

ANALISIS HALAL MEDIA TERHADAP PERUSAHAAN SIARAN MQFM

Reni Rahmawati, Siti Julaicha, Siti Komala N, Sopi Sopiah

Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
Email: renirahmawati33@gmail.com, sitijulaicha.27@gmail.com,
nursaadah.mala28@gmail.com, sofhy.kokoronotomo@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk memaparkan secara lebih mengenai hasil wawancara langsung terhadap MQFM sebagai media yang dinilai merupakan industri halal dalam bidang halal media. Industri halal merupakan kegiatan memproses atau mengolah produk dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam, yang dimana didalamnya terdapat banyak turunan. Salah satunya halal media. Di era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan pesat dunia teknologi, banyak perkembangan media yang baru bermunculan atau juga media yang sudah ada terlebih dahulu namun terus mengupgrade dirinya. Indonesia merupakan negara mayoritas muslim, halal menjadi indikator pertimbangan dalam mengkonsumsi atau memperdengarkan sesuatu. Disini halal memiliki arti luas, bukannya hanya makanan, namun semua aspek haruslah ada unsur-unsur halalannya. Dalam halal media sendiri ada beberapa indikator sebuah media bisa dikatakan halal.

Kata Kunci: Halal media, Industri halal, MQFM

ABSTRACT

This paper aims to explain more about the results of direct interviews with MQFM as a media that is considered as a halal industry in the halal field of media. Halal industry is an activity of processing or processing products by using facilities and equipment that are permitted by Islamic sharia, in which there are many derivatives. One of them is halal media. In the era of globalization which is marked by the rapid development of the technology world, many new media developments have emerged or also existing media in advance but continue to upgrade themselves. Indonesia is a Muslim majority country, halal is an indicator of consideration in consuming or making a sound. Here halal has a broad meaning, not just food, but all aspects must have halal elements. In halal media itself there are several indicators of a media that can be said halal.

Keywords: Halal media, Halal industry, MQFM

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal di seluruh dunia meningkat dalam beberapa tahun ini. Sektor yang mengalami perkembangan pada industri halal antara lain makanan halal, keuangan, travel, fashion, kosmetik dan obat-obatan, media dan hiburan, serta healthcare dan pendidikan. Fungsi dan tujuan adanya industri halal diantaranya sebagai bentuk perwujudan dari UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Adanya UU diantaranya untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk. Akan tetapi, produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya sehingga perlu kepastian hukum perundang-undangan sehingga terbentuklah UU tentang Jaminan Produk Halal.

Walau belum bisa dianggap sebagai basis utama, peran media dan hiburan halal dalam pertumbuhan ekonomi syariah dunia patut mendapat porsi perhatian yang lebih. Sebab, sumbangsih perputaran uang di pasar kedua sektor ini terbilang cukup menjanjikan dengan kenaikan hingga 5,5 persen pada tiap tahunnya.

Sementara dilihat dari besaran angka, khusus di akhir tahun ini, pasar industri media dan hiburan halal dunia diprediksi mencapai 232 miliar dolar AS, melewati capaian pada tahun 2017 atau 2018 yang hanya memperoleh kurang-lebih USD 209 dan 220 miliar. Demikian seperti yang diungkapkan studi Dinard Standard beserta Thomson Reuters dan Dubai The Capital of Islamic Economy beberapa waktu lalu.

Di Indonesia beberapa media sudah mulai berusaha untuk menghadirkan halal media, baik dalam media film maupun siaran radio. Jika dilihat dari konten dan program serta cara penyampaiannya MQFM dinilai bisa dikatakan media halal dalam media siaran radio. Untuk mengetahui itu secara langsung, maka dilakukan lah wawancara terkait dengan mata kuliah Industri halal berkaitan dengan halal media. Saat ini media radio sudah mulai ditinggalkan oleh sebagian orang karena banyak munculnya platform media sosial lainnya yang eksistensinya lebih tinggi dari media siaran radio. Namun demikian, masih banyak juga perusahaan siaran yang tetap eksis dalam persaingan globalisasi seperti saat ini. Salah satunya MQFM.

Metode

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, khas dari metode wawancara adalah terlibatnya dalam kehidupan informan.¹

¹ M. Burhan Bugin. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011

Ada tiga jenis wawancara, yaitu:²

1. Wawancara terstandar (*standardized interview*)

Wawancara terstandar (*standardized interview*) dalam istilah esterberg disebut dengan wawancara terstruktur (*Structured interview*) dan istilah patton adalah wawancara baku terbuka. Adalah wawancara dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yang terstandar secara baku.

2. Wawancara tidak terstandar (*unstandardized interview*)

Wawancara tidak terstandar (*unstandardized interview*) dalam istilah esterberg disebut dengan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) dan istilah patton adalah wawancara pembicaraan informal atau disebut juga wawancara tak terpimpin. Wawancara tidak terstandar adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstandar atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subjek yang diteliti.

3. Wawancara semi standar (*semistandardized interview*)

Wawancara semi standar (*semistandardized interview*) dalam istilah esterberg disebut dengan wawancara semistruktur (*semistructured interview*) dan istilah patton adalah wawancara bebas terpimpin (*controlled interview*). Pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara yang merupakan kombinasi wawancara terpimpin dan tidak terpimpin yang menggunakan beberapa pokok inti pertanyaan yang akan diajukan yaitu *interviewer* membuat garis besar pokok-pokok pembicaraan, namun dalam pelaksanaannya *interviewer* mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan yang dirumuskan tidak perlu dipertanyakan secara berurutan dan dalam pemilihan kata-katanya juga tidak

Seperti telah dijelaskan terdapat tiga jenis wawancara yang dapat diterapkan dalam sebuah penelitian, dalam hal ini peneliti memilih untuk menggunakan jenis wawancara tidak terstandar (*unstandardized interview*). Karena peneliti belum tahu jawaban apa yang akan diperoleh dari subjek dan jawaban-jawaban dari subjek yang nantinya akan menjadi titik pengembangan pertanyaan yang akan ditindaklanjuti dalam bentuk wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara takterstruktur ialah memperoleh keterangan yang terperinci dalam mendalam mengenai pandangan orang lain.

² Bruce L Berg. *Qualitative Research Methods for The Social Sciences*. Boston: Pearson Education, Inc. 2007

PEMBAHASAN DAN HASIL

MQFM

Hadirnya Radio MQ 102,7 FM terinspirasi dari sebuah sarana dakwah pesantren Daarut Tauhid yaitu 102,65 AM Radio Umat. Radio umat dibangun dari hasil kencleng pendengar siaran MQ Pagi yang disiarkan pada tahun 1999. Radio Ummat pertama kali mengudara (On Air) pada bulan Ramadhan 1420 Hijriah, tepatnya 9 Desember 1999. Kemudian, seiring waktu dan kebutuhan ummat serta keinginan untuk mengoptimalkan kualitas siaran, maka dibangunlah Radio Manajemen Qalbu (MQ) yang berfrekwensi 102,65 FM. Legalisasi radio ini dibeli dari PT.Radio Madinatussalam Bandung.

Radio MQ FM digagas dan didirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar 1 Agustus 2001 yang berlokasi di Jalan Gegerkalong Girang No. 32 Bandung. MQFM hadir di tengah masyarakat dengan sajian program yang menyejukan hati dan penuh hikmah diiringi senandung musik nasyid dan musik positif lainnya. Selain itu alunan murattal Al-Quran dari para Qori Internasional, Nasional maupun Lokal selalu mengisi ruang dengar sahabat MQ. Semua program ini sebagai pilihan baru dari warna radio lain yang sudah ada. Pada tahun 2004 MQFM berpindah frekwensi menjadi 102,7 dikarenakan ada pembenahan channel Radio oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sekitar pertengahan tahun 2008, MQFM pindah lokasi ke Jalan Gegerkalong Girang Baru No. 11.

Pada tahun 2010, MQFM menduduki peringkat ke-6 Radio Siaran di Bandung menurut hasil survey Markplus Insight. Oleh karena itu, untuk mempertajam konten siaran, sejak tahun 2010 MQ FM mengusung tagline sebagai radio Inspirasi dan Motivasi. Pembenahan dan inovasi terus dilakukan agar dapat menjawab kebutuhan dari sahabat MQ, sehingga pada tahun 2012 MQFM Bandung mengusung tagline baru yakni, Inspirasi Keluarga Indonesia. Tagline ini diambil semata untuk menegaskan dimana posisi radio MQ FM di percaturan radio di Indonesia. Keluarga sebagai poros terbentuknya sebuah negara, menjadi hal yang esensial untuk diperhatikan lebih. Apabila basic keluarga kuat, maka negara akan kuat. Oleh karena itu, kami hadirkan program-program acara yang akan menginspirasi pendengar dalam membangun keluarga. Kami mengambil islam sebagai sumber dari segala sumber inspirasi dan motivasi.

Kami berharap dengan diangkatnya islam sebagai sumber inspirasi dan motivasi, maka kelak akan terbangun pribadi-pribadi mulia yang berakhlak dan berkarakter unggul. Visi "*Menjadi media perubahan diri, keluarga, dan masyarakat menuju akhlak mulia*". Misi "*Memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai hidup dengan memberikan yang terbaik. Memberikan inspirasi dan motivasi penanaman nilai-nilai Islam dalam kehidupan.*" Siaran yang disiarkan MQFM: 70 % Talkshow yaitu berisi diantaranya keuangan syariah, parenting, akidah, akhlak, fiqh. Dan, 30 % musik islami yaitu berisi lagu lagu islami.

Perbedaan MQFM dengan Yang Lain

Ada beberapa perbedaan pada MQFM dengan siaran lainnya yaitu pertama, Siaran berisi konten dakwah. Siaran yang disiarkan oleh MQFM berisi konten dakwah berupa sejarah islam, dakwah-dakwah para ustadz dan ulama serta motivasi berhijrah dan lain sebagainya. Kedua, Berita yang dimuat berita-berita berupa konten islami juga berita pendidikan islami. Ketiga, ilmu parenting yaitu ilmu untuk mendidik memberikan pola asuh yang benar sesuai dengan tumbuh kembang anak. Keempat Iklan yang dimuat di MQFM tidak hanya sekedar mempromosikan suatu produk atau jasa saja, melainkan setiap memuat iklan pasti ada pesan yang disampaikan.

Respon Masyarakat

Untuk mengetahui loyalitas masyarakat terhadap MQFM bisa diketahui melalui Interaksi eksternal dan internal. Dimana interaksi Eksternal dilakukan dengan melakukan survey oleh lembaga yang khusus melakukan survey terhadap respon masyarakat dalam mendengarkan MQFM. Sedangkan interaksi internal dilakukan melalui sosial media diantaranya Youtube "MQFM Bandung" , facebook "Radio MQFM Bandung" ,instagram "mqfmbandung" dan mempunyai aplikasi khusus yaitu " Radio MQFM-inspirasi keluarga indonesia", serta bisa dilihat juga dari jumlah penelpon yang masuk yang menandakan adanya loyalitas masyarakat yang setia mendengarkan siaran MQFM.

Profit

Mqfm mendapatkan profit dari beberapa Iklan, on Air yang disiarkan dimqfm itu sendiri, lalu melalui iklan yang dimuat di sosial media mqfm seperti youtube, instagram dan facebook. Lalu yang terakhir even dengan cara menjadi media partner diacara tersebut.

Menjaga Eksistensi

Untuk menjaga eksistensi, MQFM selalu mengupgrade diri agar bisa mengikuti perkembangan zaman, dimana zaman sekarang sosial media perkembangannya jauh lebih pesat dibandingkan dengan dunia persiaran khususnya radio. Untuk itu, MQFM membuat platform sosial media yang digunakan untuk menyiarkan siaran ulang agar bisa dinikmati oleh para pendengar yang tidak sempat mendengarkan siaran pada waktunya. Seperti Facebook, Instagram, youtube yang khusus menampilkan siaran ulang dan perkembangan baru dari MQFM. Struktur Manajemen MQFM terdiri dari HRD dan Keuangan, Marketing, Progresi, Salles, dll.

Distribusi Pendapatan

Dimana MQFM menyalurkan pendapatannya untuk gaji karyawan dan sebagian pendapatannya lagi disalurkan kepada zakat sesuai dengan hisab haulnya, serta disidtribusi juga untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh Daarut Tauhid . Terkadang ada juga pengajuan sponsor dan media partner dari kalangan mahasiswa yang akan menyelenggarakan

suatu kegiatan, atau juga dari perusahaan-perusahaan. Mislanya seminar, festival dan lain sebagainya.

Pemilik saham MQFM terdiri dari tiga orang diantaranya yaitu: Aa gym, Erik Thohir, Febrian, Agung Budi. Walaupun salah satu pemilik saham dari mqfm adalah aa gym tetapi MQFM terpisah dari manajemen Daarut Tauhid. MQFM merupakan bisnis pribadi AA Gym, namun pada prakteknya MQFM masih berada dalam lingkungan Daarut Tauhid, maka wajar jika orang-orang mengira bahwa MQFM bagian dari manajemen Daarut Tauhid.

Segi Kehalalan

Belum ada label sertifikasi halal khusus dari MUI untuk MQFM, tetapi berpedoman pada P3SPS (Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) adalah pedoman dan standar bagi kegiatan penyelenggaraan penyiaran baik TV maupun Radio di Indonesia. Namun dalam praktik dan manajemennya MQFM sendiri memiliki standarisasi sendiri yang mana tidak bertentangan dengan aturan syariah. Contoh dalam acara musik, penyanyi akhwat tidak boleh suaranya mendayu-dayu serta musik yang diperdengarkan tidak terlalu bising namun menyejukan. Kontennya tidak mengelakan dalam artian tidak membuat lalai jadi dalam konten tersebut senantiasa untuk selalu mengingatkan kepada Allah Swt.

Salah satu tugas HRD adalah people development, yang dimana MQFM memiliki budaya kerja yaitu karakter BAKU (Baik dan Kuat). Baik dalam arti iklas, jujur, tawadu sedangkan karakter kuat berani disiplin dan tanggungjawab. Dari budaya kerja MQFM memiliki program turunan, hari senin ada pengajian perdivisi. Hari selasa adanya kajian khusus tentang program budaya kerja yang wajib diikuti oleh seluruh karyawan. Rabu dan kamsis olah raga dan jalan-jalan. Hari jumat kajian bersama seluruh santri karya Daarut Tauhid bersama AA Gym. Tata nilai dan budaya kerja ini disisipkan dalam setiap kegiatan di MQFM agar setiap karyawan itu memiliki karakter BAKU seperti prinsip yang dimiliki oleh MQFM.

Tantangan

Adapun tantangan-tantangan yang dihadapi oleh MQFM diantaranya :

1. Dana yang dikeluarkan untuk segala kegiatan mqfm belum tentu mendapatkan income yang sebanding dengan apa yang dikeluarkan.
2. Kualitas SDM yang ada masih perlu ditinhgkatkan terlebih dalam dunia penyiaran dibutuhkan orang yang memiliki skill khusus dibidang penyiaran.

SIMPULAN

Dalam perkembangan MQFM selalu berusaha membuat program yang sesuai syariat dan berusaha menyampaikan pesan sesuai sunnah dan hadist. Halal bukan berbicara mengenai label syariah, namun aspek-aspek didalam media tersebutlah yang harus syariah. Dalam dunia media persiaran, dimulai dari program, konten, iklan, pesan, bahkan manajemennya pun harus sesuai syariat. MQFM dengan visi dan misi yang dimiliki perusahaan serta prinsip

yang diterapkan dalam perusahaan berusaha menumbuhkan syariah Islam didalamnya. Walaupun belum mendapatkan label halal dari MUI, namun yang terpenting dari MQFM dimulai dari manajerialnya terlebih dahulu yang halal dan sesuai syariah.

Media harus mampu menjaga eksistensinya di era globalisasi seperti ini, loyalitas terhadap konsumen atau pendengar sangatlah penting. Untuk itu setiap perusahaan siaran selalu memiliki ciri khas tersendiri. dalam hal ini MQFM ciri khas nya adalah dengan konten-kontennya yang religi dan islami. Serta selalu menghadirkan pesan-pesan positif termasuk dalam hal periklanan. Bukan hanya edukasi religi pada para pendengar namun pada para pekerja atau karyawan pun MQFM demikian.

DAFTAR PUSTAKA

- Berg, Bruce L. 2007. *Qualitative Research Methods for The Social Sciences*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Bungin, M. Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Faizal Noor, Henry. *Ekonomi Media*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta. 2010
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. Prenada Media Group, Jakarta. 2010

