitas, artikulasi dakwah lebih menekankan pada pengorganisasian dan pemberdayaan sumber daya manusia (khalayak dakwah dalam melakukan berbagai petunjuk ajaran Islam (pesan dakwah), menegakkan norma sosial budaya (*ma'ruf*) dan membebaskan kehidupan manusia dari berbagai penyakit sosial (*munkar*). Definisi ini antara lain dikemukakan oleh Sayyid Mutawakil, Menurutnya, dakwah adalah ;

Mengorganisasikan kehidupan manusia dalam menjalankan kebaikan, menunjukkannya ke jalan yang benar dengan menegakkan norma sosial budaya dan menghindarkannya dari penyakit sosial.<sup>36</sup>

Definisi dakwah tersebut menekankan pada sistem dalam menjelaskan kebenaran, kebaikan, petunjuk ajaran, menganalisis tantangan problema kebatilan dengan berbagai macam pendekatan, metode media agar *mad'u* mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, belum ditemukan sebuah literatur yang komprehensif membahas tentang bagaimana pandangan Islam jika dakwah itu berbingkai *entertainment*, atau dakwah via televisi sebagaimana munculnya wacana dakwah *bil-qalam* (jurnalisme Islam) sebagai karya para jurnalis muslim yang mengelaborasi dakwah ke dalam media massa. Demikian pun istilah *religiotainment* atau *dakwahtainment*, merupakan suatu istilah baru dalam dunia pertelevisian yang belum dapat dijelaskan secara ilmiah batasan-batasan atau bagaimana kriteria spesifik yang melingkupi defenisi atas penggabungan dua kata tersebut (dakwah *plus entertainment*).

---

<sup>36</sup>*Ibid.* h. 9.

### ***C. Religiotainment Televisi***

Televisi, secara teknis dianggap memiliki nilai lebih karena daya publikasi yang mampu menembus batas territorial suatu Negara, dan sekalipun pelosok daerah terpencil dengan akses audio visualnya, jika dibandingkan radio (hanya audio/suara) maupun media cetak yang sekedar visual teks/tulisan.<sup>37</sup> Terdapat banyak stasiun televisi komersial, baik yang berskala nasional maupun lokal di Indonesia, yaitu Cakrawala Andalas Televisi (antv), Global TV (GTV), Indosiar Visual Mandiri (Indosiar), TV One, Metro TV, Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), MNC TV, Televisi transformasi Indonesia (Trans TV), Trans 7, dan Televisi Republik Indonesia (TVRI).<sup>38</sup>

Keberadaan televisi dewasa ini dianggap sebagai agama masyarakat industri, karena eksistensi televisi dapat menggeser agama-agama konvensional. Khutbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar dari jamaah agama apapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan, dan boleh jadi lebih banyak menggetarkan agama-agama yang ada.<sup>39</sup>

Demikian halnya kebangkitan semangat keberagamaan atau kegandrungan spiritual di tanah air merupakan fenomena yang menarik untuk diamati. Pada bulan Ramadhan misalnya, televisi berlomba-lomba menayangkan program-program

---

<sup>37</sup>Lihat, Wawan Kuswandi., *Komunikasi Massa; Sebuah Analisis Isi Media Televisi*, dengan kata pengantar oleh Rusdi Muchtar. (Jakarta; Rineka Cipta, 1996), h. v.

<sup>38</sup>Lihat, Rahmad Setiadi., *Perkembangan Teknologi Televisi dan Industri Penyiaran*. <http://www.scribd.com> (akses 10 Oktober 2010).

<sup>39</sup>Lihat, Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei., *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002 ), h. 203

program yang bernafaskan Islam seperti kuis ramadhan, dialog interaktif (saat sahur dan menjelang berbuka), sinetron bertema Islam dan beberapa program yang dikemas dengan nuansa Islam, tapi setelah bulan Ramadhan berakhir, maka berakhir pula program-program Islam tersebut.

Bagi sejumlah pengamat, gejala Islamisasi ruang publik atau meminjam istilah Idi Subandi “Islamisasi tempat-tempat sekular” dipandang mulai mengimbangi “sekularisasi kesadaran” yang telah memoles batin manusia modern.<sup>40</sup> Program keagamaan diharapkan (*dassein*) menjadi suatu penetrasi terhadap hegemoni program televisi yang lebih mementingkan sisi komersial semata dan selera pasar yang *ansich*.

Namun konten dakwah berbasis *religiotainment*, tidak hanya memaparkan ceramah-ceramah monolog tentang halal-haram, baik-jahat, surga-neraka, dan sinetron-sinetron padat-moral. Akan tetapi, menurut Idi Subandi:

... ada semacam upaya untuk menerjemahkan kebangkitan kesadaran religius ... kedalam fenomena “Islamisasi televisi” atau bahkan “Islamisasi iklan”. Tentu saja, betapapun kita menafsirkan kata “Islamisasi” itu.<sup>41</sup>

Fenomena yang menarik, misalnya, artis mulai berbondong-bondong melakukan umroh dan haji plus di bawah bimbingan para kiai populer pujaan umat. Ada pula kiai menjadi bintang iklan makanan instan. Fenomena yang disebut para kritikus budaya pop sebagai pengheroan atau “heroisasi para artis” tampaknya mulai trendi dalam acara-acara berbau keagamaan.<sup>42</sup>

Dalam kaitannya dengan objek penelitian ini, dakwah via televisi dengan menampilkan da’i yang populer (misalnya siaran Islam Itu Indah di Trans TV),

---

<sup>40</sup>Lihat, Idi Subandy., *op. cit.* h. 155.

<sup>41</sup>*Ibid.* h. 155.

<sup>42</sup>*Ibid.* h. 155.

nampaknya belum lengkap kalau tidak didampingi oleh seorang artis atau pelawak yang lagi ngepop sebagai acara bincang-bincang atau sebagai presenter yang memandu acara. Idy Subandi menyebut pengemasan acara tersebut sebagai “*religiotainment*”, yang artinya hiburan dengan sentuhan agama atau agama dengan bumbu hiburan.<sup>43</sup>

Media populer, terutama televisi, dengan canggih memanfaatkan potensi artis, kiai, ulama, mubaligh, tukang obat, dan melakukan “selebritisasi” pengalaman keagamaan mereka dalam “paket-paket” tontonan yang sebagian besar mengisi program acara keagamaan yang rutin dan terutama pada momen hari besar keagamaan.<sup>44</sup> Sebagai contoh; Islam Itu Indah di Trans TV, Mama Dede dan Aa di Indosiar, Ustadz Solmed di SCTV, *Qurratul Uyun* di MNC TV, Pemilihan Da’i Cilik (Pildacil) di ANTV, Realigi, Islam KTP dan pelbagai sinetron bertema religi lainnya.

Maraknya program *religiotainment* di televisi ini seolah-olah merepresentasikan realitas kondisi masyarakat yang haus akan sentuhan spiritual. Terlepas dari efektif atau tidak sajian tersebut, setiap tayangan itu tidak lepas dari agenda penyutradaraan. Tentu saja, isinya sesuai yang dikehendaki sang sutradara dan para pemilik modal. Saat ini, *religiotainment* memang cenderung pada pengaburan makna dakwah dan tujuan dakwah. Niat menyampaikan dakwah yang dibalut domain bisnis (mengikuti selera pasar) justru akan berdampak pada kemunduran dakwah itu sendiri. Apalagi yang dikhawatirkan jika dakwah itu diartikan sebatas hiburan.

---

<sup>43</sup>*Ibid.* h. 155.

<sup>44</sup>Asumsi tersebut dikaitkan dengan kontradiksi-kontradiksi budaya yang disebabkan beroperasinya logika-logika kapitalisme di balik kesadaran keberagaman, *ibid.* h. 155.



#### **D. Pendekatan Teori Semiotika**

Menurut John Fiske, tanda merupakan fokus studi dalam studi semiotika.<sup>45</sup> Mengacu pada asumsi Fiske itu, studi semiotika dalam konteks ini digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media (baca; program televisi). Teks media dalam arti dikomunikasikan melalui seperangkat tanda, dimana seperangkat tanda tersebut tidak pernah membawa makna tunggal, melainkan diversitas makna di dalamnya.<sup>46</sup>

##### **1. Pengertian Semiotika**

Secara etimologis istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain hal.

Secara terminologis, semiotik dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda, sebagai “ilmu” tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.<sup>47</sup>

Lebih lanjut Mc Quil mengatakan, semiotik adalah ilmu umum tentang tanda dan mencakup strukturalisme dan hal-hal lain yang sejenisnya, yang karenanya semua hal yang berkaitan dengan signifikasi (*signification*), meskipun tidak terstruktur, beraneka ragam, dan terpisah-pisah. Konsep “sistem tanda” dan “signifikasi” telah biasa dalam ilmu bahasa; strukturalisme dan semiotik terutama berasal dari de

---

<sup>45</sup>Lihat, Alex Sobur., *op. cit*, h. 94.

<sup>46</sup>*Ibid.*, h. 95.

<sup>47</sup>*Ibid.*, h. 95-96.

Sassure. Tanda adalah setiap “kesan bunyi” yang berfungsi sebagai “signifikasi” sesuai yang “berarti”, suatu obyek atau konsep dalam dunia pengalaman yang ingin dikomunikasikan.<sup>48</sup>

Menurut Roland Barthes, semiotik adalah “ Ilmu mengenai bentuk (*form*)”. Studi ini mengkaji signifikasi yang terpisah dari isinya (*content*). Lebih lanjut, Inglis mengatakan, semiotik tidak hanya meneliti mengenai *signifier* dan *signified*, tetapi juga hubungan yang mengikat mereka (tanda), yang berhubungan secara keseluruhan. Teks yang dimaksud Roland Barthes adalah dalam arti luas. Teks tidak hanya berkaitan dengan aspek linguistik saja. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda tanda terkodifikasi dalam sebuah sistem.<sup>49</sup> Karena itu, semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi, drama, dan termasuk program televisi sebagai representasi dari teks media massa (televisi).

## 2. Model Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi Sassurean. Ia berpendapat bahasa adalah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.<sup>50</sup>

Tujuan analisis Barthes ini, menurut Lechte, bukan hanya untuk membangun suatu sistem klasifikasi unsur-unsur narasi yang sangat formal, namun lebih banyak

---

<sup>48</sup>Aliran strukturalisasi modern pun menekankan bahwa kehidupan kita ditopang oleh struktur-struktur, jauh dibawa kesadaran roh; struktur-struktur itu merupakan pola-pola, jaringan-jaringan yang memberikan arti dan makna kepada gambar-gambar material (van Peursen, 1991:240). *ibid.*, h. 108-109.

<sup>49</sup>*Ibid.*, h. 123.

<sup>50</sup>Roland Barthes mengajukan pandangan ini dalam *Writing Degree Zero* (1953; terj. Inggris 1977) dan *Critical Essays* (1964; terj. Inggris 1972). Lihat, Alex Sobur., *op. cit.*, h. 63.

untuk menunjukkan bahwa tindakan yang paling masuk akal, rincian yang paling meyakinkan, atau teka-teki yang paling menarik, merupakan produk buatan, dan bukan tiruan dari yang nyata.<sup>51</sup>

Dalam buku “*The Death of Author*” (Kematian Sang Pengarang), ia banyak memaparkan tentang peran pengarang, buku, dan teksnya. Dikatakan, pengusuran pengarang, peran sang pengarang yang makin mengecil (seperti pemain yang meninggal pada ujung panggung) bukan hanya suatu fakta sejarah atau suatu tindakan penulis saja: hal ini sama sekali mengubah teks modern (atau, dengan lain perkataan, teks diproduksi, dibaca, dan pengarang tidak hadir disana, pada setiap tingkat).

Kita tau bahwa suatu teks terdiri bukan dari suatu barisan kata-kata yang melepaskan satu “makna teologis” (artinya, pesan dan tuhan pengarang), tetapi suatu ruang multidimensi di mana telah dikawinkan dan dipertentangkan beberapa tulisan, tidak ada yang asli darinya: teks adalah suatu tenunan dari kutipan, berasal dari seribu sumber budaya.<sup>52</sup>

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemakanan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya.

Sastra merupakan contoh paling jelas sistem pemakanan tataran ke-dua dibangun di atas bahasa sebagai sistem yang pertama. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang di dalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari

---

<sup>51</sup>*Ibid.*, h. 66-67.

<sup>52</sup>*Ibid.*, h. 67.

denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Melanjutkan studi Hjelmslev, Barthes menciptakan peta<sup>53</sup> tentang bagaimana tanda bekerja:

- a. *Signifier* (penanda)
- b. *Signified* (petanda)
- c. *Denotative sign* (tanda denotatif)
- d. *Conotative signifier* (penanda konotatif)
- e. *Conotative signified* (petanda konotatif)
- f. *Conotative sign* (tanda konotatif)

Dari peta Barthes di atas terlihat banyak tanda denotatif, yang terdiri dari penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga petanda konotatif. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegerangan, dan keberanian menjadi mungkin.<sup>54</sup>

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti dari penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Secara lebih rinci, linguistik pada dasarnya membedakan tingkat ekspresi (E) dan tingkat isi (C) yang keduanya dihubungkan dalam sebuah relasi (R). kesatuan dari tingkat-tingkat dan relasinya ini membentuk sebuah sistem (REC). Sistem demikian ini dapat di dalam dirinya sendiri menjadi unsur sederhana dari sebuah

---

<sup>53</sup>*Ibid.*, h. 69.

<sup>54</sup>*Ibid.*, h. 69.

sistem kedua yang akibatnya memperluasnya. Mengacu pada Hjelmslev, Barthes sependapat bahwa bahasa dapat dipilih menjadi dua sudut artikulasi demikian.<sup>55</sup>

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfia, makna yang “sesungguhnya”, bahkan kadangkala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap.<sup>56</sup>

Akan tetapi, didalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan, dengan demikian, sensor atau represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya.<sup>57</sup>

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda, namun sebagai sistem yang unik, mitos dibangun sebagai suatu rantai pemaknaan yang telah

---

<sup>55</sup>*Ibid.*, h. 70.

<sup>56</sup>*Ibid.*, h. 70-71.

<sup>57</sup>Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini terasa mungkin berlebihan, namun ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan bahwa makna “harfia” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah.

ada sebelumnya atau, dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran ke-dua.<sup>58</sup>

Barthes memampatkan ideologi dengan mitos karena, baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi. Seperti Marx, Barthes juga memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup dalam dunia yang imajiner dan ideal, meski realitas hidupnya yang sesungguhnya tidaklah demikian. Ideologi ada selama kebudayaan ada, dan itulah sebabnya didalam Barthes berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dan, dengan demikian, ideologi pun mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain.

---

<sup>58</sup>*Ibid.*, h. 71-72.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

##### ***1. Jenis Penelitian***

Metodologi penelitian yang digunakan dalam analisis semiotik adalah interpretative atau deskriptif kualitatif. Secara metodologis, kritisme yang terkandung dalam teori-teori interpretatif, merupakan cara berfikir mazhab kritis (*Frankfurt school*) terbawa pula dalam kajian semiotik.<sup>59</sup> Sesuai dengan paradigma kritis, analisis semiotik bersifat kualitatif. Menurut Bungin, jenis penelitian ini memberi peluang yang besar bagi interpretasi alternatif.

Dalam penerapannya metode semiotik ini menghendaki pengamatan secara menyeluruh dari semua teks, termasuk cara penyajian (*frame*) maupun istilah-istilah yang di gunakannya. Dengan memperhatikan koherensi makna antar bagian dalam teks dan koherensi teks dengan konteksnya.<sup>60</sup> Karena itu dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap rangkaian program Islam Itu Indah, baik itu penokohan, judul, konfigurasi tema, dan cara penyajian yang digunakan Trans TV dalam mengkonstruksi program tersebut.

---

<sup>59</sup>Aliran Frankfurt terkenal kritis dengan persoalan lambang atau simbol, yang di pakai sebagai alat persekongkolan dan hegemoni. Kekuasaan hegemonik merupakan kekuasaan dari satu kelompok masyarakat yang di terima atau di anggap sah oleh kelompok-kelompok masyarakat lainnya. Misalnya ideologi media massa di sorot tajam dalam mazhab ini. Lihat, Bungin, *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : Kencana Pranada Media Group. 2007), h. 173. Lihat juga Alex sobur., *op. cit*, h. 147-148.

<sup>60</sup>*Ibid.*, h. 173.

## 2. *Lokasi Penelitian*

Penelitian ini (analisis teks) dilaksanakan di wilayah Makassar-Sulawesi Selatan. Sementara penelitian yang sifatnya observasional dan wawancara dilaksanakan di studio Trans TV Jl. Kapten Tendean Jakarta Selatan. Adapun waktu tentatif yang digunakan dalam mengumpulkan data dan menganalisa program Siaran Islam Itu Indah berkisar dua bulan, sejak 8 Oktober s/d November 2011.

## B. *Metode Pendekatan*

Metode pendekatan diarahkan kepada pengungkapan pola pikir yang dipergunakan peneliti dalam menganalisis sarannya, atau dalam ungkapan lain pendekatan ialah disiplin ilmu yang dijadikan acuan dalam menganalisis objek yang diteliti sesuai dengan logika ilmu itu.

Metode pendekatan biasanya disesuaikan dengan bidang profesi peneliti. Namun tidak tertutup kemungkinan peneliti menggunakan multidisipliner. Dilihat dari inti permasalahan yang dikaji, penulis menggunakan pendekatan multidisipliner seperti uraian dibawah ini:

### 1. **Pendekatan Teori Jurnalistik-Komunikasi**

Pendekatan teori yang dimaksud memiliki relevansi dengan aplikasi penyiaran dan konten program televisi. Dalam arti, mengkaji persoalan dari sudut pandang hukum pers, dan normatifitas ajaran Islam terkait program dakwah berbasis *entertainment (religiotainment)*.

### 2. **Pendekatan Analisis Teks/Wacana Media**

Dalam hal ini semiotika, yakni mengkaji struktur tanda dalam program televisi. Tanda yang dimaksud terdiri atas; ikon, indeks, dan simbol. Untuk



menelusuri kontekstualisasi makna dibalik program dakwah *religiotainment*, signifikansi dua tahap model Roland Barthes digunakan sebagai kerangka analitis.<sup>61</sup>

### **C. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis menggunakan varian metode pengumpulan data, antara lain:

#### **1. Data Pustaka**

Dalam hal ini mengadakan penelusuran data pustaka yang bertujuan untuk mendapatkan keterangan data bersifat teori, dari literatur-literatur yang relevan dengan materi penulisan ini. Termasuk di sini Pedoman Penulisan Karya Ilmiah yang diterbitkan UIN Alauddin Makassar, yang menjadi acuan dasar secara teknis penulisan sebuah karya ilmiah.

#### **2. Bahan Visual**

Menurut Bungin, bahan visual (program televisi) merupakan bahan yang menyimpan berbagai informasi yang sangat berguna di dalam suatu penelitian.<sup>62</sup> Berdasarkan asumsi tersebut, program dakwah berbasis *religiotainment* (Islam Itu Indah) menjadi fokus dalam pengumpulan data. Instrumen penelitian yang digunakan adalah *camcorder* (kamera digital) untuk merekam program Trans TV, *tape recorder* untuk merekam wawancara, dan bahan visual yang diperoleh pasca penelitian.

#### **3. Wawancara dan Dokumentasi**

Wawancara dimaksudkan untuk memperoleh keterangan langsung dan objektif terhadap elemen Trans TV (pihak program Islam Itu Indah) maupun dengan Ustadz M. Nur Maulana. Sementara dokumentasi yang dimaksud adalah data yang

---

<sup>61</sup>Lihat, Burhan Bungin., *op. cit*, h. 169. Lihat juga, Alex Sobur., *op. cit*, h. 100.

<sup>62</sup>*Ibid*, h. 123.

diperoleh baik berupa profil Islam Itu Indah, Ustadz Maulana dan dokumen resmi atau laporan-laporan tertulis dari pihak Trans TV, yang relevan dengan pengembangan data penelitian.

#### **D. Metode Pengolahan dan Analisis Data**

##### **1. Unit Analisis**

Unit Analisis adalah objek makro penelitian ini adalah program *religiotainment* Trans TV (Islam Itu Indah). Mengingat dan mempertimbangkan rangkaian program Islam Itu Indah berjalan per-episode ( $\pm$  2 tahun) yang berarti hal itu membutuhkan waktu penelitian relatif lama, maka objek mikro yang dipilih untuk dianalisa adalah empat serial/episode, sebagai berikut.

**Tabel. 1. Unit Analisis**

No	Tema	Waktu Tayang & Lokasi	Audience & Bintang tamu
1.	Kejujuran	24 April 2011 - Masjid Besar Kelapa Gading	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Majelis Taklim – Talent</li> <li>➤ Briptu Norman dan Anisa</li> </ul>
2.	Ayah dan Anak	12 Mei 2011 - Rutan Klas 1 Kebun Waru Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Narapidana - Pembina Rutan</li> <li>➤ Nazril Ilham dan Aming</li> </ul>
3.	Hidup Sebelum Mati	19 Juni 2011 - Studio 1 Trans TV Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Majelis Taklim – Talent</li> <li>➤ Deni Cagur, Inul Daratista, Vega</li> </ul>
4.	Wakaf	19 Juni 2011 - Masjid Raya Bani Umar Bintaro Jakarta Selatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Majelis Taklim – Talent</li> <li>➤ Ima Kusuma dan Tities Saputra</li> </ul>

## 2. Analisis Data

Menurut van Zoest, pemahaman terhadap struktur semiotik menjadi dasar yang tidak bisa ditiadakan bagi penafsir dalam upaya mengembangkan pragmatisme. Lebih lanjut, van Zoest mengatakan, bahwa seorang penafsir adalah yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat, dan pengkaji obyek yang dipahaminya.<sup>63</sup>

Menurut Hamad, semiotik untuk studi media massa tidak hanya terbatas sebagai kerangka teori, namun sekaligus juga bisa sebagai metode analisis. Berpijak pada asumsi tersebut, metode analisis semiotik dikorelasikan dengan hasil pengumpulan data. Dari segi analisa struktur tanda, yang menjadi rujukan adalah teori pemetaan tanda, untuk menganalisa hubungan kenyataan dan jenis dasarnya.<sup>64</sup>

Pemetaan tanda terdiri atas :

1. Ikon : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk obyeknya (program Islam itu Indah).
2. Indeks : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya.
3. Simbol : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konfensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.

Berkenaan dengan pertanyaan kedua penelitian, yang berfokus pada analisis makna secara denotatif maupun konotatif atas program *religiotaainment*, semiotika model Roland Barthes, yang disebut sebagai proses signifikasi dua tahap (*two order of signification*) digunakan sebagai kerangka analitis. Adapun aspek yang dianalisis

---

<sup>63</sup>Burhan Bungin., *op. cit.*, h. 166, yang dikutip Alex Sobur., *op. cit.*, h. 97, dari Santosa 1993:10; van Zoest, 1993:18-20.

<sup>64</sup>Lihat, Burhan Bungin., *ibid.*, h. 166. Lihat juga, Alex Sobur., *op. cit.*, h. 98.

adalah, signifikasi antara *first order* (realitas) dan *second order* (kultural) dalam konteks siaran Islam Itu Indah Trans TV.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### ***A. Sekilas Tentang Trans TV dan Siaran Islam Itu Indah***

##### **1. Profil Trans TV**

Trans TV atau Televisi Transformasi Indonesia adalah sebuah stasiun televisi swasta Indonesia, yang dimiliki oleh konglomerat Chairul Tanjung dengan grup Paranya. Stasiun ini melakukan siaran pertama kali pada tahun 2001. Dengan motto "Milik Kita Bersama", konsep tayangan stasiun ini tidak banyak berbedah dengan stasiun televisi swasta lainnya. Trans TV adalah anak perusahaan PT Trans Corporation. Kantor Pusat stasiun ini berada di Studio TransTV, Jalan Kapten Pierre Tendean, Jakarta Selatan Direktur Utama Trans TV saat ini adalah Wishnutama.

Trans TV memperoleh izin siaran didirikan pada tanggal 1 Agustus 1998 Trans TV mulai resmi disiarkan pada 10 November 2001 meski baru terhitung siaran percobaan, Trans TV sudah membangun Stasiun Relai TV-nya di Jakarta dan Bandung. Siaran percobaan dimulai dari seorang presenter yang menyapa pemirsa pukul 19.00 WIB malam. Trans TV kemudian pertama mengudara mulai diluncurkan diresmikan Presiden Megawati Soekarnoputri sejak tanggal 15 Desember 2001 sejak sekitar pukul 19.00 WIB Malam, Trans TV memulai siaran secara resmi.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup>Lihat [http://id.wikipedia.org/wiki/Trans\\_TV](http://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV)

## 2. Struktur Program Islam Itu Indah

Pengarah Produksi	: Wishnutama
Penanggung Jawab Produksi	: Roan y. Anprira
Penanggung Jawab Program Produksi	: Gina Mayangsari Firmansyah
Perancang Eksekutif	: Nur Asfin Mardini
Prancing Acara/Produser	: Sunka Da Ferri
Pengarah Acara/FD	: Wiranto
Kreatif	: Gina Herlianawati & C. Permata S
Asisten Produksi	: Gina Sagita & Maulani Nurseha
Pusat Pengembangan Kreatifitas Produksi	: Nova Wahyudi & Lulu
Penanggung Jawab Operasional Produksi	: Qilla Jozal Sangikilawang
Penanggung Jawab Lapangan/Acara	: Dadang Sofyan
Pengarah Lapangan	: Mike Alwayini
Pinata Musik	: Daud Sakty
Penanggung Jawab Sekretariat Produksi	: Azmi Yansyah Siregar
Manager Unit Produksi	: Marina N, Yoanita Adesti, Agung
Penanggung Jawab Penunjang Produksi	: Faturrahchman
Unit riset Produksi	: Maytha Adriani
Unit Artis	: Gregori Umar, Bambang Acil
Unit Sponsor Produksi	: Nurwulan, Maruhal P. Simanjuntak
P.J Teknik dan Servis Produksi	: Azijan Syahril
Penanggung Jawab Servis Produksi	: Imam Martono
Penanggung Jawab Studio dan Ob Van	: Rachmat Hidayat
Penanggung Jawab Pasca Produksi	: Grhia P. Pendit

Penyunting Gambar	: Tim Grahandika
Perancang Teknik	: Sofyan
Peñata Gambar	: Ilman (spv), Roni Jondro, Dwi Artatilar, Nur Muhammad, Budi Wijaya
Peñata Cahaya	: Sadmoko (spv), Tri Prio, Roki
Peñata Suara	: Hendri A. (spv), Suhawi, Ardiansya
Juru Rekam	: Yulianto
Penyelaras Kamera	: Noeman P.
Penanggung Jawab Artistik	: Dni C. Sapoerto
Peñata Artistik	: Indra Adiansyah, Adela Tirsananda, Doli Gali
Penata grafis	: Triono Budi (spv), Dhimas
Penanggung Jawab Transmisi	: Wawan Julianto
Promosi Siaran	: T. Andarwan, M. Hamdar, Kristin, Edgar, Deni Stanzal
Penanggung Jawab Teknologi Informasi	: Winno W.A.
Penanggung Jawab Program	: A. Ferisko Irwan, Ichwan Muri, Wisyarani

### **3. Biografi Ustadz Muh. Nur Maulana**

Ustadz Muhammad Nur Maulana Sejak tiga tahun terakhir ini mengaku jadwal dakwahnya semakin padat. Sehari, ia kadang menghadiri lima undangan untuk berdakwah di lokasi berbeda. Tidak hanya di masjid, ia juga kadang memberi dakwah

di rumah-rumah warga, sekolah, hingga di kantor-kantor pemerintah dan swasta. Mereka yang mengundangnya pun tidak hanya berasal dari Makassar, Gowa, dan Maros atau di daerah Sulawesi Selatan saja. Tetapi juga sering dari luar wilayah Sulawesi Selatan, misalnya, Kabupaten Morowali di Sulawesi Tengah dan Kendari di Sulawesi Tenggara.



Gambar 3. Ustadz Nur Maulana

Bahkan beberapa kali Ustadz Maulana menghadiri undangan untuk berdakwah di Kalimantan seperti di Samarinda, Tarakan, Balikpapan dan Kaimana Irian Barat. Umumnya yang mengundang dari Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan yang ada di daerah tersebut.<sup>66</sup>

Ustadz Nur Maulana mulai berdakwa sejak usia 14 tahun saat masih duduk di SMP DDI Galesong Beru, Makassar. Aktivitas berdakwahnya terasah saat menjadi santri di Pondok Pesantren An-Nahdah (setingkat SMA) Makassar. Di pesantren inilah Ustadz Maulana banyak belajar dengan pimpinan pondok pesantren, KH. Muhammad Harisah. Di pesantren ini pula Ustadz mendapat jodoh yang kini menjadi istrinya bernama Nur Aliah dan dinikahinya pada 8 Agustus 2008 lalu. Selain pelajaran dari pesantren, Nur Maulana mengaku banyak belajar tentang Islam melalui buku-buku Islam, media massa, dan beragam literatur lainnya. Sedangkan referensi humor-humor yang kerap diselipkan di sela-sela dakwahnya, diperolehnya dari membaca koran, majalah, dan televisi.<sup>67</sup>

Ustad Maulana dengan istilah ”Jamaah oh Jamaah”, menjadi ciri khas dalam memberikan ceramah. Ustad Maulana demikian namanya semakin populer, yang

---

<sup>66</sup>Muhammad Nur Maulana., Pemeran Utama Islam Itu Indah, wawancara oleh penulis di Jl. Sibula Dalam Makassar, 17 Oktober 2011.

<sup>67</sup>*Ibid.*



dahulu hanya berceramah dari kampung ke kampung di kota asalnya, Makassar. Berawal dari seseorang yang meng-*upload* video ceramahnya ke jejaring internet (*youtube*) membawa Ustad Maulana ke dalam industri pertelevisian (TransTV) dengan mengisi program siaran ”Islam Itu Indah”.<sup>68</sup>

Nama : Muh. Nur Maulana  
 Lahir : Makassar, 20 September 1974  
 Anak ke : keempat dari tujuh bersaudara  
 Ayah : Maulana  
 Ibu : Masyita  
 Istri : Nur Aliah  
 Anak : Munawwara dan Munira  
 Pendidikan : Pesantren An-Nahdlah Makassar (lulus 1994)  
 Alamat : Jl. Sibula Dalam No 15, Makassar Sulawesi Selatan.  
 Profesi :

- Guru Agama Islam SD Mangkura Makassar
- Guru SD Islam Athirah Makassar
- Pesantren An-Nahdlah Makassar

---

<sup>68</sup>*Ibid.*

## **B. Struktur Tanda Program Siaran Islam Itu Indah Trans TV**

Dakwah via televisi, memang bukan fenomena baru dalam industri pers-media massa. Namun publikasi dakwah tersebut banyak mendapat perhatian dikalangan kritikus media, akademisi, berkaitan dengan dakwah yang dikonstruksi dengan *entertainment* (baca; *religiotainment*) terutama kehadiran para Da'i yang memang berpotensi sebagai ikon komersial incaran media massa. Eksistensi para da'i yang berdakwah melalui televisi ini membangun suatu citra tersendiri di ranah publik.

Pelbagai potensi yang dimaksud di atas, misalnya ciri khas yang menonjol dan *marketable* pada metode penyampaian dakwah oleh para Da'i. Misalnya, K.H. Zainuddin MZ, AA Gymnastiar, Soleh Muhammad (Ustadz Solmed), Ustadz Jefri (Uje'), Quraish Sihab, masing-masing memiliki karakter dalam berdakwah, yang boleh jadi di mata produser dan *visualizer* adalah sebuah potensi komersial yang akan dikodifikasi dalam konstruksi program televisi.

Upaya yang dilakukan pihak media untuk membingkai suatu siaran, tidak lepas dari proses industrialisasi atau komersialisasi, dimana iklan menjadi faktor yang determinan dalam lanskap media massa. Dalam perkembangan lebih lanjut, industrialisasi tidak hanya memungkinkan proses massifikasi, yang menuntut standarisasi produk budaya dan homogenisasi cita rasa (*taste*), tapi juga telah membawa perkembangan baru dengan semakin terbentangnya peluang pasar. Inilah yang menandai komersialisasi atas produk *religiotainment*. Ironinya, publikasi pernak-pernik simbol religiusitas melalui layar kaca cenderung mendominasi dibanding penyampaian materi dakwah yang berbasis "*amar makruf nahyi munkar*".

Pada gilirannya problem yang muncul bersifat dualisme, antara dakwah dan hiburan. Idealnya, secara proporsional kedua aspek tersebut dapat saling mengisi satu

sama lainnya, bukan sebaliknya eksklusifitas dakwah yang sekedar berbungkus hiburan. Karena itu, pendekatan semiotika paling tidak menjadi sebuah alternatif penafsiran atas fenomena *religiotainment* (Islam Itu Indah), sekaligus menjabarkan diversitas makna yang terkandung di dalamnya.

Pada level struktural, konstruksi tanda (*signs*) dalam program *religiotainment* Islam Itu Indah dapat diretas melalui sudut pandang teori pemetaan tanda,<sup>69</sup> yang terdiri atas ikon, indeks, dan simbol sebagaimana berikut.

**Tabel. 2.** Episode bertema “Kejujuran” 24 April 2011

<i>Signs</i>	<i>Description</i>
Ikon :	<p>dalam episode ini Trans TV menampilkan beberapa ikon yang menarik, antara lain; Ustadz Muh. Nur Maulana dengan busana Muslim sebagai narasumber, Briptu Norman berpakaian seragam kepolisian, Anisa dan sejumlah Majelis Taklim yang berbusana Muslim dengan <i>setting</i> lokasi di dalam Masjid.</p> <div data-bbox="683 1350 1146 1696" data-label="Image"> </div> <p>Gambar 4.A. Ikon Islam Itu Indah Trans TV</p>

<sup>69</sup>Lihat, Burhan Bungin., *loc. cit*, h. 166. dan Alex Sobur., *loc. cit*, h. 98.

<p>Indeks :</p>	<p>suasana yang nampak semarak ketika tayangan tersebut menampilkan sosok fenomenal, Briptu Norman yang tengah melantunkan sebuah lagu India. Lagu yang berjudul <i>Cayya-Cayya</i> dengan gerakan koreografi Norman ala Sharukh Khan, yang diselingi irama musik pop menjadi penanda bahwa tayangan tersebut menunjukkan wujud komunikasi verbal dan non verbal representasi (<i>sense datum</i>) kultur India. Suara tawa <i>audience</i> disetiap durasi tayang juga menjadi penanda (indeksikal) yang menunjukkan bentuk ekspresi dan antusiasme <i>audience</i> dalam program tersebut.</p> <div data-bbox="597 968 1230 1203" data-label="Image"> </div> <p>Gambar 4.B. Indeks Islam Itu Indah Trans TV</p>
<p>Simbol :</p>	<p>simbol-simbol religi dalam episode ini jelas menunjukkan nuansa masyarakat Muslim. Konteks ruang ibadah (Masjid) terutama busana Muslim; peci, sorban, gamis, jilbab, properti, interior Masjid, dan konten dakwah Ustadz Maulana merepresentasikan nilai spiritualitas atau kultur religius. Selain itu, terdapat simbol multikultural yang saling berinteraksi dalam tayangan tersebut. Lagu dan koreografi Briptu Norman misalnya, secara tekstual adalah representasi budaya India.</p>

Demikian dengan kalimat Ustadz Maulana “jamaah oh jamaah” dan sambutan audience dengan kata “iye” adalah wujud asosiasi budaya Makassar, sekalipun rasio audience yang hadir tidak merepresentasikan eksistensi orang Makassar melainkan dominasi orang Jawa dan dari daerah lainnya.



Gambar 4.C. Simbol Islam Itu Indah Trans TV

**Tabel. 3.** Episode bertema “Ayah dan Anak” 12 Mei 2011

<i>Signs</i>	<i>Description</i>
Ikon :	berbeda dengan episode di atas, pada episode “Ayah dan Anak” Trans TV mengambil lokasi <i>shooting</i> di area Rumah Tahanan (Rutan) dengan ikon yang juga fenomenal, Nazril Ilham (vokalis Band Peter Pan) sebagai Narapidana kasus video mesum/skandal seks dengan beberapa aktris papan atas. Selain Ustadz Maulana dan Nazril sebagai ikon pada program Islam Itu Indah, bintang tamu komedian yakni Aming turut hadir ditengah para narapidana Rutan Kebun Waru Bandung.



Gambar 5.A. Ikon Islam Itu Indah Trans TV

Indeks : upaya untuk menjaga tali silaturahmi antara ayah dan anak merupakan pesan moral dalam ceramah Ustadz Maulana pada episode ini. Beberapa pendekatan metode komunikasi (dakwah) persuasif yang dipaparkan Ustadz Maulana boleh jadi memengaruhi kognisi *audience*, sehingga munculnya suara tawa dan ekspresi wajah yang tampak sedih menjadi penanda (indeksikal) keberhasilan Ustadz Maulana menarik antusiasme *audience* dalam ceramahnya.



Gambar 5.B. Indeks Islam Itu Indah Trans TV

Simbol : Setting lokasi (*indoor*) yang hampir seluruh episode Islam Itu Indah berada di area peribadatan (Masjid), termasuk di Mushallah Rutan, seolah-olah memberi kesan formal dan simbolik bahwa aktifitas dakwah hanya terbatas pada tempat ritual peribadatan. Selain itu, visualisasi aspek material,

	<p>misalnya ruang tahanan/sel, pakaian dinas Kepala Rutan, menjadi tanda (simbolik) keberadaan Rumah Tahanan.</p> <div data-bbox="587 447 1284 695"> </div> <p>Gambar 5.C. Simbol Islam Itu Indah Trans TV</p>
--	--

**Tabel. 4.** Episode bertema “Hidup Sebelum Mati” 19 Juni 2011

<i>Signs</i>	<i>Description</i>
<p>Ikon :</p>	<p>Sosok ikon yang ditampilkan Trans TV pada episode ini selain Ustadz Maulana adalah tiga bintang tamu, antara lain; Deni Cagur (komedian), Inul Daratista (penyanyi dangdut), Vega Darwanti (presenter Empat Mata).</p> <div data-bbox="581 1304 1271 1577"> </div> <p>Gambar 6.A. Ikon Islam Itu Indah Trans TV</p>
<p>Indeks :</p>	<p>Jika ditelaah pada aspek komunikasi nonverbal, terutama gestur atau pola gerakan tangan dan posisi tubuh ustadz Maulana ketika</p>

ceramah mengindikasikan beberapa pertanda yang mengandung makna tertentu. Misalnya, di segmen dua ustad mengutarakan "tidak mungkin terjadi sesuatu tanpa ada tanda, dan mati itu ada tandanya" lalu ustad menjelaskan tanda-tanda kematian itu antara lain (dengan komunikasi nonverbal) menguji sensitifitas kulit, rasa hambar air mata dan keringat, lidah dan tanda isyarat lainnya pasca 40 hari menjelang kematian manusia. Demikian halnya pada sisi *audience*, suara tawa yang serempak serta ekspresi muka, menandakan suatu bentuk interaksi dalam komunikasi akibat sugesti atau retorika komunikator yang menyentuh kognisi komunikan.



Gambar 6.B. Indeks Islam Itu Indah Trans TV

Simbol :

untuk memberi kesan yang dramatis, pada episode ini Trans TV mendesain lokasi (studio 1 Trans TV) bernuansa Islami. Dengan melihat konstruk simbol-simbol pada properti ruangan yang menyerupai ornamen kaligrafi atau model bangunan ala timur tengah. Demikian halnya dengan busana yang digunakan *audience* (peci, sorban, gamis, jilbab dan sebagainya) serta latar



musik (judul; la ilaha illallah) yang diperdengarkan kepada pemirsa, menegaskan suatu ciri (simbol) keIslaman.



Gambar 6.C. Simbol Islam Itu Indah Trans TV

**Tabel. 5.** Episode bertema “Wakaf” 19 Juni 2011.

<i>Signs</i>	<i>Description</i>
Ikon :	Sebagaimana lazimnya pada setiap episode Islam Itu Indah, aspek material (ikon) yang dipublikasikan pada episode ini mencakup produk <i>fashion</i> (busana Muslim) yang digunakan oleh para pemeran dari produsen tertentu sebagai bentuk <i>sponsorship event-program</i> siaran tersebut. Sosok ikon yang tampil selain ustadz, adalah kalangan selebriti antara lain Ima Kusuma dan Tities Saputra serta sejumlah <i>talent</i> yang telah disiapkan.



Gambar 7.A. Ikon Islam Itu Indah Trans TV

Indeks :

Kesan menghibur pada ceramah ustadz Maulana memang sudah menjadi hal yang *memorable* sifatnya dalam pandangan pemirsa/mad'u. Jauh sebelum berdakwah via televisi, mendengar nama ustadz Maulana (terutama di Makassar) cenderung terkenal dengan citranya sebagai da'i yang bersahaja dan humoris. Sebagai contoh pada episode ini, kemampuan ustadz untuk membuat *audience* tertawa ramai mengindikasikan secara indeksikal karakter ustadz Maulana yang humoris. Demikian pula dengan kehadiran para artis di setiap episode (menjadi penanda) bahwa program tersebut dikonstruksi bernuansa komersial, yang berimplikasi terhadap peningkatan jumlah penonton dan terutama *sponsorship*-pengiklan.



Gambar 7.B. Indeks Islam Itu Indah Trans TV

Simbol :

Ragam simbol religius yang dapat dicermati pada struktur tanda di episode ini. Dalam konteks kultural sudah lazim bagi masyarakat untuk memaknai busana Muslim, misalnya peci, gamis, jilbab, sajadah, dan sebagainya sebagai simbol religius yang disandarkan kepada setiap penggunanya. Di sisi lain, terlepas dari sesuai atau tidak sesuai dengan konteks normatifitas Islam, dalam hal kaidah berbusana bagi muslimah, eksistensi “jilbab gaul” (kalau boleh disebut begitu) yang digunakan oleh Ima Kusuma merefleksikan suatu (simbol) kultur modernitas.



Gambar 7.C. Simbol Islam Itu Indah Trans TV

### ***C. Konstruksi Makna Sosio-Kultural Dalam Konten Siaran Islam Itu Indah Trans TV***

Pokok perhatian dalam bahasan ini menyoal bagaimana signifikasi makna yang terkandung dalam konstruksi program Islam Itu Indah Trans TV. Pada prinsipnya dalam sudut pandang semiotik, eksistensi *signifer* (penanda) dan *signified* (petanda) merupakan produk kultural yang teraktualisasi dalam struktur teks atau konten media massa (televisi).<sup>70</sup> Deskripsi yang diuraikan pada subbab pertama menunjukkan hal tersebut.

Pada level struktural, program Islam Itu Indah bukan sekedar terdiri atas konstruksi tanda secara fisik (*physical existance of the sign*) yang melepaskan substansi makna di dalamnya. Tetapi ada ruang multidimensi yang dapat ditafsirkan di balik program Islam Itu Indah, diantaranya dan menjadi fokus perhatian dalam analisa adalah dimensi dakwah dan hiburan yang dikonseptualisasikan sebagai *religiotainment*.

Interpretasi terhadap dualisme atau diversitas makna yang muncul pada objek analisis (*religiotainment*) boleh jadi bersifat arbitrer dan parsial. Karena itu, pendekatan semiotika model Roland Bartes, yang menyebut gagasannya sebagai proses signifikasi dua tahap (*two order of signification*) menjadi alternatif metode yang dapat meretas dualisme makna program Islam Itu Indah. Dengan menganalisis hubungan interaksional (baca; signifikasi) antara keberadaan fisik tanda dan konsep-konsep mental yang aktual di dalam program tersebut.

---

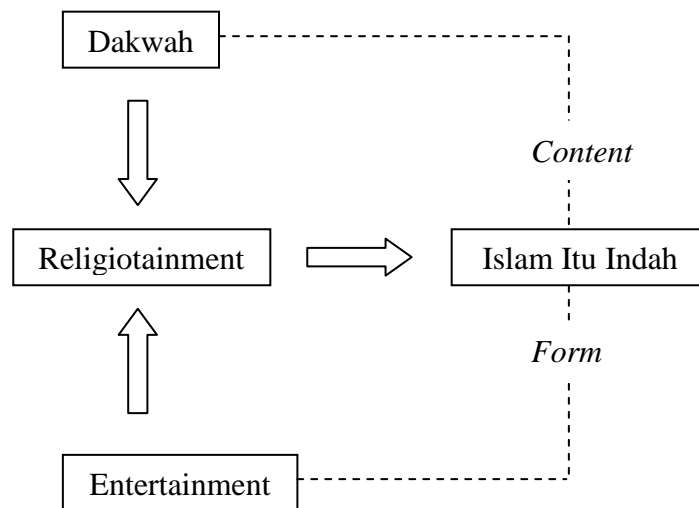
<sup>70</sup>Lihat, Alex Sobur., *op. cit*, h. 125.

### 1. *First order (Reality) – Form Islam Itu Indah*

Pada sisi ini (*first order*), Trans TV berupaya mengkonstruksi realitas sosial dengan melihat struktur teks (visual, verbal, auditori) program Islam Itu Indah. Sebagai contoh tema-tema (kejujuran, Ayah dan Anak, Hidup Sebelum Mati, dan Waqaf) yang dikonstruksi lebih disesuaikan dengan kerangka acuan wacana sosial (manifestasi teori agenda setting). Pada setiap episode terdiri atas bagian-bagian *scene*, termasuk paparan ceramah Ustadz Maulana yang banyak menyentuh aspek permasalahan sosial. Hal ini menunjukkan suatu rangkaian skenario yang telah dikonstruksi terlebih dahulu dengan penyesuaian konteks sosial.

Demikian halnya dengan personal *image* atau pemeran utama (Ustadz Maulana) yang dipilih oleh Trans TV. Personal *image* yang dimaksud memiliki kriteria atau talenta yang sesuai dengan konstruk program bergenre religius. Termasuk di sini menghadirkan sejumlah artis papan atas dengan konstruksi simbolik budaya populer manifest dari unsur *entertainment*. Untuk melihat skema konstruksi realitas (*first order*) program Islam Itu Indah, digambarkan sebagaimana berikut.

**Gambar 8.** *First order (Reality) Islam Itu Indah*



## 2. *Second order (Culture) – Content Islam Itu Indah*

Kepekaan programer Trans TV dengan situasi sosial di Indonesia melalui konstruksi siaran "Islam Itu Indah" merupakan salah satu aspek yang merepresentasikan makna religius (meskipun secara simbolik) dibalik program tersebut. Tidak terkecuali diversitas atau lapis makna (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan penafsiran) yang muncul dalam konten Islam Itu Indah.

Secara empiris penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, tentu logika produksi media cenderung berkiblat kepada mayoritas pangsa pasar. Melalui asumsi inilah programer Trans TV menciptakan tanda-tanda bermakna religius, untuk mengungkapkan ide-ide dan nilai-nilai yang ada pada sisi masyarakat. Karena itu, dakwah atau program bergenre religi (Islam Itu Indah Trans TV), tidak luput dari intervensi logika kebudayaan.<sup>71</sup>

Skenario, seting lokasi, dengan menghadirkan para Majelis Taklim dan selebriti pop berbusana Muslim trendi, properti, latar musik, dan seperangkat simbol-simbol religius dikodifikasi sedemikian rupa agar memiliki nilai yang *marketable*. Di satu sisi ada prospek yang menjadi harapan umat Muslim terutama para profesional dakwah (da'i), bahwa kekuatan media massa (televisi) merupakan lokus untuk mengembangkan kegiatan dakwah di era informasi.

Namun, di sisi lain, jika aktifitas dakwah via televisi diekplorasi dengan menyerap unsur-unsur kebudayaan pop, *life style*, dan sekedar menonjolkan nuansa *entertainment*, maka (meminjam istilah Idi Subandy) inilah fenomena religiusisasi

---

<sup>71</sup>Ideologi ada selama kebudayaan ada, dan itulah sebabnya didalam Barthes berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dan, dengan demikian, ideologi pun mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain.

sekularisme atau semacam komodifikasi religiusitas yang eksklusif. Senada yang dikatakan Roland Barthes dengan istilah "retorika citra" (*rhetoric of the image*) yang pada gilirannya melahirkan "mitologi masyarakat modern" di mana ekspektasi masyarakat disalurkan. Dengan kata lain, media senantiasa menyerap dimensi sosio-kultural demi kepentingan isi dan bentuknya.<sup>72</sup>

Reproduksi makna kultural media (Trans TV) tercermin dalam siaran Islam Itu Indah, ditampilkan dalam bentuk (*form*) yang telah disesuaikan dengan sasaran khalayaknya. Berbeda dengan signifikasi tahap pertama (*first order*), dalam konteks signifikasi tahap kedua (*second order*), ciri utama dimensi kultural suatu program Trans TV ialah orisinalitas yang spontan dari talenta Ustadz Maulana, dengan aksentuasi bahasa (semiotika komunikasi) "jamaah oh jamaah" dan kata sahutan *audience* "iye" yang berafiliasi dengan sistem bahasa (semiotika signifikasi) pada umumnya.

Dengan demikian, ada korelasi (bukan oposisi biner) di antara signifikasi dan komunikasi, *langue* dan *parole*, sistem tanda dan sistem sosial, yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi timbal balik (*reciprocal*) hingga memungkinkan ruang ketiga (*third space*) atas pemaknaan dan bahkan bentuk-bentuk ironi dalam produksi dan reproduksi makna.<sup>73</sup> Dalam kaitan ini, interpretasi makna kultural dalam program Islam itu Indah, bukan saja menunjukkan suatu kontradiksi (diametral) atau perbenturan idiom dan simbol-simbol, melainkan dimensi kultural itu

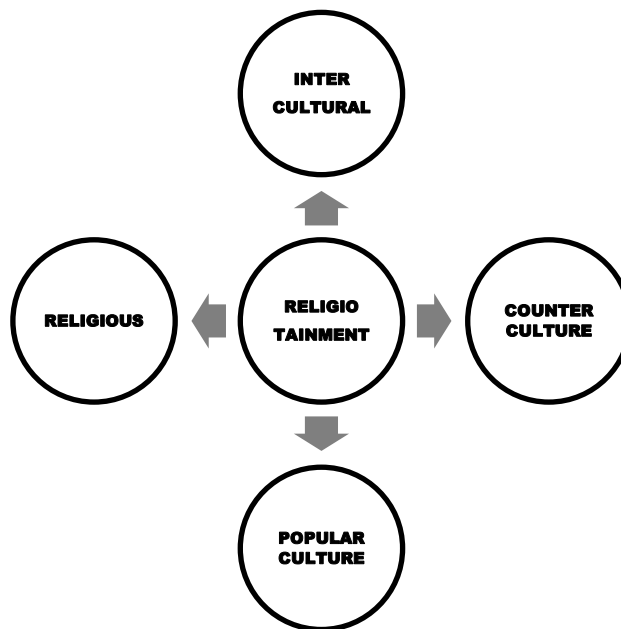
---

<sup>72</sup>Melalui komunikasi nonverbal sebagaimana juga bahasa verbal dalam program siaran televisi sebenarnya bukan alat untuk mendeskripsikan realitas, tapi membentuk realitas. Dalam kasus ini, realitas citra produksi media tidak menginduk pada realitas empiris, tapi pada realitas simboliknya.

<sup>73</sup>Lihat, Alex Sobur., *op. cit*, h. v-xvii.

sendiri pun terlibat dalam dialog dengan kenyataan struktural suatu program televisi (lihat Gambar *Meaningful Action*).

**Gambar. 9.** *Meaningful Action of Islam Itu Indah*



Berdasarkan gambar di atas, ada empat kategori makna konotasi semiotik yang teridentifikasi dalam konstruksi program Islam Itu Indah. Antara lain, makna komunikasi lintas budaya (*intercultural communication*), budaya tanding (*counter culture*), budaya populer (*popular culture*) dan religi (*religious*), dalam konteks penafsiran terhadap fenomena *religiotaainment* Islam Itu Indah.

a. *Intercultural Communication*

Lintas budaya dalam arti program Islam Itu Indah Trans TV dengan heterogenitas khalayak(pemirsa)nya menunjukkan suatu pertemuan komunikasi lintas



kebudayaan (*intercultural communication*). Dengan perkataan lain, ada pertemuan dalam konteks personifikasi (Ustadz Maulana) yang memiliki karakter ceramah bernuansa kultur komunikasi Makassar dengan sasaran khalayak yang multikultur. Hal itu diidentifikasi melalui *tagline* komunikator dan komunikan; ”jamaah oh jamaah” dan kata sahutan ”iye” (baca; iya) yang sering diucapkan *audience* bersama Ustadz dalam setiap ceramahnya. Secara umum, dapat dikatakan bahwa rasio penonton juga tidak sekedar merepresentasi masyarakat Makassar, tetapi menghampiri seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan ragam budayanya.

#### b. *Counter Culture*

Eksistensi dakwah melalui media siar (televisi) menunjukkan makna bahwa ada upaya yang riil bagi sebagian umat untuk menyampaikan pesan dan ajaran Islam *amar makruf nahyi munkar*, sekalipun dengan metode dan strategi berbeda dengan memanfaatkan media massa. Menurut Firdaus Muhammad, ”tidak keliru jika gaya dakwah dan pesan Ustad Muh. Nur Maulana dikategorikan sebagai wajah Islam moderat”. Hal itu terindikasi dari materi ceramah yang tidak mengklaim paham tertentu atau lebih menonjolkan paham yang lain, tetapi (masih menurut Firdaus), ia sangat moderat sehingga bisa diterima semua kalangan.<sup>74</sup> Pada sisi lain, boleh jadi eksistensi siaran Islam Itu Indah merupakan suatu manifestasi budaya tandingan (*counter culture*) terhadap adanya sinyalemen distorsi citra Islam di mata dunia yang dilakukan oleh pihak anti Islam melalui pelbagai konten propaganda dalam wacana media<sup>75</sup> maupun dari pihak Muslim itu sendiri.

---

<sup>74</sup>Firdaus Muhammad., *Islam Itu Indah; Entertainisasi Dakwah Muhammad Nur Maulana*. Naskah Buku Dosen Pascasarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2011.

<sup>75</sup>Alex Sobur., *op. cit.* h. 117-118.

### c. *Popular Culture*

Budaya populer merupakan suatu istilah yang sering diungkapkan dalam kajian budaya (*cultural studies*) dan kajian kritis komunikasi. Menurut Stuart Hall, budaya populer mengasumsikan bahwa kebudayaan senantiasa bersifat politis dan budaya populer menjadi medan pergulatan hegemoni dan ideologi serta artikulasi tanda dan negosiasi makna.<sup>76</sup> Wujud nyata artikulasi tanda dan negosiasi makna yang sifatnya ideologis ini aktual dalam skenario, setting lokasi, konstruk busana dan seperangkat simbol-simbol religi yang dikodifikasi sedemikian rupa agar memiliki nilai *marketable*. Sebagai misal, aktifitas dakwah via televisi (Islam Itu Indah) dieksplorasi dengan menyerap unsur-unsur kebudayaan pop, *life style*, dan nuansa *entertainment*, di mana ekspresi spritualitas masyarakat disalurkan.

Ekspresi spritualitas tersebut sebagaimana para selebriti (misalnya Inul Daratista) yang sebelumnya dalam keseharian berbusana vulgar, erotis, sensual, kemudian beralih menggunakan busana Islami yang *fashionable*, kini bukan lagi sekedar perkara ketakwaan, melainkan (seperti analisa kritis para pengkaji *cultural studies*) adanya semacam proses "migrasi simbolik".<sup>77</sup> Dengan demikian, dalam konteks signifikasi tahap kedua (*second order*) Islam Itu Indah mengandung suatu pergesaran tatanan simbolik (*symbolic order*) dan perubahan budaya citra (*taste culture*) di balik logika kapitalisme, yakni dari citra seksisme menuju citra religius. Dari sisi inilah, wujud protagonis kebudayaan pop menunjukkan eksistensinya, dan

---

<sup>76</sup>Kebudayaan yang dimaksud sebagai kebudayaan populer (*popular culture*) dengan ditopang industri kebudayaan (*cultural industry*) telah mengkonstruksi masyarakat yang tak sekedar berbasis konsumsi, tapi juga menjadikan semua artefak budaya sebagai produk industri, dan sudah tentu komoditas. Idi Subandy., *op. cit*, h. xxvi.

<sup>77</sup>Migrasi simbolik dalam arti perpindahan atau pergantian simbol-simbol yang dikenakan seseorang untuk menjaga citra dirinya di mata orang lain. *ibid.*, h. 42.

berhasil memadukan dua dunia yang saling kontradiktif (diametral) antara yang sakral dan profan, budaya agama dan budaya konsumerisme (*fashion*) tidak dipertentangkan, melainkan dinegosiasikan melalui ruang publik (televisi).<sup>78</sup>

d. *Religious*

Secara normatif, makna di balik program Islam Itu Indah menunjukkan sisi spiritualitas suatu program televisi. Dimana materi dakwah yang disampaikan Ustadz Maulana mencakup aspek normatif ajaran Islam (Al-Qur'an dan Hadist) yang bersinergi dengan analogi-analogi faktual suatu peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat, baik secara personal, lingkup keluarga, dan konteks dinamika sosial. Kendatipun aspek metode komunikasi-dakwah Ustadz Maulana yang dielaborasi dengan nuansa kelucuan-humor, cenderung menuai banyak kritikan dari kalangan tertentu, namun (menurut Ustadz Maulana) substansi dakwah tetap menjadi prioritas dalam siaran tersebut.<sup>79</sup>

Ikhtisar mengenai *grand* tema Islam Itu Indah dalam konteks dakwah kekinian sebenarnya merupakan bentuk pengejawantahan syiar Islam melalui media massa, juga dapat dikatakan sebagai redefenisi dakwah konvensional menuju dakwah kontemporer. Dakwah yang disandingkan dengan kemutakhiran teknologi (televisi) berimplikasi positif karena daya jangkauannya yang massif, tentu dengan tidak mereduksi substansi materi dakwah dan sekedar menonjolkan visualisasi aspek-aspek simbolik, *stylish* dan modernis persesuaian simbol religius untuk menampakan

---

<sup>78</sup>Sebagai contoh busana Muslim, menjadi cermin bagaimana nilai-nilai dan ideology-ideologi saling bertarung mendefenisikan makna pakaian bagi kehidupan Muslim, baik itu ideology keagamaan maupun ideology konsumsi atau nilai-nilai sekular lokal dan global (lihat Semiotika Fashion dan Transformasi Sosial; Makna dan Identitas Agama), *ibid.*, h. 248.

<sup>79</sup>Muhammad Nur Maulana., Pemeran Utama Islam Itu Indah, wawancara oleh penulis di Jl. Sibula Dalam Makassar, 17 Oktober 2011.

identitas kesalehan. Seperti yang diutarakan Firdaus Muhammad, dengan Istilah ”*beyond symbols*, dimana simbol tidak selalu menjadi penanda identitas kemuslimannya, apalagi keimanannya”.<sup>80</sup>

Pelbagai kritik dari kalangan tertentu terhadap metode ceramah Ustadz Maulana yang mengandung kelucuan, humor, guyonan, dan sebagainya untuk menarik antusiasme *audience*, ini adalah sesuatu yang tidak muncul dalam ruang hampa. Menyitir ungkapan Arief Subhan dalam Firdaus Muhammad, aksentuasi humor yang mengundang tawa *audience* di saat Ustadz Maulana berceramah, bukanlah suatu problem, sebab dakwah dapat disampaikan dengan cara melucu selama tidak hilang substansi materinya.<sup>81</sup> Sejalan dengan itu, ceramah dengan nuansa menghibur ala Ustadz Maulana merefleksi sebuah metode yang berpijak pada prinsip-prinsip dakwah,<sup>82</sup> antara lain;

- 1) Prinsip *almura'ah* (konservasi) yaitu upaya pelestarian nilai-nilai dasar yang termuat dalam wahyu untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul. Pelestarian ini dapat dilakukan dengan cara pemurnian (*purifikation*) ajaran Islam. Ruang lingkup pelestarian adalah bidang aqidah dan ibadah mahdhah.
- 2) Prinsip *al-tahdithi* (inovasi) yaitu upaya penyempurnaan ajaran Islam guna memenuhi tuntutan spritual masyarakat Islam sesuai dengan perkembangan sosialnya. Penyempurnaan ini dilakukan dengan cara reaktualisasi, reinterpretasi, dan revitalisasi ajaran Islam.

---

<sup>80</sup>Firdaus Muhammad., *op. cit.* h.

<sup>81</sup>*Ibid.* h.

<sup>82</sup>Enjang AS dan Aliyuddin., *op. cit.* h. 34.

- 3) Prinsip *al-ibtikari* yaitu penciptaan rumusan pemikiran Islam secara kreatif, konstruktif dalam menyahuti permasalahan aktual. Kreasi ini dilakukan dengan menerima nilai-nilai luar Islam dengan penyesuaian seperlunya (adaptatif). Atau dengan dengan penyarapan nilai dan elemen luaran dengan penyaringan secukupnya (selektif).

Prinsip *al-ibtikari* sebagaimana uraian di atas, secara proporsional menghampiri metode Ustadz Maulana ketika berceramah. Mungkin ini yang menginspirasi model konstruksi program Islam Itu Indah, dengan mengartikulasi pemikiran Islam yang kreatif, konstruktif dan bijaksana, misalnya dakwah berbingkai hiburan atau hiburan yang menginternalisasi pesan-pesan dakwah di dalamnya. Demikian diisyaratkan dalam QS. An-Nahl/16: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang maha mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.<sup>83</sup>

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa upaya untuk menyeru (dakwah) kepada jalan yang *makruf nahyi munkar* hendaknya dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Ceramah dengan suplemen hiburan dan gaya bahasa bersifat kultural seperti yang dipraktekkan Ustadz Maulana dimungkinkan sebagai bentuk metode dakwah (*bilhikmah*) yang tidak melepaskan substansi ajaran Islam. Inti materi dakwah yang disampaikan Ustadz Maulana sesungguhnya mengandung spirit

---

<sup>83</sup>Departemen Agama., *op. cit*, h. 421.

kedamaian, bagaimana wajah Islam dijabarkan sesuai konsepsi ajaran Islam yang sesungguhnya *rahmatan lil alamin*.

Eksistensi program televisi (Islam itu Indah), menjadi semacam budaya tanding (*counter culture*) dalam konteks distorsi citra Islam, yang bertujuan (*intentionality*) meng-*counter* hegemoni budaya sekularisme, konsumerisme, hedonisme yang terakomodir melalui pelbagai propaganda siaran televisi. Propaganda nyata dan yang pernah memojokkan masyarakat Islam, misalnya, konstruksi citra anarkisme, radikalisme, labelisasi (*labelling*) teroris dan citra antagonisme yang kerap disandarkan kepada umat Muslim di balik pemberitaan media tertentu.

Asumsi tersebut dikarenakan asas kebebasan arus informasi (*free flow of information*), yang tidak sekedar berimplikasi pertukaran makna (*exchange of meaning*) berupa proses dua-arah yang berimbang, melainkan dominasi arus informasi dari satu pihak yang ditopang oleh kesanggupan merentangkan sistem informasi dengan jangkauan global. Dengan potensi sedemikian itu, meniscayakan sebuah peluang agar aktifitas dakwah dapat bersinergi dengan media massa sebagai *mainstream* dakwah (media dakwah).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasar hasil penelitian, dengan mencermati derajat relevansinya dengan pertanyaan dan tujuan penelitian, pertimbangan analisis semiotika, dapat ditarik sebuah kesimpulan tentang “Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment; Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV”, sebagai berikut.

##### **1. Struktur tanda dalam program Siaran Islam Itu Indah Trans TV**

Secara struktural program Islam Itu Indah, Trans TV mengkonstruksi pelbagai tanda secara fisik (*physical existance of the sign*) yang di lihat melalui teori pemetaan tanda antara lain; 1) ikon; Ustadz Nur Maulana, selebriti, majelis taklim, dan beberapa talent. 2) indeks; aspek komunikasi nonverbal, misalnya, gestur atau pola gerakan tangan dan posisi tubuh ustadz Maulana ketika ceramah, dan suara tawa, ekspresi muka pada sisi audience, menandakan suatu bentuk interaksi dalam komunikasi. 3) simbol; misalnya, desain lokasi studio, properti ruangan yang menyerupai ornamen kaligrafi, busana yang digunakan *audience* (peci, sorban, gamis, jilbab dan sebagainya), serta latar musik, menegaskan suatu nuansa religi. Melalui ketiga aspek ini, menunjukkan suatu rangkaian skenario Trans TV yang telah dikonstruksi terlebih dahulu dengan penyesuaian konteks sosial. Dengan demikian, model konstruksi atau struktur tanda dalam program Islam Itu Indah Trans TV dikonseptualisasikan sebagai proses signifikasi tahap pertama (*first order*).

## **2. Konstruksi makna sosio-kultural dalam konten Siaran Islam Itu Indah Trans TV**

Berbada dengan proses signifikasi tahap pertama (*first order*), yang sekedar mendenotasikan secara struktural model konstruksi realitas sosial (*signs*) program Islam Itu Indah. Signifikasi tahap kedua (*second order*) memungkinkan suatu interpretasi makna kultural dalam program Islam itu Indah. Berdasarkan hasil analisa, ada empat kategori makna sosio-kultural yang teridentifikasi dalam konteks penafsiran terhadap fenomena *religiainment* Islam Itu Indah, antara lain; komunikasi lintas budaya (*intercultural communication*), budaya tanding (*counter culture*), budaya populer (*popular culture*) dan budaya religi (*religious culture*).

### **B. Implikasi dan Saran**

Berdasarkan uraian hasil penelitian, memerlukan pengembangan yang lebih berarti positif ke dalam konstruksi program televisi berorientasi terhadap pengembangan dakwah. Demikian pula dengan isi skripsi ini, yang perlu dibenahi, lebih disistematisasikan secara metodologi, dipertahankan kesinambungannya melalui saran-saran sebagai berikut.

1. Konten siaran televisi bergenre religi "Islam Itu Indah" pada Trans TV sedianya *concern* terhadap upaya pengembangan dakwah di era informasi. Komitmen internal dari pihak Trans TV untuk mengembangkan aktifitas dakwah merupakan tumpuan harapan umat Muslim di Indonesia dan secara global, bahwa program religi meskipun dieksplorasi sedemikian rupa, tidak berarti mereduksi substansi ajaran Islam. Karena itu, kontekstualisasi dakwah di ranah pertelevisian perlu



dimaksimalkan melalui kinerja kolektif para profesional da'i, jurnalis dan partisipasi seluruh elemen masyarakat.

2. Sebagai proses berkesinambungan, dan keparipurnaan keilmuan jurnalistik, disarankan agar penelitian ini ditindaklanjuti. Dengan kajian yang berfokus pada konteks *audience*, atau menganalisa respons - perubahan *audience* yang diakibatkan oleh terpaan siaran bergenre religi (misalnya Islam itu Indah, Bukan Islam KTP dan sebagainya). Orientasi ilmiah yang dimaksud bertujuan untuk melihat apakah program religi tersebut berimplikasi positif terhadap mad'u (khalayak) dan terhadap perkembangan dakwah ke depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- AS, Enjang dan Aliyuddin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009
- Aqib Suminto. *Problematika Dakwah*. Jakarta: Panji Islam, 1993
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Cet. 1; Jakarta : Kencana Pranada Media Group. 2007
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta; Intermasa, 1993
- Djamalul Abidin A. *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, Gema Insani Press. Penerbit buku andalan, Jakarta 1996.
- Eriyanto. *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media*, Cet. I; LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2001.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Cet. 5; Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Cet. 1; Yogyakarta: Jalasutra. 2007
- Kayo, RB. Khatib Pahlawan. *Manajemen Dakwah; Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*. Jakarta; Amzah, 2007
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa; Sebuah Analisis Isi Media Televisi*, Jakarta; Rineka Cipta, 1996
- Mulyana, Deddy. *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Cet. 3; Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005
- Muhyiddin, Asep dan Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2002
- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi; Menjadi Reporter Profesional*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 2005.
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta; Prenada Media Group, 2008.

Nuridin. *Jurnalisme Masa Kini*, Cet. I; Jakarta: Rajawali Press, 2009.

Pusat pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta, 1990.

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Cet. 2 ; Bandung : Remaja Rosdakarya.2004

\_\_\_\_\_ *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Preming*, Cet. IV; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.

Uchjana, Onong. *Dinamika Komunikasi*. Cet. 7. Bandung; Remaja Rosdakarya, 2008.

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah; Makalah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Makassar; Alauddin Press. 2009.

Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta; Grasindo, 2006

Zainuddin H M, *The Journalisti*. Cet. I; Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2007.

### **Referensi Online**

<http://www.scribd.com>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2010 pukul 20:00.

<http://www.transtv.co.id/prontend/home/view/islam-itu-indah>. Di akses tanggal 13 Juni 2011 pukul 09:10

[http://id.wikipedia.org/wiki/Trans\\_TV](http://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV)

Rahmad Setiadi. *Perkembangan Teknologi Televisi dan Industri Penyiaran*. <http://www.scribd.com>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2010 pukul 20:00.

Lampiran-lampiran

## **A. Informan Wawancara**

### 1. Nama Informan dan Jadwal Observasi

➤ **Ustad M. Nur Maulana**

Wawancara oleh penulis pada tanggal 31 Desember 2010

➤ **Produser Islam Itu Indah**

Wawancara oleh penulis pada tanggal 30 Juni 2011

➤ **Creative Islam Itu Indah**

Wawancara oleh penulis pada tanggal 26 Juli 2011

➤ **Tomo Crew Islam Itu Indah**

Wawancara oleh Penulis pada tanggal 20 Agustus 2011

➤ **Fahmi Manager Ustad Maulana**

Wawancara oleh penulis pada tanggal 11 Agustus 2011

## 2. Teks Wawancara

**From:** Sulfi Anto <sulfi\_anto07@yahoo.com>  
**Date:** Sun, 20 Nov 2011 15:47:12 +0800 (SGT)  
**To:** gue.emang.oke@gmail.com<gue.emang.oke@gmail.com>  
**ReplyTo:** Sulfi Anto <sulfi\_anto07@yahoo.com>  
**Subject:** Bls: salam

### Pertanyaan Buat Pihak Trans Tv

1. Faktor penilaian apa sehingga ustad Maulana dijadikan pemeran utama Islam Itu Indah ?????
2. Mengapa program Islam Itu Indah kerap menampilkan artis-artis yang fenomenal, kemukakan alasannya ?????
3. Bagaimana cara atau kiat agar program Islam Itu Indah menjadi menarik di mata khalayak ???????
4. Bagaimana respon pengelola Trans TV terhadap persaingan program religi di Televisi swasta lainnya ???????

---

**Dari:** "gue.emang.oke@gmail.com" <gue.emang.oke@gmail.com>  
**Kepada:** Sulfi Anto <sulfi\_anto07@yahoo.com>  
**Dikirim:** Senin, 21 November 2011 14:15  
**Judul:** Re: Bls: salam

Jawabannya, adalah :

1. Masih original dan fresh, seru...
  2. Fenomenal?sepertinya sama saja, mungkin disesuaikan dengan tema yg akan dibawakan.
  3. Tema - tema yg diberikan lbh variatif dan lebih mengena disesuaikan dg issue yg sedang ramai dibahas.
  4. Lebih terpacu utk mengeksplor ide-ide yg lebihfresh dan xtraordinary, utk ttp bisa bertahan dan bersaing secara positif
- Powered by Telkomsel BlackBerry®

## B. Arsip Penelitian

1. Trans TV (Sampel Rundown Islam itu Indah)

## 2. Arsip Peneliti

### C. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Proses Shooting Islam Itu Indah



Gambar 2. Penulis berfoto dengan pemeran utama Islam Itu Indah (Ustad Maulana)



Gambar 3. Suasana sebelum shooting Islam Itu Indah





Gambar 4. Ustad Maulana foto bersama bintang tamu dan audience setelah shooting



Gambar 5. Penulis foto bersama bintang tamu (Reza & Rasty) usai shooting Islam Itu Indah



Gambar 6. Foto bersama usai shooting kiri : Sulis, tengah : Ustad Maulana, Kanan : Indra



Gambar 7. Penulis foto bersama bintang tamu Islam Itu Indah (Sulis)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Sulfiyanto lahir di Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan, pada tanggal 05 Juni 1988. Penulis adalah anak pertama dari empat bersaudara yang merupakan buah kasih sayang dari pasangan suami istri Sofyan dengan Syatirah, sekarang orangtua penulis menetap dimana penulis dilahirkan dan dibesarkan.

Penulis menempuh pendidikan formal pertama pada tahun 1995 di SD Negeri 41 Matekko Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan yang merupakan daerah penulis dibesarkan, di sekolah tersebut penulis menimba ilmu selama enam tahun dan selesai pada tahun 2001. Pada tahun yang sama penulis memutuskan untuk hijrah ke kota Makassar atau yang disapa dengan nama kota daeng, di sana penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren An-Nahdlah U.P Makassar dan selesai pada tahun 2004. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan pada Madrasah Aliyah Pondok Pesantren An-Nahdlah U.P Makassar pula. Jadi, penulis menimba ilmu di Pesantren selama enam tahun dan banyak mendapat pengalaman hidup yang mungkin tidak akan didapatkan diluar Pesantren lalu selesai pada tahun 2007.

Setelah berhasil menyelesaikan studi di Madrasah Aliyah, penulis memutuskan untuk tidak berhenti sampai disitu dan memilih melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi yang ada di kota Makassar pula yang memang menjadi keinginan dan pilihan penulis sendiri yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN) sekarang Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, penulis mengambil program strata satu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik dan selesai pada tahun 2011, dengan judul karya tulis ilmiah (skripsi)

***“Fenomena Dakwah Berbasis Religiotainment “Suatu Analisis Semiotika Terhadap Siaran Islam Itu Indah Trans TV)”***.

Penulis sangat bersyukur telah diberikan kesempatan menimba ilmu pada perguruan tinggi tersebut sebagai bekal penulis dalam mengarungi kehidupan dimasa yang akan datang. Penulis berharap apa yang didapatkan berupa ilmu pengetahuan dapat penulis amalkan di dunia dan mendapat balasan Rahmat dari Allah SWT dikemudian hari, serta dapat membahagiakan kedua orangtua yang selalu mendoakan dan memberikan segala dukungan yang tiada hentinya.