

DAKWAH MELALUI SINETRON (Fenomena Sinetron Religius)

Oleh : St. Nasriah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

st_nasriah@yahoo.com

Abstract;

Berdakwah itu tidak hanya terbatas pada perbuatan-perbuatan tertentu seperti: ceramah agama, khutbah atau pengajian saja, tetapi meliputi seluruh kegiatan yang dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada orang lain untuk berbuat kebajikan dan memperlihatkan syiar Islam. Acara televisi yang paling disukai pemirsa adalah sinetron, sudah menjadi pengetahuan bersama bahwa sinetron dan iklan menjadi suatu andalan para pemilik stasiun televisi untuk menjangkau pemirsanya. Tujuan sinetron, seperti halnya dengan media massa lainnya sinetron pada intinya mempunyai tujuan tertentu dalam penyampainnya, diantaranya yaitu, bertujuan untuk memberikan pendidikan dan hiburan. Salah satu acara di televisi yang beberapa waktu lalu menarik perhatian para pemirsanya adalah tayangan-tayangan sinetron yang bernafaskan mistis religious. Di kalangan akademisi dakwah, munculnya tayangan sinetron mistis yang dikemas dengan menggunakan simbol-simbol kegamaan tersebut memang masih menjadi persoalan, apakah sinetron tersebut dapat disebut sebagai sinetron dakwah atau tidak. Untuk memperoleh keberhasilan dalam program penayangan di televisi melalui dua bentuk yaitu dominasi format dan dominasi bintang yang dilengkapi dengan elemen keberhasilan yang terdiri dari konflik, durasi, kekuasaan, konsistensi, energy, timing dan tren. Berdakwah melalui sinetron adalah salah satu peluang bagi umat Islam namun perlu diperhatikan keterlibatan aktif dari berbagai pihak khususnya produsen dan penonton. Produsen harus lebih kreatif untuk membuat sinetron dakwah yang bermutu dan umat Islam juga harus mau menonton hasil dari kreatifitas pembuatan sinetron dakwah tersebut.

Kata Kunci:

Dakwah, Sinetron

Preaching was not just limited to certain acts such as: religious lectures, sermons or lectures alone, but includes all the activities that can provide motivation and encouragement to others to do good and show the greatness of Islam. The most preferred television shows are soap opera viewers, has become common knowledge that soap operas and commercials became a mainstay of the owners of television stations to attract viewers. The purpose soap operas, as well as other mass media soap opera at its core has a specific purpose in penyampainnya, among which, aims to provide education and entertainment. One television show

that some time ago attracted the attention of the viewers are the shows that having a mystical religious soap opera. In academic circles propaganda, the emergence sinetrons mystical packaged using of religious symbols is indeed still a problem, if it can be called as a soap opera soap opera propaganda or not. to obtain success in the program aired on television through two forms of domination and domination star format incorporating elements of success which consists of conflict, duration, power, consistency, energy, timing and trends. Preaching through the soap opera is one of the opportunities for Muslims but to note the active involvement of various stakeholders, especially producers and audiences. Manufacturers have to be creative to make soap opera quality propaganda and Muslims also have to be willing to watch the result of the creativity of making da'wa soap operas.

Keywords:
Da'wa, Soap opera

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdakwah itu tidak hanya terbatas pada perbuatan-perbuatan tertentu seperti: ceramah agama, khutbah atau pengajian saja, tetapi meliputi seluruh kegiatan yang dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada orang lain untuk berbuat kebajikan dan memperlihatkan syiar Islam.¹ Perluasan cakupan dakwah ini menunjukkan bahwa dakwah itu merupakan kewajiban individual umat Islam. Faktanya tidak semua orang bisa berdakwah dengan ceramah, khutbah dan pengajian ini memerlukan keterampilan khusus dan ditopang dengan berbagai ilmu bantu demi tegaknya pelaksanaan dakwah.²

Dakwah saat ini di hadapkan pada berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks. Hal ini seiring dengan perkembangan masyarakat yang semakin maju sehingga dakwah di hadapkan pada berbagai persoalan sesuai dengan tuntutan dan perkembangan dewasa ini.³

Berdasar pada problematika dakwah tersebut, maka sesungguhnya proses dakwah dalam konteks kekinian tidak hanya diperankan oleh para Kyai, Ustadz dan Muballig saja. Tetapi setiap muslim diharapkan dapat berkontribusi sesuai dengan profesi yang dimilikinya untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah pada masyarakat di sekitarnya.

Dalam suatu aktivitas dakwah tidak dapat dipungkiri bahwa peran teknologi ikut serta dalam penyampain dakwah, untuk mempermudah proses dakwah, tehnologi juga sangat diperlukan keberadaanya. Peran teknologi itu bisa berupa kemudahan-kemudahan dan efektifitas serta efisiensi yang diberikan pada saat penyampaian dakwah tersebut. Secara tidak langsung peran media menjadi jarum suntik yang menusuk kulit, begitu cepatnya menerobos lapangan masyarakat.

Media audio visual khususnya televisi mampu menembus tembok-tembok justru dengan gambar dan suara. Apa lagi yang ditemukannya sistem satelit relay, maka televisi mampu

memindahkan gambar dari satu Benua ke Benua lain di permukaan bumi ini. Dengan fasilitas seperti itu, televisi menjadi media elektronik yang difavoritkan oleh banyak pihak dalam dunia hiburan, pendidikan, iklan produk dan lain sebagainya.

Dengan fasilitas gambar dan suara televisi sangat bermanfaat dalam penyampaian materi-materi dakwah. Pemirsa pun dapat melihat bagaimana da'i menyampaikan ceramahnya kepada Mad'u, bagaimana gerak-geriknya, intonasinya, mimik, wajahnya dan sebagainya secara langsung atau tidak langsung.

Melalui televisi dakwah bermakna beragam sesuai dengan aneka ragam kehidupan masyarakat, dakwah dengan seni, dengan ilmu, dengan teknologi dan kegiatan ekonomi, pendidikan serta budaya dan sebagainya.⁴

Sinetron sangat erat keterkaitannya dengan televisi, karena sinetron di tayangkan melalui televisi dengan berbagai proses yang sistematis dan editing yang tepat sehingga dapat menayangkan kepada pemirsa berbagai judul yang ada khususnya sinetron Islami. Film atau sinetron dalam media dakwah mendapat respon yang sangat positif dari berbagai kalangan di masyarakat. Dakwah melalui film/sinetron lebih komunikatif sebab materi dakwah di proyeksikan dalam suatu skenario sinetron yang memikat dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.⁵

Oleh karena itu sinetron yang baik adalah cerita yang diambil dari kehidupan sosial masyarakat umum sesuai dengan kenyataan yang ada tidak dibuat-buat atau ditambahkan serta menampilkan bahan edukatif yang baik bagi pemirsa.

Dewasa ini, pemanfaatan sinetron sebagai media dakwah sangat berkembang pesat terbukti dengan kemunculannya berbagai judul sinetron yang berlatarkan Islam, seperti: Ayat-ayat Cinta, Ketika Cinta Bertasbih, Wanita berkalung Surban, Kiamat Sudah Dekat, Emak Ijah Ingin Naik Haji, dan lain sebagainya.

Sinetron memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia, dalam suatu proses menonton terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi sosilogis. Ketika proses decoding terjadi, para penonton kerap menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dalam salah seorang pemeran sinetron. Penonton bukan hanya dapat memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemain, lebih dari itu, mereka juga seolah-olah mengalami sendiri adegan-adegan dalam sinetron tersebut. Pesan-pesan yang termuat dalam adegan-adegan sinetron akan membebaskan di jiwa para penonton. Dengan demikian sinetron dapat menjadi peluang yang baik bagi pelaku dakwah ketika sinetron memiliki pesan moral yang bermanfaat bagi pemirsa untuk kebahagiaan dan keselamatan di dunia dan di akhirat.

Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang pemikiran sebelumnya maka masalah utama dalam makalah ini adalah bagaimana berdakwah melalui sinetron dari masalah pokok tersebut lahir sub masalah sebagai berikut: Pertama, apa pengertian dan tujuan sinetron. Kedua, bagaimana

sebuah program sinetron dapat berhasil. Ketiga, bagaimana peluang dan tantangan sinetron sebagai media dakwah.

PEMBAHASAN

Pengertian dan tujuan sinetron

Acara televisi yang paling disukai pemirsa adalah sinetron, sudah menjadi pengetahuan bersama bahwa sinetron dan iklan menjadi suatu andalan para pemilik stasiun televisi untuk menjangkau pemirsanya. Untuk lebih jelasnya akan dikemukakan pengertian dan tujuan sinetron. Adapun kata sinetron dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah film atau pertunjukkan sandiwara (drama) yang dibuat khusus untuk penayangan di media elektronik khususnya televisi.⁶ Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta budaya yang merupakan media komunikasi massa yang dapat dipandang dan didengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada vita video melalui proses elektronik yang ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi.⁷ Adapun pengertian sinetron menurut Darwanto Sastro Subroto adalah sekumpulan konflik-konflik yang disusun menjadi suatu bangunan cerita yang dituntut untuk dapat menganalisa gejolak batin, emosi dan pikiran pemirsa yang ditayangkan ditelevisi.⁸ Selanjutnya pengertian sinetron yang tidak jauh berbeda dengan pengertian tersebut diatas yaitu suatu karya seni budaya seseorang berupa cerita-cerita kehidupan yang dapat dilihat dan didengar karena sinetron ditayangkan di media massa yakni televisi.⁹

Adapun ciri khas sinetron yaitu berbentuk narasi berjangka waktu panjang, lokasi utamanya bertempat disuatu tempat yang mudah diidentifikasi disitulah tokoh-tokoh sinetron melakukan perannya, tema menonjolkan hubungan interpersonal misalnya perkawinan, perceraian, putus hubungan, aksi balas dendam.¹⁰

Tujuan sinetron, seperti halnya dengan media massa lainnya sinetron pada intinya mempunyai tujuan tertentu dalam penyampainnya, diantaranya yaitu, bertujuan untuk memberikan pendidikan dan hiburan. Untuk lebih jelasnya dipaparkan sebagai berikut:

Tujuan pendidikan. Sebagai media komunikasi massa, sinetron menjadi salah satu sarana atau media pendidikan. Pendidikan disini disampaikan melalui pesan-pesan yang terkandung dalam tiap alur cerita dari satu episode ke episode lain. Sebagaimana dikatakan oleh Wawan Kuswandi bahwa paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk untuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya masyarakat setempat. Otomatis isi pesan yang terungkap secara simbolis dalam paket sinetron, berwujud kritik sosial dan kontrol sosial terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di dalam masyarakat. Untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan maka ada dua hal yang harus diperhatikan oleh kru televisi dalam membuat paket sinetron yaitu, a. terdapat permasalahan sosial dalam citra sinetron yang mewakili realitas sosial dalam masyarakat, b. menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam sinetron secara positif dan responsive.¹¹

Sebagai media hiburan sinetron bukan hanya diperuntukkan bagi orang dewasa saja melainkan setiap golongan yang membutuhkannya tidak terkecuali para remaja dan anak-anak. Oleh karena itu, maka nilai hiburan ini sangat penting untuk disisipkan dalam tayangan sinetron. Dengan menyampaikan pesan-pesan yang menghibur, maka sebuah sinetron akan menjadi semakin menarik dan tidak membuat pemirsa menjadi cepat bosan dalam menyaksikan alur cerita yang ada dalam tiap-tiap episodenya, mengingat seringkali banyaknya episode yang ditayangkan dalam sebuah sinetron untuk mencapai tujuan hiburan yang diinginkan, maka karakter tokoh dalam sinetron harus juga jelas, sehingga saat diekspresikan akan menjadi menarik dan tidak membosankan. Hal ini terbukti dengan munculnya pengidentikan Rano Karno dengan Doel, HIM Damsyik dengan Datuk Maringgik, Dedi Mizwar dengan Mat Angin, Didi Petet dengan Kabayan dan Emon, Anjasmara dengan Encep ini menunjukkan bahwa karakter yang diperankan benar-benar tampil wajar dan alami. Dan bentuk konkrit dari tujuan hiburan dari sinetron ini adalah ceritanya mampu membuat penonton tersenyum, tertawa, terharu, bahkan menangis karena terbawa oleh alur cerita yang disajikan.¹²

Melalui cerita yang mampu mempesona penonton itulah yang diharapkan dapat mempengaruhi penonton untuk mengikuti ajakan dakwah yang disampaikan melalui sinetron.

Keberhasilan suatu program sinetron

Menurut Vane-Gross dalam bukunya 'Programming for TV, Radio and Cable' bahwa setiap program yang ditayangkan di stasiun televisi memiliki dua bentuk yaitu dominasi format dan dominasi bintang.¹³ Selanjutnya akan dibahas kedua bentuk program tersebut.

Dominasi format, dalam dominasi format (format-dominant) ini, konsep acara merupakan kunci keberhasilan program. Pemain dipilih untuk memenuhi persyaratan dan inti cerita yang hendak di bangun. Sebagaimana dikatakan oleh Vane-Gross bahwa konsep dari suatu pertunjukkan adalah kunci keberhasilan, pemain dipilih untuk memenuhi persyaratan dari inti ide cerita.

Salah satu contoh klasik dominasi format menurut Vane-Gross adalah film seri 'The Six Million Dollar Man' yang ditayangkan pada akhir tahun 1970-an dan ketika itu dinilai memiliki konsep cerita yang bagus. Film seri ini dibuat berdasarkan cerita khayalan tentang seorang astronot yang mengalami kecelakaan dan menderita luka parah, kemudian kondisi fisiknya diperbaiki kembali dengan teknologi elektromekanik berkekuatan atom yang memungkinkan si astronot menjadi manusia super. Cerita kemudian dikembangkan dengan lebih menekankan pada daya tarik fisik sebagai hasil teknologi elektromekanik itu dari pada karakter pemainnya. Karena pemain yang dibutuhkan harus mewakili citra astronot yang tampan dan atletis yang dimainkan oleh Lee Majors.¹⁴ Dewasa ini, program televisi yang mengandalkan kekuatan pada dominasi format sudah sangat banyak. Program reality show banyak yang mengandalkan konsep

ini. Para pemain pendukung program bukan artis terkenal namun orang biasa bahkan orang miskin. Misalnya, program yang memberi kesempatan kepada orang miskin untuk menerima sejumlah pemberian (biasanya uang) untuk dihabiskan dalam waktu yang telah ditentukan atau dijadikan modal sehingga orang tersebut berhasil.¹⁵

Dominasi bintang (*star-dominant*). Dalam ungkapan Vane-Gross dikatakan '*The Star is the Key Ingredient, a Format is Designed Around the Skill of the Lead Performer*' (pemain adalah unsur kunci format program dirancang berdasarkan keahlian pemain utamanya).¹⁶ Dengan demikian, pemain atau bintang merupakan unsur utama yang ditonjolkan. Format cerita dirancang atau dipersiapkan berdasarkan kemampuan, kepribadian (*personalities*) dan daya tarik bintang utama. Drama yang menonjolkan kemampuan pemainnya untuk berekting atau memasang bintang-bintang terkenal menjadi faktor utama yang menarik banyak audiens. Kekuatan program berdasar dominasi bintang adalah program itu dapat secara otomatis membentuk daya tariknya sendiri. Jika orang sudah kenal pemainnya maka audiens sudah dapat memperkirakan apa yang akan didapatkannya dalam acara itu, namun sebaliknya jika acara yang mengandalkan popularitas pemain atau bintang ini mulai ditinggalkan penontonnya atau si bintang tidak ingin melanjutkan kontraknya dalam acara itu, maka tidak ada cara lain untuk menyelamatkan acara tersebut karena tidak dapat diganti dengan orang lain sementara nama acaranya masih tetap menggunakan judul semula.¹⁷

Dominasi format dan dominasi bintang terkadang menjadi hal yang tidak saling bersesuaian satu dengan yang lainnya. Pemain atau bintang film yang sangat terkenal atau sangat berbakat belum tentu berhasil untuk program yang mengutamakan dominasi format. Banyak bintang film yang berhasil di layar lebar justru gagal total pada layar televisi yang disebabkan bintang terkenal itu dinilai tidak cocok dengan format yang sudah ditetapkan atau mereka tidak cocok untuk tampil di televisi. Contoh untuk ini adalah Bill-Cosby yang menjadi pemeran utama drama seri '*Your Bet your Live*' pada saat peluncuran drama ini dibeli oleh lebih dari dua ratus stasiun televisi di Amerika. Stasiun televisi yakin bahwa drama ini akan sukses karena dibintangi oleh Bill-Cosby yang telah sangat sukses dengan acara Bill-Cosby shownya. Namun acara ini ternyata gagal dan hanya mampu tayang di televisi Amerika, untuk periode satu musim saja.¹⁸ Berdasar pengalaman tersebut dan bintang terkenal lainnya yang pernah mengalami kegagalan, maka beberapa pengelola stasiun televisi Amerika kemudian menjadikan dominasi format sebagai prioritas. Sebagaimana dikatakan oleh Greg Meidll, bahwa format: pertama, bintang kedua. Anda dapat memiliki bintang besar yang terbukti bagus, namun anda betul-betul harus memiliki format yang bagus.¹⁹

Elemen keberhasilan. Programmer harus menentukan hal apa yang akan digunakan sebagai senjata untuk menarik perhatian audiens. Kesulitan utama bagi pengelola program adalah memastikan apakah suatu program akan sukses jika ditayangkan. Hingga saat ini belum ada 'senjata' yang dapat digunakan untuk memperkirakan apakah suatu

program yang dibuat akan sukses pada saat penayangannya. Namun demikian ada beberapa kualitas tertentu yang harus dimiliki suatu acara agar dapat berhasil. Memiliki kualitas ini tidak menjamin bahwa program itu akan berhasil namun mengabaikannya hampir pasti akan menjadi kegagalan dari suatu program. Tentu saja hal ini tidak sesederhana memasukkan masing-masing elemen kualitas itu ke dalam program yang kemudian program itu pasti berhasil. Hal ini harus dilengkapi dengan keterampilan dan seni tertentu yang dapat menggabungkan semua elemen itu. Namun demikian semua program yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup: konflik, durasi, kesukaan, konsisten, energy, timing, tren.²⁰

Konflik adalah salah satu elemen yang paling penting dalam keberhasilan program yakni adanya benturan kepentingan atau benturan karakter diantara tokoh-tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik, kecil kemungkinan program itu akan menahan perhatian audiens. Penulis cerita yang bagus harus memiliki kemampuan untuk menciptakan tokoh-tokoh (pemain) dengan karakter individu yang tajam, mereka bertemu pada suatu tempat sehingga menimbulkan konflik. Contoh, program drama komedi Bajaj Bajuri di Trans TV yang cukup populer di Indonesia. Drama komedi ini memiliki sejumlah tokoh yang masing-masing memiliki karakter yang berbeda-beda. Konflik yang ditimbulkan para pemainnya menimbulkan kelucuan.

Durasi, programmer sebaiknya tidak membuat satu program yang hanya satu kali tayang. Suatu program yang paling berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin. Untuk mempertahankan selama mungkin suatu program adalah tidak boleh kehabisan ide cerita. Hal ini ditentukan oleh penulis ceritanya yang mampu menjalin cerita menggabungkan tiga tema (ide) dasar yaitu seks, uang dan kekuasaan.²¹

Kesukaan, sebagian audiens memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai yaitu orang yang mampu membuat audiens merasa nyaman yakni orang-orang yang memiliki kepribadian yang hangat, suka menghibur sekaligus sensitif dan perama.²²

Konsisten, suatu program yang harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain yang dibawanya sejak awal. Para penulis cerita, sutradar, dan pemain haruslah bertahan pada tema atau karakternya sejak awal. Tidak boleh terjadi pembelokan atau penyimpangan tema atau karakter di tengah jalan. Yang akan membuat audiens bingung dan pada akhirnya meninggalkan program itu. Resiko kehilangan audiens dapat terjadi jika menyelipkan acara lain pada saat jam tayang acara utama. Dalam hal ini programmer yang pada mulanya ingin memperluas pangsa audiensnya justru mendapatkan sebaliknya. Yakni audiens baru tidak datang dan audiens lama akan meninggalkan program itu.²³

Energy, setiap program harus memiliki energy yang mampu menahan audiens untuk mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal lain. Suatu program yang memiliki energy harus memiliki tiga hal yaitu, 1. Kecepatan cerita, 2. Daya tarik (*excitement*), 3. Gambar yang kuat. Setiap program harus memiliki kecepatan dalam bercerita yakni audiens tidak boleh dibiarkan bingung atau tidak tau arah cerita suatu program pada hal sudah 25%

waktu tayang yang dilewati. Demikian pula daya tarik audiens terhadap cerita yang dibangun agar setiap cerita harus memancing rasa ingin tahu audiens setiap saat. Tanggung jawab untuk menciptakan energy program terletak pada tiga pihak yaitu, penulis cerita, sutradara dan pemain. Penulis cerita harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan dialog dan menyusun adegan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan ketegangan yang terus meningkat hingga akhir cerita. Demikian pula sutradara harus mampu mengarahkan pemain sesuai dengan cerita dan memilih gambar yang mampu membangkitkan kepuasan penonton. Tidak kalah pentingnya adalah pemain harus mampu melakukan peran mereka sebaik-baiknya. Aktor yang terbaik adalah mereka yang mampu membuat setiap adegan menjadi menarik.

Timing (waktu penayangan), programmer dalam memilih suatu program siaran harus mempertimbangkan waktu penayangan yaitu apakah program tersebut sudah sesuai dengan zamannya. Setiap program memiliki cerita yang mencerminkan nilai-nilai social yang hidup dan di terima oleh masyarakat saat itu, jika suatu program tidak sesuai dengan nilai-nilai itu maka besar kemungkinan program tidak akan berhasil malah ditolak oleh masyarakat.²⁴

Tren, seorang programmer dalam memilih program harus memiliki keasadaran terhadap hal-hal yang tengah digandrungi (*tren*) di tengah masyarakat. Program yang sejalan dengan tren yang berkembang akan lebih menjamin keberhasilan dan sebaliknya program yang tidak seirama dengan tren besar kemungkinan akan gagal.

Di Indonesia contoh program televisi produksi berdasarkan tren ini, salah satunya adalah sinetron religious yang membawa keberhasilan stasiun televisi TPI dalam menayangkan sinetron rahasia Ilahi pada awal tahun 2005, pada bagian penutupnya dimunculkan ulama yang menyampaikan pesan moral. Keberhasilan Rahasia Ilahi mendorong berbagai stasiun televisi lainnya untuk memproduksi sinetron dengan tema yang sama.²⁵

Perlu diingat bahwa setiap tren program televisi diketahui tentu saja mengalami masa puncaknya dan masa menurunnya untuk menentukan kapan suatu tren sudah melewati titik puncaknya dan tengah mengalami penurunan merupakan salah satu hal yang sangat sulit ditentukan oleh programmer.

Vane-Gross menyatakan petunjuk yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu program telah melewati masa puncaknya adalah dengan mendengarkan pandangan kelompok audiens anak muda. Ini dapat dijadikan patokan karena selera mereka yang mudah berubah-ubah dan gampang jenuh dengan suatu acara, dari segi jumlah, kelompok audiens anak muda adalah yang paling besar.²⁶ Dengan demikian jika terdapat petunjuk bahwa audiens anak muda berpaling dari satu program dengan tema-tema yang meniru program sukses maka rencana untuk membuat program tiruan lainnya sebaiknya dibatalkan.

Peluang dan tantangan sinetron sebagai media dakwah

Salah satu acara di televisi yang beberapa waktu lalu menarik perhatian para pemirsanya adalah tayangan-tayangan sinetron yang bernafaskan mistis religious. Penayangan bentuk sinetron yang bernafaskan mistis religious tersebut diawali oleh sinetron *Rahasia Illahi* (TPI) yang ide ceritanya lebih banyak diadopsi dari *Majalah Hidayah*. Kemudian berturut-turut muncul sinetron sejenis lain seperti *KehendakMU* (TPI), *Taqdir Illahi* (TPI), *Di Balik Kuasa Illahi* (Indosiar), *Hanya Tuhan Yang Tahu* (Indosiar), *Titipan Illahi* (Indosiar), *Astaghfirullah* (SCTV), *Kuasa Illahi* (SCTV), *Hidayah* (TV 7), *Tuhan Ada Dimana-mana* (RCTI), *Insyaf* (Trans TV), *Adzab Illahi* (Lativi), dan masih ada sinetron-sinetron sejenis lainnya.

Maraknya tayangan beberapa sinetron mistis religious yang menempati primetime dan sekaligus menempati rating tertinggi tersebut sebelumnya telah dimulai dengan munculnya beberapa acara reality show tentang kisah-kisah mistis pula yang dikemas sedemikian rupa, yang dapat mengaduk-aduk perasaan takut dan penasaran bagi pemirsa. Acara-acara itu seperti *Dunia Lain/ Uji Nyali* (Trans TV), *Uka-Uka* (TPI), *Ihh Seremm* (TPI), *Ekspedisi Alam Ghaib/ Penampakan* (TV 7), *Pemburu Hantu* (Lativi), *Percaya Nggak Percaya* (ANTV), *Di Balik Pesugihan* (ANTV), dan lain-lain.

Paparan di atas menunjukkan bahwa cerita-cerita mistis yang dibungkus dengan berbagai kemasan tersebut masih laku dijual. Yang lebih menarik lagi bahwa tayangan-tayangan mistis ini dikemas dengan menggunakan pendekatan religious. Mulai dari reality show tentang kisah-kisah mistis sampai munculnya sinetron-sinetron tersebut juga dikemas dengan menggunakan pendekatan religious. Dalam tayangan reality show mistik sering dihadirkan paranormal yang berpenampilan spiritualis dan mampu menaklukkan makhluk ghaib dengan menggunakan do'a-do'a agama. Demikian juga dalam sinetron mistik, kalau dilihat dari judul-judul sinetron tersebut secara eksplisit justru menunjukkan sebuah "sinetron religious", termasuk dalam tayangan di dalamnya juga sering memunculkan simbol-simbol keagamaan, seperti bacaan Al-Qur'an, praktek keagamaan, kostum muslim dan muslimah, setting masjid dan musholla, dan lain-lain. Persoalannya bagaimana sinetron-sinetron itu kalau dipandang dari perpektif dakwah ?

Di kalangan akademisi dakwah, munculnya tayangan sinetron mistis yang dikemas dengan menggunakan simbol-simbol keagamaan tersebut memang masih menjadi persoalan, apakah sinetron tersebut dapat disebut sebagai sinetron dakwah atau tidak.²⁷

Bahkan sineas dan aktor kawakan "Deddy Mizwar", menyayangkan maraknya sinetron yang bertema mistis dengan bumbu religious tersebut. Sinetron yang bertema religious seharusnya tidak mengeksploitasi hal-hal yang bersifat mistis mengenai jin dan setan. Ia menilai yang terjadi saat ini, sebenarnya tema sinetron belum bergeser secara signifikan dari tema mistis ke religious. Menurutnya "Sekarang ini banyak sinetron yang katanya sinetron religious, tapi sebetulnya bukan. Sinetron semacam itu, hanya akan menjadi sosialisasi yang menyesatkan, karena agama bukan mistis melulu. Meskipun ada unsur mistisnya, tapi mengenai hal-hal yang ghaib, hanya Allahyangtahu,"

Mengenai kehadiran ustad dan ayat-ayat Al-Qur`an dalam sinetron semacam Rahasia Ilahi, Taqdir Ilahi, dan Allah Maha Besar, ia berpendapat bahwa unsur tersebut hanya sekedar "bumbu". Hanya pengembangan dari tema-tema mistis sebelumnya, dengan ditambah ayat-ayat dan ustad, tapi tetap dalam tema mistis. Dua unsur itu (ayat dan ustadz) kecil sekali porsinya, jadi masalahnya bukan pada ayat dan ustadnya. Apa yang disampaikan ustad tentang ayat adalah benar, tapi dia tidak memiliki ruang untuk menyampaikan ayat itu secara jelas,"

Menurutnya, sinetron yang diproduksi "Lorong Waktu, Kiamat Sudah Dekat dan Para Pencari Tuhan" yang pernah ditayangkan di SCTV berbeda dengan sinetron "mistis-religius". Dalam film atau sinetron produksinya ia lebih berbicara tentang manusia yang "nyata" dengan segala permasalahannya, dan bukan tentang makhluk halus. Deddy menyimpulkan bahwa fenomena maraknya sinetron mistis-religius, terjadi akibat adanya tarik menarik antara budaya dan agama. Selanjutnya dikatakan bahwa sinetron bisa jadi tontonan dan tuntunan tergantung dari produser.²⁸

Menurut Kang Jalal panggilan akrab Jalaluddin Rahmat pembuatan sinetron atau film religious sebenarnya tidak harus banyak menampilkan simbol-simbol keagamaan (Islam) secara vulgar. Mulai dari alur cerita, adegan, setting, kostum dan lain sebagainya tidak harus menampakkan formalitas keagamaan (khas Islam), seperti menampakkan ritual Islam (wudlu, adzan, sholat, membaca Al-Qur'an, dll). Setting dan kostumnya tidak harus di masjid dan musholla, yang kostumnya memakai pakaian muslim dan muslimah (peci, koko, jilbab, dll). Demikian juga, di film atau sinetron dakwah tidak harus menampakkan adegan mengusir kekuatan ghaib dengan membaca ayat-ayat suci Al-Qur'an dan lain-lain. Justru, salah satu kelemahan film atau sinetron dakwah yang lebih banyak menampilkan simbol-simbol keislaman kurang dapat menyentuh orang-orang non-muslim. Orang non muslim mungkin dengan melihat judul dan tampilannya yang "Islamic Centris", malah membuat mereka tidak tertarik dan enggan menontonnya. Namun demikian, menurutnya film atau sinetron dakwah harus lebih banyak mengangkat tema-tema atau nilai universal, seperti keadilan, penentangan terhadap penindasan, concern terhadap derita kemanusiaan, perhatian terhadap orang-orang yang terpinggirkan, dan lain sebagainya. Menurutnya, yang terpenting dari film atau sinetron dakwah adalah mampu mengubah akhlaq masyarakat menuju ahklak yang Islami.

Terlepas dari kontroversi mengenai tayangan-tayangan sinetron mistis religious tersebut, yang jelas umat Islam patut bersyukur bahwa dengan maraknya sinetron yang membawa simbol-simbol ke-Islaman tersebut dapat memberikan alternatif hiburan dan mudah-mudahan sekaligus sebagai pelajaran yang baik bagi penontonnya. Segmentasi penonton televisi memang bermacam-macam, baik dari strata pendidikan, sosial, ekonomi dan agama. Ada segmen masyarakat yang dapat berubah menuju kebaikan karena tayangan sinetron itu, dan ada yang tidak. Atau mungkin ada yang kontra produktif karena adanya tayangan itu. Namun terlepas dari itu semua, maraknya sinetron mistis religious ini dalam "dunia dakwah" melalui media televisi merupakan perkembangan yang luar biasa. Karena biasanya acara-acara yang

bernuansa keagamaan termasuk sinetron, keagamaan hanya muncul pada waktu-waktu tertentu (Ex. Ramadhan), dan di hari-hari biasa tidak pernah menempati prime time. Ke depan, hanya bagaimana sinetron-sinetron yang bernuansa religious ini dapat dikemas menjadi tayangan yang lebih bermakna, tidak hanya sisi mistiknya yang ditonjolkan.

Menurut Kang Jalal bahwa minat untuk berdakwah sebenarnya sudah merambah ke para sineas dan para seniman muslim. Tetapi mereka sering kesulitan dana, karena belum banyak produser yang tertarik untuk memproduksi film-film dan sinetron dakwah. Ketidaktertarikannya ini menurut mereka disebabkan karena film dan sinetron dakwah secara komersial tidak menguntungkan, karena tidak banyak menjangkau iklan. Menurut survey SRI (*Survey Research Indonesia*) film dan sinetron dakwah tidak banyak penontonnya. Sehingga hal ini juga yang menyebabkan nilai jual iklan pada acara atau program dakwah rendah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka diperlukan keterlibatan aktif dari berbagai pihak, khususnya produser dan penonton. Produser harus lebih kreatif untuk membuat film dan sinetron dakwah yang bermutu, sementara umat Islam juga harus mau menonton hasil dari kreatifitas pembuatan film dan sinetron dakwah tersebut. Sehingga pemasang iklan tertarik untuk memasang iklannya di film dan sinetron dakwah, dan tidak ada alasan lagi dari para produser untuk mengatakan film dan sinetron dakwah tidak menguntungkan.²⁹

Disinilah terlihat bahwa sebenarnya umat Islam sebagai pemirsa televisi juga mempunyai andil, kenapa siaran dakwah di televisi tidak mempunyai ranting yang bagus, yang dapat mengakibatkan penempatan jam tayang siaran dakwah tidak pada jam unggulan. Muncul ironi disini, disatu sisi umat Islam menuntut agar tayangan yang berbau seks, pornografi, pornoaksi, sadisme dan mistisisme dikurangi, tetapi di sisi lain umat Islam juga tidak mau menonton siaran dakwah. Hal ini beralasan karena acara dakwah di televisi jam tayangnya kurang tepat, atau mungkin juga dikarenakan format siaran dakwahnya yang tidak menarik bagi penonton. Demikian juga sering terjadi tuntutan kepada para produser film, agar film yang dibuat tidak hanya berkisar pada tema-tema percintaan, balas dendam, mistis dan film-film yang berbau pornografi. Tetapi ketika para sineas yang mempunyai kepedulian terhadap permasalahan umat membuat film-film yang bernuansakan dakwah, umat Islam justru tidak mau menonton film itu. Sehingga yang terjadi kerugian besar dialami oleh para produser ini. Oleh karena itu kepedulian terhadap film dan sinetron dakwah harus dimunculkan dari semua pihak, baik produser, penonton, pemilik stasiun televisi, pemasang iklan, dan lain sebagainya. Sehingga dengan demikian, akan bermunculan film dan sinetron dakwah yang berkualitas, yang dapat membawa masyarakat menuju kebaikan, sekaligus laku dan laris terjual.

SIMPULAN

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, sinetron adalah film berseri yang dibuat khusus untuk penayangannya di media elektronik yaitu televisi yang bertujuan untuk memberi hiburan kepada masyarakat dalam bentuk pesan-pesan yang terkandung dalam tiap alur cerita dari episode ke episode lain. Kedua, untuk memperoleh

keberhasilan dalam program penayangan di televisi melalui dua bentuk yaitu dominasi format dan dominasi bintang yang dilengkapi dengan elemen keberhasilan yang terdiri dari konflik, durasi, kekuasaan, konsistensi, energy, timing dan tren. Semua elemen ini dimasukkan dalam satu program dengan keterampilan khusus dan seni tertentu untuk dapat menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Tiga, berdakwah melalui sinetron adalah salah satu peluang bagi umat Islam namun perlu diperhatikan keterlibatan aktif dari berbagai pihak khususnya produsen dan penonton. Produsen harus lebih kreatif untuk membuat sinetron dakwah yang bermutu dan umat Islam juga harus mau menonton hasil dari kreatifitas pembuatan sinetron dakwah tersebut.

Endnote

- ¹ Lihat Nur, *Dinamika dan Akhlak Dakwah*, Cet. I ; Bandung: PT. Bina Ilmu. 1981, h. 7-8
- ² Lihat, Jafar, *Konsep Ibadah dan Dakwah dalam Alquran Mengungkap Peran Ibadah sebagai Materi Media Dakwah*, Cet. I ; Yogyakarta: Cakrawala. 2009, h. 119
- ³ Lihat, Basir, *Wacana Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006, h. 3
- ⁴ Lihat, Gazali, *Dakwah Komunikatif* Jakarta; Pedoman Ilmu Jaya. 1997, h. 41
- ⁵ *Ibid.*, h. 39
- ⁶ Lihat, Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. 2. Cet. 3 ; Jakarta: Balai Pustaka, 1994, h. 944
- ⁷ <http://id.shvoong.com/humanities/film-and-theater-studies/2204068.pengertian-sinetron/#ixzzloy6RTep>. Diakses pada tanggal 14 April 2012
- ⁸ *Ibid.*,
- ⁹ *Ibid.*,
- ¹⁰ <http://id.shvoong.com/humanities/film-and-theater-studies/2280395-pengertian-sinetron/#ixzz1t4K1qru9>. Diakses pada tanggal 06 April 2012
- ¹¹ <http://sinetron.sebagai.media.dakwah/tujuan.sinetron.htm>. diakses pada tanggal 14 April 2012
- ¹² *Ibid.*,
- ¹³ Vane, Lynne S. Gross, *Programming for TV, Radio and Cable* Focal Press, Boston, London, 1994, h. 95
- ¹⁴ Morisson, *Manajemen Media Pengajaran: strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2008, h. 322
- ¹⁵ *Ibid.*,
- ¹⁶ *Ibid.*,
- ¹⁷ *Ibid.*, h. 323
- ¹⁸ *Ibid.*,
- ¹⁹ Edwin, Op., *Cit.* h. 98
- ²⁰ Morisson, *Op., Cit.* h. 324
- ²¹ *Ibid.*, h. 326
- ²² *Ibid.*,
- ²³ *Ibid.*, h. 329
- ²⁴ *Ibid.*, h. 331
- ²⁵ *Ibid.*, h. 335

²⁶ Ibid.,h. 336

²⁷ File:///dakwah%20melalui%20sinetron/dakwah-melalui-sinetron.html

²⁸ Ibid.,

²⁹ Ibid.,

DAFTAR PUSTAKA

Nur, Farid Ma'ruf. *Dinamika dan Akhlak Dakwah*, Cet. I; Bandung: PT. Bina Ilmu, 1981.

Jafar, Iftitah. *Konsep Ibadah dan Dakwah dalam Alquran Mengungkap Peran Ibadah sebagai Materi Media Dakwah*, Cet. I; Yogyakarta: Cakrawala, 2009.

Basir, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.

Gazali, Bahri. *Dakwah Komunikatif*, Jakarta; Pedoman Ilmu Jaya, 1997.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. 2. Cet. 3 ; Jakarta: Balai Pustaka, 1994.

<http://id.shvoong.com/humanities/film-and-theater-studies/2204068.pengertian-sinetron/#ixzzloy6RTep>. Diakses pada tanggal 14 April, 2012.

<http://sinetron.sebagai.media.dakwah/tujuan.sinetron.htm>. diakses pada tanggal 14 April, 2012.

Vane, Edwin T. Lynne S. Gross, *Programming for TV, Radio and Cable*, Focal Press, Boston, London, 1994.

Morisson, *Manajemen Media Pengajaran: strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2008.

File:///dakwah %20 melalui %20 sinetron/ dakwah-melalui-sinetron. html