

KETERBUKAAN DAKWAHTAINMENT SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Oleh : Nur Ahmad

Dosen Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus

Abstrak

Selama periode reformasi dan demokrasi, Indonesia mengalami keterbukaan dibidang media, bahkan sebagian berargumentasi sudah sampai pada tahap “Kebablasan” kebebasan. Salah satu produk dari transformasi ini adalah bertaburannya program-program dakwahtainment ini yang pada hakekatnya menggabungkan antara “Tuntunan dan Tontonan”, sebagai landasan operasional mereka demi keuntungan melalui komodifikasi agama. Pemanfaatan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat Indonesia terus mengalami perkembangan akan eksistensinya sebagai konsekuensi modernisasi zaman. Dakwahtainment sebagai model dakwah di televisi merupakan salah satu warna dari perkembangan media dakwah melalui pemanfaatan teknologi.

Sebagai salah satu metode dakwah yang cukup strategis, dakwahtainment sangat membantu dalam proses proses pembangunan spiritual sebagian kalangan masyarakat kita. Sebuah hal yang dilematis dari program dakwahtainment ketika kemasakan dari metode dakwah dengan entertainment ini kerap mengundang persepsi masyarakat yang tanpa disadari mengkerdikan nilai-nilai agama Islam.

Kata Kunci : *Dakwahtainment, Teknologi, Perspektif Islam*

A. Pendahuluan

Keunggulan teknologi industri telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadisebelumnya, sehinggamampumenghasilkanalat-alatinformasi, komunikasi dan transportasi sedemikian mudahnya dan dalam waktu yang singkat. Tak mengherankan kalau dunia entertainment berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara live atau recorded, cetak atau elektronik.

Fenomena dakwahtainment sebagai media dakwah saat ini, banyak elemen yang terlibat di dalamnya justru mengikis moral masyarakat karena minimnya tauladan yang diperankan oleh individu yang terlibat di dalamnya serta tidak terpenuhinya esensi materi dakwah yang ingin disampaikan da'i pada mad'u yang disebabkan banyaknya faktor yang bersifat materialistis dan kapitalis sebagai budaya pertelevisian, radio maupun di media elektronik lainnya yang terdapat di Indonesia saat ini.

Kebutuhan masyarakat untuk terpenuhinya aspek penguatan spiritual telah memicu berbagai inovasi terkait metode dakwah yang paling efektif dan mampu menjawab kebutuhan pasar. Sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya, telah sangat akrab dengan beberapa tema acara pengajian yang banyak dijumpai di beberapa stasiun televisi baik negeri maupun swasta yang mengusung beragam tema bernuansa agama dalam bingkai dakwah yang bersifat satu arah maupun dakwah interaktif.

Dakwah berusaha untuk membimbing umatnya agar kesadaran keagamaannya tumbuh dalam melaksanakan ajaran agama dengan cara yang lebih bijaksana sehingga memberikan dampak yang konstruktif bagi kehidupan masyarakat luas. Termasuk dalam hal ini adalah dengan menggunakan metode dakwahtainment sebagai media dakwahnya. Bila dakwah kita dikelola dengan secara profesional maka akan memberikan nuansa keagamaan serta membentuk pribadi cerdas yang berkarakter positif dan berakhlak yang mulia.

Pada kajian ilmu komunikasi dakwah, penyampaian nilai-nilai keislaman melalui dakwah tersebut dapat disosialisasikan dengan cara bijaksana dan damai, oleh karena itu dakwah islam tepat bila dilakukan dengan cara melalui media karena kalau kita masih menggunakan dakwah darai mimbar ke mimbar akan sangat sulit dan kemajuan atau perkembangan islam juga terbatas. Menurut Bambang Ma'arif dalam buku Komunikasi Dakwah mengatakan, bahwa pesan-pesan dakwah juga bisa dilakukan dengan berbagai media diantaranya adalah menggunakan media bantu televisi, radio, media cetak, internet, simbol-simbol dan lambing sebab manusia adalah makhluk bersimbol (Ma'arif, 2:2010).

Pemanfaatan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat Indonesia terus mengalami perkembangan akan eksistensinya sebagai konsekuensi modernisasi zaman. Fenomena dakwah melalui media televisi, radio maupun media elektronik lainnya bukanlah hal yang asing lagi dalam dunia komunikasi dan penyiaran islam. Kebutuhan masyarakat untuk terpenuhinya aspek penguatan spiritual telah memicu berbagai

inovasi terkait metode dakwah yang paling efektif dan mampu menjawab kebutuhan pasar. Sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya, telah sangat akrab dengan beberapa tema acara pengajian yang banyak dijumpai di beberapa stasiun televisi baik negeri maupun swasta yang mengusung beragam tema bernuansa agama dalam bingkai dakwah yang bersifat satu arah maupun dakwah interaktif.

Realitas sejarah menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh para juru dakwah telah berperan aktif dalam memasyarakatkan ajaran islam dengan berbagai macam cara. Mereka memperoleh banyak tantangan karena ada pihak-pihak yang tidak senang dengan kehadiran islam. Para penentangannya memandang ajaran islam sebagai ancaman yang dapat menghalangi dirinya untuk melaksanakan agenda hidupnya. Ada tarik menarik dalam hal ini apakah bila islam di dakwahkan melalui media dakwahtainment berdampak positif atau negatif. Terutama bila ajaran dakwah disampaikan secara instan melalui mimbar dakwahtainment yang dikemas melalui media televisi, radio atau seni. Mestinya ada pesan-pesan dakwah yang sangat menarik dan simpatik serta rasional. Dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media lainnya, misalnya melalui pendidikan, diskusi interaktif, seminar, workshop, film dan sinetron. Dakwahtainment sebagai suatu istilah yang lazim digunakan untuk memberi identitas pada bentuk metode dakwah ditelevisi dimana metode dakwah dikemas dalam bentuk hiburan yang diselingi dengan acara seperti humor, drama, nyanyian maupun informasi-informasi yang ringan.

Dakwahtainment saat ini semakin semarak dan selalu menghiasi layar televisi khususnya di pagi hari dan pada bulan Ramadhan. Dakwah yang terkadang diselingi humor tersebut menjadi komoditas masyarakat sehari-hari. Acara yang kerap dikemas dalam model 'curhat' ini menyedot perhatian masyarakat luas. Sebagai salah satu metode dakwah yang cukup strategi sangat membantu dalam proses pembangunan spiritual sebagian kalangan masyarakat kita. Fenomena ini diharapkan akan membawa dampak yang positif bagi perkembangan dunia Islam. Namun, jika ditilik dari misi sesungguhnya dari dakwah gaya televisi itu tentu dihadapkan pada suatu dilemma.

Tujuan dakwah yang religius ternyata dalam realisasinya dominan dengan muatan materialistis semata yang dikhawatirkan akan berdampak pada kemunduran dakwah itu sendiri. Kondisi yang demikian jika berlangsung terlalu lama akan berdampak pada nihilisasi peran masyarakat sebagai mad'u yang harusnya terbangun kekuatan spiritualnya namun pada

kenyataannya hanya berperan sebagai penonton yang suatu acara hiburan dan tidak menampakan indikasi keberhasilan misi religious dari acara dakwahtainment. Ironisnya dakwahtainment hanya memberi banyak keuntungan finansial yang diraup oleh pihak manajemen dari stasiun televisi belaka. Sebuah ironi ketika agama memuat ajaran-ajaran yang berlawanan dengan nilai kapitalisme, tetapi justru agama dijadikan alat mencapai mencapai tujuan kapital.

perkembangan dakwahtainment saat ini, masyarakat muslim Indonesia pada umumnya mulai membicarakan kembali tentang kemunculan beberapa film yang bernuansa dakwah atau paling tidak film tersebut berbaju islami. Kemunculan film- film yang berjudul; Ayat- Ayat Cinta, Kun Fyakun, Para Pencari Tuhan, Mengaku Rasul, Kiamat Sudah Dekat maupun Wanita Berkalung Sorban, sepertinya telah mendapat klaim sebutan dari kalangan masyarakat islam Indonesia sebagai film Islami.

Fenomena menarik dalam konteks pemanfaatan media film sebagai saluran dakwah dengan metode tertentu, mulai terjadi di Indonesia yang memiliki populasi masyarakat muslim terbesar didunia sudah seharusnya mampu memanfaatkan secara efektif teknologi audio-visual tersebut. Indonesia, yang merupakan negara berpenduduk muslim mayoritas dinyatakan sebagai negara terbesar kedua film prononya, ini menjadi salah satu faktor penyebab maraknya pemerksaan yang diawali dengan menonton film porno. Dalam kasus ini kami sangat prihatin, bahwa ini menjadi kelalaian umat islam Indonesia dalam memanfaatkan media yang seharus media sebagai sarana sekaligus mengarahkan sebagai media dakwah, ternyata dalam hal ini juga sering dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk komersialisasi semata dan ini sangat kita sayangkan.

Sebenarnya perkembangan tekhnologi membawa perubahan besar terhadap peradaban manusia. Dengan semakin majunya tekhnologi informasi membuat bumi menjadi sangat sempit. Hasil kemajuan dibidang ini berdampak pada derasnya arus informasi yang tak mengenal batas ruang dan waktu. Derasnya arus informasi ini didukung oleh berbagai media sebagai corong penyampai pesan baik itu komunikasi yang bersifat massa maupun pribadi. Perkembangan dakwahtainment saat ini merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan nilai-nilai kepada masyarakat sehingga prilaku penonton dapat berubah mengikuti apa yang disaksikannya dalam berbagai film yang disaksikannya.

Melihat hal demikian dakwahtainment sangat memungkinkan sekali sebagai media film, sinetron dan digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas pada umumnya.

B. Pemanfaatan Dinamika Dakwah di Televisi

Agama di era media, agama dan televisi merupakan dua konsep yang muncul adalah mediasi dan mediatisasi agama. Konsep pertama berkaitan dengan bagaimana medium dalam hal ini televise, memediasi jarak diantara obyek yang ditonton (agama) dan para pemirsa. Konsep berikutnya berkenaan dengan bagaimana agama dimediatisasi sampai ke tingkat menyusutkan esensinya agar sesuai dengan kebutuhan para pemirsa sebagai konsumen (Sofjan, 41:2013) .

Memanfaatkan media masa sebagai suatu alat dukung dalam suatu proses penyampaian informasi merupakan hal yang tidak asing lagi terlebih di era teknologi informasi yang kian melaju pesat perkembangannya seperti saat ini. Salah satu media yang tidak dapat dipungkiri begitu berpengaruh dalam memberi warna karakter bangsa adalah televisi. Begitu besarnya pengaruh televisi dalam setiap aspek kehidupan memberi peluang besar pula bagi dunia dakwah untuk menjadikan televisi sebagai media dakwah yang efektif untuk perkembangan dan kemajuan agama islam itu sendiri. Tidak dipungkiri bahwa kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi ikut serta mempengaruhi aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya kegiatan dakwah sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan kepada khalayak pemirsa. Hal inilah yang menjadi motivator bagi setiap stasiun televisi untuk berlomba-lomba mendesain suatu program acara yang bertema dakwah kepada para pemirsa secara komunikatif, *acceptable* dan *up to date* agar pesan-pesan yang terdapat dalam materi dakwah dapat diterima dan diserap secara sempurna oleh semua lapisan masyarakat.

Salah satu media modern yang memiliki beberapa kelebihan, dan telah dijadikan sebagai media dakwah adalah media televisi. Televisi sebagai salah satu hasil karya teknologi komunikasi memiliki berbagai kelebihan, baik dari segi programnya maupun teknologi yang melekat dimilikinya. Apabila berangkat dari sudut pandang dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya seharusnya bisa menjadi media dakwah yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Selain media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat Indonesia yang pada umumnya berada pada tahapan *hearing and watching*,

disisi lain masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam adalah sebagai peluang yang cukup besar untuk menjadikan media televisi sebagai alat untuk menyampaikan pesan agama melalui dakwah. Dengan kondisi demikian maka eksistensi dakwah di televisi tentunya berpeluang untuk memiliki peminat yang cukup besar terlebih bila dakwah di televisi dikemas secara profesional.

Berangkat dari perlunya suatu titik teologis, pertama-tama berargumen bahwa televisi bertindak dimasyarakat dengan cara yang sama dengan agama. Suatu agama terdiri dari empat unsur, pandangan dunia yang tersusun dari suatu jaringan kepercayaan dan nilai-nilai yang saling memperkuat, pedoman moral, ritual public periodik dan komunitas orang beriman yang mempraktekkan ritual-ritual televisi. Liputan langsung mengenai pidato kenegaraan, hari jadi kota Jakarta, pemilihan Capres dan Cawapres di Negara kita, maupun liputan- liputan khusus keagamaan seperti Perayaan hari-hari besar Islam dan masih banyak lagi, menjadi saksi bahwa betapa pentingnya agama relevan dengan era media saat ini, dengan televisi berada digaris depan menyajikan berbagai siaran langsung. sayangnya agama disini diwakili oleh apa yang disebut “Terorisme Relegius”. (Sofjan, 42:2013).

Tontonan ini memberikan pemirsa mendiskripsikan bahwa ancaman islam telah menampakkan wajah buruknya. Sehubungan dengan hal diatas, kita bisa berargumen bahwa bagi para akademisi tidak selayaknya memperlakukan media dan agama sebagai lingkungan atau entitas terpisah yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya, karena keduanya terkait secara kompleks dan tak terpisahkan.

Selanjutnya sebagian besar hal yang terjadi dalam hubungan antara agama dan media adalah melibatkan keterkaitan berlapis antara symbol agama, kepentingan, makna dan lingkungan. Oleh sebab itu sangat mungkin untuk melihat agama dalam media televisi sebagai sarana penghubung pertumbuhan dakwah islam yang di kemas melalui media sebagai mitra alami. Di sini, agama dan televisi sebagai media dimediasi oleh makna cultural yang diproyeksikan ke layar dan di kendalikan. Lebih lanjut kita tahu bahwa media dibuat sebagai hasil dari proses-proses alamiah ketimbang kultural, media dijauhkan dari ranah sejarah dan kebudayaan dan digeser ke arah kebenaran universal.

Logika ini mendorong isu pemanfaatan fungsional agama di media pertelevisian Indonesia. Fungsional dalam arti bahwa agama di Indonesia dilihat pada umumnya sebagai hal yang baik dan positif dan bahwa para individu yang taat atau saleh memainkan suatu peran positif dalam

menuntun umat manusia dalam hal-hal yang berkaitan dengan dunia ini dan akhirat kelak.

Sebenarnya sunngsi agama tidak berhenti pada infotainment saja. Banyak program lain menunjukkan hubungan yang benar-benar harmonis antara agama dan media dalam hal ini yang sering kita jumpai dan sering kita saksikan adalah pada media televisi. Program tersebut antara lain film, sinema, sinetron, reality show, siaran islam yang menyebarkan agama dalam hal ini adalah islam.

Di bawah ini adalah deskripsi beberapa program tayangan media yang jelas-jelas memasukkan agama ke dalam daftar acara media :

1. Film dan sinetron

Sebagaimana kita ketahui bersama, perkembangan agama dan televisi paling mencolok pasca reformasi adalah maraknya film dan sinetron islami. Selain film layar lebar yang bertema islam yang disadur dari novel seperti Perempuan berkalung Sorban, Ayat-ayat Cinta, Negeri Lima Matahari, ketika cinta bertasbih dan banyak lagi. Sejumlah besar sinebertema serupa juga membanjiri televise Indonesia. Beberapa diantaranya adalah : Para Pencari Tuhan, Rahasia Ilahi, Hidayah, Astaghfirullah, Takdir Ilahi dan sebagainya. Dari segi tema sinetron ini kesemuanya menundukkan atau kepasrahan pada kehendak Allah, kesabaran dan kemurahan hati dalam menerima tekanan (Sofjan, 45:2013).

Ini membuktikan bahwa media tainment sangat membantu dalam hal dakwah islam, dimana dakwahtainment tersebut memadukan alur cerita yang dikemas secara islami sesuai dengan misi dakwah islam. Hal ini membuktikan bahwa dakwah islam sebetulkan juga bisa disampaikan melalui beberapa cara termasuk diantaranya menggunakan jasa layanan media. Salah satu unsure yang mudah kita saksikan adalah cara mereka berpakaian, cara mereka bertutur kata, cara mereka menyampaikan ajakan yang dikenalkan para actor dan aktrisnya selalu mencerminkan nuansa islami. Salah satu unsur yang mudah kita saksikan adalah cara mereka berpakaian, cara mereka bertutur kata, cara mereka menyampaikan ajakan yang dikenalkan para aktor dan aktrisnya yang selalu mencerminkan berbagai nuansa islami.

Melihat kenyataan ini seringkali kita melihat atau bahkan terlibat dalam suatu kegiatan dakwah islamiyyah di masyarakat sekitar kita. Namun seringkali kita mengabaikan efektifitas dari kegiatan dakwah

tersebut. Berdakwah merupakan ajakan mempropogandakan suatu keyakinan, menyerukan suatu pandangan hidup, iman dan agama. Bahkan sudah menjadi rahasia umum bahwa kegiatan dakwah yang ada terkesan monoton. Monoton disini berarti adanya suatu metode dari dakwah tersebut dinilai kurang memberikan efek yang besar bagi para mad'u dalam menerima informasi. Maka sudah sepatutnya para pelaku dakwah beralih dari formula dakwah yang sudah lazim dilakukan. Seperti halnya dakwah bil Lisan. Kegiatan dakwah ini yang notabene marak dimasyarakat bukan berarti bernilai tidak baik. Namun jika kita lihat dari efektifitas penerapan informasi dari kegiatan dakwah tersebut sangatlah kurang memadai jika kita lihat maraknya informasi sekuler yang menerpa kita sehari-hari. Oleh karena itu menjadi keharusan adanya strategi baru dalam pelaksanaan suatu kegiatan dakwah.

Tanyangan film dan sinetron saat ini bisa menjadi suatu tontonan yang menghibur, dan dengan sedikit kreatifitas kita bisa memasukan pesan-pesan dakwah pada tontonan tersebut seperti hanya para pendahulu kita. Seperti yang pernah disinggung oleh Onong Uchyana Efendi, bahwa film merupakan medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Bahkan dari pusat pendidikan film dan televisi, menyatakan bahwa film berperan sebagai pengalaman dan nilai. Senada dengan pendapat diatas, film maupun sinetorn merupakan kegiatan pengtransformasian ajaran Islam akan dinilai sia-sia apabila para pelaku dakwah tidak memanfaatkan media sebagai suatu kekuatan dalam pelaksanaan dakwah kontemporer. Oleh karena itu, film juga sinetron sekarang ini bisa menjadikan suatu solusi ketika masyarakat mengalami suatu stagnan dalam penerimaan informasi keislaman.

Bagi khalayak menonton film dan sinetron adalah untuk hiburan. Akan tetapi dalam film terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda, fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang.

Jika film digunakan sebagai media dakwah maka harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun

dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan. Disamping itu, secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.

2. Drama Mistik

Pada penekanan drama mistik khususnya yang dikemas melalui perfilman religious di tayangan televisi mencakup intensifikasi atau bisa dibilang obsesi orang Indonesia terhadap segala hal mistis dan takhayul. Program seperti ini biasanya membawa para pemirsa berpesiar ke dunia tak kasat mata. Seperti pada tayangan Dunia Ghaib, Dunia Lain, dan yang paling dramatis adalah Pemburu Hantu. Dalam kasus Dunia Lain misalnya program ini melibatkan seorang ustadz yang memfasilitasi proses mediasi dengan roh-roh halus, yang selanjutnya disusul dengan dialog antara seorang medium yang dirasuki oleh –roh-roh tersebut. Ketika kita mengalami kejadian seperti itu memang yang terjadi adalah penyembuhan bagi orang yang kerasukan seperti itu adalah para ustadz yang memang mampu menghilangkan atau mengusir roh-roh yang merasuki dengan bantuan bacaan do'a-do'a.

3. Islam dan Iklan

Kita juga sering melihat beberapa tayangan dalam media televisi, komersialisasi produk-produk di televisi atau di media lain di Indonesia tidak luput dari pengaruh agama. Banyak ustadz maupun ustadzah selebriti sering berpartisipasi dalam mempromosikan produk-produk yang mewakili segmen pasar mereka. Misalnya produk larutan Cap Kaki Tiga, diasosiasikan minuman herbal yang di iklankan Mamah Dedeh yang dapat dan mampu membantu orang yang menderit panas dalam, sariawan dan banyak penyakit lainnya.

Selanjutnya contoh lain yakni Ustadz Maulana dengan nada dakwahnya “*Jamaaahb Ooh Jamaah Alhamdu Lillah*”... ini juga dipercaya mampu mempromosikan layanan jasa telekomunikasinya. Sambil membayangkan latar seakan dia dan jamaahnya sedang naik haji di tanah suci. Ini menggambarkan bahwa agama dan jasa layanan iklan juga ikut andil untuk diperkenalkan, artinya keduanya tidak bisa meninggalkan media sebagai sarana promosi maupun ajakan untuk bisa di ketahui lebih mudah dan bisa terjangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Hingga saat ini, dalam kompetisi program dakwah di televisi, untuk menyedot minat masyarakat sebagai mad'u maka masing-masing stasiun

memiliki cara tersendiri di dalam menarik perhatian pemirsanya untuk menonton program dakwah di televisi, dengan cara mengemasnya dalam bentuk entertainment seperti komedi, sinetron, dialog interaktif, teleconference dan sebagainya.

Televisi juga merupakan media dominan komunikasi massa di seluruh dunia dan sampai sekarang masih terus berkembang. Dari semua media massa, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari. Televisi mengalami perkembangan secara dramatis terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Memberikan informasi, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi. Tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Di beberapa daerah terutama di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.

Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi. Tidak dapat dipungkiri, dalam dinamikanya, dakwah melalui media televisi memiliki banyak kelebihan yang diantaranya:

- a. Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.
- b. Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu kharakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.
- c. Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.

Selanjutnya dalam dinamikanya, memanfaatkan media televise sebagai media dakwah tentunya tidak terlepas dari permasalahan yang muncul dalam eksistensi acara tersebut. Beragam pro dan kontra yang muncul dalam mensikapi keberadaan dakwahtainment baik yang dikemas dalam bentuk monolog, dialog interaktif, tematik maupun sinetron disebabkan adanya kelemahan yang terdapat dalam dakwah melalui televise yang harus diantisipasi agar tidak mencemari eksistensi dari esensi dakwah itu sendiri. Kelemahan dakwah melalui media televisi sangat beragam yang diantaranya:

- a. Harga yang terlalu tinggi untuk membuat sebuah acara Islami di televise
- b. Terkadang terjadi percampuran antara yang haq dan yang bathil dalam acara-acara televisi
- c. Dunia pertelevisian yang cenderung kapitalistik dan profit oriented
Keikhlasan seorang da'i yang terkadang masih diragukan
- d. Kurangnya keteladanan yang di perankan oleh para artis karena perbedaan kharakter ketika berada didalam dan di luar panggung.

Beberapa kelemahan diatas kerap berdampak pada tidak tercapainya tujuan dakwah yang dimaksud. Selain tidak tercapainya tujuan dari dakwah itu sendiri, sering kali pula ketidakmampuan da'i untuk meminimalisir kelemahan diatas berdampak pada pandangan yang pesimistis terhadap dunia dakwah. Hal inilah yang menjadi ancaman sekaligus tugas bagi para da'i untuk senantiasa meluruskan tujuan dari perlunya diadakan kegiatan dakwah dengan memanfaatkan media televise agar terjadi konsistensi antara nilai-nilai dibalik pesan dakwah dengan da'I sehingga materi yang terdapat dalam muatan dakwah dapat tersampaikan pada mad'u secara efektif.

4. Islam dan Etika Religius

Etika sering digunakan dalam berbagai konteks. Kata etika mempunyai sebanyak arti yang mengunakannya, seringkali orang awam mengasumsikan kesamaan diantara kata, etika dan moralitas. Meskipun keduanya berbeda, etika dan moralitas berhubungan erat satu sama lainnya, yang secara potensial dapat menyebabkan kesalahpahaman. Oleh karena itu moralitas berfokus pada standar-standar tindakan, pilihan pada tindakan. Sementara etika adalah standar-standar, panduan-panduan dan pilihan-pilihan. Karena alasan ini etika sering sering ditafsirkan sebagai filsafat moral atau ilmu mengenai moral. Dengan cara ini etika sering disalah pahami sebagai hal yang serupa dengan hokum, karena alasan sederhana bahwa banyak orang percaya etika merupakan prinsip pemandu yang berfungsi sebagai fondasi bagi konsepsi

masyarakat akan baik dan buruk itu yang memutuskan apa yang membuat tindakan dan perilaku baik dan benar.

Sementara itu berbicara soal etika dalam Islam tidak dapat lepas dari ilmu akhlak sebagai salah satu cabang ilmu pengetahuan agama Islam. Oleh karena itu, etika dalam Islam identik dengan ilmu akhlak, yakni ilmu tentang keutamaan-keutamaan dan bagaimana cara mendapatkannya agar manusia berhias dengannya dan ilmu tentang hal-hal yang hina dan bagaimana cara menjauhinya agar manusia terbebas daripadanya. Ada tiga pokok etika : moralitas duniawi, moralitas ukhrawi dan moralitas individual. Etika tersebut berusaha menganalisis ketiga isu pokok yang berlandaskan Qur'an dan hadits nabi dengan memberikan keistimewaan akal untuk mengikat ketiga isu pokok tersebut. Misalnya mengenai permasalahan yakni berusaha mengekspresikan idenya bahwa akal selalu menuntut kejujuran. Menjelang abad klasik telah dimerintis untuk mendemonstrasikan sifat yang sebenarnya tentang pentingnya akal. Dimana ia telah memperbincangkan tentang kesadaran akal praktis.

Etika religius sendiri masuk dalam salah satu ranah dari tipologi etika Islam. Selain etika religius, yakni ada etika teologis, moralitas skriptural dan etika filosofis. Perbedaan mencolok yang dimiliki oleh etika religius terutama berakar dalam Qur'an dan Sunnah, dimana di satu sisi cenderung melepaskan kepelikan "dialektika" atau "metodologi" dan memusatkan pada usaha untuk mengeluarkan spirit moralitas Islam dengan cara yang lebih langsung.

Kemudian etika religius mengacu pada hubungan antara agama dan etika. Sebagaimana korelasi antara agama dan soal-soal agama maupun penilaian etika. Hal ini sebagian karena agama dipahami sebagai hal yang berkaitan dengan yang maha Agung, dan juga berarti partisipasi aktif dalam interaksi dengan sang illahi, yang mempunyai kuasa mutlak atas segala sesuatu yang ada dalam semesta. Karakteristik etika religius yang terpenting sebagaimana imperatif moral. Kami meyakini bahwa etika religius percaya pada klaim keadilan dan kebajikan sebagai hal yang wajib yang berasal dari gagasan bahwa moralitas adalah tatana tertinggi yang memberikan kebaikan di luar batas kemampuan manusia.

Sebagaimana diterangkan dalam Qur'an bahwa manusia menurut kejadian asalnya (fitrah-nya) adalah makhluk mulia, tetapi karena berbagai hal yang muncul akibat kelemahannya sendiri, maka manusia akan menjadi makhluk yang paling hina. Bersama itu pula ia kehilangan fitrah dan kebahagiaannya. Manusia akan selamat itu, jika ia mempunyai "semangat

ketuhanan” (*rabbaniyyah* atau *ribbiyyah*) dan berbuat baik kepada sesamanya. Oleh karena itu, komunikasi harus ditempatkan pada koridor yang benar apabila manusia tidak ingin kehilangan fitrahnya. Banyak kalangan ilmuwan menegaskan bahwa dalam kenyataan historis, perjuangan memperoleh dan mempertahankan harkat dan martabat kemanusiaan merupakan ciri dominan deretan pengalaman hidup manusia sebagai makhluk sosial. Sebab dalam kenyataan, manusia lebih banyak mengalami kehilangan fitrah dan kebahagiaan daripada sebaliknya, karena mereka meninggalkan sesuatu yang sangat urgen yakni unsur emansipasi. Melalui perilaku yang emansipatoris, berarti menghargai keberadaan orang lain, karena orang lain memiliki kelebihan dari dirinya sendiri

C. Relevansi Etika dan Agama

Kata etika mempunyai arti sebanyak orang yang menggunakannya. Seringkali orang awam mengasumsikan kesamaan antara etika dan moralitas. Terkadang menggungkannya dengan cara yang dapat dipertukarkan di dalam percakapan sehari-hari. Meskipun keduanya berbeda, etika dan moralitas berhubungan erat satu sama lain, yang secara potensial dapat menyebabkan kesalahpahaman.

Istilah etika sering juga digunakan dalam berbagai konteks, yang menimbulkan beberapa kesulitan dalam mengetahui secara persis apa yang tersirat dalam etika dan bagaimana ia diterapkan dalam kondisi-kondisi berbeda. Sekarang ini istilah moral dan moralitas terkadang lebih berhubungan dengan seksualitas atau keinginan sek manusia, dengan demikian Amoral atau Immoral juga sering berkaitan dengan hal tersebut. Oleh karena itu, sementara moralitas berfokus pada standar-standar tindakan, pilihan pada tindakan, karena alasan itulah maka terkadang etika sering dimaknai sebagai filsafat moral atau ilmu mengenai moral.

Pada ranah ini persoalan etika dan agama adalah dua hal yang tidak perlu dipertentangkan. Bahkan seperti disampaikan oleh Franz Magnis Suseno Etika memang tidak dapat menggantikan agama, tetapi etika dapat membantu agama dalam memecahkan masalah yang sulit dijawab oleh agama. Misalnya, bagaimana kita harus mengartikan sabda Allah yang termuat dalam wahyu? Bagaimana menanggapi persoalan moral yang belum dibicarakan ketika wahyu diterima, seperti bayi tabung atau pencangkakan ginjal? Pertanyaan-pertanyaan ini memperlihatkan bahwa bagaimanapun agama membutuhkan etika dalam memecahkan masalah-masalah tersebut. Etika dalam pandangan Magnis Suseno adalah “ usaha

manusia untuk memakai akal budi dan daya fikirnya untuk menyelesaikan masalah bagaimana ia harus hidup kalau ia mau menjadi baik. ...itulah sebabnya mengapa justru kaum agama diharapkan betul-betul memakai rasio dan metode-metode etika.” Tetapi sebaliknya memutlakkan etika tanpa agama adalah berbahaya.

Etika bisa merendahkan atau cenderung mengabaikan kepekaan rasa, kehalusan adat kebiasaan, konvensi sosial dan sebagainya. Bahkan bahaya formalisme bisa terjadi, berpikir baik buruk secara moral tetapi tidak mampu menjalankannya. Etika bisa menjadi ilmu yang kering dan mandul yang mempunyai kebenaran tetapi kurang mampu dilaksanakan. Akhirnya kita hanya bisa menjadi pejuang moral di mana kita sendiri tidak memaknai apa yang sedang kita perjuangkan. Kita kritis terhadap tindakan moral tetapi kita sendiri sulit untuk melakukan apa yang di kritisi.

Sebagaimana Sebaliknya, manusia yang hanya bisa mengandalkan agama tanpa etika maka merekapun cenderung akan menjadi budak kebenaran pada agamanya. sementara “Moral Budak-budak”. melihat sesamanya hanyalah wajah yang tidak bermakna, bagai topeng diatas pementasan acara dipanggung hiburan yang akhirnya hanya bertindak berdasarkan kebenaran agamanya dan inilah yang terjadi dengan beberapa kelompok massa di Indonesia seperti FPI (Front Pembela Islam) yang menganggap kebenaran hanyalah milik satu agama. Atau seperti kelompok teroris yang menganggap doktrin mereka tidak pernah salah dan telah berada di jalan yang benar, sehingga membunuh orang tidak berdosa pun menjadi halal bagi mereka. Hal ini juga perlu perhatian serius agar tidak terjadi kesalah pahaman di dalam memahami suatu permasalahan bahkan suatu bentuk keyakinan kita pada suatu agama. Sementara agama lain juga menganggap hal yang sama bahwa kebenaran etika, moral bahkan bentuk keyakinan agama merekalah yang paling benar. Kalau sudah mengatakan bahwa agama mereka paling benar dan tidak mau menghargai agama yang lain akan suatu kebenaran agama, maka yang terjadi bukan saling menghormati antara agama yang satu dengan yang lain, justru sebaliknya dan yang terjadi bisa saling membunuh tanpa mengenal dosa.

Sementara itu, Singer (1994:3-4) dalam buku *dakwahtainment*, mendefinisikan etika sebagai ilmu, tentang cara hidup yang seharusnya dan studi sistematis penalaran mengenai cara kita untuk selalu bertindak yang seharusnya. Dia berargumen bahwa istilah tersebut sering mengacu pada sekumpulan aturan atau cara berfikir yang memandu atau mengeklaim otoritas untuk memandu tindakan-tindakan sekelompok orang tertentu,

dengan demikian cara ini etika sering disalahpahami sebagai hal yang serupa dengan hukum karena alasan sederhana bahwa banyak orang percaya etika merupakan prinsip pemandu yang berfungsi sebagai fondasi konsepsi masyarakat yang beragama akan baik dan buruk atau yang memutuskan apa yang membuat tindakan dan perilaku baik dan benar, dimana dalam hal ini adalah keterkaitan antara etika dan agama sebagai wujud kelangsungan hidup manusia sesuai dengan perkembangan dakwahtainment sebagai media dakwah Islam.

Adapun pertanyaan mengenai relevansi etika dan agama dalam kehidupan manusia bersifat imperatif dan juga praktis. Asumsi dari waktu ke waktu dan bahkan dari suatu tempat ketempat yang lain. Akan tetapi pertanyaan mengenai relevansi lebih banyak berkaitan dengan perkembangan masyarakat secara keseluruhan dan jarang menyentuh perjuangan anggota individunya mengejar kebahagiaannya sendiri. Oleh karena itu, etika relevan karena alasan-alasan sebagai berikut : Pertama, hampir pasti untuk menerima fakta bahwa diketahui atau tidak, sebagian besar orang sebenarnya tidak pernah berhenti bertanya pada dirinya sendiri tentang bagaimana cara menjalani hidup di dunia saat ini. Kedua, bersamaan dengan perkembangan teknologi dan akses terhadap transportasi dan telekomunikasi massa, manusia senantiasa menghadapi dilema moral isu-isu etis yang berkaitan pada riset system cell, teknologi, rekayasa genetic dan media tersedia luas seperti televisi dan internet, memunculkan pertanyaan mengenai kegunaan dan efek-efeknya berpotensi merugikan masyarakat luas pada umumnya. Munculnya acara reality shows dan pornografi internet baru-baru ini telah menyebabkan aspek keterbukaan yang semakin keblablasan telah menyebabkan banyak orang mengajukan pertanyaan-pertanyaan etis yang kompleks dan terkait dalam privasi, kepatutan, perilaku yang kurang baik akan mengakibatkan dampak etika yang kurang etis baik bagi agama itu sendiri (Dicky, 2013:65).

Sebagaimana telah dibahas sebelumnya bahwa sangat dibutuhkan peranan mubaligh televisi yang cerdas dan bertanggung jawab secara moral dan etika. Selain dibutuhkan kemampuan dan ketrampilan khusus disamping persyaratan penampilan dan suara yang prima sebagai bentuk profesionalisme kerja mereka, juga dibutuhkan kepribadian dan kompetensi intelektual yang berkualitas. Setiap kata yang disampaikan hendaknya merupakan proses intelektual yang berkembang dan berkelanjutan, tidak diulang-ulang, tidak monoton, dan tidak salah tempat. Hal ini disebabkan keberadaan mubaligh di televisi adalah komunikator yang disaksikan dan

dijadikan teladan bagi masyarakat baik dari ucapannya, pakaiannya maupun perilakunya. Maka menurut Asep Kusnawan (2004 : 77), seorang da'i di televisi diperlukan kematangan dalam hal :

Pertama, Penampilan yang prima, Kedua, Volume suara yang sesuai dengan standar siaran. Ketiga, Berkepribadian yang kuat. Keempat, Intelektualitas yang tinggi. Kelima, Emosionalitas yang cerdas. Keenam Spiritualitas yang peka. Keenam, Kemampuan bahasa yang memadai. Mengemas suatu dakwahtainment yang efektif tentu tidak dapat terlepas dari peranan unsur yang terdapat dalam konsep komunikasi dalam perspektif dakwah.

D. Kesimpulan

Keterlibatan dakwah islam dalam industri hiburan bagi sebagian orang mungkin tampak sebuah kewajaran dalam konteks tatanan demokrasi, dimana agama masih berperan besar dan berpengaruh. Kebutuhan masyarakat akan penanaman nilai spiritual sebagai aktualisasi dari pemenuhan kebutuhan pada aspek perkembangan keberagamaan adalah hal yang mutlak dalam suatu pembangunan mental masyarakat. Pemanfaatan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan spiritual tersebut terus mengalami perkembangan akan eksistensinya sebagai konsekuensi modernisasi zaman. Dakwahtainment sebagai kemasan dakwah di televise merupakan salah satu warna dari perkembangan media dakwah melalui pemanfaatan teknologi komunikasi massa.

Menselaraskan model yang modern dalam kemasan dakwahtainment dengan tetap bersikap konsisten terhadap penegakan nilai-nilai yang dimiliki Islam adalah sikap yang bijak. Usaha yang bijak sebagai solusi dalam mensikapi dilemma tersebut adalah memposisikan dakwahtainment sebagai model dakwah yang berwibawa, memiliki keagungan dalam performance, konsisten terhadap tujuan yang terdapat dalam dakwah, serta mengedepankan profesionalisme bagi para da' serta elemen yang terlibat didalamnya.

Pada dasarnya melakukan dakwah melalui pendekatan Etika dan agama seperti ini juga memiliki keuntungan dan kerugian. Karena kalau kita berkaca dengan cakupan audien pasti lebih banyak memperoleh sambutan dari masyarakat, akan tetapi walaupun begitu feedback yang ditunjukkan oleh masyarakat tentang keterkaitan antara etika dan agama pastinya kabur dari genggaman da'i, karena dalam konteks ini audien tidak berhadapan langsung dengan sang da'i. Di sisi lain, dengan fenomena yang terdapat

dalam warna dakwahtainment saat ini, tentunya tidak dapat dipungkiri bahwa model dakwahtainment pun kerap memiliki kekaburan esensi dan tujuan yang ingin di capai dari tujuan dakwah bila kita tidak berpijak pada tujuan dari dakwah yang seutuhnya. Interferensi dari hal-hal yang bersifat materialistis, hedonisme, dan kapitalis kerap menjadi contributor yang ikut mengemas sajian dakwahtainment. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi eksistensi nilai dakwah yang luhur dan bermartabat.

Memang bukanlah hal yang mudah untuk melepaskan secara utuh peran dari unsur yang bersifat materialistis dalam sebuah model dakwahtainment mengingat tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan suatu acara khususnya di stasiun televisi swasta sering disandarkan pada peran keikutsertaan iklan sebagai pendukung dari keberlangsungan acara itu sendiri. Disisi lain, menarik tidaknya suatu acara juga sering tidak terlepas dari bagaimana acara itu disajikan oleh elemen-elemen yang terlibat didalamnya seperti penyiar (pembawa acara), artis/actor, musisi yang terlibat didalamnya. Kondisi tersebut sering menjadi dilematis bagi para dai maupun eksistensi dari nilai dakwah yang di bawakan terlebih bila pelaku dakwah tidak dapat mengantisipasi keberadaannya agar tetap sesuai dengan nilai-nilai yang dimiliki Agama Islam seperti konsistensi dalam berhijab, kesederhanaan dalam *bertabarruj* (berhias), zuhud, dan nilai-nilai keluhuran yang terdapat dalam Islam yang harus melekat pada para da'i maupun yang terlibat dari program acara dakwah di televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aep Kusnawan, 2004, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Bandung, Benang Merah Press.
- Bambang S. Ma'arif, 2010, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Dicky Sohjan, 2013, *Agama dan Televisi di Indonesia Seputar Dakwahtainment*, Yogyakarta, Globethics.net
- Hafied Cangara, 2012, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Moh Ali Aziz, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Prenada Media.
- Sayyid Muhammad Nuh, 2005, *Mari Berdakwah Strategi Dakwah dan pendidikan Umat*, Yogyakarta, Bina Media
- Yusuf Zainal Abidin, 2013, *Pengantar Retorika*, Bandung, CV. Pustaka Setia.